

Ekonomski aspekti upravljanja zaštićenim gradskim površinama

Dolenc, Nika

Doctoral thesis / Disertacija

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:333029>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-13**



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA, HRVATSKA

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I
UGOSTITELJSTVU, OPATIJA

NIKA DOLENC

**EKONOMSKI ASPEKTI UPRAVLJANJA
ZAŠTIĆENIM GRADSKIM POVRŠINAMA**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Rijeka, 2017.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I
UGOSTITELJSTVU, OPATIJA

NIKA DOLENC

**EKONOMSKI ASPEKTI UPRAVLJANJA
ZAŠTIĆENIM GRADSKIM POVRŠINAMA**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Mentor: izr. prof. dr. Maja Uran Maravić
Komentor: dr. sc. Rade Knežević

Rijeka, 2017.

UNIVERSITY OF RIJEKA
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY
MANAGEMENT

NIKA DOLENC

**ECONOMIC ASPECTS OF CITY'S
PROTECTED AREAS MANAGEMENT**

DOCTORAL THESIS

Rijeka, 2017.

Mentor rada: izr. prof. dr. Maja Uran Maravić

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Turistica, Portorož

Komentor rada: dr. sc. Rade Knežević

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

Doktorski rad obranjen je dana _____ na _____
_____, pred povjerenstvom u sastavu:

1. Prof. dr. sc. Jože Perić, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija _____
2. Izr. prof. dr. Maja Uran Maravić, Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Turistica, Portorož _____
3. Dr. sc. Rade Knežević, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija _____
4. Prof. dr. sc. Daniela Gračan, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija _____
5. Doc. dr. sc. Ana-Marija Vrtođušić Hrgović, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija _____

EKONOMSKI ASPEKTI UPRAVLJANJA ZAŠTIĆENIM GRADSKIM POVRŠINAMA

NIKA DOLENC

Sažetak: Promjene izazvane porastom turističkog prometa i promjenom strukture gostiju koji traže sadržajniji odmor u očuvanoj prirodi s mogućnošću edukacije, rekreacije i zabave dovode do potrebe za preispitivanjem dosadašnjega modela razvoja turizma na zaštićenim gradskim površinama. Zagreb ima očuvanu parkovnu baštinu koja čini važan element u turističkoj ponudi grada. Spoj prirodnih ljepota s kulturnim resursima u cilju stvaranja novog turističkog proizvoda može potaknuti održivi razvoj i ostvariti održivost. Cilj rada je bolje razumijevanje potražnje što će rezultirati poboljšanjem ponude na način koji će se uskladiti sa specijalnim potrebama zaštićenih područja Grada Zagreba i upozoriti na neiskorištenost kulturne i prirodne baštine koje se nalaze u samom središtu Grada te na razvoj ambijentalnog turizma kao važnog dijela turističke ponude i identiteta Grada. U radu su oblikovane četiri hipoteze. Pomoću anketnih upitnika provedeno je terensko istraživanje kako bi se utvrdile postojeće aktivnosti, zadovoljstvo ponudom i spremnost domaćih i stranih posjetitelja na potrošnju prilikom posjete parku Maksimir, te u kojoj mjeri meteorološke prilike utječu na rekreativne aktivnosti. Napravljena je kvantitativna analiza podataka uz primjenu statističkih testova u programu IBM SPSS v21. Temeljem rezultata istraživanja navedeni su sljedeći zaključci: prepoznatljivi simboli Grada čine privlačne faktore, iako zaostaju za potrebama suvremenog posjetitelja, rekreativca ili turista. Način uređenja, upravljanja i ponude u parkovima odraz su razvijenosti društva. Parkovi osim što su od ekološke i rekreativne važnosti za stanovnike, čine ekonomski neiskorištene potencijale koji mogu osigurati održive, dugoročne gospodarske aktivnosti pružajući zdravstveno ekonomske koristi lokalnoj zajednici.

Ključne riječi: održivi turizam, zaštićene površine, park Maksimir, ambijentalni resursi, atrakcije

ECONOMIC ASPECTS OF CITY'S PROTECTED AREAS MANAGEMENT

NIKA DOLENC

Summary: Changes caused by the increase in tourist flow and change of guest structure who are looking for a holiday with more contents in untouched nature with the possibility of education, recreation and entertainment lead to a need to question the former model of tourism development on protected city surfaces. Zagreb has a preserved park heritage which constitutes an important part of the city's tourist offer. The combination of natural beauty with cultural resources for the purpose of creating a new tourist product may encourage sustainable development and achieve sustainability. The work goal is to understand better the demand which will result in offer amelioration in a manner that will comply with special needs of Zagreb's protected areas. This will also warn about the fact that the cultural and natural heritage situated in the very center of the City is not being used enough and about development of ambience tourism as an important part of the City's tourist offer and identity. Four hypotheses have been formed in this paper. A field research has been performed via three questionnaires (for domestic visitors of Maksimir Park, for foreign visitors and for amateurs) in order to establish the existing activities, satisfaction with the offer and the willingness of foreign and domestic visitors to spend money while visiting Maksimir Park and to what extent do meteorological characteristics influence recreational activities. A quantitative data analysis with application of various statistical tests in MS Excel 2007 and IBM SPSS v21 (Statistical Package for Social Sciences) programs has been performed. The differences between domestic and foreign visitors have been analyzed by the Pearson's Chi-square test. $p < 0,05$ has been taken as statistically significant value. To confirm our first hypothesis: we suppose that the foreign visitors use more the facilities offered by Maksimir Park in comparison to domestic visitors, the Pearson's Chi-square test being performed on 230 respondents (115 domestic and 115 foreign), in order to confirm the second hypothesis: we suppose that there is a statistically significant difference in perception of attractiveness of facilities offered by Maksimir Park between domestic and foreign visitors, the Pearson's Chi-square test being performed on 230 respondents

(115 domestic and 115 foreign), in order to confirm the third hypothesis: we suppose that the foreign visitors will be more proactive in selection of facilities in Maksimir Park compared to the domestic ones, the Pearson's Chi-square test being performed on 230 respondents (115 domestic and 115 foreign). In order to confirm the fourth hypothesis (a study of amateurs in Maksimir Park has been performed) the following statistical tests have been used: analysis of variance (ANOVA), Pearson's Chi-square test, t-test and discriminate analysis.

The theoretical frame of the second chapter consists of five sub-chapters in which the scientific and professional standpoints on protected areas management in the World and in Europe have been analyzed and also the management concept and the institutional frame of protected areas in the Republic of Croatia and the City of Zagreb have been analyzed. In the third part the economical aspects of managing ambience areas of the City of Zagreb have been viewed, as well as the economic benefits of protected areas, financial funds that are being allocated for environmental protection, the goal of ambience tourism development and financial sustainability. In the fourth part, tourism as the factor of influence on sustainability is being viewed, through the systematization of the tourist resource base and visitation indicators. The characteristics of the tourist demand and evaluation of the tourist offer in Maksimir Park are being analyzed through the research results on needs, expectations and satisfaction of the Park's foreign visitors and the evaluation of the visitors' activity, offer valuation and demand characteristics are being analyzed through the research results on needs, expectations and satisfaction of domestic visitors.

The goal of studying the domestic and the foreign visitors of Maksimir Park has been to determine whether the foreign visitors use more the facilities provided by Maksimir Park in comparison with the domestic visitors, to determine whether there is a difference in perception of the facilities' attractiveness offered by Maksimir Park between domestic and foreign visitors and to determine the proactivity of foreign visitors and domestic visitors regarding the offered facilities in Maksimir Park in order to confirm or disprove the set hypotheses. The first hypothesis: the supposition that the foreign visitors use more the facilities provided by Maksimir Park in comparison with the domestic visitors has been viewed through the following parameters: there is a

supposition that the foreign visitors, compared to the domestic visitors, are more satisfied with the offer of: renting bicycles, the gastronomic offer of Restaurant Maksimir, catering facility Vidikovac and Švicarska kuća, the cultural offer of the Gallery in the Haulik's salon and the info-center services, educational activities and the offer of information materials and animated content for children. It has been concluded that the services that are being paid extra are much less used by the domestic visitors. In total, in a large majority the statistically significant differences in scoring the quality between the domestic and the foreign visitors are being shown and the Hypothesis one is being confirmed. The Second Hypothesis: the supposition that there is a statistically significant difference in the perception of the attractiveness of Maksimir Park facilities between the foreign and the domestic visitors has been viewed through the following parameters: there is a supposition that both the domestic and the foreign visitors consider the following to be attractive: renting bicycles, the gastronomic offer of the restaurant, catering facility Vidikovac and Švicarska kuća, the info-center services, educational activities and the offer of information materials and animated content as well as the offer of a boat ride on the Third lake.

It has been concluded that there is a statistically significant connection between the domestic and the foreign visitors in evaluating the attractiveness of parameters. Domestic visitors have on many occasions evaluated the Natural heritage as attractive in comparison with the foreign visitors, and a statistically significant difference in opinion has been shown between the foreign and the domestic visitors regarding the subject of what the most attractive elements of tourist offer of this park are, by which the second hypothesis has been confirmed. The Third Hypothesis: the supposition that the foreign visitors in comparison with the domestic ones when selecting Maksimir Park facilities will be more proactive has been viewed through the following parameters: there is a supposition that the foreign visitors have been performing more the activities of walking, Nordic walking, have been using more the possibility of bird watching, boat ride services on the Third lake, that they have visited the Haulik's salon Gallery more, ridden the bicycle more, used the services of bike rental more, bought more souvenirs and that they have visited the info center in greater numbers. The results have shown that the foreign visitors have used more the offer in comparison with the domestic visitors which has shown the statistically significant difference in proactivity between

the foreign and the domestic visitors regarding using the offer and therefore the Third hypothesis has been confirmed.

In the fifth part named 'Comparison of sustainability of London and Zagreb's park surfaces' the sustainability of park surfaces of London and Zagreb is being compared. The touristic valuation of London's Hyde Park is being viewed by the analysis of available reports. The sixth part named 'Ecological aspects of ambience tourism sustainability' consists of four parts: viewing of the environment utility, factors of tourist carrying capacity and their significance for ambience tourism, the analysis of transport access and connectedness as well as a research chapter where a research on connection between weather conditions and recreation in big park surfaces is being conducted.

The Fourth Hypothesis: the supposition that there are differences in characteristics of amateurs in Maksimir Park considering the recreational activities in different weather conditions is being viewed through the following parameters: there is a supposition that there are differences in characteristics of amateurs between sunny days in all four seasons, there is a suppositions that there are differences in characteristics of amateurs in rainy days in spring and fall and there is a supposition that there are differences in characteristics of amateurs between a sunny and a rainy day in spring and fall. The results are a supplement to a better knowledge of the profile of amateurs and recreational activities in different weather conditions and they can serve as a starting point in a better quality concept of recreational offer of not just Maksimir Park and Zagreb's green surfaces, but also of other cities as well.

The final chapter named 'Proposal of sustainable use of city parks in the function of developing Zagreb's tourist offer' views the sustainability of natural and anthropogenic resources, the main strengths and weaknesses have been ranked by their significance and identified by a SWOT analysis of internal resources, and circumstances and threats according to the probability of their occurrence are being identified. By comparing Zagreb to more developed European surrounding, it has been established that Zagreb has a high diversity and highly preserved natural values, and it has been concluded that the valuation and protection of natural resources have been one of the main strategic aims in development, especially in tourism, which is being shown in more detail in the strategic vision of development and the marketing development strategy.

Based on the research results, the following conclusions have been made: distinguishing symbols of the City make up attractive factors, even though they lag behind the needs of a modern visitor, an amateur or a tourist. The society's development can be seen in the way the parks have been decorated, managed and in their offer. Parks, besides being ecologically and recreationally important to the inhabitants, make up the economically unused potentials that may provide sustainable, long-term economical activities by providing health and economical benefits for the local community.

Key words: sustainable tourism, protected surfaces, Maksimir Park, ambience resources, attractions

SADRŽAJ

1. UVOD	2
1.1. Obrazloženje teme	7
1.2. Pregled dosadašnjih istraživanja	8
1.3. Definiranje problema istraživanja	10
1.4. Ciljevi istraživanja	13
1.5. Hipoteze istraživanja	14
1.6. Metode znanstvenog istraživanja	17
1.7. Očekivani znanstveni doprinos	21
1.8. Kompozicija rada	22
2. TEORIJSKO METODOLOŠKE ANALIZE UPRAVLJANJA ZAŠTIĆENIM POVRŠINAMA U SVIJETU KAO OSNOVA ZA RAZVOJ AMBIJENTALNOG TURIZMA	25
2.1. Poimanje znanstvenog okvira razvojnih resursa i upravljanja zaštićenim površinama Europe	29
2.2. Institucionalizacija i zakonsko reguliranje zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj	31
2.3. Razumijevanje ustroja upravljanja ambijentalnim površinama Grada Zagreba	35
2.3.1. Analiza privlačnih faktora ambijentalnog turizma Grada Zagreba	40
2.3.2. Oblici turizma u zaštićenim prostorima Grada Zagreba	48
3. EKONOMSKI ASPEKTI UPRAVLJANJA AMBIJENTALNIM PROSTORIMA GRADA ZAGREBA	51
3.1. Financijska održivost zaštićenih površina	58
3.2. Održivost ambijentalnog turizma s ciljem postizanja ekonomske koristi	60
3.3. Ekonomski parametri i prirodne atrakcije	63

3.4.	Zaštićene površine u sustavu financiranja	67
3.4.1.	Prihodi poslovanja	70
3.4.2.	Rashodi poslovanja	78
4.	TURIZAM KAO ČIMBENIK UTJECAJA NA ODRŽIVOST – PRIMJER PARKA MAKSIMIR U ZAGREBU	80
4.1.	Rezultati istraživanja obilježja turističke potražnje i vrednovanje ponude u parku Maksimir	84
4.2.	Rezultati istraživanja analiza procjene aktivnosti posjetitelja, vrednovanje ponude i obilježja potražnje u parku Maksimir	100
5.	USPOREDBA ODRŽIVOSTI PARKOVSKIH POVRŠINA LONDONA I ZAGREBA	122
5.1.	Turistička valorizacija Hyde parka u Londonu	124
5.2.	Razvoj i upravljanje atrakcijama Hyde parka u Londonu	127
5.3.	Ekonomski aspekti upravljanja londonskim parkovima	130
6.	EKOLOŠKI ASPEKTI ODRŽIVOSTI AMBIJENTALNOG TURIZMA	138
6.1.	Sagledavanje korisnosti okoliša	140
6.2.	Čimbenici turističkog prihvatnog kapaciteta i njegov značaj za ambijentalni turizam	146
6.3.	Analiza prometne dostupnosti i povezanosti	149
6.4.	Rezultati istraživanja povezanosti meteoroloških prilika i rekreacije u parkovima – primjer parka Maksimir	152
7.	PRIJEDLOG ODRŽIVOG KORIŠTENJA GRADSKIH PARKOVA U FUNKCIJI RAZVOJA ZAGREBAČKE TURISTIČKE PONUDE	178
7.1.	Održivost prirodnih i antropogenih resursa	179
7.2.	Analiza internih resursa (SWOT analiza) ambijentalnih površina	181
7.3.	Definiranje prostorno ambijentalnih razvojnih ciljeva	186

7.4. Vizija razvoja	188
7.5. Marketinška strategija razvoja	192
8. ZAKLJUČAK	195
LITERATURA	199
ILUSTRACIJE	IV
PRIVITCI	IX
PRIVITAK 1: Tabela zakupnina i naknada za postavljanje kioska, pokretnih naprava, privremenih građevina, komunalnih objekata, organiziranje manifestacija, podjelu promidžbenog materijala iz ruku, komercijalno fotografiranje, snimanje reklamnih spotova i filmova te organizaciju gradilišta	X
PRIVITAK 2: Anketni upitnici za strane i domaće posjetitelje te posjetitelje rekreativce	XIII
GLOSAR	XXVI

**“Glavni problemi s kojima se
susrećemo ne mogu se riješiti
na istoj razini razmišljanja
na kojoj smo bili kad smo ih
stvarali“**

Albert Einstein.

1. UVOD

Zaštićene površine, reprezentivi ambijentalnog turizma dobivaju sve više na važnosti i sve se više ugrađuju u aspekt gradske turističke ponude. Pod ambijentalnim turističkim resursima podrazumijevamo manje ili veće prostorne cjeline koje je stvorio čovjek svojim radom i umijećem, a koje po svojem izgledu, tehnici izvedbe ili funkciji predstavljaju posebnu privlačnost za posjetitelje. Da bi pravilno primijenili zaštićene ambijentalne gradske prostore i parkovnu arhitekturu u stvaranju prepoznatljivosti grada, potrebno ih je razlikovati od ozelenjavanja ili hortikulture, kojima osnovu čini kvantitativni kriterij (broj kvadratnih metara po stanovniku grada), a ne kvaliteta prostora čovjekova življenja. Razvoj ambijentalnog turizma grada moguć je jedino uz valorizaciju prirodnih i kulturnih resursa.

Navedeni resursi, svojim estetskim svojstvima i znamenitošću, rijetko samostalno djeluju na privlačenje turista, premda i na temelju toga često bilježe vrlo velik turistički posjet. U regionalnom planiranju i kod krajobraznog oblikovanja prostora treba voditi računa da ambijentalne vrijednosti imaju neposredno značenje za turističku posjetu (time i moguću potrošnju), te da je stupanj njihove atraktivnosti vezan uz njihovu namjenu, individualnost i funkcionalnost, odnosno uz estetsko – urbanističko oblikovanje.

Turističke ambijentalne atraktivnosti i atrakcije Grada Zagreba čine parkovi, perivoji i vrtovi (u novije vrijeme i „dvorišta“) s prirodnom i kulturnom baštinom predstavljajući fundamentalne turističke resurse zbog kojih turisti posjećuju lokalitet odnosno destinaciju. Pojmovi park, vrt i perivoj u smislu ambijentalnih prostora upotrebljavaju se kao sinonimi, ali istodobno imaju različita značenja (park kao uređena, planirana ambijentalna površina ima estetski, zabavni, rekreacijski i kulturni karakter, perivoji su prostori koji se nalaze unutar prirodnog okruženja, planski su dotjerivani sadnjom ukrasnih biljaka i stabala, izgradnjom šetnica i puteljaka, postavljanjem klupa, paviljona, fontana te raznih dekorativnih skulptura, a vrtom se naziva prostor usko vezan uz objekt koji ima estetsku, a ponekad i utilitarnu vrijednost).

U destinaciji koju posjećuju, turisti traže sadržajan odmor. Perivoji, parkovi i vrtovi kao važni dijelovi ambijentalnih zona odraz su kulture određenog vremena, odnosa čovjeka prema prirodi, prostoru stanovanja i boravka kojima se još od razdoblja Antike (Egipćana, Perzijanaca, Babilonaca, Hindusa i Kineza) posvećivala pažnja. Prvi javni vrtovi spominju se u Asiriji u 1. stoljeću prije Krista, srednjovjekovno razdoblje obilježili su „tajni“ vrtovi koje je uređivala crkva za svoje potrebe i „rajski“ vrtovi koje je uređivala aristokracija. Pojavom

renesanse i baroka te planskim uređenjem gradova, povećalo se zanimanje za uređenje gradskih parkova. U renesansi se razvija pokret koji svu pozornost usmjerava na čovjeka kao pojedinca, pa se tako razvijaju velebni vrtovi oko palača i dvoraca kao statusni simboli vlasnika. Barokni stil oblikovanja parkova doživljava vrhunac u Francuskoj (1600. - 1750.), gdje Le Nôtre ostvaruje sintezu geometrijskih stilova, što je najistaknutije izraženo u Versaillesu. Obilježje baroknog stila je raskošni cvjetni parter, obogaćen pijeskom i opekam, naglašene perspektive prema dvorcu, bogatstvo vodenih motiva, skulptura, vaza, te visokog zelenila. Po uzoru na Versailles nastali su brojni parkovi u Europi (Schönbrunn u Beču, Petrov dvorac u Lenjingradu, park Maksimir u Zagrebu). Prvi zamah u razvoju parkova uslijedio je rastom i razvojem gradova u Europi i Sjevernoj Americi, do toga je ponajprije došlo u najrazvijenijim zemljama: Engleskoj, Njemačkoj i Francuskoj, gdje su gradovi bili industrijska središta s velikim brojem rastućeg stanovništva. Smanjenje kvalitete života u gradu uvjetovalo je veću brigu za okoliš i zanimanje za javno gradsko zelenilo. U tom se ozračju razvio novi tip javnog zelenila – javni gradski park u smislu otvorenog prostora, primjeren namjeni, funkciji, uporabi i uživanju šire javnosti. Prvi parkovi otvoreni za javnost izgrađeni su u Engleskoj početkom 19. stoljeća (Viktoria park u Londonu otvoren 1845. godine), oblikovani su na dva načina; kao privatni vrtovi koji su se otvarali za javnost i stvaranjem novih javnih površina; parkova s fundamentalnom namjenom prostora za šetnju, oblikovane raznolikim biljnim materijalom i parkovnim elementima iz različitih kultura.

Povijest perivoja prati se od antičkih vremena gdje je perivoj povezan s idejom privatnoga posjeda i ima korisnu funkciju poput povrtnjaka ili voćnjaka. Sve starovjekovne religije imale su svoj mitski perivoj koji je simbolizirao raj: Izraelci Eden, Asirci Eridu, Hindusi Ida - Varshu, Etrurci svete šume itd. Tijekom vremena perivoj se razvijao i preuzimao je druge funkcije poput mjesta užitka ili je bio izraz intelektualnih i estetskih zahtjeva. Na prostoru sumerske, asirske i babilonske civilizacije razvila se perzijska kultura za koju je perivoj bio prostor donesen na Zemlju iz nekoga drugog ili budućeg svijeta. Oblikovanje perivoja u Mezopotamiji i Egiptu proizlazi iz sustava kanala za natapanje. Geometrija, vodene površine i kanali egipatskoga perivoja ishodišta su europske perivojne umjetnosti. U Grčkoj su vrtovi predstavljali površine zasađene voćkama u peristilu kuće, te prostore oko javnih zgrada. Perivoj u Rimu postao je simbol društvenoga položaja i reprezentacije, a srednjovjekovna perivojna umjetnost zasnovana je na ideji božanskoga perivoja zamišljenog kao zatvorenog i nepristupačnog prostora ograđenog zidom. Talijanski renesansni perivoj, smješten je na padini i organiziran na nekoliko terasa međusobno povezanih stubama i rampama. Francuski barokni perivoj dio je velike pejzažne kompozicije u kojoj dvorac zauzima položaj odakle se

može sagledati cjelina perivoja jednim pogledom. Za razliku od talijanskoga renesansnoga perivoja koji se mogao prilagoditi malim prostorima, francuski barokni perivoj zauzima velike površine, i do nekoliko stotina hektara. Pejzažni (krajobrazni) perivoj nastao je u Engleskoj pod nazivom engleski perivoj. U oblikovanju, čovjek više prirodu ne podređuje sebi, već od nje uči. Smatra se da je sve prirodno savršeno i lijepo. Engleski pejzažni perivoj 18. stoljeća stvorio je temelj za razvoj romantičnih perivoja 19. stoljeća i postao model za javne gradske perivoje s ciljem zadovoljenja rekreacijske i edukacijske potrebe stanovnika grada. Engleska je prva u Europi 1845. godine donijela zakon o podizanju javnih perivoja. Sredinom 19. stoljeća London je imao oko 600 hektara javnih perivoja koji su tvorili lanac pejzažnih prostora u duljini oko četiri kilometra (St. James' Park, Green Park, Hyde Park i Kensington Gardens u središtu, te Regent's Park, Victoria Park i Battersea Park na tadašnjoj periferiji Londona). Njemačka, kao središte europskoga romantizma, ostavila je u naslijeđe dva najvrednija djela - perivoj uz dvorac Neuschwanstein i perivoj princa Hermanna von Pücklera u Muskau. Među romantičnim perivojima Austrije najvredniji je Laxenburg, uz ljetnu carsku rezidenciju južno od Beča.

Perivojnu umjetnost 19. stoljeća u Sjevernoj Americi obilježio je arhitekt Frederick Law Olmsted (1822.-1903.), označavaju je gradski perivoji i sustavi javnih perivoja velikih rastera. Frederick Law Olmsted, autor je brojnih izvedbi perivoja Sjeverne Amerike: Central Park (1957.), Prospect Park i Brooklyn u New Yorku, Riverside Estate (1869.) i South Park Commission u Chicagu, Back Bay (1879.) i Park System (1886.) u Bostonu, Fairmount Park u Philadelphiji, Park Mont-Royal u Montrealu.

U najistaknutija dijela hrvatske perivojne arhitekture pripadaju dubrovački renesansni perivoji, perivoj Maksimir u Zagrebu, arboretumi Trsteno i Opeka, perivoji uz dvorce Hrvatskoga zagorja i Slavonije te zagrebačko groblje Mirogoj i varaždinsko groblje. Povijesni razvoj perivojne arhitekture u Hrvatskoj može se pratiti od kasnoga srednjega vijeka (samostanski vrtovi samostana Male braće i Dominikanaca u Dubrovniku), Splitu i Hvaru, Lokrumu i Mljetu. Tijekom 15. i 16. stoljeća podizani su korisni vrtovi s medicinskim biljem i povrćem. Razvoj perivojne arhitekture dvoraca sjeverne Hrvatske može se pratiti od 17. stoljeća u vrijeme ranoga baroka. Vrtovi iz toga doba poznati su iz rijetkih povijesnih izvora (Lobor, Klenovnik, Vrbovec). Barokna obilježja kao što su osne kompozicije, aleje ili veliki cvjetni parteri samo se djelomično uočavaju zbog preoblikovanja ili zapuštanja tijekom vremena (Valpovo, Gornja Bistra, Bisag, Veliki Bukovec). U 19. stoljeću razvija se najprije engleski pejzažni i romantički perivoj. Takvi stilski izrazi dali su odraz perivojnoj arhitekturi Hrvatske. Nastaju perivoji u Valpovu, Našicama, Lužnici, Opeki, Stubičkom Golubovcu,

Velikom Bukovcu, Novom Marofu, Trakošćanu i dr. Historicistički perivoj javio se krajem 19. stoljeća donoseći najčešće klasicističku zamisao (Ludbreg, Marija Bistrica, Januševac, Martijanec). Perivoj je bio ograđen, a ulaz u njega je obilježen portalom. Karakteristične perivojne građevine su oranžerije (staklenici), paviljoni i sjenice, skulpture, stube, balustrade, mostovi, jezera, rijetko i fontane. Brojem i kvalitetom perivojne arhitekture u Hrvatskoj prednjači Grad Zagreb.

Prvi vrtovi mješovite namjene – hortulusi, u Zagrebu javljaju se u Srednjem vijeku, u njima se uzgajala vinova loza, ljekovito bilje, te voće i povrće, a tijekom 18. stoljeća počinju se uređivati prvi javni zagrebački parkovi i perivoji. Izuzmu li se srednjovjekovni gornjogradski vrtovi - dvorišta i korisni vrtovi, najstariji perivojni prostor Zagreba je barokni perivoj uz crkvu Sv. Franje Ksaverskoga (Križni put i Kalvarija), osnovan 1758. godine. Perivoj je zadržao osnovnu ideju barokne kompozicije oko glavne uzdužne osi uz koju se nižu skulptorsko - arhitektonski elementi (postaje križnoga puta) s nasadima. Tijekom 19. stoljeća nastaju najznačajniji objekti perivojne arhitekture: Strossmayerovo šetalište (Južna promenada, 1813.), biskupski perivoj Ribnjak (1830.), Vrazovo šetalište (Sjeverna promenada, 1840.), Mallinov perivoj na Ksaveru (1861.), Zagrebačka zelena potkova (perivojski okvir Donjega grada, 1866.-1928.), te vrtovi uz palače na obroncima Griča. U 20. stoljeću najvrednije perivojno ostvarenje u Zagrebu jest perivoj Ćirila Jegliča na Krešimirovu trgu iz 1937. godine. Zagrebački perivoj Maksimir ostavština je biskupa Maksimilijana Vrhovca (1752.-1827.), po kojem perivoj nosi naziv i nadbiskupa, kardinala Jurja Haulika (1788.-1869.), po kojemu se perivoj neko vrijeme zvao Jurjaves. Vrhovac je započeo s uređenjem baroknoga perivoja 1787., s namjerom da služi za odmor građanima. Prepoznatljivost Maksimira u europskom kontekstu, prepoznaje se u tome što je jedan od prvih javnih perivoja u Europi, površinom od 400 ha u 19. stoljeću obuhvaćao je polovicu ukupne površine Bulonjske šume u Parizu, a njegovu umjetničku vrijednost potvrđuju brojni autori.

Zagreb, u 2015. godini ima trideset ambijentalnih površina koje zauzimaju površinu¹ od oko 402 000 m², među kojima turistički atraktivne prostore čine parkovi koji prema Zakonu o zaštiti prirode (Narodne novine, 80/13) pripadaju kategoriji zaštite: spomenik parkovne arhitekture, te kao takvi čine reprezentativne ambijentalnog identiteta Grada.

Temeljem Zakona o zaštiti prirode (Narodne novine, 80/13) na području Grada Zagreba zaštićeno je osamnaest spomenika parkovne arhitekture ukupne površine 343,82 ha.

¹ Površina uključuje sve zelene površine, manje i veće parkove gradskih naselja, drvorede i dječja igrališta.

Parkovi Grada Zagreba pod upravom su Javne ustanove – „Maksimir“ za upravljanje zaštićenim površinama Grada Zagreba čije je djelovanje neprofitabilno. Elementi atraktivnosti kao što su: raznolikost biljnih i životinjskih vrsta, čisti zrak, osnovni oblici kulturnih usluga te gastronomska ponuda nužni su za održavanje turizma u prirodi. Međutim, spomenuti elementi i osnovne usluge same po sebi nisu dovoljan čimbenik ekonomske održivosti. Uz prirodne ljepote veže se dokolica iz koje proizlaze najbrojniji potrošački motivi u obliku rekreacijsko - dokoličarskih motiva: aktivne rekreacije na otvorenom prostoru, dokoličarska edukacija, zadovoljstvo, odmor i oporavak. U socijalnom pogledu prevladava manjak sadržaja ili dodane vrijednosti što bi parkove činilo „gradskim“ parkovima te omogućavalo stvaranje prihoda, a time i otvorilo mogućnost samoodrživosti.

Potrebna su značajna poboljšanja u segmentima kvalitete pruženih sadržaja, te inovativnosti u kreiranju novih sadržaja kako bi razvoj turizma u ambijentalnim područjima postao ekonomski isplativ. Čimbenici utjecaja na visinu i realizaciju potrošnje mogu se podijeliti na unutrašnje (visinu osobnog dohotka pojedinca, ili dohotka kućanstva, stupanj obrazovanja, motivacija, navike, kulturna obilježja) i vanjske (razvijenost ponude, razvijenost marketinških aktivnosti, kvaliteta i pozitivan ukupan dojam destinacije ili resursa, svijest o razvijenosti ponude, ponajprije mogućnostima zabave, rekreacije, te osjećaja dobivanja vrijednosti za novac i dr.).

Pozitivni ekonomski učinci turizma u parkovima Europe i Svijeta brojni su i raznovrsni. Pokazuju se kroz ostvarivanje značajnih financijskih prihoda koji se u zaštićenim područjima ostvaruju od ulaznica, naknada za parkiranje, dozvola za rekreativan ribolov, plaćenih usluga stručnih vođenja posjetitelja, pružanjem ugostiteljskih usluga i usluga smještaja, naknadama od koncesija, prodaje suvenira, naplata kazni i raznih drugih usluga i mjera. Upravo se istraživanjem londonskih parkova, njihovog modela ekonomske i ekološke održivosti nastojala napraviti usporedba, a zatim i implementacija na zagrebačke ambijentalne prostore, prvenstveno parka Maksimir, kao reprezenta zagrebačkog parkovnog graditeljskog nasljeđa i prostora koji zbog velikog prostornog obujma (92,1% ukupne parkovske površine) i položaja u samom središtu Grada daje mogućnost razvoja i unapređenja ponude.

1.1. Obrazloženje teme

Okosnica suvremenog turizma je turističko tržište iskustva i doživljaja koje se temelji na posebnostima identiteta prostora, njegove posebnosti i ugodnosti. Grad Zagreb poznat je po svojim javnim gradskim perivojima, parkovima i sportsko - rekreacijskim parkovima koji služe kao okosnica razvoja identiteta Grada. Sve ukupno pet stotina nepokretnih kulturnih dobra upisanih u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske, trideset i tri zaštićena dijela prirode upisana u Upisnik zaštićenih prirodnih vrijednosti tvore važan element u turističkoj ponudi Grada. Javlja se mogućnost spoja prirodnih ljepota s kulturnim resursima u cilju stvaranja novog turističkog proizvoda koji bi potaknuo održivi razvoj i postigao održivost. Potreba za preispitivanjem dosadašnjega modela razvoja turizma u zaštićenim područjima javlja se zbog promjena izazvanim porastom turističkog prometa, promjenom strukture gostiju, različitosti zahtjeva u vidu sadržajnosti, inovativnosti i dodatnih ponuda aktivnosti s mogućnošću edukacije, rekreacije i zabave. Usporedno analizirajući istraživanja provedena u Londonu, uvidjelo se da snažan turistički privlačni faktor čine upravo parkovi te da je značajan prihod od turizma koji iznosi i nekoliko milijuna funti upravo od održive turističke valorizacije zelenih površina. Pozitivni ekonomski učinci mjere se u turističkim dolascima, evidencijom broja posjetitelja turističkih atrakcija, veličini i strukturi turističke potrošnje, broju održanih manifestacija i sl.

Podaci Turističke zajednice grada Zagreba iz prvog tromjesečja 2013. godine (za 10% povećanje noćenja u odnosu na isti period 2012. godine, duljina boravka se skraćuje, a turisti postaju sve pokretljiviji) govore u korist povećanja turističkog prometa i promjene strukture gostiju, što rezultira novim zahtjevima i prilagodbom postojeće ponude u novu sadržajnu, drugačiju ponudu aktivnog odmora provedenog u očuvanoj prirodi s mogućnošću edukacije, rekreacije i zabave.

Promjene koje uključuju znanje, održiv razvoj i razvoj održivog turizma, predstavljaju upotrebu resursa kroz uravnotežen odnos: priroda – čovjek – društvo – tehnologija – ekonomija.

1.2. Pregled dosadašnjih istraživanja

Velik broj radova i studija napisan je na temu upravljanja zaštićenim područjima u Europi i Svijetu, te znanstvena ili stručna istraživanja kojima je cilj ukazati na negativne utjecaje turizma na okoliš, te pozitivne utjecaje razvoja održivog turizma s prijedlogom smjernica za uspješno upravljanje. Istraživanja su usmjerena većinom na nacionalne parkove. Na svjetskoj razini problematikom upravljanja zaštićenim površinama bave se WWF, IUCN, UNDP, koji kroz vlastite publikacije daju općenit pristup problematici te prijedloge upravljanja. Problematika održivosti počela se sustavno istraživati u nazad deset godina, kada se pristupilo definiranju značenja zaštićenih područja (Dudley, Stolton, 2007), određivanju općih smjernica za upravljanje i ciljeva zaštićenih područja (Dudly, 2008). Daleko manje radova obuhvaća ekonomske aspekte upravljanja zaštićenim područjima (John, 1990; Stynes, 1997; Phillips, 1998; Crompton, 2010; Theis, 2012), dok se problem upravljanja zaštićenih područja u Hrvatskoj sagledava kroz problem uloge upravljačke ustanove i izvore financiranja (Kosović, 2006; Martinić, 2010) kako u cjelini, tako i po pojedinačnim zaštićenim područjima. Brojni radovi vezani su uz značaj parkova na ljudsko zdravlje, sportsko - rekreativne aktivnosti na ambijentalnim prostorima i njihove dobrobiti na psihofizičko stanje čovjeka (Cooper, Barnes, 1999; Frumkin, 2001; Catlin, 2003; Davis, 2003; Godbey, Mowen, 2010; Anderson, 2011; Elliot, 2011; Adevi, Lieberg, 2012; Berman, 2012; Knez i sur. 2013). Tematika vezana uz funkcije gradskih parkova i njihovu ulogu u ekonomskom razvoju te aspekte upravljanja, obrađena je uglavnom u pojedinačnim radovima koji se mogu grupirati u one s naglaskom na socijalnu dimenziju parkova (Stiperski, 1997; Čaldarović, 2006; Rosenberger i sur., 2009; Whiting i sur., 2012), okolišnu (Vresk, 1990; Obad Šćitaroci, Bojanić Obad Šćitaroci, 1996; Matošević i sur., 2006; Janev Hutinec i sur., 2013; Matić, 2013; Mrđa, Bojanić Obad Šćitaroci, 2013; Paladino, Staničić, 2013; Varga, 2013) ili ekološku dimenziju (Knežević, Dolenc, 2011; Manning i sur., 2011, Marković, 2015). Gospodarsku valorizaciju parkova, njihov atrakcijski faktor te ulogu koju imaju u podizanju kvalitete života u urbanim sredinama istraživali su Chiesura (2004), Archer (2006) te Cianga, Popescu (2013).

O rekreacijskoj i zdravstvenoj funkciji rekreacije na otvorenome istraživanja navode zdravstvene koristi za ljudski organizam koje se očituju kroz fizičke, mentalne, duhovne i socijalne sastavnice zdravlja (Morris, 2003). Rekreativne aktivnosti mogu se podijeliti na sezonske; prema hladnijem i toplijem vremenskom periodu te prema vrsti na aktivne i pasivne

rekreativne aktivnosti na otvorenim prostorima, parkovima, sportskim terenima, rekreativnim centrima najbližima mjestu stanovanja (Walker, 2004; Harnik, Martin, O'Grady (ur.), 2014). Pri tome su meteorološke prilike jedan od faktora koji utječe na odabir oblika rekreacije (Perry, 2004; Vrtačnik Garbas, 2006; Zaninović, Matzarakis, 2007).

Istraživanje posjetitelja provedeno u Royal parkovima Londona pokazuje da je Primrose Hill, jedan od devet parkova Londona, park kojeg u najvećem postotku posjećuje lokalno stanovništvo, prosječne dobi od 45 godina, pri čemu 78 % ispitanika park posjećuje jednom ili više puta tjedno. Prosječna udaljenost između posjetiteljeva mjesta stanovanja i parka je 11 minuta, a prosječna dužina boravka posjetitelja u parku iznosi 48 minuta. Do parka 74% ispitanika dolazi pješice. Redoslijed važnosti privlačnih faktora kao što su: održavanje parka, lakoća pristupa, kvaliteta okoliša, mir i tišina za posjetitelje uvjetovan je razlozima njihova dolaska: šetnja (59 %), svjež zrak (31 %), boravak u miru i tišini (28 %), šetnja kućnog ljubimca (7 %), uživanje u prirodi (10 %), rekreacija s djecom (5 %), piknik (8 %), a od aktivne rekreacije izdvaja se vježbanje u prirodi (8 %), trčanje (4 %) i vožnja biciklom (3 %). Royal parkovi Londona atraktivna su mjesta gdje do izražaja dolaze oblici aktivne i pasivne rekreacije te bilježe veliki broj posjeta tijekom sva četiri godišnja doba. Više od polovine ispitanika, njih 66 % parkove posjećuju u sva četiri godišnja doba. Ljetni mjeseci za posjet parkovima najatraktivniji su za 17 % ispitanika, zimski za 7 %, jesenski za 5 % i proljetni za 5 % ispitanika (Gabrieli, Wilson, 2010).

Parkovi Grada Zagreba, kao tema istraživanja zastupljena je u znanstvenoj i stručnoj literaturi (npr. Maruševski, Jurković 1992; Obad Šćitaroci, 1992; Gostl 1994; Knežević, 1996), a organizirano je i više znanstvenih i stručnih skupova na tu temu (npr. Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Udruženja pejzažnih arhitekata, Hrvatskog društva krajobraznih arhitekata). Park Maksimir do sada je istraživao od strane domaćih autora koji su ga sagledavali u povijesnom i hortikulturnom kontekstu, primjerice na temu kulturne baštine (Maksimir - monografija, 1982; Jurković, 2004; Ivanković, 2009). Relativno malen broj znanstvenih radova ukazuje na potrebu provođenja znanstveno utemeljenih istraživanja, osobito onih interdisciplinarnog karaktera (Vitasović Kosić, Aničić, 2005; Dolenc, 2010; Knežević, Dolenc, 2011; Dolenc i sur., 2012; Mirt, 2014; Opačić, Dolenc, 2016). Potrebno je istaknuti da u Republici Hrvatskoj do sada nisu provedena istraživanja vezana uz značaj ambijentalnih prostora u turističkoj funkciji grada, posjećenosti ambijentalnih površina, turističku ponudu na ambijentalnim prostorima, segmentaciju potrošača i turističkog tržišta vezanog za zaštićene gradske površine. Nemogućnost usporedbe s prethodnim istraživanjima predstavlja ograničenje ovog istraživanja, ali i temeljni doprinos ovog rada u razvoju održivog

turizma na gradskim površinama. Literatura s ovom ili sličnom problematikom napisana na hrvatskom jeziku je oskudna.

1.3. Definiranje problema istraživanja

Unaprjeđenje životnog standarda i globalizacijski procesi na turističkom tržištu utječu na promjene ponašanja turističkih potrošača. Dolazi do novih potreba i do potvrđivanja promjena u stavovima potrošača prema kvaliteti.

Suvremeni turistiiskusni su putnici, dobro su informirani, žele sadržajnija turistička iskustva, očekuju optimalno zadovoljenje svojih potreba s obzirom na vrijeme i novac koje su uložili u putovanje. Karakterizira ih znatiželja, želja za upoznavanjem novih sredina i dinamičnost.

Dosadašnje vrijeme stagnacije hrvatskog gospodarstva, sveopće nesigurnosti i neizvjesnosti rezultira potrebom za preokretom i promjenom baziranoj na znanju, ekologiji, održivom razvoju i razvoju održivog turizma.

Osim što čini najznačajniju djelatnost gospodarstva jer se smatra izvoznim proizvodom, pa sukladno tome, potiče ekonomski razvoj, turizam se direktno i indirektno upliće u ekološku, socijalnu, kulturnu i zdravstvenu sliku standarda gospodarstva. Sagledavši globalno, Hrvatska ima mogućnost spojiti prirodne atraktivnosti s kulturnim resursima te tako stvoriti novu vrijednost i turistički proizvod koji će, osim da samome sebi bude svrha, potaknuti razvoj drugih gospodarskih djelatnosti te na taj način pokrenuti i ostvariti održivost. Problem se vidi u izraženim ekonomskim i političkim nestabilnostima, novim uvjetima makrookruženja te dinamičnim promjenama koje upućuju na nužnost preispitivanja dosadašnjeg modela razvoja turizma u zaštićenim područjima s ciljem razvoja novih do sada neiskorištenih potencijala.

Problem se, također vidi u nepostojanju jedinstvenog, temeljnog dokumenta koji bi predstavljao osnovu dugoročnog razvoja održivog turizma destinacije. Ciljevi i prioriteti razvoja spominju se u nekoliko dokumenata: Zagreb planu - razvojnoj strategiji Grada Zagreba do 2020. godine u Strategiji kulturnog i kreativnog razvitka Grada Zagreba 2015. - 2022. godine te u Operativnom marketinškom planu turizma Grada Zagreba 2011. - 2016. Horwath consulting - a, što govori o nepovezanom djelovanju gradskih službi i rascjepkanoj viziji.

U vrijeme oblikovanja perivoja u hrvatskim gradovima osnivana su „društva za poljepšavanje“ koja su čuvala i educirala građane o potrebi perivojnog i parkovnog uređenja. Osnovna uloga društava bila je u edukaciji i osiguranju financijskih sredstava u svrhu očuvanja, razvoja i edukacije. Formirana su između 1885. i 1899. godine u Splitu (1810. g.), Opatiji, Karlovcu, Varaždinu, Osijeku. U 2015. godini osnivaju se neprofitne ustanove s glavnim ciljem očuvanja, zaštite, promicanja i održavanja parkova usmjerene vizije na ekologiju, pri čemu razvoj perivoja i parkova najviše ovisi o brizi lokalnih vlasti i državnih institucija. Problem istraživanja se vidi i u tome što su se perivoji i parkovi očuvali kao povijesno - estetsko - ekološki prostori, koji dijele sličnost s perivojima Europe (Englischer Garten u Münchenu, ili Regent's Park u Londonu), ali su sadržajno siromašniji. Određivanje točnih ekonomskih pokazatelja ovisi o stupnju razvijenosti ponude, temeljeni na statističkim varijablama fizičkih ekonomskih učinaka receptivnih resursa kojima se u većoj ili manjoj mjeri koriste posjetitelji. Kako ne postoji sustavno praćenje potražnje i prilagodbe ili razvijenosti ponude parkova dovodi do problema mjerenja ekonomskih učinaka.

Na području Zagreba nalazi se ukupno pet stotina nepokretnih kulturnih dobra upisanih u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske, trideset i tri zaštićena dijela prirode upisana su u Upisnik zaštićenih područja,² upravo iz toga proizlazi sljedeći problem da Zagreb ima kulturnu baštinu, zaštićene prirodne i tradicijske vrijednosti koje se ne valoriziraju dovoljno.

Empirijska terenska istraživanja provela su se prilikom posjeta parkova Londona u svrhu analize modela upravljanja, uočavanja prednosti i nedostataka upravljanja, te usporedbi problema: analize i unapređenja turističke ponude Parka Maksimir s ciljem predlaganja integralnog modela temeljenog na osobitostima prostora i značajem prostora za turističku funkciju grada. Navedeni rad stavlja fokus na park Maksimir, najznačajniji i površinom najveći spomenik parkovne arhitekture Grada Zagreba i Hyde Park turistički najposjećeniji park Londona, prvenstveno zbog toga što reprezentativno predstavljaju generatore razvoja ambijentalnih površina grada i predstavljaju turistički najposjećenija zaštićena područja grada. Rezultati su pokazali da jednu od najistaknutijih karakteristika londonskog urbanizma, koja predstavlja snažan turistički privlačni faktor čine parkovi, posebno najveći parkovi u središnjoj zoni Londona. Osam parkova koji čine kraljevske parkove, značajan su kulturno povijesni resurs koji pokriva prostor od 5.000 hektara i privlači milijune posjetitelja svake

² Prema Zakonu o zaštiti prirode (NN 80/13), zaštićeni dijelovi prirode su zaštićena područja, zaštićene vrste i zaštićeni minerali i fosili. Zaštićena područja razvrstana su u devet kategorija: strogi rezervat (2), nacionalni park (8), posebni rezervat (79), park prirode (11), regionalni park (2), spomenik prirode (85), značajni krajobraz (84), park šuma (28), spomenik parkovne arhitekture (121), a uključuju i područja koja se nalaze pod preventivnom zaštitom.

godine. Najznačajniji parkovi su: Hyde Park, susjedni, s kojim stvara jedinstvenu cjelinu, Kensington Gardens, i Regent's Park na sjevernom kraju centralnog Londona, St. James Park, The Green park, Greenwich park, Richmond i Bushy park. Parkovima upravlja agencija pod nazivom The Royal parks koja je nadležna Agenciji za kulturu, medije i sport. Agencija je osnovana u Parlamentu kroz Odjel kulture, medija i sporta koji upravlja Agencijom i donosi strateške ciljeve i planira financiranje.

Agencija također upravlja infrastrukturom i suprastrukturom, pa su tako domaćini u prosjeku oko sedamdeset nacionalnih događanja i dvanaest sportskih događanja od kojih je najpoznatiji Londonski maraton.

U Gradu Zagrebu postoje parkovna ostvarenja koja od nadležne uprave (Državnog zavoda za zaštitu prirode i Uprave za zaštitu prirode) nisu prepoznata vrijednima za uvrštenje među spomenike parkovne arhitekture i šticeenje temeljem Zakona o zaštiti prirode, ali se pojedinačno štite kao kulturna dobra temeljem Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara.

Istraživanja za potrebe izrade doktorskog rada moguće je bilo kvalitetno provesti samo na prostoru Parka Maksimir - zaštićenom spomeniku parkovne arhitekture zbog uspostavljenog sustava upravljanja. Ostalim zaštićenim područjima Grada Zagreba upravljanje je započelo 2014. godine osnivanjem ustanove za zaštićena područja Grada Zagreba, koja je do 2014. godine upravljala isključivo samo parkom Maksimir. Potreba za aktivnim djelovanjem u smislu aktivnog upravljanja zaštićenim područjem javlja se nakon što se pokazalo da se zaštita nekog područja ne može postići isključivo proglašenjem njegove zaštite nego je neophodno utjecati na aktivnosti koje se odvijaju na tom području. Upravljanje zaštićenim područjem, kao i bilo koje drugo upravljanje, odnosi se na upravljanje aktivnostima koje se odvijaju u tom području, pri čemu se neke djelatnosti ograničavaju ili prilagođavaju, a druge potiču.

Negativni procesi koji narušavaju razvoj turizma kroz prirodnu i kulturnu baštinu vidljivi su kroz dosadašnju praksu u kojoj ambijentalni resursi, ostavljaju dojam da su prostori koji služe za pasivan odmor bez većeg značenja za turističku ponudu Grada, prostori su koji bez interaktivnog sudjelovanja, bez jasne vizije, inovativnosti i kreativnosti ostaju samo prostorni dio Grada. Dosadašnja praksa pokazala je da parkovi imaju ekološko i rekreacijsko značenje ali su bez prepoznatljivosti jer upravljanje polazi od funkcije prostora za rekreaciju, šetnju s kućnim ljubimcima i mirnog boravka u prirodi. Problem predstavlja i odgovor na pitanje postoji li dodatna mogućnost razvijanja turističke ponude parka Maksimir kako bi se povećala ekonomska korist.

1.4. Ciljevi istraživanja

Turistički resursi moraju zadovoljavati visoki stupanj kvalitete kako bi privukli određeni segment turističke potražnje i ostvarili ekonomske učinke. Razvoj održivog turizma ovisi o cjelovitoj identifikaciji, vrednovanju i zaštiti svih potencijalnih i realnih turističkih atrakcija. Trenutna slika Grada Zagreba pokazuje brojnost prirodnih i kulturnih resursa koja imaju potencijal turističkog resursa, ali da bi to postala potrebno ih je formirati u ambijentalni turistički resurs koji pruža doživljaj, te omogućuje posjetitelju da uživa u visokokvalitetnom prostoru prirodnih i kulturnih znamenitosti koje potiču različite, kontrolirane društvene aktivnosti.

U skladu s prethodno navedenim, ciljevi (zadaci) istraživanja su:

- definiranje čimbenika za poboljšanje kvalitete ponude parka Maksimir
- analiza postojećih sustava upravljanja zaštićenim površinama grada, posebice parkova grada
- identifikacija problema koji se očituju u konfliktu potrebe za turističkim razvojem te ostvarivanju profita kako bi se postigle ekonomske koristi te ograničenom shvaćanju sustava zaštite prirode u pogledu zaštićenih resursa kao mjesta isključive zaštite prirodne resursne osnove i konzerviranja kulturnih dobara
- analizirati sadašnje stanje upravljanja destinacijom na primjeru parka Maksimir kao najreprezentativnijem segmentu ambijentalne turističke atrakcijske osnove Grada Zagreba
- usporediti iskorištenost parkova Londona; utvrditi čimbenike koji poticajno djeluju na generiranje prihoda, stvaranju ekonomskih koristi i razvoju održivog turizma
- na empirijskoj razini cilj rada bio je bolje razumijevanje potražnje što će rezultirati poboljšanjem ponude na način koji će se uskladiti sa specijalnim potrebama zaštićenih područja Grada Zagreba
- prikazati strukture posjetitelja zaštićenih područja Grada s aspekta stranih posjetitelja, domaćih posjetitelja i posjetitelja rekreativaca
- zadatak je ispitati da li strani posjetitelji u većoj mjeri koriste sadržaje i pogodnosti koje pruža park Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje
- zadatak je ispitati postoji li razlika u percepciji atraktivnosti sadržaja koje nudi park Maksimir između domaćih posjetitelja i stranih posjetitelja

- zadatak je ispitati proaktivnost stranih i domaćih posjetitelja u odnosu na ponuđene sadržaje u parku Maksimir
- anketnom metodom utvrditi turističku potrošnju
- utvrditi razlike u obilježjima rekreativaca u parku Maksimir s obzirom na rekreacijske aktivnosti u različitim meteorološkim prilikama. U obzir su uzeta sljedeća obilježja rekreativaca: sociodemografske karakteristike, obilježja rekreacijskih kretanja, motivacija rekreativaca, rekreacijske aktivnosti, potrošnja rekreativaca te zadovoljstvo postojećom rekreacijskom i ugostiteljskom infrastrukturom parka

U cilju održivog razvoja zaštićena područja Grada Zagreba trebala bi pridonositi rastu, privlačenju investicija, jačanju i oživljavanju gradskih zelenih površina te time stvaranju uvjeta za postizanje kvalitetne turističke ponude.

1.5. Hipoteze istraživanja

Parkovi osim što su od ekološke i rekreativne važnosti za stanovnike grada, čine ekonomski neiskorišteni potencijal koji može osigurati održive, dugoročne gospodarske aktivnosti pružajući zdravstveno ekonomske koristi lokalnoj zajednici. Slijedom navedenog, definirane su četiri hipoteze sa pothipotezama:

H1: Strani posjetitelji zadovoljniji su pogodnostima koje park Maksimir pruža u odnosu na domaće posjetitelje

H1.1: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom iznajmljivanja bicikala u odnosu na domaće posjetitelje

H1.2: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom restorana Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H1.3: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom ugostiteljskog objekta Vidikovac u odnosu na domaće posjetitelje

H1.4: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom ugostiteljskog objekta Švicarska kuća u odnosu na domaće posjetitelje

H1.5: Strani posjetitelji su zadovoljniji kulturnom ponudom Galerije u Haulikovom salonu u odnosu na domaće posjetitelje

H1.6: Strani posjetitelji su zadovoljniji uslugama infocentra u odnosu na domaće posjetitelje

H1.7: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom ostalih aktivnosti unutar parka Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H1.8: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom obrazovnih aktivnosti na području parka Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H1.9: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom informativnih materijala u odnosu na domaće posjetitelje

H1.10: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom animiranih sadržaja za djecu u odnosu na domaće posjetitelje

H2: Strani i domaći posjetitelji različito ocjenjuju atraktivnost sadržaja koje nudi park Maksimir

H2.1: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda iznajmljivanja bicikala, nego domaćim posjetiteljima

H2.2: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda restorana u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.3: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Vidikovac, nego domaćim posjetiteljima

H2.4: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta „Švicarska kuća“, nego domaćim posjetiteljima

H2.5: Stranim posjetiteljima je više atraktivna ponuda infocentra u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.6: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda ostalih aktivnosti unutar parka Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.7: Stranim posjetiteljima je više atraktivna ponuda obrazovnih aktivnosti, nego domaćim posjetiteljima

H2.8: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda informativnih materijala u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.9: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda animiranih sadržaja, nego domaćim posjetiteljima

H2.10: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna mogućnost vožnje čamcima na Trećem jezeru, nego domaćim posjetiteljima

H2.11: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna prirodna baština, nego domaćim posjetiteljima

H3: Strani posjetitelji pokazali su značajno veći interes za sportske, kulturne i ugostiteljske sadržaje u parku Maksimir od domaćih posjetitelja

H3.1: Strani posjetitelji više šecu u odnosu na domaće posjetitelje

H3.2: Strani posjetitelji više koriste ponudu nordijskog hodanja u odnosu na domaće posjetitelje

H3.3: Strani posjetitelji više koriste mogućnost promatranja ptica u odnosu na domaće posjetitelje

H3.4: Strani posjetitelji više koriste usluge vožnje čamcem po Trećem jezeru u odnosu na domaće posjetitelje

H3.5: Strani posjetitelji više posjećuju Galeriju u Haulikovom salonu u odnosu na domaće posjetitelje

H3.6: Strani posjetitelji više voze bicikl po parku Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H3.7: Strani posjetitelji više koriste usluge najma bicikala u odnosu na domaće posjetitelje

H3.8: Strani posjetitelji više koriste ugostiteljske usluge restorana u odnosu na domaće posjetitelje

H3.9: Strani posjetitelji više kupuju suvenire u odnosu na domaće posjetitelje

H3.10: Strani posjetitelji u većem broju posjećuju infocentar u odnosu na domaće posjetitelje

H3.11: Strani posjetitelji više koriste dječja igrališta u parku Maksimir u odnosu na domaće

Uzorak je slučajno odabran i čini ga po 115 ispitanika stranih turista i 115 domaćih posjetitelja, ukupno 230 ispitanika uzorkovanih na području parka Maksimir.

H4: Obilježja rekreativaca u parku Maksimir različita su u različitim meteorološkim prilikama

H4.1: Obilježja rekreativaca različita su u sunčanim danima u sva četiri godišnja doba

H4.2: Obilježja rekreativaca različita su u kišovitim danima u proljeće i jesen

H4.3: Obilježja rekreativaca različita su između sunčanog i kišovitog dana u proljeće i jesen

Uzorak čini ukupno 603 ispitanika uzorkovanih na više lokacija u parku Maksimir, s podjednakim poduzorcima u svih šest različitih neradnih dana u sva četiri godišnja doba u različitim meteorološkim prilikama tijekom 2013. i 2014. godine.

1.6. Metode znanstvenog istraživanja

Materijali i metode korišteni u istraživanju značajno se razlikuju ovisno o etapama istraživanja. U prvoj fazi istraživanja osnovni materijal istraživanja je teorijska, metodološka i empirijska literatura, pri čemu je naglasak na literaturi vezanoj uz održivi razvoj zaštićenih područja, upravljanje zaštićenim prirodnim područjima i upravljanje turizmom u zaštićenim područjima na primjerima dobre prakse.

Prva faza istraživanja uključuje empirijsku metodu koja je provedena uzastopnim terenskim istraživanjima parkova Londona. Komparativnom metodom izvršila se usporedba upravljanja londonskim i zagrebačkim parkovima. Naglasak je stavljen na razmatranju suvremenih obilježbi i analizi perspektive održivog razvoja: prednosti i mogućnosti glavnih sastavnica održivog razvoja londonskih parkova te turistička ponuda i valorizacija prostora u smislu postizanja ekonomskih koristi.

Druga faza istraživanja provodila se na području Grada Zagreba i parka Maksimir, a uključivala je usporedbu i obradu dostupnih istraživanja o stavovima i potrošnji stranih posjetitelja Zagreba, provelo se terensko istraživanje s neposrednim anketiranjem stranih posjetitelja, domaćih posjetitelja i posjetitelja rekreativaca kako bi se utvrdile postojeće

aktivnosti, zadovoljstvo ponudom i spremnost posjetitelja na potrošnju prilikom posjete parku Maksimir.

Ocijenjeno je da je primjerena metoda za prikupljanje podataka potrebnih za ovo istraživanje metoda ispitivanja s anketnim upitnikom. Prednost te metode pred dugima je brzina prikupljanja podataka i razmjerno niski troškovi. S obzirom na način ispitivanja, odabrano je osobno ispitivanje. Primarno istraživanje prostorno je ograničeno na prostor parka Maksimir i vremenski razgraničeno na period 2014. / 2015. godine.

Za potrebe istraživanja izrađena su tri anketna upitnika: za domaće posjetitelje parka Maksimir, za strane posjetitelje i za rekreativce. Cilj istraživanja je identificiranje stavova i mišljenja ispitanika o kvaliteti ponude parka Maksimir koja se trenutno nudi, te utvrditi razlike u nekim obilježjima rekreativaca s obzirom na rekreacijske aktivnosti u različitim meteorološkim prilikama. Kroz sva tri upitnika istražuju se i socio - demografske varijable s ciljem utvrđivanja profila posjetitelja.

Mjerni instrumenti istraživanja analize i unapređenja turističke ponude Parka Maksimir su strukturirani upitnici za domaće i strane posjetitelje.

Anketni upitnik za domaće posjetitelje se sastoji od dvije cjeline i 14 pitanja. Istraživanje je provedeno na 115 ispitanika. Prvi dio upitnika obuhvaćao je standardne socio - demografske varijable (spol, dob), drugi dio, zadovoljstvo ponuđenim odrednicama kvalitete usluge ili sadržaja mjerilo se pitanjima zatvorenog tipa u formi trostupanjske ljestvice (nizak – srednji – visok) i petstupanjske Likertove ljestvice, gdje 1 znači: „najnižu ocjenu“, a 5 znači „najvišu ocjenu“. Otvorena pitanja odnosila su se na učestalost dolaska u park, osobno mišljenje o tome što može poboljšati turističku ponudu parka, iznos novaca koliko su spremni potrošiti prilikom trenutne posjete parku, te koliko vremenski dugo planiraju svoj ostanak u parku. Istraživanje je provedeno na prostoru parka Maksimir u danima vikenda tijekom svibnja, lipnja i srpnja 2015. godine.

Istraživanje stranih posjetitelja parka Maksimir provedeno je u danima vikenda tijekom svibnja, lipnja i srpnja 2015. godine i obuhvaća 115 anketiranih turista – stranih posjetitelja parka Maksimir. Anketni upitnik za strane posjetitelje sastojao se od tri cjeline i 14 pitanja. Prvi dio upitnika obuhvaćao je standardne socio - demografske varijable (zemlju porijekla, spol, dob, razinu obrazovanja).

Drugi dio, odnosi se na broj noćenja u Zagrebu, način dolaska, smještaja, prosječnu dnevnu potrošnju u Zagrebu po osobi i iznos mjesečnih primanja kućanstva. Treći dio odnosi se na zadovoljstvo ponuđenim odrednicama kvalitete usluge ili sadržaja, mjeri se pitanjima zatvorenog tipa u formi petstupanjske Likertove ljestvice gdje 1 znači: „najnižu ocjenu“, a 5

znači „najvišu ocjenu“ i formi trostupanjske ljestvice (nizak – srednji – visok). Otvoreno pitanje odnosilo se na zemlju dolaska.

Dobiveni podaci su obrađeni statističkim testovima u programima MS Excel 2007 i IBM SPSS v21 (*Statistical Package for Social Sciences*). Napravljena je kvantitativna analiza podataka uz primjenu različitih statističkih testova. Intervalni i ordinalni podaci prikazani su uz pomoć aritmetičke sredine i standardne devijacije, a nominalni podaci uz pomoć frekvencijske tablice.

Razlike između domaćih i stranih posjetitelja (u mjeri kojoj koriste sadržaje i pogodnosti, u percepciji aktivnosti sadržaja i u proaktivnosti pri odabiru sadržaja u parku Maksimir) su analizirani uz pomoć Pearsonovog Hi kvadrat testa. Za statističku značajnu vrijednost uzeta je $p < 0,05$.

Za potvrđivanje prve hipoteze: Strani posjetitelji zadovoljniji su pogodnostima koje park Maksimir pruža u odnosu na domaće posjetitelje, na 230 ispitanika (115 domaćih i 115 stranih) odrađen je Pearsonov Hi kvadrat test za sve sljedeće varijable: bodujte kvalitetu turističke aktivnosti i infrastrukture koju ste koristili: animirani sadržaji za djecu, markirane staze, ugostiteljski objekt Švicarska kuća, infocentar, ostale aktivnosti, ugostiteljski objekt Vidikovac, Galerija u Haulikovom salonu, restoran, info materijali, iznajmljivanje bicikala, obrazovne aktivnosti.

Za potvrđivanje druge hipoteze: Strani i domaći posjetitelji različito ocjenjuju atraktivnost sadržaja koje nudi park Maksimir, na 230 ispitanika (115 domaćih i 115 stranih) odrađen je Pearsonov Hi kvadrat test za sljedeće varijable: koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka - iznajmljivanje bicikala, ugostiteljski objekt Vidikovac, ugostiteljski objekt Švicarska kuća, Galerija u Haulikovom salonu, infocentar, obrazovne aktivnosti, markirane staze, animirani sadržaji, čamci na 3 jezeru, netaknuta priroda, mogućnost različitih aktivnosti.

Za potvrđivanje treće hipoteze: Strani posjetitelji pokazali su značajno veći interes za sportske, kulturne i ugostiteljske sadržaje u parku Maksimir od domaćih posjetitelja na 230 (115 domaćih i 115 stranih) ispitanika odrađen je Pearsonov Hi kvadrat test za sljedeće varijable: kojim ste se aktivnostima bavili na odmoru i koje bi vam bile zanimljive drugi put-treking/nordijsko hodanje; promatranje ptica; posjet galeriji; vožnja biciklom; najam bicikla; restoran; kupnja suvenira; posjet infocentru; dječja igrališta.

Za potvrđivanje četvrte hipoteze: Obilježja rekreativaca u parku Maksimir različita su u različitim meteorološkim prilikama, istraživanje rekreativaca vršilo se u parku Maksimir anketiranjem posjetitelja rekreativaca metodom prigodnog uzorkovanja na različitim lokacijama u parku Maksimir. Ukupan broj ispitanika je 603, s jednakim poduzorcima u šest različitih dana u četiri godišnja doba u različitim meteorološkim prilikama s obzirom na temperaturu zraka i padaline tijekom 2013. i 2014. godine. Sunčani dani (proljeće: 6.4.2014., ljeto: 5.7.2014., jesen: 12.10.2013., zima: 11.1.2014., kišoviti dani: proljeće: 11.5.2013., jesen: 24.11.2013).

Razlike između posjetitelja rekreativaca utvrđene su uspoređujući: sunčane dane u četiri godišnja doba, kišovite dane u proljeće i jesen, sunčani i kišoviti dan u proljeće i jesen. U uzorak su ušli rekreativci koji žive u Zagrebu i okolici. Statistička analiza podataka provedena je u SPSS-u programu, korišteni su sljedeći statistički testovi: analiza varijance (ANOVA), Pearsonov Hi-kvadrat test i t-test.

Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike između ispitanika s obzirom na mjesto stanovanja, s obzirom na njihovu procjenu utječu li meteorološke prilike na njihovu rekreacijsku aktivnost u parku Maksimiru. Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike i između ispitanika s obzirom na društvo u kojemu se rekreiraju za vrijeme sunčanih i kišovitih dana u proljeće i jesen i utvrđene su statistički značajne razlike i između ispitanika s obzirom na njihovu procjenu utječu li meteorološke prilike na njihovu rekreaciju.

Kako bi ispitanici u različita godišnja doba procijenili koja im je temperatura zraka optimalna za rekreaciju, vrijednosti temperature zraka raspoređene su u sljedeće razrede: 1. $< 5^{\circ}\text{C}$, 2. $5\text{--}15^{\circ}\text{C}$, 3. $15\text{--}25^{\circ}\text{C}$, 4. $> 25^{\circ}\text{C}$. Statistički značajne razlike u procjenama ispitanika utvrđene su jednosmjernom analizom varijance. Glavni motivacijski faktori za rekreaciju u Maksimiru koje su ispitanici navodili klasificirani su u dvije osnovne skupine: prirodne pogodnosti, rekreacijska infrastruktura (uređene staze, dječja igrališta, ugostiteljska ponuda). Pri tome su ispitanici mogli izabrati maksimalno tri ponuđena motivacijska faktora. Svaki odabrani motivacijski faktor imao je vrijednost 1, te je dobiven kumulativ za skupinu prirodnih pogodnosti i skupinu rekreacijske infrastrukture.

Radi utvrđivanja razlika između rekreativaca kod aktivne, odnosno pasivne rekreacije u različitim godišnjim dobima, rekreacijske aktivnosti tijekom anketiranja podijeljene su u dvije skupine. U skupinu aktivnih oblika rekreacije klasificirani su: trčanje, vožnja biciklom, borilački sportovi, igre s loptom, nordijsko hodanje, vježbanje te badminton, dok su u skupinu pasivnih oblika rekreacije svrstani: šetanje, razgledavanje, fotografiranje, odmaranje, igra s djecom te šetnja sa psom. Svaka rekreacijska aktivnost imala je vrijednost 1, te je dobiven

kumulativ za skupinu aktivnih i pasivnih rekreacijskih aktivnosti. Jednosmjernom analizom varijance utvrdile su se statistički značajne razlike među ispitanicima u četiri sunčana dana u različitim godišnjim dobima s obzirom na zastupljenost aktivne rekreacije u rekreacijskim aktivnostima. Zadovoljstvo rekreativaca ugostiteljskom ponudom u Maksimiru ispitano je pomoću Likertove ljestvice na kojoj je ocjena 1 označavala najniži stupanj zadovoljstva, a ocjena 5 najviši. Statistički značajne razlike u procjeni zadovoljstva ispitanika ugostiteljskom ponudom parka utvrđene su jednosmjernom analizom varijance.

Statistički značajne razlike u procjeni ispitanika o optimalnoj temperaturi zraka za rekreaciju utvrđene su t-testom. Kako bi se utvrdile razlike između ispitanika koji se u Maksimiru rekreiraju za vrijeme kišovitog proljetnog i jesenskog dana, učestalost njihovih posjeta parku kategorizirana je u sljedeće razrede: 1. svaki dan, 2. dva do tri puta tjedno, 3. jednom tjedno, 4. jednom mjesečno, 5. nekoliko puta godišnje, 6. jedanput godišnje. Statistički značajne razlike u frekvenciji dolazaka ispitanika utvrđene su t-testom. Hi-kvadrat testom identificirane su statistički značajne razlike između ispitanika s obzirom na stručnu spremu. Istom statističkom metodom utvrđene su i značajne razlike između zadovoljstva ugostiteljskom ponudom ispitanika. T-testom su identificirane statistički značajne razlike među ispitanicima s obzirom na zastupljenost aktivne rekreacije u rekreacijskim aktivnostima za vrijeme sunčanih i kišovitih dana u proljeće i jesen.

Anketna istraživanja provedena su s ciljem utvrđivanja broja posjetitelja koji gravitiraju parkovima u različitim vremenskim uvjetima, te utvrđivanje obilježja posjetitelja kao potrošača te procijene zadovoljstva ponudom.

1.7. Očekivani znanstveni doprinos

Očekivani znanstveni doprinos doktorskog rada može se promatrati u teorijskom i aplikativnom smislu. Teorijski doprinos ogleda se u sistematskom pregledu i preispitivanju teorijskih saznanja i empirijskih istraživanja održivog razvoja turizma na zaštićenim gradskim površinama, te konstrukciji konceptualnog okvira za promatranje razvoja turizma u gradskim parkovima.

Aplikativni doprinos ogleda se u razvoju znanstvenih saznanja po pitanju problematike ekonomski neiskorištenih potencijala koji mogu osigurati održive, dugoročne gospodarske aktivnosti, spuštanju fokusa s globalne razine i najboljih primjera iz Europe na lokalnu razinu; kroz provedbu samog primarnog istraživanja u Gradu Zagrebu na području parka Maksimir na reprezentativnom uzorku te formuliranju smjernica suvremenom upravljanju zaštićenim površinama. Pored osnovnih turističkih usluga (ugostiteljstva) potrebno je razvijati i ostale usluge iz dijela zabave, sporta, rekreacije, avanture koje će po raznovrsnosti, kvaliteti i drugim pozitivnim karakteristikama biti prilagođene zahtjevima turističke potražnje, te time omogućiti stvaranje dodatnih prihoda.

Ograničenja doktorskog rada ogledaju se u oskudnoj literaturi za navedenu problematiku i prostornom ograničenju prikupljanja primarnih podataka. U doktorskome radu, istraživanja domaćih posjetitelja, stranih posjetitelja i posjetitelja rekreativaca prostorno je ograničeno na park Maksimir. Istraživanje povezanosti meteoroloških prilika i rekreacije na ambijentalnim površinama Grada ujedno je i prvo takvo istraživanje provedeno na području parka Maksimir, ali i šire. Za očekivati je da će ovo istraživanje ponuditi ideje i relevantne informacije za daljnja srodna istraživanja te da će imati veće značenje u praktičnoj primjeni. Predlažu se kontinuirana istraživanja kroz duži vremenski period koja bi obuhvaćala istraživanja turističke potražnje u zaštićenim područjima, pri čemu će se analizirati profil posjetitelja, njihova motivacija za dolazak, zadovoljstvo ponudom i potrošnja u zaštićenim područjima. Potrebno je provesti sustavna i kontinuirana istraživanja zapostavljenih problema kao i istraživanja koja su od posebnog interesa za podizanje kvalitete turizma u zaštićenim područjima grada u svim parkovima Grada Zagreba istovremeno kako bi se na taj način dobila potpuna slika o posjećenosti i značaju ambijentalnih površina.

1.8. Kompozicija rada

Osim uvoda i zaključka, rad sadrži šest poglavlja. Prvo poglavlje objedinjuje relevantnu teorijsku osnovu, koja predstavlja okvir za istraživanje (obrazlaže se tema, daje se pregled dosadašnjih istraživanja, definira se problem istraživanja, postavljeni su ciljevi i hipoteze, te se analiziraju metode znanstvenog istraživanja). U drugom poglavlju sagledava se ekonomski aspekt upravljanja ambijentalnim područjima grada, treće poglavlje analitički

obrađuje park Maksimir, kao turistički najatraktivniji ambijentalni resurs Grada Zagreba. U četvrtom dijelu analizira se model upravljanja londonskim parkovima, te obilježja turističke ponude i potražnje u londonskim parkovima. U petom dijelu sagledava se ekološki aspekt održivosti ambijentalnog turizma, a u šestom se daje prijedlog održivog korištenja gradskih parkova u funkciji razvoja turističke ponude.

Teorijski okvir drugog poglavlja sadrži pet potpoglavlja u kojima su analizirana znanstvena i stručna stajališta o upravljanju zaštićenim površinama u Svijetu i Europi te je analiziran koncept upravljanja i institucionalni okvir zaštićenih površina u Republici Hrvatskoj i Gradu Zagrebu. Temeljem distribucije zaštićenih površina prema kategorijama zaštite analizirani su privlačni faktori ambijentalnog turizma Grada Zagreba kroz parkove Lenucijeve (Zelene potkove), izvršen je pregled razvojnih turističkih zona Grada Zagreba i analizirana je turistička posjećenost.

Treće poglavlje pod nazivom: Ekonomski aspekti upravljanja ambijentalnim prostorima Grada Zagreba sadrži šest potpoglavlja u kojima se sagledavaju ekonomski aspekti upravljanja ambijentalnim prostorima Grada Zagreba, ekonomske koristi od zaštićenih površina i financijska sredstva koja se izdvajaju za zaštitu prirode, cilj razvoja ambijentalnog turizma i financijska održivost. Turistička valorizacija prirodnih vrijednosti u funkciji ekonomskog razvoja sagledava se kroz omjer posjećenosti parka Maksimir i Zoološkog vrta u odnosu na posjećenost Grada Zagreba. Pozicioniranost zaštićenih površina u sustavu financiranja analizira se kroz pokazatelje poslovanja Javne ustanove – Maksimir, alimentacije iz budžeta i rashode poslovanja. Dani su prijedlozi i mjere za mogućnost ostvarenja većih prihoda.

Četvrto poglavlje pod nazivom: Turizam kao čimbenik utjecaja na održivost sadrži dva potpoglavlja u kojima se na primjeru parka Maksimir sagledava turizam kao čimbenik utjecaja na održivost kroz sistematizaciju turističke resursne osnove i indikatore posjećenosti. Obilježja turističke potražnje i vrednovanje turističke ponude u Parku Maksimir analizira se kroz rezultate istraživanja o potrebama, očekivanjima i zadovoljstvu stranih posjetitelja Parka, a procjena aktivnosti posjetitelja, vrednovanje ponude i obilježja potražnje analizira se kroz rezultate istraživanja o potrebama, očekivanjima i zadovoljstvu domaćih posjetitelja.

Peto poglavlje pod nazivom: Usporedba održivosti parkovnih površina Londona i Zagreba daje pregled zaštićenih površina Londona, njihove karakteristike turizma u kraljevskim parkovima Londona te daje pregled atrakcija. Analizom dostupnih izvještaja (Royal Park agencije i Ipsos MORI) sagledala se turistička valorizacija Hyde parka u Londonu, daje se pregled najčešćih aktivnosti i obilježja turističke potražnje, posjećenost i

zadovoljstvo posjetitelja ponudom suprastrukture i infrastrukturom, potrošnja i načini korištenja parkova. Sustav upravljanja atrakcijama Hyde parka analizira se temeljem strateških dokumenata i korporativnih ciljeva. Kroz financijske izvještaje daje se uvid u prihode i rashode londonskih parkova. S obzirom na to da se londonski parkovi većinom financiraju subvencijama iz državnog proračuna koje su podložne smanjivanju, analizira se način i mogućnost ostvarivanja prihoda pomoću zaklada, dotacija i generiranja vlastitih prihoda od organiziranja događanja, najma imovine i ugostiteljskih usluga.

Šesto poglavlje pod nazivom: Ekološki aspekti održivosti ambijentalnog turizma sastoji se od četiri potpoglavlja. Kroz valorizaciju i klasifikaciju ambijentalno atrakcijske osnove dani su primjeri valorizacije londonskih parkova te mogućnosti uvođenja i osmišljavanja novih sadržaja ili stavljanja u funkciju postojećih neiskorištenih sadržaja. Analizira se značaj čimbenika turističkog prihvatnog kapaciteta za ambijentalni turizam i komunikacijski faktori ponude kroz analizu prometne dostupnosti i povezanosti. Vrednovanjem ambijentalnih prostora i njihove dobrobiti za zdravlje ljudi analiziraju se koristi održivog i funkcionalnog zelenog prostora te doprinos koji ima na psihofizičko zdravlje čovjeka. Istraživanjem povezanosti meteoroloških prilika i rekreacije u velikim parkovnim površinama analizirale su se sociodemografske karakteristike, obilježja rekreacijskih kretanja, motivacija, rekreacijske aktivnosti u Maksimiru, spremnost rekreativaca na potrošnju i zadovoljstvo postojećom rekreacijskom ponudom u različitim meteorološkim uvjetima.

Posljednje, sedmo poglavlje pod nazivom: Prijedlog održivog korištenja gradskih parkova u funkciji razvoja zagrebačke turističke ponude sastoji se od pet potpoglavlja. SWOT analizom ambijentalnih područja Grada Zagreba identificiraju se glavne snage i slabosti rangirane prema njihovoj važnosti te se identificiraju prilike i prijetnje prema vjerojatnosti njihova nastupanja. Temeljem SWOT analize postavljeni su prostorno ambijentalni ciljevi koji čine temelj strateškim razvojnim ciljevima ambijentalnog turizma za efikasno i efektivno upravljanje. U usporedbi s razvijenijim europskim okruženjem, Grad Zagreb ima veliku raznolikost i visoko očuvane prirodne vrijednosti.

U zaključku se formuliraju te prezentiraju najvažniji rezultati znanstvenog istraživanja kojima se potvrđuju postavljene hipoteze. Iznose se zaključci na osnovu rezultata istraživanja, sagledavaju se novi aspekti koji se otvaraju na temelju provedenih istraživanja i dobivenih zaključaka. Navode se ograničenja istraživanja i predlažu se smjernice za buduća istraživanja.

2. TEORIJSKO METODOLOŠKE ANALIZE UPRAVLJANJA ZAŠTIĆENIM POVRŠINAMA U SVIJETU KAO OSNOVA ZA RAZVOJ AMBIJENTALNOG TURIZMA

Organizirana zaštita prirode od svojih početaka do danas prolazila je kroz tri razdoblja razvoja: početno razdoblje zaštićuje dijelove prirode izvanredne ljepote i vrijednosti, posebice šumske predjele.

Drugo razdoblje počinje sredinom 19. st. kada se zaštita počela temeljiti na zakonima te s osnivanjem prvih nacionalnih parkova (Yellowstone, 1872) i treće razdoblje kada se zaštita usredotočuje na cjelokupan sustav sastavnica prirode: vrste, ekosustave, krajobraze i prirodna dobra.

Primjer Yellowstona kao nosioca organizirane zaštite s edukativno - znanstvenim karakterom slijedile su i druge zemlje: Australija, Kanada i Novi Zeland (Kosović, 2006). Upravljanje američkim nacionalnim parkovima dijeli nacionalne parkove na tri modela; dva temeljna (američki i europski) i kombinirani model (Vidaković, 2003):

- američki model nacionalnog parka – bez većih gospodarskih zahvata, služi za turističko posjećivanje i uživanje u prirodnim ljepotama;
- europski model nacionalnog parka - strogo zabranjen čovjekov utjecaj na prirodu;
- kombinirani model nacionalnih parkova

Obilježje američkog modela je tzv. National Park Service (NPS) kojom u SAD-u upravlja direktor na nacionalnoj razini, a organizacija se sastoji od uprave, regionalnih ureda i pomoćnih jedinica. Uprava National Park Service osigurava smjernice i zakonodavstvo, definira politiku upravljanja, raspoređuje budžet, definira ciljeve i smjernice, regionalni uredi upravljaju zaštićenim područjima, a parkovi su upravljačka tijela.

Američki model ustrojen je 1916. godine, organizira rad 397 zaštićenih područja u koje su uključeni nacionalni parkovi, spomenici, vojni i povijesni parkovi te Bijela Kuća. Godišnje ih posjeti oko 281 milijun posjetitelja; National park Service raspolaže s budžetom od 3,16 milijuna američkih dolara te ima više od 630 različitih koncesionara u 128 različitih jedinica kojima je ustupljena djelatnost transporta, ugostiteljstva, trgovina i ostalih usluga (Ružić, 2012).

Centralizacijom upravljanja, racionalizacijom troškova američki stil upravljanja ekonomske interese stavlja za primarne ciljeve, za razliku od ostalih zaštićenih područja kojima je jedan od, ali gotovo najveći problem koji se javlja u sektoru zaštite prirode

financijska, odnosno ekonomska neodrživost, jer su sredstva koja se izdvajaju iz proračuna za zaštićena područja, nedostatna za razvoj kvalitetnog upravljanja.

S podizanjem ekološke svijesti u međunarodnoj politici, gospodarstvu i civilnom sektoru dolazi do razvoja ekologije i do osnivanja drugih zaštićenih područja diljem Svijeta. Države uviđaju da je priroda, pogotovo očuvana priroda važan element za društveni i ekonomski razvoj, odnosno da su zaštićena područja ključan faktor u očuvanju ekoloških sustava i biološke raznolikosti koji u svojem osnovnom postulatu, očuvanja, postaju generator održivog razvoja. Nacionalne mreže zaštićenih područja razlikuju se između sebe ovisno o nacionalnim prioritetima, politici i financijskoj potpori koja se izdvaja za sektor zaštite prirode. Zaštićeni prostori bez obzira na stupanj zaštite, postala su nezaobilazna odredišta turista, čemu svjedoče trendovi koji pokazuju da dio slobodnog vremena turisti žele provoditi u prostorima očuvane prirode i očuvane kulturne baštine.

Kako bi se zaštićena područja mogla uspoređivati i analizirati na globalnoj razini, pokazala se potreba za standardizacijom kategorija zaštite. Međunarodna organizacija za zaštitu prirode 1933. godine donijela je kriterije za klasifikaciju i selekciju zaštićenih područja (Martinić, 2010).

Međunarodna unija za očuvanje prirode 2008. godine na svjetskom kongresu očuvanja prirode u Barceloni prihvatila je definicije kategorija zaštićenih područja koje se temelje na ciljevima upravljanja (tab. 1).

IUCN³ kategoriju ima 67% područja i ona prekrivaju 81% površine svih zaštićenih područja, ostatku područja iz bilo kojeg razloga IUCN kategorija nije određena, a najveći dio površine zaštićen je II i VI. kategorijom zaštite, odnosno čine ju nacionalni parkovi i zaštićena područja s održivim korištenjem prirodnih resursa (UNEP, 2014).

³ IUCN - svjetska udruga za zaštitu prirode, osnovana 1948. godine s ciljem ujednačavanja propisa o zaštiti prirode i osiguranja funkcioniranja turizma kao promotora očuvanja okoliša u zaštićenim prirodnim područjima.

Tablica 1: Kategorije zaštićenih površina

KATEGORIJA	NAZIV KATEGORIJE	DEFINICIJA
Ia	Strogi rezervat prirode	obuhvaća strogo zaštićena područja izdvojena zbog zaštite biološke raznolikosti, i/ili geoloških i geomorfoloških vrijednosti, gdje su posjećivanje, korištenje prostora i drugi utjecaji na prostor strogo kontrolirani i ograničeni. Ova područja mogu služiti kao nezamjenjiva referentna područja za znanstvena istraživanja i monitoring
Ib	Područje divljine	obuhvaća velika neizmijenjena ili vrlo malo izmijenjena područja očuvane prirode, bez značajnijih i stalnih ljudskih naselja, koja su zaštićena i kojima se upravlja tako da se u potpunosti očuva njihovo izvorno stanje
II	Nacionalni park	predstavlja velika prirodna ili gotovo prirodna područja izdvojena sa svrhom zaštite cjelokupnih ekosustava, procesa koji se u njima odvijaju i vrsta koje oni podupiru, tako da ona istovremeno pružaju osnovu za okolišno i kulturalno prihvatljive duhovne, znanstvene, edukacijske, rekreativne i posjetiteljske aktivnosti
III	Prirodni spomenik ili obilježje	štiti određenu prirodnu vrijednost, koja može biti reljefni oblik, morska hrid ili špilja, geološka osobitost poput speleološkog objekta ili živa pojava poput primjerice stabla visoke starosti. Ova su područja površinom najčešće mala, no mogu imati velik značaj za posjećivanje
IV	Područje upravljanja staništem ili vrstom	namijenjeno je zaštititi točno određene vrste ili staništa, i upravljanje njime je usmjereno prema tom cilju. Područja zaštićena u ovoj kategoriji često, iako ne nužno, zahtijevaju provođenje redovitih aktivnih upravljačkih aktivnosti usmjerenih očuvanju vrste ili održavanju staništa
V	Zaštićeni kopneni/ morski krajobraz	obuhvaća ona područja gdje je dugotrajna interakcija čovjeka i prirode proizvela osebujne ekološke, biološke, kulturne i estetske vrijednosti, i gdje je održavanje tog odnosa nužno da bi se ove vrijednosti sačuvala
VI	Zaštićeno područje s održivim korištenjem prirodnih resursa	namijenjeno je očuvanju ekosustava i staništa, a usporedno s tim i pratećih kulturnih vrijednosti i tradicionalnih načina upravljanja prirodnim resursima. Ta su područja površinom uglavnom velika, njihov veći dio nalazi se u prirodnom stanju, dok se dio koristi na održiv način. Ekstenzivno i ne-industrijalizirano korištenje prirodnih resursa odvija se u skladu s prioritetom zaštite prirode tog područja

Izvor: Dudley, 2008.

Stolton i Dudley, 2012. godine u revidiranoj verziji definicija zaštićenih područja, kategorije upravljanja i vrste uprave prema IUCN - u navode da sva zaštićena područja trebaju doprinositi regionalnim strategijama očuvanja, održavati raznolikost krajobraza, biti usmjerena prema trajnom održavanju vrijednosti koje su im pripisane, voditi se temeljem plana upravljanja, plana praćenja i ocjenjivanja, te posjedovati jasan i pravičan sustav uprave.

Kao glavni ciljevi upravljanja i zaštite zaštićenih područja navode se (IUCN, 1994):

- provođenje znanstvenih istraživanja
- zaštita divljine
- očuvanje vrsta i bioraznolikosti
- održavanje usluga ekosustava

- zaštita značajnih krajobraznih, prirodnih i kulturnih značajki, geomorfologije i geologije
- turizam i pružanje rekreacijskih usluga
- edukacija i pružanje dobrobiti stanovnicima i lokalnim zajednicama
- održivo korištenje resursa
- održanje kulturnih i tradicionalnih obilježja
- primjena prilagodljivih strategija upravljanja u svrhu povećanja učinkovitosti i kvalitete upravljanja (Kosović, 2006)

Prema posljednjem izdanju liste zaštićenih područja UN iz 2003. u Svijetu je zaštićeno 102.102 područja koja prekrivaju 18.763.407 km² što iznosi 11,5 % kopnene površine i 0,5% morske površine (tab. 2) (www.dzzp.hr).

Tablica 2: Prostorna rasprostranjenost prema kategorijama zaštite

Kategorija	Broj	% od ukupnog broja ZP	Površina (km ²)	% od ukupne površine ZP
Ia	4.731	4,6	1.033.888	5,5
Ib	1.302	1,3	1.015.512	5,4
II	3.881	3,8	4.413.142	23,6
III	19.833	19,4	275.432	1,5
IV	27.641	27,1	3.022.515	16,1
V	6.555	6,4	1.056.008	5,6
VI	4.123	4,0	4.377.091	23,3
bez kategorije/spomenik parkovne arhitekture	34.036	33,4	3.569.820	19,0
Ukupno	102.102	100,0	18.763.407	100,0

Izvor: prema UN Listi zaštićenih površina, UNEP/WCMC (2004.)

Prirodni resursi, posebice prirodne atrakcije i atraktivnosti čine jedan od osnovnih motiva turističkih putovanja i primarni element turističke ponude koji govori o njihovoj turističkoj valorizaciji (Geić, 2011). Održivi turizam, Svjetska turistička organizacija (UNWTO)⁴, definira kao turizam koji zadovoljava potrebe turista i receptivnih regija u sadašnjosti, pri čemu se čuvaju i unapređuju mogućnosti za budućnost, pritom navodeći tri dimenzije održivosti kao gospodarskog i turističkog razvoja: ekonomsku, ekološku i društvenu održivost. Držeći u skladu sve tri dimenzije na način da se čuvaju, vrednuju i valoriziraju prirodni i kulturni resursi na održiv način, poštuju interesi i mišljenja lokalnog stanovništva, prate i uvažavaju interesi turista te ostvaruju ekonomske koristi - turizam se

⁴ UNWTO - United Nation World Tourism Organization- svjetska turistička organizacija, podorganizacija je Ujedinjenih naroda s ciljem praćenja, reguliranja i razvijanja turizma u svijetu.

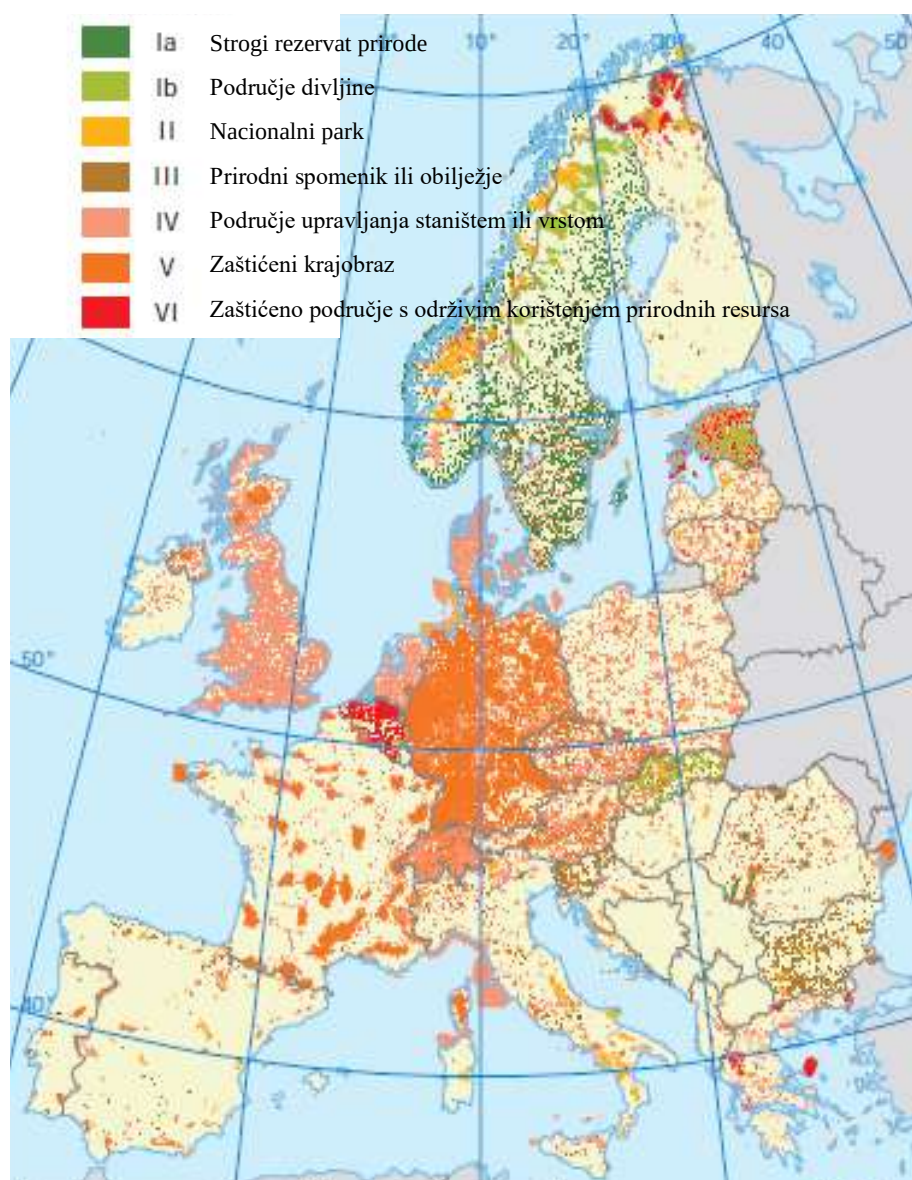
može smatrati održivim. Za postizanje održivog razvoja postoji dvanaest općeprihvaćenih ciljeva razvoja održivog turizma: ekonomska održivost, boljitak regije, kvaliteta zaposlenja, ispunjenje očekivanja posjetitelja, društvena pravednost, kontrola na lokalnoj razini, dobrobit zajednice, bogatstvo kulture, fizička integriranost, biološka raznolikost, efikasno korištenje resursa, čistoća okoliša.⁵ U mnogim slučajevima diljem Svijeta u zaštićenim područjima vidljivo je da privatni sektor čini pokretačku snagu razvoja turizma u parkovima. Oni svojim uslugama privlače turiste, osiguravaju osnovne potrebe i pružaju usluge turizma.

2.1. Poimanje znanstvenog okvira razvojnih resursa i upravljanja zaštićenim površinama Europe

Iako se u Europi prvi nacionalni parkovi osnivaju početkom 20. st, tek početkom 60. - tih godina prošlog stoljeća osnivanje nacionalnih parkova postaje karakterističan oblik zaštite prirode samo za razvijene izvan europske zemlje. Zakonska regulativa u Europi pokreće se donošenjem prvog zakona o zaštiti spomenika prirode u Francuskoj 1887. Deklaracija o uređenju prirode, donesena u Strassbourgu, 1970. godine precizirala je da je priroda izvor dobra i potrebitih uvjeta za materijalni napredak čovjeka, za njegovo fizičko i mentalno blagostanje, te duhovan život (Geić, 2011). Među instrumentima koji reguliraju zaštićena područja ističu se: Registar Svjetske baštine UNESCO, program Čovjek i biosfera, Ramsarska konvencija, Natura 2000 i značajna područja za ptice. U europskim državama postoji pet osnovnih tipova zaštićenih područja: prirodni rezervat, nacionalni parkovi, nacionalni spomenici prirode, područje zaštićenog životinjskog svijeta i parkovi prirode. Prema navedenoj kategorizaciji zaštićenih površina u Europi prema postotnom udjelu od 46,1% prevladavaju područja zaštićenog životinjskog svijeta i parkovi prirode (sl. 1) (UNEP, 2003).

⁵ WTO - Svjetska turistička organizacija-vodeća međunarodna organizacija za turizam i putovanja čija je osnovna uloga poticanje razvoja turizma u svijetu. Jedina je međuvladina organizacija koja služi kao globalni forum za turističku politiku i sva ostala pitanja povezana sa turizmom (Hendija, 2004).

Slika 1: Distribucija zaštićenih područja u Europi



Izvor: EEA, 2012.

Od ukupnog broja zaštićenih područja 65 % nalazi se u Europi. Najviše područja s nižom kategorijom zaštite nalazi se u Njemačkoj, Francuskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu.

Temeljne odrednice zaštite prirode svugdje su jednake, međutim institucionalna zaštita, ustrojstvo i modeli upravljanja različiti su (primjer Litva gdje se o zaštiti prirode odlučuje na regionalnom nivou), u njemačkom i austrijskom pravu većina ustanova zaštite prirode nema status pravne osobe, osnova im je trajno obavljanje djelatnosti, a u spomenutim slučajevima osnivaju se točno za određenu djelatnost (zaštita prirode), neprofitne su, ali mogu stalno ili povremeno ostvarivati dobit (Bulat, 2012). U slovenskom nacionalnom parku Triglav (i jedinom) za razliku od ostalih nacionalnih parkova Svijeta, dozvoljene su djelatnosti kao što su lov, iskorištavanje prirodnih dobara, ne postoji sustav naplate ulaznica niti ostvarivanje

prihoda od određenih djelatnosti putem koncesija, što je neprimjereno većini nacionalnih parkova Svijeta.

2.2. Institucionalizacija i zakonsko reguliranje zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj

Proglašenjem nekog područja zaštićenim, država u cijelosti preuzima obveze u zaštiti, ali i u području očuvanja i poboljšanja socio - ekonomskog statusa lokalnog stanovništva kroz osiguranje proračunskih sredstava sve dok se na samom području ne razviju komplementarne djelatnosti koje će u budućnosti omogućiti daljnji održivi razvitak. Uz proračunska sredstva potrebno je definirati i nove izvore financiranja koje uključuju: međunarodne mehanizme, financiranje od strane drugih zemalja, državna sredstva podudarne namjene, sredstva iz privatnog ili donatorskog sektora, fiskalne poticaje i olakšice, druge mehanizme koji pružaju podršku zaštite prirode, ulaznice i druge prihode ostvarene na samim zaštićenim područjima (Martinić i sur., 2008). Koncept upravljanja zaštićenim područjima u Republici Hrvatskoj sadržan je u odredbama Zakona o zaštiti prirode koji uređuje glavninu pitanja vezanih uz proglašavanje i upravljanje zaštićenim područjima. Prema aktualnom Zakonu o zaštiti prirode (Narodne novine 80/13), u Hrvatskoj postoji devet kategorija prostorne zaštite koja u najvećoj mjeri odgovaraju jednoj od šest međunarodno priznatih IUCN-ovih kategorija zaštićenog područja, a razvrstavaju se u kategorije ovisno o razini zaštite, površini zaštićenog područja i načinu korištenja (Marković, 2015). Kategorije, broj i udio u cjelokupnoj površini Republike Hrvatske (tab. 3) su: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park - šuma te spomenik parkovne arhitekture. Zaštićena područja sukladno Zakonima o zaštiti prirode (Narodne novine 162/03, 80/05, 139/08, 80/13) razvrstana su na područja lokalnog, državnog i međunarodnog značaja. Ukupna površina svih zaštićenih područja iznosi 7.555,51 km². Javne ustanove nacionalnih parkova i parkova prirode osnivaju se Uredbom Vlade Republike Hrvatske, dok ostala zaštićena područja osnivaju jedinice područne (regionalne) samouprave ili Grada Zagreba. Trenutno u Republici Hrvatskoj djeluje devetnaest javnih ustanova na državnoj, dvadeset i

jedna na županijskoj i sedam na lokalnoj razini od kojih se samo jedna (NP Plitvička jezera) u potpunosti samofinancira (Šutić, Ružić, 2013).⁶

Tablica 3: Zaštićena područja Republike Hrvatske

KATEGORIJA	BROJ			površina (km ²)	% površine RH
	ZP	PZP	UZP		
Strogi rezervat	2		2	24,25	0,03
Nacionalni park	8		8	966,66	1,10
Posebni rezervat	77		77	398,42	0,45
Park prirode	11		11	4.021,69	4,56
Regionalni park	2		2	1.020,12	1,16
Spomenik prirode	84	1	85	2,10	0,002
Značajni krajobraz	85		85	1.083,40	1,23
Park-šuma	28		28	30,98	0,04
Spomenik parkovne arhitekture	121		121	7,89	0,01
Ukupno zaštićenih područja u RH	418	1	419	7.555,51	8,57

ZP - Broj zaštićenih područja, PZP - Broj preventivno zaštićenih područja, UZP - Ukupan broj zaštićenih područja

Izvor: Zupan, 2014.

Zaštićena područja danas obuhvaćaju 8,19% ukupne površine Republike Hrvatske, odnosno 11,61% kopnenog teritorija i 1,97% teritorijalnog mora. Najveći dio zaštićene površine su parkovi prirode (4,79% ukupnog državnog teritorija). Upravo zaštićene prirodne vrijednosti imaju veliko značenje u turističkoj, rekreativnoj i zdravstvenoj valorizaciji, jer se ona kao gospodarska i duhovna vrijednost oslanja i ostvaruje u prvom redu na primarnim vrijednostima prirodne sredine.

Zaštićena područja prirode čine okosnicu ukupne zaštite i očuvanja biološke i krajobrazne raznolikosti te su ključne točke ekološke mreže⁷. Proglašenje zaštite, upravljanje, gospodarenje i nadzor nad pojedinim kategorijama zaštite, kao i način ukidanja zaštite uređeno je Zakonom o zaštiti prirode (Narodne novine 80/13) (Agencija za zaštitu okoliša, 2012).

⁶ Poslovnim planom za 2015. godinu predviđjela se količinska realizacija 1.136.270 ulaznica i 244.000 noćenja. Iz predviđene realizacije proizlaze planirani prihodi poslovanja u iznosu od 238.452.870,00 kuna što predstavlja povećanje od 6,7 milijuna kuna ili 2,9% u odnosu na planirane vlastite prihode iz 2014.godine (Financijski plan NP Plitvička jezera za 2015. godinu).

⁷ Ekološka mreža je sustav međusobno povezanih ili prostorno bliskih ekološki značajnih područja, koja uravnoteženom biogeografskom raspoređenošću značajno pridonose očuvanju prirodne ravnoteže i biološke raznolikosti. Državni zavod za zaštitu prirode, 2015.

Tablica 4: Matrica ciljeva upravljanja i kategorije zaštićenih područja

Kategorija	Namjena i ciljevi upravljanja	IUCN kategorija	Razina upravljanja
Strogi rezervat	Znanstveno istraživanje, praćenje stanja prirode, obrazovanje	I	Županijska
Nacionalni park	Znanstvena, kulturna, odgojno-obrazovna i rekreativna namjena	II	Državna
Posebni rezervat	Zaštita biološke raznolikosti s naglaskom na određenu sastavnicu, znanstvena istraživanja, posjeta	I/IV	Županijska
Park prirode	Zaštita biološke i krajobrazne raznolikosti, odgojno-obrazovna, turističko-rekreacijska namjena	V/VI	državna
Regionalni park	Zaštita krajobrazne raznolikosti, održivi razvitak, turizam	V/VI	Županijska
Spomenik prirode	Zaštita prostorno ograničenog lokaliteta ili reprezentativnog primjerka, znanstvena, estetska ili odgojno-obrazovna namjena	III	Županijska
Značajni krajobraz	Zaštite krajobrazne i biološke raznolikosti, održivi razvitak, turizam, rekreacija	V	Županijska
Park-šuma	Turizam i rekreacija, zaštita krajobrazne vrijednosti	V	Županijska
Spomenik parkovne arhitekture	Zaštita prirodne i kulturne baštine i krajobrazne raznolikosti, turizam, rekreacija i edukacija	Nema odgovarajuće IUCN kategorije	Županijska

Izvor: Bulat, 2012.

Uspoređujući IUCN kategorizaciju zaštićenih područja s kategorizacijom prema Zakonu o zaštiti prirode u Republici Hrvatskoj (tab. 4), uočava se razlika u kategoriji spomenika parkovne arhitekture - koja nema odgovarajuću IUCN kategoriju. Neke od najvažnijih značajki pristupa upravljanju zaštićenim područjima su: zakonodavni okvir, državna obveza osiguranja upravne i stručne potpore u planiranju kroz stručne podloge, usmjeravajuću i kontrolnu ulogu nadležnih državnih i upravnih tijela te državnu odnosno gradsku obvezu uspostave i financiranja rada ustanova.

Osnovni cilj djelovanja javnih ustanova je upravljanje zaštićenim područjima u smislu zaštite, održavanja i promicanja te osiguranja odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih i kulturnih dobara. Svoje ciljeve ostvaruju kroz upravljačke planove, ili kroz Plan upravljanja. Plan upravljanja se u zakonodavstvu prvi puta pojavljuje 2003. godine. Njime se definira vizija, koja predstavlja temeljni okvir za donošenje odluka odnosno definira svrhu postojanja zaštićenog područja. Postavljaju se i temeljni ciljevi za dugoročno održivo upravljanje svim aspektima djelovanja u koje se ubraja i održivi turizam. Sezonalnost turizma

u Hrvatskoj se općenito smatra visokom i njezino smanjenje gotovo se uvijek spominje kao strateški cilj hrvatskog turizma (Kožić, 2013). Jedno od rješenja problema sezonalnosti koje se vidi u kratkoj turističkoj sezoni, može se riješiti kroz brojnost zaštićenih područja koje mogu ponuditi sadržaje tijekom cijele godine uz razumijevanje potreba, osiguranja preduvjeta za profitabilno poslovanje, investiranja u obrazovanje, uvažavajući uvjete zaštite kulturnog i prirodnog bogatstva te poštovanja kulturnih različitosti. Pokazatelj direktne valorizacije je prihod od ulaznica ili aspekti potrošnje ugostiteljsko - turističkih i pratećih usluga, a indirektna korist vidi se u konverzijskim i multiplikativnim funkcijama turističke valorizacije lokaliteta, posebice kroz marketinško brendiranje šire kontaktne zone zaštićenih predjela. Većina zaštićenih područja ne naplaćuje ili naplaćuje minimalan iznos cijene ulaza u zaštićena područja, ta ulaznica uglavnom pokriva samo dio osnovnog troška zaštite prirodnih i kulturnih resursa.

U novije vrijeme razvija se ideja osnivanja Nacionalne parkovne agencije, koja bi centralizirano upravljala zaštićenim područjima dok bi se sekundarne djelatnosti dale u koncesiju (MZOIP, 2012). Prijedlog „američkog modela“ djelomično je opravdan činjenicom da većina zaštićenih područja financijski ovise o osnivaču, međutim, upitno je koliko je oportuno davati u koncesiju komercijalne djelatnosti koje se obavljaju unutar zaštićenog područja ako su iste ekonomski održive i donose ekonomsku korist samim ustanovama.

U Hrvatskoj je dio zaštićenih područja određene djelatnosti prepustio koncesionarima (NP Krka), a zadržao upravljanje prihodom od ulaznica; dio nema djelatnosti koje bi mogao dati u koncesiju, dok NP Plitvička jezera uz temeljnu djelatnost obavlja niz komercijalnih djelatnosti i upravlja prihodom od istih. Zaštićena područja osiguravaju većinu sredstava za rad iz proračuna države; financijski se više pomažu ona područja koja nemaju mogućnost generirati vlastiti prihod, dok druga (NP Plitvička jezera i NP Brijuni) sredstva osiguravaju samostalno. Intencija prijedloga novog ustroja je da zaštićeno područje preko Agencija nastavi upravljati prihodom od ulaznica; sve ostale djelatnosti bi se prepustile koncesionarima, a koncesijska naknada bi se uplaćivala u korist državnog proračuna (ili zajedničko raspolaganje prihodima) (Ružić, 2012).

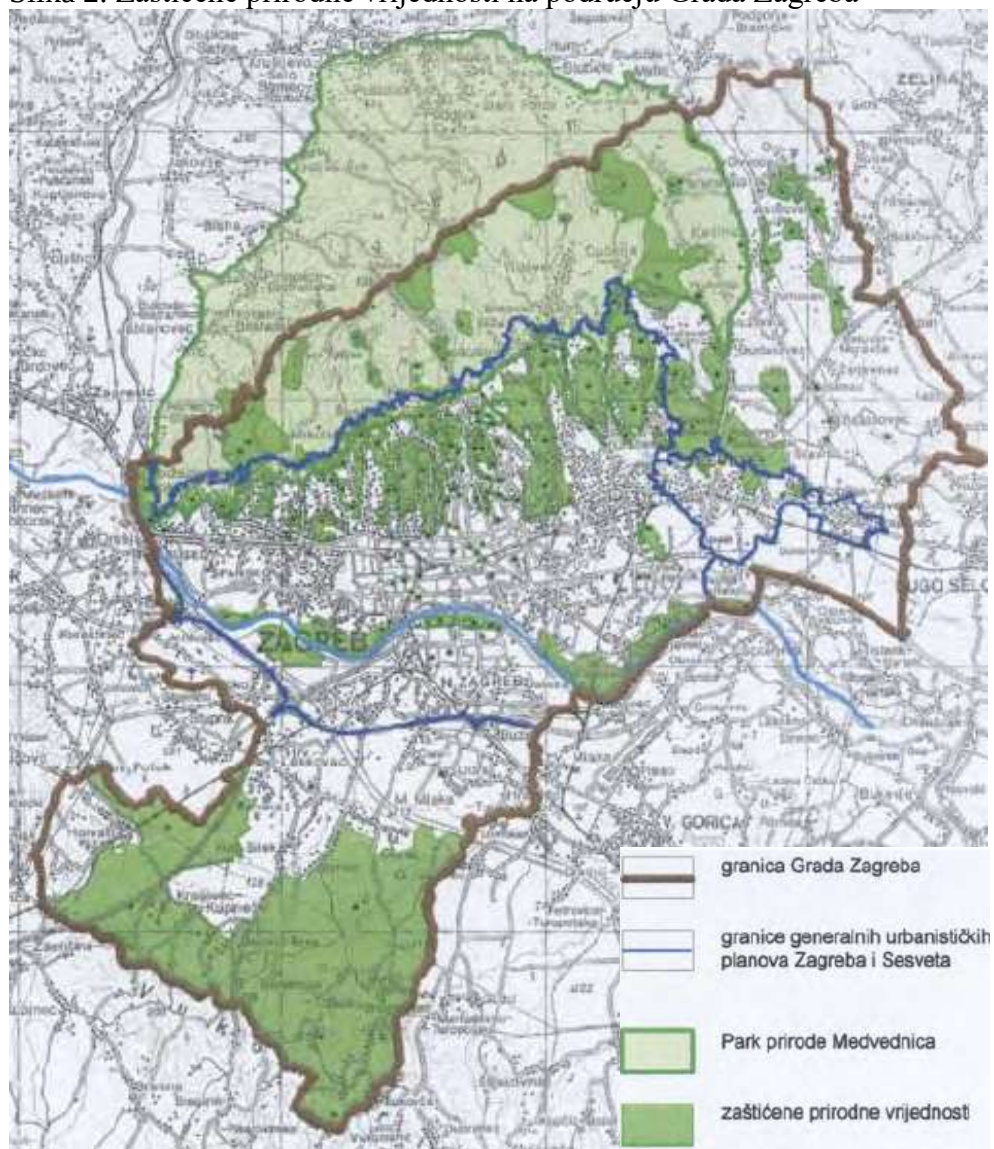
2.3. Razumijevanje ustroja upravljanja ambijentalnim površinama Grada Zagreba

Upravljanje šumama i ambijentalnim prostorima Grada uključuje nekoliko činitelja. Šume i zelene površine dijele se na tri grupe: park prirode Medvednica, park šume i ostale zelene površine. Zaštićenim područjima Grada upravlja županijska javna ustanova, a uloga joj je zaštita, održavanje i promicanje zaštićenih područja. U Gradu Zagrebu, Zakon o zaštiti prirode utvrđuje šest kategorija zaštićenih područja: spomenik prirode, značajni krajobraz, park - šuma, spomenik parkovne arhitekture, park prirode i posebni rezervat.⁸ Iako razmjerno malo, područje Grada Zagreba ima priličan broj zaštićenih prirodnih vrijednosti (sl. 2). To se ponajprije odnosi na područja u kategoriji “spomenik parkovne arhitekture”, gdje su zaštićena dvadeset i dva područja, ukupne površine od 349,7 ha, odnosno 2,4% od ukupne zaštićene površine. Potom slijedi kategorija “posebni rezervat”, koja zaštićuje osam područja ukupne površine 844,25 ha, odnosno 5,8 % ukupne zaštićene površine. U kategoriji “park prirode” nalazi se Medvednica (dio, 53 %) koja je zaštićena 1981. godine u površini od 12 180,78 ha, što predstavlja 83 % ukupne zaštićene površine. Kategorija “park – šuma” ima također samo jedno područje, a to je Dotršćina površine 400ha,

⁸ Spomenik prirode je pojedinačni neizmijenjeni dio ili skupina dijelova žive ili nežive prirode, koji ima ekološku, znanstvenu, estetsku ili odgojno-obrazovnu vrijednost. Na spomeniku prirode i u njegovoj neposrednoj blizini koja čini sastavni dio zaštićenog područja nisu dopuštene radnje koje ugrožavaju njegova obilježja i vrijednosti. Značajni krajobraz je prirodni ili kultivirani predjel velike krajobrazne vrijednosti i biološke raznolikosti ili kulturno-povijesne vrijednosti, ili krajobraz očuvanih jedinstvenih obilježja karakterističnih za pojedino područje, namijenjen odmoru i rekreaciji. U značajnom krajobrazu nisu dopušteni zahvati i radnje koje narušavaju obilježja zbog kojih je proglašen. Park-šuma je prirodna ili sađena šuma, veće krajobrazne vrijednosti, namijenjena odmoru i rekreaciji. U park-šumi su dopušteni samo oni zahvati i radnje čija je svrha njezino održavanje ili uređenje. Spomenik parkovne arhitekture je umjetno oblikovani prostor (perivoj, botanički vrt, arboretum, gradski park, drvored, kao i drugi oblici vrtnog i parkovnog oblikovanja), odnosno pojedinačno stablo ili skupina stabala, koji ima estetsku, stilsku, umjetničku, kulturno-povijesnu, ekološku ili znanstvenu vrijednost. Na spomeniku parkovne arhitekture i prostoru u njegovoj neposrednoj blizini koji čini sastavni dio zaštićenog područja nisu dopušteni zahvati ni radnje kojima bi se mogle promijeniti ili narušiti vrijednosti zbog kojih je zaštićen. Park prirode je prostrano prirodno ili dijelom kultivirano područje kopna i/ili mora s ekološkim obilježjima međunarodne i nacionalne važnosti, s naglašenim krajobraznim, odgojno-obrazovnim, kulturno-povijesnim i turističko-rekreacijskim vrijednostima. U parku prirode dopuštene su gospodarske i druge djelatnosti i radnje kojima se ne ugrožavaju njegove bitne značajke i uloga. Način obavljanja gospodarskih djelatnosti i korištenje prirodnih dobara u parku prirode utvrđuje se uvjetima zaštite prirode. Posebni rezervat je područje kopna i/ili mora od osobitog značenja radi svoje jedinstvenosti, rijetkosti ili reprezentativnosti, ili je stanište ugrožene divlje svojte, a osobitog je znanstvenog značenja i namjene.

odnosno 2,8 % koja je zaštićena 1964. godine. U kategoriji “značajni krajobraz” nalaze se dva područja ukupne površine 768 ha, što iznosi 5,3 % ukupne zaštićene površine, a u kategoriji spomenik prirode zaštićena su četiri područja, čija površina nije izražena u hektarima, budući se radi o maloj površini.

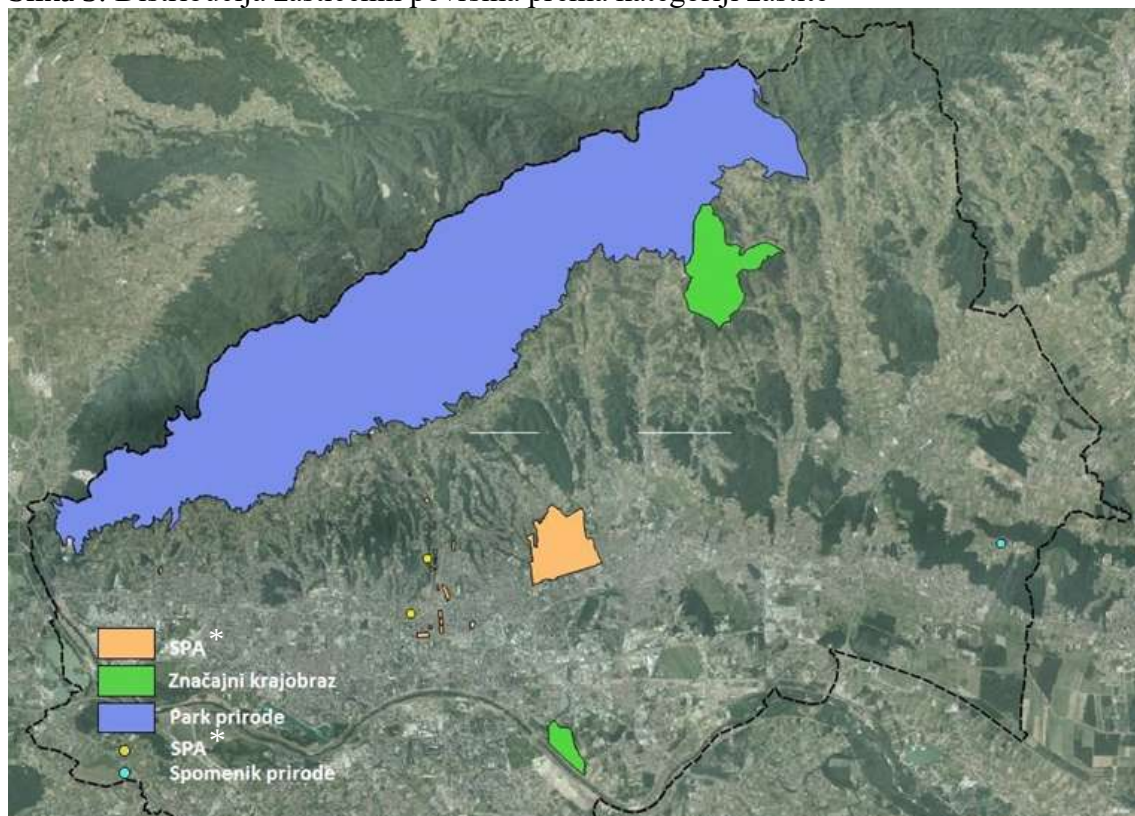
Slika 2: Zaštićene prirodne vrijednosti na području Grada Zagreba



Izvor: Izvješće o stanju okoliša Grada Zagreba, 2006.

Od ukupne površine Grada Zagreba, koja iznosi 64.135,5 ha, zaštićeno je 14.542,73 ha (sl. 3). Odnosno, ako se izuzme površina posebnih rezervata šumske vegetacije od 844,25 ha, koji se nalaze unutar parka prirode Medvednica, onda je ukupna zaštićena površina 13 698,48 ha, odnosno 21,4 % (Španjol i sur., 2011).

Slika 3: Distribucija zaštićenih površina prema kategoriji zaštite



*SPA – spomenik parkovne arhitekture

Izvor: Javna ustanova - Maksimir

Javna ustanova - Maksimir, osnovana je na temelju članka 21. stavka 1. podstavka 3. Zakona o zaštiti prirode (Narodne novine 30/94 i 72/94) i članka 8. stavka 1. podstavka 3. Odluke o osnivanju Javne ustanove - Maksimir (Službeni glasnik Grada Zagreba 12/94) 1994. godine. Djelatnost Ustanove je zaštita, održavanje i promicanje zaštićenih površina Grada Zagreba. Osnivač Ustanove je Gradska skupština Grada Zagreba. Gradska skupština Grada Zagreba 6. veljače 2014. (Službeni glasnik Grada Zagreba 9/93, 12/94, 23/03, 20/05 i 3/14) donijela je Odluku o izmjenama o osnivanju, pa je Ustanova proširila djelatnost i ponovno je osnovana kao Javna ustanova - Maksimir za upravljanje zaštićenim područjima Grada Zagreba na temelju Zakona o zaštiti prirode. Ustrojstvo i rad Ustanove temelji se na odredbama Zakona o zaštiti prirode, Zakona o ustanovama (Narodne novine, 76/93), i općim aktima te drugim važećim zakonskim odredbama i na temelju njih donesenim propisima. Osnovna djelatnost Ustanove je zaštita, održavanje i promicanje zaštićenih područja Grada Zagreba te koordiniranje aktivnosti svih pravnih i fizičkih osoba koje obavljaju dopuštenu djelatnost na toj zaštićenoj prirodnoj vrijednosti (tab. 5).

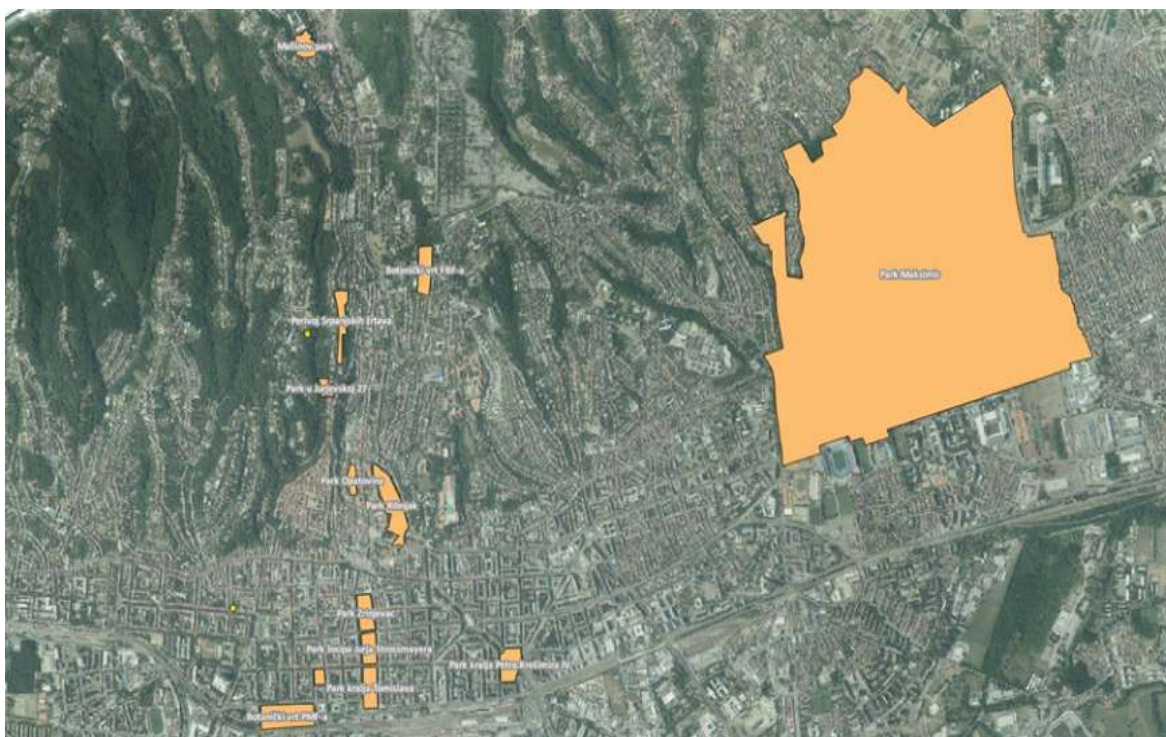
Tablica 5: Popis zaštićenih područja kojima upravlja Javna ustanova – Maksimir, za upravljanje zaštićenim područjima Grada Zagreba

Naziv zaštićenog područja	Kategorija zaštite	Površina/ha	Godina proglašenja zaštite
Savica	Značajan krajobraz	75,00	1991
Botanički vrt farmaceutsko-biokemijskog fakulteta	Spomenik parkovne arhitekture	2, 49	1969
Botanički vrt Prirodoslovno-matematičkog fakulteta	Spomenik parkovne arhitekture	4,70	1971
Pak u Jurjevskoj ulici 27	Spomenik parkovne arhitekture	0,86	1948
Mallinov park	Spomenik parkovne arhitekture	3,11	1960
Leustekov park	Spomenik parkovne arhitekture	0,50	1963
Park Maksimir	Spomenik parkovne arhitekture	316,00	1964
Park kralja Tomislava	Spomenik parkovne arhitekture	3,50	1970
Park u Jurjevskoj ulici 30	Spomenik parkovne arhitekture	0,146	1970
Park Zrinjevac	Spomenik parkovne arhitekture	3,02	1970
Park Ribnjak	Spomenik parkovne arhitekture	5,00	1970
Park Josipa Jurja Strossmayera	Spomenik parkovne arhitekture	2,08	1970
Park uz dvorac Junković	Spomenik parkovne arhitekture	2,50	1971
Vrt zgrade u Prilazu Gjure Deželića	Spomenik parkovne arhitekture	0,01	1998
Park kralja Petra Krešimira IV	Spomenik parkovne arhitekture	2,40	2000
Park kralja Petra Svačića	Spomenik parkovne arhitekture	0,69	2000
Park Opatovina	Spomenik parkovne arhitekture	0,85	2000
Perivoj srpanjskih žrtava	Spomenik parkovne arhitekture	2,10	2000

Izvor: prema Statističkom ljetopisu, 2013.

Provođenje neposrednog nadzora na zaštićenom području radi očuvanja njegovih prirodnih vrijednosti, osobito parkovne i biološke raznolikosti te kulturno-povijesnih vrijednosti podrazumijeva da se sve gospodarske aktivnosti obavljaju po načelu očuvanja prirodnih i kulturno povijesnih značajki i vrijednosti Parka. Glavni cilj je očuvati prirodne i kulturne vrijednosti zaštićenih područja Grada Zagreba te pružiti posjetiteljima mogućnost mirnog i sigurnog boravka, rekreacije i prikupljanja znanja o njihovim vrijednostima. Navedeni glavni cilj se ostvaruje provođenjem aktivnosti na; zaštiti, održavanju i očuvanju prirodnih vrijednosti zaštićenih područja Grada Zagreba (sl. 4); kontinuiranoj suradnji i komunikaciji sa svim ovlaštenicima prava na nekretninama i svim korisnicima; suradnji s

Slika 4: Distribucija zaštićenih površina kojima upravlja Javna ustanova - Maksimir



Od važnosti je za Ustanovu da svoj rad temelji na programu koji obuhvaća višegodišnje razdoblje čime se jasno određuje vizija te buduće djelovanje.

39

2.3.1. Analiza privlačnih faktora ambijentalnog turizma Grada Zagreba

U Zagrebu je relativno vremenski podjednako kada i u europskim okvirima, započela briga o kvaliteti okoliša, međutim aktivnosti vezane uz povećavanje svijesti, senzibilnosti i educiranosti nisu bile koordinirane, što je rezultiralo nedovoljnim sudjelovanjem javnosti. Naslijeđeno je stanje bilo posljedica između ostalog i zanemarivanja prirodnih i povijesnih vrijednosti grada (Program zaštite okoliša Grada Zagreba, 1999). Bez obzira na to zaštićene prirodne vrijednosti imaju veliko značenje u turističkoj, rekreativnoj i zdravstvenoj valorizaciji, jer se ona kao gospodarska i duhovna vrijednost oslanja i ostvaruje u prvom redu na primarnim vrijednostima prirodne sredine. S obzirom na ograničene mogućnosti korištenja zaštićenih dijelova prirode te na njihovu opću, odnosno specifičnu zaštitu, proizlazi da se zaštićene prirodne vrijednosti mogu koristiti samo na strogo kontroliran i umjeren način (Rosavec i sur., 2006).

Prva turistička kretanja u Gradu Zagrebu prate se s pojavom prvih svratišta koja se u gradu počinju graditi u 18. stoljeću (prvi takvi objekti izgrađeni su u Ilici 14 i 44, te na početku Frankopanske ulice). U to vrijeme započinje i razvoj ugostiteljske ponude Grada Zagreba. U 19. stoljeću grad se ozelenjava i grade se brojni parkovi (parkovi Zelene potkove) i trгови (Strossmayerov trg, Trg kralja Tomislava) čime Grad dobiva na atraktivnosti i razvoju turizma kao glavnog činitelja ekonomske održivosti. Od kraja 20. stoljeća prevladava težnja za usmjeravanjem turističke aktivnosti u skladu s konceptom održivog razvoja koji obuhvaća tri osnovne sastavnice – ekonomsku, socijalnu i ekološku održivost. To se posebno odnosi na zaštićena prirodna područja, gdje turizam ima vrlo povoljne multiplikativne učinke, u vidu ekonomskih koristi, ali i neekonomskih (zdravstvena, kulturna, zabavna, socijalna i politička) funkcija (Radeljak, Pejnović, 2008). Državni zavod za statistiku objavljuje podatke o broju posjetitelja zaštićenim područjima koje dostavljaju uprave parkova, a temelje se na broju prodanih ulaznica. Evidencija varira budući da je metodologija prikupljanja podataka različita (negdje se evidentira broj posjetitelja temeljem prodanih ulaznica, negdje samo broj posjetitelja baziran na procjeni). Ukupan broj posjetitelja svih nacionalnih parkova u Republici Hrvatskoj u 2010. godini iznosio je oko 2,1 milijuna posjetitelja, od čega se 46% odnosi na posjetitelje NP Plitvička jezera. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u svih osam nacionalnih parkova Hrvatske 1997. godine zabilježeno je 659.000 posjetitelja, dok

se 2010. godine broj posjetitelja penje na 2,1 milijun uz godišnju stopu rasta od 13% u promatranom razdoblju (Institut za turizam, 2007). Navedeni podaci rezultat su globalnog trenda porasta interesa za posjetu zaštićenim područjima, bolje i učinkovitije promocije istih te porasta broja turističkih agencija koje u svojoj ponudi nude specijalizirane programe ili organizirane posjete zaštićenim područjima (Ružić, 2011).

Grad Zagreb se ističe koristima ekosustava kao turističkim atributima, što mu daje veliku kumulativnu aktivnost prema kojoj se spontano orijentira glavina potražnje svih njegovih stanovnika i posjetitelja, jer se svi oblici i načini dokolice, odmora i aktivne rekreacije ostvaruju zahvaljujući korištenju prirodnog okoliša. Specifičnu sliku grada čini topografija, društveno povijesno i kulturno naslijeđe, gospodarski uvjeti te urbanistička kompozicija i struktura. Jedan od bitnih elemenata urbane strukturne kompozicije čini i parkovna arhitektura (Janev Hutinec i sur. 2013). Iz toga proizlazi da parkovi osim što su od ekološke i rekreativne važnosti za stanovnike Grada Zagreba, čine ekonomski neiskorišteni potencijal koji može osigurati održive, dugoročne gospodarske aktivnosti pružajući zdravstveno ekonomske koristi gradu, te da iako se rekreacija i turizam u mnogočemu isprepliću zajedno donose ekonomske koristi. Zaštićene prirodne vrijednosti potrebno je vrednovati, valorizirati i selektivno koristiti sukladno njihovim osnovnim značajkama koje ukazuju na najbolju moguću namjenu, bila ona turistička ili zaštitna (Rosavec i sur., 2006).

Kako je rekreacija postala ključni motiv, a aktivni odmor sve učestaliji, njihov razvoj utječe na kvalitetu ponude. Rekreacija je osnovna turistička potreba, a aktivan odmor je sinonim turističkog odmora te on podrazumijeva sportske sadržaje, uključujući i brojne aktivnosti u atraktivnom prirodnom ambijentu koje će na kraju dovesti do oporavka i zadovoljstva. Slijedom toga proizlazi da su zaštićena područja prostori koji mogu donijeti veću financijsku / materijalnu korist od samog iznosa kojeg zahtijevaju za financiranje, polazeći od pretpostavke da zaštićenim područjem parka Maksimir upravlja javna ustanova čija je djelatnost zaštita, održavanje i promicanje spomenika parkovne arhitekture s ciljem zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog tijeka prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara te nadzor uspostave uvjeta i provođenja mjera zaštite prirode. Ovu djelatnost Ustanova obavlja kao javnu službu i financira se prvenstveno iz proračuna Grada Zagreba bez ostvarivanja dobiti.

Grad Zagreb ima važnu ulogu u promidžbi i održavanju zdravlja svojih građana posjedujući jedinstven potencijal za pokretanje akcija za održivi razvitak. Regionalni ured za Europu Svjetske zdravstvene organizacije započeo je 1986. godine projekt pod nazivom „Zdravi grad“, kako bi razvio lokalne strategije i akcije za postizanje zdravlja za sve. Grad Zagreb je

od samog početka pristupio projektu i smatra se jednim od 35 gradova osnivača. Projekt se sastoji od nekoliko faza, a jedna od faza je zdravo urbano planiranje. Cilj zdravog urbanog planiranja je usmjeravanje urbanista na uvažavanje zdravlja i potrebe korisnika prostora, tehnologiju korištenja građevina i prostora, uključivanje zajednice u postupak izrade dokumenata, a ostvaruje se kroz uključivanje ciljeva zdravlja u sve dokumente prostornog uređenja jedinica lokalne i državne uprave, provođenje dokumenata prostornog uređenja koji promiču zdravlje, edukaciju, razvijanje samosvijesti, osjećaja pripadnosti prostoru i zajednici, interdisciplinarnom suradnjom i sudjelovanjem stanovnika u izradi i donošenju dokumenata prostornog uređenja, javni uvid, javna rasprava, poticanjem raznih događanja o osvješćivanju javnosti. Jedan od projekata je „Pokret za radost“ (www.pokretzaradost.hr) organiziran u suradnji s Kineziološkim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu, za promicanje aktivnih životnih stilova i važnosti redovitog kretanja te poticanje građana na rekreaciju na otvorenome. Istraživanje provedeno u sklopu projekta o sportsko - rekreacijskim navikama Hrvata pokazalo je da je u 62 % ispitanika hodanje najomiljenija sportska aktivnost, zatim vožnja biciklom i biciklizam, a petina ispitanika bavi se trčanjem, 52% Hrvata prakticira neku aktivnost više puta tjedno, što dovodi do broja da više od 80% rekreativaca svoje rekreativne aktivnosti upražnjavaju aktivno u ambijentalnim prostorima. Grad putem javnih natječaja za sufinanciranje sportskih programa poticanja sportsko rekreativnih aktivnosti aktivno sudjeluje u zdravlju svojih stanovnika, razvijaju se i programi sportske rekreacije po gradskim četvrtima u objektima mjesne samouprave. Republika Hrvatska je donošenjem Zakona o sportu Narodne novine 71/06 odredila Nacionalni program sporta kao strateški dokument razvoja sporta koji donosi Sabor Republike Hrvatske, sa zadatkom određivanja programa stvaranja uvjeta za rekreativno bavljenje sportom radi zaštite i poboljšanja zdravlja građana uz programe uvjeta za bavljenje sportom u odgojno - obrazovnom sustavu. Sagledavajući strateške dokumente Vlade Velike Britanije, odnosno Ureda za strategije uočilo se da je 2002. godine izrađen i objavljen dokument pod nazivom *Game Plan: A strategy for delivering Government a sport and physical activity objectives*, strateški dokument koji utvrđuje smjernice i ciljeve za razvoj sporta i sportske rekreacije u Velikoj Britaniji do 2020. godine, kao i projekte i programe koje će provoditi u ostvarivanju tih ciljeva, njihove nositelje i uvjete za njihovo provođenje. U opsežnom dokumentu Vlada Velike Britanije je postavila dva glavna strateška cilja: značajno povećanje broja ljudi koji se bave sportom i tjelesnim vježbanjem, prije svega zbog zdravstvenih dobrobiti i smanjenja porasta troškova koje država ima uslijed prevladavajućeg sedentarnog načina života (Milanović, Čustonja, 2007).

Okosnica suvremenog turizma je turističko tržište iskustva i doživljaja, koje se temelji na posebnostima identiteta prostora, njegove posebnosti i ugodnosti. Sukladno tomu, prepoznati i predstaviti identitet prostora je polazna i orijentirajuća vrijednost lokalnog područja. Perivojna arhitektura grada čini nerazdvojni dio urbanizma, a time i turizma, te je upravo ona činitelj privlačnosti grada zajedno sa skupom građevina, uređaja i posebno uređenih dijelova zemljišta za potrebe turističkog korištenja, što čini turističku suprastrukturu. Vresk (1990, 166) kao dva tipa ambijentalnih površina u gradu izdvaja unutrašnjogradske zelene površine te zelene površine na razini aglomeracija. Napominje da „hijerarhijski sistem zelenih površina može imati i do sedam stupnjeva, ovisno o veličini grada. Najniži stupanj je park u jednom stambenom naselju (susjedstvu), a najveći zelene površine u prigradskoj zoni.” Hijerarhijski sistem ambijentalnih površina s obzirom na funkcionalno - gravitacijski potencijal na primjeru Zagreba čine: a) parkovi u susjedstvu, b) trgovi - parkovi (primjerice trgovi istočnog dijela Lenucijeve potkove – Trg Nikole Šubića Zrinskog, Strossmayerov trg, Tomislavov trg, c) gradski parkovi, d) rekreacijsko - sportske zone te e) zelene površine u prigradskoj zoni, među kojima se značenjem ističu šumska područja s višestrukom funkcijom, kao što je Dotrščina, te zaštićena područja (Opačić i sur. 2014). Gradski parkovi i trgovi parkovi čine nepokretnu kulturnu baštinu s utvrđenim svojstvom kulturnog dobra. Mjere zaštite pojedinačno zaštićene građevine bitno se razlikuju od zaštite kulturno - povijesne cjeline odnosno krajolika i definiraju se Rješenjem o zaštiti kulturnog dobra. Prema Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (Narodne novine 69/99) nepokretno kulturno dobro je između ostaloga i krajolik ili njegov dio koji sadrži povijesno karakteristične strukture, koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru, vrtovi, perivoji i parkovi te drugi slični objekti. Zaštita kulturnih dobara obuhvaća provedbu mjera zaštite pravne i stručne naravi propisanih odredbama Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (Narodne novine 69/99) i sukladnih pravilima konzervatorske struke, očuvanje kulturnog dobra, provedbu mjera zaštite i očuvanja radi produženja trajanja spomeničkih svojstava kulturnog dobra, a očuvanje kulturnog dobra je sustavno praćenje njegovog stanja i osiguravanje zaštite od svakog ugrožavanja dobra ili njegovih spomeničkih svojstava, cjelovitosti i namjene kulturnog dobra. Učinak tih regulativa trebao bi biti sinergijski iako niti najbolja pravna rješenja ne osiguravaju uvijek kvalitetan rezultat ako nisu ispunjene i ostale pretpostavke stručne, kadrovske, organizacijske, financijske i političke naravi (Blažević - Perušić, 2013). Zagreb je grad prepoznatljivog nasljeđa kulturnih dobara te vizualno uočljivoga ambijentalnog krajolika kojeg čine pješačke promenade poput Strossmayerovog šetališta, Dubravkinog puta koje daju memorijsku vrijednost gradu, te pridonose mjeri i urbanoj slici grada. Zagrebački perivoji donose cijeli niz

spektra doživljaja, kretanje je u njima često linijsko usmjereno, ali rijetko strogo pravocrtno kao što je to slučaj u parku Maksimir. Parkovi su važan segment u kulturi, svakodnevnom životu u kojem ima rekreacijsku ulogu, prirodan su medij prenošenja kulture življenja, umjetničkog stvaranja. Međutim, upravljačke strukture djeluju pasivno, pa čak i protivno iskustvu iz Europe, kao i razvijenog Svijeta.

Danas se još uvijek smatra da djelovanje Javne ustanove za upravljanje zaštićenim površinama mora biti neprofitno te da svoje upravljačke aktivnosti mora usmjeravati na očuvanje i promicanje te pružanje usluga u svrhu edukacije te da se njezino postojanje sastoji više iz kulturnih i zaštitarskih nego iz ekonomskih razloga, a sve veća ekonomska neizvjesnost gradskog proračuna dovodi do potrebe za definiranjem stajališta turista, posjetitelja ali i otkrivanjem neiskorištenih mogućnosti povećanja vrijednosti zaštićenih prostora i korištenja istih na dobrobit svih.

U privlačne faktore ambijentalnog turizma Zagreba pripada perivojna arhitektura grada, odnosno trideset parkova i perivoja, koji zauzimaju površinu od oko 402 000 m². Perivojna arhitektura grada može se razvrstati u nekoliko cjelina (Kovačević, 2009):

- pejzažni prostori – šume, park šume, nasadi uz ceste i dr.
- javni perivojni prostori - pojedinačno drveće ili skupine drveća, ulični drvoredi, gradske avenije, promenade i šetališta, pješačke i trgovačke ulice, perivojni trgovi (skverovi), gradski cvjetni ureši, minijaturni („džepni“) perivoji, gradski perivoji, povijesni vrtovi i perivoji uz vile i palače, dječja igrališta, gradske riječne ili morske obale, perivojni prostori uz javne građevine
- poluprivatni perivojni prostori uz društvene, kulturne i slične zgrade - školski perivoji, perivoji dječjih vrtića, perivoji uz muzeje, bolnički perivoji, perivoji uz crkve, hotelski perivoji, perivojno uređeni okoliš trgovačkih središta i športskih dvorana, krovni vrtovi i dr.
- športsko-rekreacijski i zabavni parkovi - športski i športsko-rekreacijski parkovi, zabavni parkovi (luna-parkovi), plaže i kupališta i dr.
- didaktički i kulturni vrtovi i perivoji - botanički vrtovi, dendrološki vrtovi, zoološki vrtovi, etnološki perivoji, arheološki perivoji, perivojni izložbeni prostori, perivoji skulptura i dr.
- perivojna arhitektura stambenih predjela - perivoji stambenih zajednica, gradska dvorišta i blokovi, dječja igrališta, nasadi između zgrada, ulični predvrtovi i dr.
- groblja i spomenički perivoji

- zaštitni nasadi - zaštita industrijskih predjela, zaštita od buke, zaštita od pogleda, zaštita od vjetra
- privatni vrtovi - vrtovi obiteljskih slobodnostojećih i dvojnih kuća, vrtovi kuća u nizu, vrtovi atrijskih kuća i dr.

Spomenik parkovne arhitekture kao zadnji navedeni tip kategorije zaštite prirode, predstavlja kategoriju u kojoj je ili bi trebala biti potreba za razvojem dokoličarskih aktivnosti kao što su turizam, rekreacija te zaštita pejzažne raznolikosti podjednako važni (Opačić i sur., 2014). Među najreprezentativnije prostore za dokoličarske aktivnosti osim parka Maksimir svakako spada i Zelena potkova, kompleks parkova u središtu grada. Trg Nikole Šubića Zrinskog ili Zrinjevac središte je kulturnih događanja i na njemu se odvija većina zabavne i kulturne turističke ponude tijekom cijele godine (sl. 5).

Slika 5: Park na Trgu Nikole Šubića Zrinskog



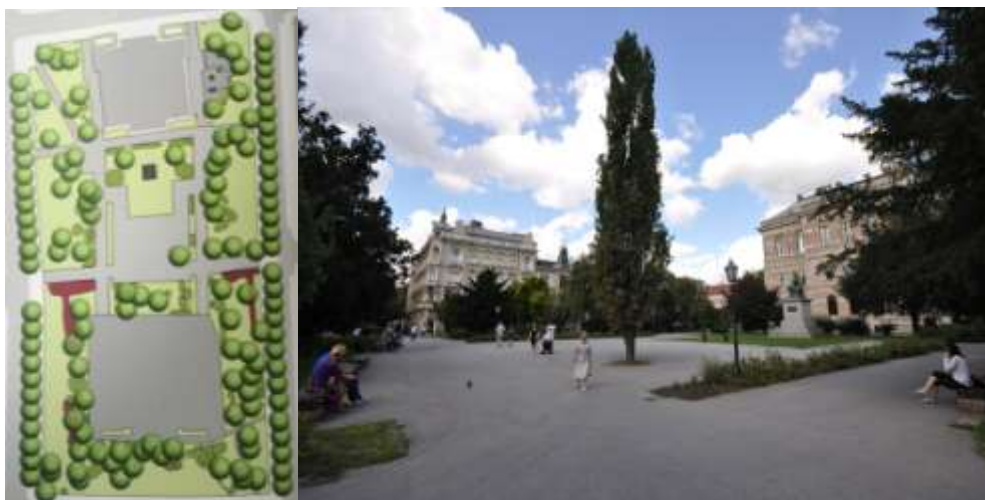
Izvor: Aničić, Samardija, 2015.; www.viennareview.net

Park je dobio ime 1886. godine u spomen tristote obljetnice pogibije Nikole Šubića Zrinskog. Najstariji je trg u nizu trgova istočnog perivoja Zelene potkove, veličine 2,2 ha, zaštićen je temeljem Zakona o zaštiti prirode u kategoriji spomenik parkovne arhitekture 1970. godine, a Zelena potkova kao urbanistički, arhitektonski i parkovno oblikovani prostor u nizu osam trgova zaštićen je kao Povijesna urbana cjelina na temelju zakona o Zaštiti kulture Z-1536. Zrinjevac je među posjetiteljima najomiljeniji perivoj Potkove, mjesto je susreta, promenade, zabave, koncerata, plesa i odmora na travnatim površinama (sl. 6). Parkove Zelene potkove, koji su položajem smješteni u strogom središtu Grada gledajući u cjelini s arhitekturom okolnih zgrada čine atrakcije i posebnosti gradograditeljskog nasljeđa i krajobraznog

uređenja. Postaju mjesta okupljanja Zagrepčana i posjetitelja Zagreba, posebice mlađe dobne skupine koji svoje slobodno vrijeme provode na zelenim površinama na kojima su primjetne aktivnosti poput šetnje, odmaranja, ili služe kako poligoni za održavanje manifestacija kulturno - zabavnog karaktera.

Park na Trgu Josipa Juraja Strossmayera dobio je ime prema đakovačkom biskupu i hrvatskom meceni Josipu Juraju Strossmayeru, čijom je zaslugom na sjevernoj strani trga 1877.-1880. izgrađena neorenesansna palača Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti u kojoj je smještena Strossmayerova galerija starih majstora, nastala temeljem donacije biskupa Strossmayera Akademiji, sadrži impresivnu kolekciju uglavnom slikarskih radova europskih majstora iz razdoblja od 14. - 19. stoljeća. Park čini središnji trg Zelene potkove između Zrinjevca i Trga kralja Tomislava, veličine je 1,9 ha. U cjelini s ostalim parkovima Zelene potkove zaštićen je Zakonom o zaštiti kulture Z-1536, a Zakonom o zaštiti prirode zaštićen je kao spomenik parkovne arhitekture 1970. godine. Središnji dio namijenjen je odmoru (sl. 6).

Slika 6: Park na Trgu Josipa Jurja Strossmayera



Izvor: Aničić, Samardžija, 2015.; www.hkv.hr

S južne strane perivoja nalazi se dječje igralište. Oblik i formu Parka odredila je izgradnja palače Akademije i Kemijskog laboratorija (1882). Od parkova Zelene potkove, park Josipa Juraja Strossmayera turistički je najslabije iskorišten, iako se na istoimenom trgu nalazi neorenesansna palača Vranyczany u čijim je prostorijama smještena Moderna galerija, „Palace hotel“ (prvi zagrebački hotel otvoren početkom 20. stoljeća u secesijskoj palači iz 1891. godine), a na broju 11 nalazi se kuća tvorca „Zelene potkove“, Milana Lenucija.

Park na Trgu kralja Tomislava veličine je 2,5 ha, smješten je između Strossmayerova trga i Željezničkog kolodvora na jugu. Prvi je perivoj u nizu Potkove kojeg korisnici željezničkog

prometa uoče prilikom dolaska u Zagreb. Zaštićen je kao spomenik parkovne arhitekture po Zakonu o zaštiti prirode 1970. godine, te kao Povijesna urbana cjelina na temelju Zakona o zaštiti kulture Z-1536. Park se odlikuje po francuskom – baroknom stilu (sl. 7.), završen je 1898. godine kada je otvoren i Umjetnički paviljon na sjevernoj strani parka.

Slika 7: Park na Trgu kralja Tomislava



Izvori: Aničić, Samardžija, 2015. i www.skyscrapercity.com

Sama po sebi Lenucijeva potkova predstavlja veliko ostvarenje urbanističke gradogradnje, osim povijesnog značenja, predstavlja jedno od najomiljenijih šetališta u središtu grada, a zbog važnih javnih zgrada koje okružuju Potkovu bitno je turističko odredište (Dolenc, 2010). S turističkom valorizacijom Potkove Turistička zajednica Grada Zagreba krenula je 2014. godine, kako bi osim mjesta za odmor, postalo nezaobilazno mjesto posjeta domaćih i stranih posjetitelja (sl. 7), što je dovelo do negodovanja „zaštitara“ i do nerazumijevanja u načinu korištenja. Prema Aničić i Samardžiji (2015) valorizacija perivoja unašanjem novih sadržaja poput klizališta i kioska postavljenih 2014. godine u vrijeme Novogodišnjih blagdana dovodi do devastacije. Parkovi poput Hyde parka, Schönbrunn, Laxenburga, ukazuju na potrebu i mogućnost dodavanja novih sadržaja kako bi parkove učinili privlačnim, što se ne odnosi samo na kulturno - zabavnu ponudu, već dopunjavanjem i unašanjem novih parkovnih elemenata slijedom i uvjetima vremena, sve u cilju veće zanimljivosti i raznolikijeg korištenja, jer s tom namjerom su parkovi i stvarani, da budu u službi čovjeka.

2.3.2. Oblici turizma u zaštićenim prostorima Grada Zagreba

Prostornim planom Grada Zagreba iz 2014. godine (Službeni glasnik Grada Zagreba, 2014) određene su tri razvojne turističke zone Grada: primarna turistička zona koja obuhvaća uže gradsko središte, koje zahtjeva investicije u rješenje prometne infrastrukture i obnovu najvrjednijih građevina, sekundarna turistička zona koja obuhvaća preostali dio Grada Zagreba i uži dio Sesveta, s različitim, u prostoru raspršenim posebnostima (park Maksimir, SRC Jarun, prostor uz Savu, Park prirode Medvednica, brojni objekti i prostori kulturnih dobara, itd.) i tercijarna turistička zona koja obuhvaća južni i istočni dio grada, prostranu ali turistički relativno zanemarenu zonu u kojoj treba razvijati turističko - ugostiteljsku djelatnost na seoskim obiteljskim gospodarstvima s mogućnošću rekreacije (jahanje, trčanje, hodanje) (Program zaštite okoliša Grada Zagreba, 2010). U planskim dokumentima vidljivo je da ambijentalni resursi poput parkova i perivoja nisu prepoznati kao turistički bitni resursi. Razlog tome vidi se u nepostojanju strategije razvoja turizma Grada Zagreba, niti strategije održivog razvoja kojom bi se definirala vizija i usmjerenje razvoja Grada.

Sami po sebi, parkovi kao dio urbane strukture grada bez obzira na svrhovitost koju predstavljaju za lokalnu razinu, kao kulturno nasljeđe propisano određenim točkama pravilnika, propisa i zakona u turističkoj ponudi ne znače mnogo. Kako bi prostori pružili maksimalne ekonomske efekte moraju sudjelovati u funkciji turizma i njima se mora znati upravljati. Glavninu ponude ambijentalnog turizma Grada Zagreba čine perivoji, sportsko-rekreacijski centri, park šume, park prirode, posebni rezervat, spomenik prirode, značajni krajobraz, urbani parkovi i pojedinačna stabala. Turisti danas čine iskusne, spontane, obrazovane, nepredvidive, neovisne individualce koji svoju svakodnevicu upotpunjavaju novim doživljajima. Prirodne ljepote same po sebi nisu dovoljne, atraktivnost se traži u sadržajnoj i aktivnoj dokolici. U gradskom turizmu postoje dva trenda, jedan vodi ka očuvanju povijesnih spomenika, kulture i prirode, tj. autentičnog nasljeđa, a drugi je usmjeren ka izvedenim atrakcijama (Vrtiprah, 2006), oboje moraju zadovoljavati visoke standarde kvalitete pružene usluge da bi ostvarili ekonomsku korist djelujući s lokalnom zajednicom u simbiozi, na način da ih se održava, oblikuje, ističe u kontekstu ponude destinacije zajedno s cjelokupnom ponudom i uslugama. Ističe se nužnost poticanja interakcija kulturnih, ambijentalnih resursa i doživljaja turista kako bi se stvorio jedinstveni atrakcijski proizvod. Bogatstvo sportsko - rekreacijskim prostorima, parkovima, spomenicima parkovne

arhitekture, park - šumama čini osnovu visokog potencijala da samostalno kao turistički proizvod postane segmentom turističke potražnje. Tome u prilog ide istraživanje Tomas 2012. strukture gostiju koja posjećuje Grad Zagreb iz kojeg se vidi da je od ukupnog broja ispitanih gostiju (1.832 ispitanika) 16,8% posjetilo Botanički vrt (308 ispitanika), 10% Maksimir i Zoološki vrt (183 ispitanika) i 9,7% (178 ispitanika) Jarun – mjesta koja čine značajne faktore ambijentalnog turizma. Ujedno se pokazalo da se zaštitom i istraživanjima određuje mjesto pojedinog objekta, djela ili predjela u povijesti i kulturi zemlje ili grada i njihov kapacitet održivosti. Tek tada to mjesto postaje važno i razumljivo domicilnom stanovništvu koje ih raspoznaje i prihvaća kao vlastitu povijest i kulturni kapital (Pančić Kombol, 2006).

Istraživanje Stiperskog, 1997. pokazalo je da prirodni resursi čine veliki potencijal za razvoj održivog ili u ovom slučaju ambijentalnog turizma (Gornji grad, Maksimir i Trg bana Jelačića kod najvećeg broja ispitanika pobudili su najveću ugodu). Od turističkog značenja za Grad Zagreb najznačajniji su spomenici parkovne arhitekture koji se nalaze u blizini samoga središta grada, što zbog svoje kulturno povijesne važnosti, što zbog samoga kretanja posjetitelja unutar grada. Bogatstvo zelenih površina i njihov značaj za grad, za stanovnike i posjetitelje vidi se i u odnosu kretanja i doživljaja uspostavljenog na tri načina, kretanje perivojem gdje se doživljava sam perivoj (Ribnjak, Botanički vrt, Maksimir, dijelom Krešimirov perivoj), kretanje perivojem gdje se doživljava šuma (Tuškanac, Dubravkin put, sjeverni dio Maksimira) i kretanje perivojem gdje se doživljava grad (perivoji Zelene potkove i Krešimirov trg) (Maričić, Bojanić Obad Šćitaroci, 2012).

Razvrstavanje osnovnih vrsta gradskog turizma, zbog prevladavajućeg motiva koji ga oblikuje, omogućuje razlikovanje sljedećih vrsta gradskog turizma (Kušen, 1999): kulturni, ambijentalni, kongresni, boravišni, športski, zimovališni, izletnički, zdravstveni i održivi ili alternativni turizam, a nacionalni kulturni identitet zajedno s prirodnim ljepotama, čini osnovicu razvoja novih trendova u turizmu poput ambijentalnog turizma, koji čini simbiozu kulture, obrazovanja, autentičnih doživljaja i iskustava, dodira s prirodom te sadržajne i aktivno provedene odmore.

Grad Zagreb je poznat po svojim, tijekom vremena brižno planiranim, javnim gradskim perivojima, parkovnim i sportsko - rekreacijskim prostorima (park Maksimir, Zagrebačka perivojna potkova, perivoj Ribnjak, Jarun, Bundek i dr.). Zahvaljujući geomorfološkoj poziciji smještaja grada, Zagreb je bogat i pejzažnim šumarcima i potezima, koji se u smjeru sjever - jug spuštaju po obroncima Medvednice prema dolini Save. Ti pejzažni potezi, tijekom stoljeća, služe i u doživljajno - estetskom i u biološko - ekološkom smislu kao oslonac i okosnica razvoja identiteta grada Zagreba (Mrđa, Bojanić Obad

Šćitaroci, 2013). Navedeni pejzažni i perivojni prostori imaju nekoliko glavnih obilježja: integralno planirana arhitektura i pejzaž, jasan i prepoznatljiv identitet temeljen na dugogodišnjoj tradiciji i prostor za sport, rekreaciju i zabavu šire urbane zajednice u centru grada (Mrđa, Bojanić Obad Šćitaroci, 2013). Sve to čini dio turističke ponude, ali onaj najbitniji dio, a to je stupanj kvalitete suprastrukture i broj ponuđenih sadržaja pomoću kojih bi se generirala turistička potrošnja te ostvarili prihodi još uvijek nedostaje. Turizam u svojim orijentacijama, vizijama i ostvarenjima može u znatnoj mjeri pomoći anticipaciji navedenih prostora, jer razvoj novog turizma na tragu održivog turizma, ovisi o cjelovitoj identifikaciji, vrednovanju i zaštiti svih potencijalnih i realnih turističkih atrakcija. Istodobno, kultura perivoja i šetnica može pomoći razvoju turizma Zagreba i njegovoj prepoznatljivosti kako na europskoj tako i na svjetskoj razini. Ambijentalni prostori čine bitne elemente grada zbog svojih multifunkcionalnih karakteristika, oni formiraju osnovnu strukturu i čine nezaobilazni, osnovni prostor grada, od ekološke su važnosti zbog bioraznolikosti i raznovrsnosti staništa, zbog svoje očuvane prirode omogućavaju zdrav život stanovnicima grada, pružajući im prostore za socijalizaciju i rekreaciju.

Nenavedeni, ali vrlo značajan oblik turističke ponude Grada Zagreba čini i autohtona ugostiteljska ponuda, čiji potencijali nisu u potpunosti iskorišteni. U posljednje dvije godine (2014., 2015.) uočava se pozitivna promjena u planiranju turizma Grada Zagreba i okretanju prema do sada neiskorištenim resursima. Primjer direktnog i pozitivnog financijskog učinka na grad i lokalnu zajednicu je projekt Ledenog parka; klizališta na Trgu kralja Tomislava i Adventa na Zrinjevcu. Iskorištavanje ambijentalnih površina, odnosno specifičnosti grada kroz atraktivnu prezentaciju donosi višestruku kratkoročnu i dugoročnu korist, na zadovoljstvo turista i lokalne zajednice. Vrijednost manifestacije Advent u Zagrebu iznosi pet milijuna kuna, od čega jedan i pol milijun kuna odnosi se na projekt klizališta, a na promotivne aktivnosti, koje uključuju nastupanje na sajmovima, ali i oglašavanje, primjerice, u javnom prijevozu u Sloveniji i Italiji iznosi dva milijuna kuna. Popularnosti Ledenog parka i Adventa svjedoče dolasci organiziranih skupina novinara iz cijelog Svijeta od Čilea do Australije. Osim dugoročne isplativosti u smislu promocije destinacije, kreativna događanja imaju trenutačan, direktan i pozitivan financijski učinak na lokalnu zajednicu. Svako dobro organizirano događanje osigurava povećanu potrošnju u ugostiteljskim objektima i potiče turiste na kupnju proizvoda i usluga kulturne i kreativne industrije te lokalnih obrtnika i OPG-ova te daje mogućnost produljenja turističke sezone tijekom cijele godine i mogućnost oživljavanja do sad neiskorištenih lokaliteta.

Razvoj ambijentalnog, parkovnog turizma osim što daje konkurentsku prednost Gradu Zagrebu prema drugim europskim metropolama nudi i rješenje na koji način ambijentalni turizam može osigurati sredstva za zaštitu prirode, upravljanje i poticanje održivog korištenja resursa. Strategija razvoja turizma je važna komponenta društvenog odlučivanja, ali ona se još uvijek ne nalazi na listi prioriteta prilikom upravljanja parkovima, naglasak je usmjeren na ekologiju i očuvanje, što je vidljivo i iz formiranja djelatnosti koje javna ustanova obavlja. Međutim, ambijentalni turizam postat će vrlo važan segment u održivom razvoju Grada Zagreba zbog svog potencijala koji može doprinijeti razvoju samoga Grada, a ekonomski osim što može očuvati biološku raznolikost može postati i samoodrživ - što predstavlja i krajnji cilj.

3. EKONOMSKI ASPEKTI UPRAVLJANJA AMBIJENTALNIM PROSTORIMA GRADA ZAGREBA

Turistička djelatnost je jedna od osnovnih gospodarskih aktivnosti koja gospodarskom sustavu Republike Hrvatske može pridonijeti u nastojanjima stvaranja stabilnih uvjeta privređivanja. Potrebno je pronaći strategije kojima potencijal kulturne baštine, u kontekstu održivog turizma, može konkretno pridonositi povećanju konkurentnosti hrvatskog turizma i time u konačnosti ubrzati i unaprijediti ekonomski razvitak, tj. životni standard kao vječiti osnovni cilj tog razvitka (Gredičak, 2009). Pravni okvir očuvanja, zaštite prirode čine propisi vezani uz očuvanje biološke raznolikosti, ekosustava, krajobrazne raznolikosti i propisi vezani uz zaštitu okoliša. Zakon o zaštiti prirode temeljni je zakonski akt kojim se (tijekom izvještajnog razdoblja) uređivala zaštita prirode, pa su se njime uz ostalo određivali dijelovi žive i nežive prirode koji imaju osobitu zaštitu Republike Hrvatske. Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13, 153/13) je opći zakon koji normira temeljna pitanja zaštite okoliša kao dobra od posebnog interesa za Republiku Hrvatsku koje uživa njenu posebnu zaštitu. Institucionalni okvir čine Ministarstvo zaštite okoliša i prirode kao nositelj upravnih i stručnih poslova zaštite prirode, Državni zavod za zaštitu prirode kao nositelj stručnih poslova zaštite prirode, te javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima županija, gradova i općina te javne ustanove nacionalnih parkova i parkova prirode. Ministarstvo kao središnje

tijelo državne uprave nadležno je za poslove zaštite prirode, odlučuje o svim važnim pitanjima na zaštićenim područjima, obavlja nadzor nad zakonitošću rada i općih akata javne ustanove. Inspekcijske službe zaštite prirode pri Ministarstvu zaštite okoliša i prirode obavljaju inspekcijski nadzor nad zaštićenim područjima, a u nadležnosti Ministarstva zaštite okoliša i prirode je i nadzor nad poslovanjem Zavoda za zaštitu prirode. Zavod za zaštitu prirode, kao središnja ustanova, obavlja stručne poslove koji, u smislu procesa upravljanja u zaštićenim područjima, prikuplja i obrađuje podatke i vodi informacijski sustav zaštite prirode, provodi programe i projekte u području zaštite prirode te surađuje i obavlja stručni nadzor nad javnim ustanovama. Javne ustanove upravljaju zaštićenim područjem odnosno obavljaju djelatnost zaštite, održavanja i promicanja zaštićenog područja u cilju zaštite i očuvanja. Pravni okvir kojim su regulirani pojedini aspekti očuvanja prirode i zaštite bioraznolikosti čine Zakon o zaštiti prirode, Strategija i akcijski plan zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske, zakon o proglašenju Javne ustanove, prostorni plan, plan upravljanja koji se provodi na temelju godišnjeg programa zaštite, održavanja, promicanja i korištenja zaštićenog područja. Zakonodavni okvir koji se odnosi na očuvanje prirode i zaštite bioraznolikosti usklađen je s europskim zakonodavstvom, ali Zakonom o zaštiti prirode, kao temeljnim zakonom za zaštitu prirode, nije cjelovito uređena zaštita i očuvanje prirode i njezinih vrijednosti te nisu jasno određene nadležnosti institucija u zaštiti prirode.

Zaštita prirode oslanja se na financiranje iz sredstava poreznih obveznika – državnog proračuna i proračuna lokalnih samouprava. Kako raspoloživa sredstva iz državnog proračuna i proračuna lokalnih jedinica nisu dovoljna za financiranje svih potreba (Čižmešija i sur., 2009), a zasigurno nisu dovoljna za pojedina nužna investicijska ulaganja te ulaganja u podizanje kvalitete ponuda i usluga na svim razinama, ustanove pronalaze (osim navedenih načina financiranja) druge oblike financiranja, a to su mogućnost financiranja iz dotacija, sredstava međunarodne pomoći, stranih ulaganja te sredstvima iz fondova Europske unije, Ujedinjenih naroda ili drugih međunarodnih organizacija. Zaključuje se da sustav u cijelosti nije primjeren jer u zakonodavnom dijelu bilježi se određena institucionalna i zakonodavna briga ustrojstvom Ministarstva, Agencija, Fonda, ali s operativne razine vidljiva je neusklađenost unutar sektora te se osjeća manjak komunikacije s ostalim sektorima nacionalnog gospodarstva.

Sredstva iz gradskog proračuna za potrebe zaštite prirode i bioraznolikosti su ograničena i nisu planirana na transparentan način, a prihodi iz fondova Europske Unije i bilateralne suradnje su relativno slabo zastupljena.

Temeljem dostupnih izvora, ako se izuzmu izdvajanja za zaposlenike Ministarstva, za djelovanje svih institucija sektora u proračunskoj kategoriji zaštite prirode tijekom promatranog razdoblja od 2008. – 2012. godine izdvajalo se u prosjeku 0,06% ukupnog Državnog proračuna (tab. 6).

Tablica 6: Financijska sredstva izdvojena za zaštitu prirode u državnom proračunu

GODINA	UKUPNI DRŽAVNI PRORAČUN (KN)	ZAŠTITA PRIRODE UKUPNO (KN)	IZVOR FINANCIRANJA (KN)		
			PRORAČUNSKA	DOTACIJE	ZAJMOVI
2008	115.772.654.807,01	82.690.770,35	62.503.541,57	20.187.228,78	0,00
2009	132.740.020.690,54	76.537.586,18	59.356.487,74	17.181.098,44	0,00
2010	142.754.191.316,85	63.763.946,86	58.878.489,18	4.885.457,68	0,00
2011	107.069.669.876,26	62.272.807,97	56.907.990,36	0,00	5.364.817,61
2012	109.558.927.867,40	67.607.295,00	46.272.882,54	3.160.935,52	18.173.476,94

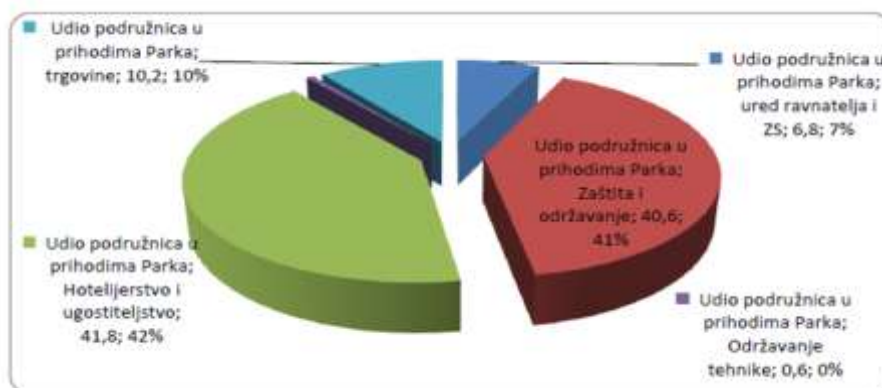
Izvor: Državni zavod za zaštitu prirode, Nacrt prijedloga izvješća o stanju prirode u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2008. - 2012.godine

Najveći pad zabilježen je 2010. godine, što je povezano s početkom recesije. Sredstva iz međunarodnih izvora, uključujući dotacije i zajmove, predstavljaju sve značajniji izvor financiranja u zaštiti prirode.

Udio ovih sredstava u ukupnom financiranju zaštite prirode kroz Državni proračun bio je najveći 2012. godine oko 27% (tada zbog zajma Svjetske banke). Nacionalni park Plitvička jezera raspolaže prosječnim godišnjim budžetom od oko 30 - ak milijuna kuna dok za usporedbu sredstva namijenjena svim nacionalnim parkovima na razini države za 2012. godinu iznose oko 2,9 milijuna kuna (Ružić, 2013).

Ako se promatra ukupno ostvaren prihod u 2011. godini vidljivo je da njegov najveći dio (42%) generira Podružnica ugostiteljstva i hotelijerstva; slijedi Zaštita i održavanje (40,3%), odnosno Odjel turizma u kojem se najveći dio prihoda odnosi na prihod od ulaznica; zatim trgovina sa 10,2% dok se ostatak odnosi na Ured ravnatelja i Podružnicu održavanja tehnike i komunalne infrastrukture (sl. 8) (Ružić, 2013).

Slika 8: Struktura prihoda JU Nacionalni park Plitvička jezera, 2011.



Izvor: Ružić, 2013.

Grad Zagreb 2013. godine u zaštitu okoliša investirao je 972.623 kuna. Za zaštitu prirode mogu se sagledati jedino sredstva izdvojena iz proračuna za poslovanje Javne ustanove Maksimir. Prosjek izdvojenih sredstava iz proračuna Grada Zagreba iznosili su 3,5 milijuna kuna (Financijski izvještaj Javne ustanove Maksimir, 2013).

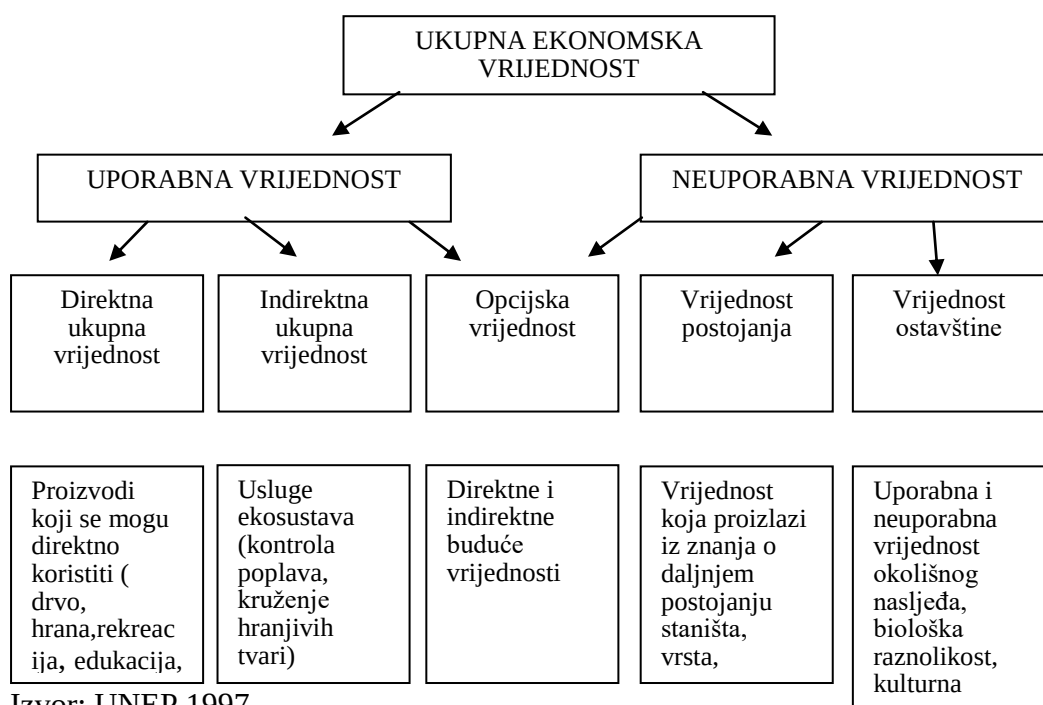
Ekonomska vrijednost zaštićenog područja može se izračunati kao suma uporabne vrijednosti i neuporabne vrijednosti. Uporabna vrijednost može biti direktna i indirektna, a ekonomsku korist od ambijentalnog turizma moguće je izmjeriti analizom ekonomskog vrednovanja, odnosno analizom viška ekonomske vrijednosti koju stvara turizam ili analizom ekonomskog učinka koja promatra potrošnju koju generira turizam. Hoće li ili ne zaštita prirode doprinijeti ostvarenju dodatne ekonomske koristi ovisi o nekoliko čimbenika: veličini koristi, načinu na koji se korist dijeli među dionicima, tipu vlasničkih prava i pripadajućem upravljačkom modelu (Tisdell, 2012).

Cilj razvoja ambijentalnog turizma je postići ekonomske učinke u lokalnoj sredini, stoga ovisi o tome koja će djelatnost generirati višu razinu potrošnje, dohotka i radnih mjesta u lokalnoj sredini, međusobno podupiranje zaštite prirode i turizma dovodi do izravne koristi upravljačima, drugim akterima te globalno mijenja razinu svijesti članova lokalne zajednice i posjetitelja spram zaštite prirode i vrijednostima koje ona pruža. Kompleksnost turizma razlog je što praktički nema ljudske aktivnosti koja ne djeluje ili ne bi mogla djelovati na turizam, pa time i na turističko tržište, a u ponudu se osim turističkih usluga te sredstava i opreme objekata u kojima se pružaju usluge, izravno ili neizravno uključuju svi proizvodi i usluge - od robe široke potrošnje do javnih usluga (Pešutić, 2008).

Ukupna ekonomska vrijednost ambijentalnih resursa sagleda (sl.9) se kroz uporabnu i neuporabnu vrijednost, gdje direktna uporabna vrijednost proizlazi iz stvarne uporabe nekog ekološkog dobra (u parku Maksimir je ponuda kulturne baštine, bioraznolikosti Parka,

mogućnošću rekreacije, proučavanju ptica), a indirektna vrijednost vezana je za određene funkcije pojedinih ekosustava (park Maksimir važno je stanište za mnoge biljne, životinjske i gljivlje vrste, prirodna šuma hrasta lužnjaka, kitnjaka, bukve i graba služi kao ponor ugljika, sprečava eroziju tla, pospješuje formiranje tla). Dobra i usluge mogu se vrednovati zbog moguće buduće koristi (primjer: dostupnost u budućnosti) te čine opcijsku vrijednost. Primjerice spremnost ljudi na plaćanje očuvanja biološke raznolikosti ili usluga ekosustava, a vrijednost postojanja održava koristi koje proizlaze iz same spoznaje da određena dobra i usluge postoje. Vrijednost ostavštine odnosi se na koristi koje proizlaze iz osiguranja da će određena dobra biti sačuvana za buduće generacije.

Slika 9: Ekonomska vrijednost ambijentalnih resursa



Izvor: UNEP,1997.

Cost benefit analiza primijenjena na parkove Versailles i Central Park pokazuje da se novčana vrijednost iskazuje preko odgovarajućeg blagotvornog učinka zelenila, u sadašnjosti ali i u budućnosti. Procijenjeni iznos vrijednosti Versaillesa u Parizu iznosi 40.000.000.000 eura, a Central Parka 528.783.552.000 dolara. Iznos je dobiven temeljem procijenjenog ukupnog troška izgradnje (u krajobraznom oblikovanju smatra se da troškovnik održavanja gradskih zelenih površina iznosi oko 20% vrijednosti njene izgradnje - na godišnjoj razini) i visoke direktne i indirektno funkcionalne vrijednosti koja se ne može dobro iskazati novčanom vrijednosti (Anastasijević, Vratuša, 2005).

Jedna od mogućnosti kako ostvariti ekonomsku korist od zaštićenih površina i parkova vidljivo je iz istraživanja Američke zaklade *The Trust for Public Land* (Američke neprofitne organizacije koja radi na zaštiti parkova i otvorenih prostora) prema kojoj parkovi i zelene površine generiraju veći prihod od poreza na imovinu i doprinose boljem povratu investicija od razvoja. Neposredno načelo govori da je tržišna vrijednost imovine smještene u blizini parkova ili zelenih površina često veća od onih nekretnina koje su smještene negdje drugdje. Prirast poreza koji se pripisuje utjecaju zelenih površina može se iskoristiti u svrhu obnove ili stjecanja obveznica u mirovinskim fondovima. U nekim slučajevima taj prirast je dovoljan za podmirenje dugova. Ekološki porezi trebali bi rezultirati poboljšanjem, odnosno sprečavanjem pogoršanja čovjekova okoliša. Kao instrumenti politike zaštite okoliša imaju tri uloge: ulogu internalizacije eksternih troškova, odgojnu ulogu i ulogu financiranja. Drugim riječima, suvremena politika zaštite okoliša treba ostvariti ciljeve održivog gospodarskog razvoja, zaštite ekosustava, očuvanja bioraznolikosti i globalne ekološke ravnoteže, jer znamo da je čovjekov okoliš javno dobro (Šinković, 2013).

Načini na koje ljudi tretiraju prirodu, odnosno okoliš, mogu se objasniti na temelju njihovih stavova prema njima: za jedne okoliš vrijedi jedino ako pruža usluge ljudima za poboljšanje njihova blagostanja, a za druge okoliš ima iskonsku vrijednost, bez obzira da li, i kako pruža usluge ljudima (Črnjar, Črnjar, 2009). Sve se češće upotrebljava pojam zelena infrastruktura u ekološkom, ekonomskom i urbanom kontekstu. Njezine dobrobiti vide se u lokalnom gospodarstvu, prosperitetu i stabilnosti područja. Važnost zelene infrastrukture ogleda se u stvaranju grada kao mjesta poželjnim za stanovanje, zelena infrastruktura povećava vrijednost nekretnina, privlači investicije i stimulira ekonomske aktivnosti. Švedski fakultet poljoprivrednih znanosti proveo je istraživanje o društvenim vrijednostima, odnosno izvršila se procjena javnih koristi urbanih zelenih površina. Istraživanjem je dobiveno sedam značajki koje čine društvene vrijednosti gradskih zelenih površina: zelene površine, šumski sklad, otvoreni vidici i krajolici, bioraznolikost, povijest kulture i aktivni ruralni okoliš, aktivnosti i izazovi te infrastruktura mjesta za susrete. Osim navedenih društvenih vrijednosti njihova vrijednost može se izraziti i u ekonomskim kategorijama. Dobro planirana javna zelena infrastruktura s promišljenim upravljanjem doprinosi razvoju lokalnog gospodarstva, smanjuje troškove zdravstva i povećava radnu produktivnost, donosi prosperitet, stabilnost, povećava vrijednost nekretnina, privlači investicije i stimulira ekonomske aktivnosti. Kvaliteta i način upravljanja određuje njezinu vrijednost, koristi i pogodnosti koje pruža. Najneposredniji ekonomski učinak odnosi se na povećanje bruto dodane vrijednosti do koje dolazi zbog dobre – poboljšane slike, imidža grada. Vrijednosti kuća ili stanova povećava se

za 19,97 % u blizini gradskih parkova, grad bogatom zelenom infrastrukturuom privlači više posjetitelja koji troše u trgovinama, ugostiteljskim objektima, na sportske sadržaje, razne rekreativne aktivnosti. Dobro upravljanje zahtjeva poznavanje uloge i utjecaja zelene infrastrukture, ambijentalnih prostora na život građana, kao i međusobnu suradnju svih aktera. Poslovanje javne ustanove za zaštićena područja ovisno je o Gradu Zagrebu, kao njezinom osnivaču. Investicijski, razvojni i financijski efekti isključivo ovise o osnivačevoj sposobnosti financiranja, odnosno osnivačevom shvaćanju važnosti financiranja zaštite prirode. Osim alimentacija iz budžeta osnivača, javna ustanova generira određeni manji dio financijskih sredstava iz vlastitih prihoda. Sportsko rekreacijski programi poput iznajmljivanja sportskih objekata, korištenje objekata i opreme, škole učenja raznih sportskih vještina, sportske igre, turniri i natjecanja, sportsko zabavne atrakcije pružaju mogućnost realizacije ekonomskih učinaka koji se mogu valorizirati kao izravni i posredni ekonomski učinci. Realizacija takvih programa najčešće je u pred i post sezoni, a posredni ekonomski učinci sporta manifestiraju se kroz: motivaciju za izbor destinacije, produženje sezone, povećanje izvanpansionske potrošnje te unapređenje raznolikosti i kvalitete turističke ponude (Bartoluci, 2003).

Moguća ekonomska korist od ambijentalnih prostora (Harnik, Walle, 2009.):

1. Parkovi i zelene površine povećavaju vrijednosti okolnog zemljišta, što uzrokuje porast poreza;
2. Parkovi i ambijentalni prostori privlače menadžere i zaposlenike kompanija kako bi u tome prostoru pronašli kvalitetu života;
3. Ambijentalni prostori privlače turiste i povećavaju potrošnju;
4. Pružanjem rekreativnih aktivnosti na otvorenome smanjuju se troškovi za zdravstvenu njegu;
5. Ekološka korist za sam grad

3.1. Financijska održivost zaštićenih površina

Iz tvrdnje da zaštićeno područje predstavlja veliki značaj za društvo, što se vidi u koristima koje daje: mogućnost rekreacije, općekoristi za zdravlje, koristi za stanovnike koji žive u blizini parka, mogućnost edukacije, mogućnosti korištenja parka kao relevantnog i značajnog identiteta grada u marketinškim aktivnostima predstavljanja Grada Zagreba na domaćem i stranom tržištu; može se postaviti tvrdnja da bi zaštićena područja trebala biti sufinancirana ili financirana iz ekološkog poreza koji bi se proveo putem ekološke fiskalne reforme.

Klasičan pristup poslovanju zaštićenih područja temelji se na privlačenju što većeg broja posjetitelja, a financiranje uključuje dio financijskih sredstava iz gradskog proračuna koji pokriva osnovne potrebe funkcioniranja Javne ustanove, i manji dio prihoda od raznih usluga kao što su iznajmljivanje livada, koncesija, usluge turističkog vođenja i edukacije. Novi pristup temelji se na preraspodjeli prihoda kojeg ostvaruju korisnici usluga ekosustava iz pogodnosti okruženja zaštićenog područja, a to su turizam, prodaja nekretnina, izgradnja stanova i mnogi drugi.

U Parku su ključni ekosustavi: šuma, jezera i potoci. Funkcija šuma je pružanje staništa oprašivačima, kukcima koji oprašuju okolne poljoprivredne usjeve, a među kojima su najvažnije pčele. Iduća funkcija šume je spremnik i filtracija vode. Grad Zagreb za održavanje parka Maksimir godišnje izdvaja u prosjeku 4.600.000 kuna Hrvatskim šumama (Javna ustanova Maksimir, Godišnji financijski izvještaj 2014).

U razvijenim zemljama vodno gospodarstvo plaća naknadu zaštićenim područjima jer im ista osiguravaju i količinu i kakvoću vode (<http://croatia.panda.org/?200451/Novavrednovanja-ekosustava-u-zasticenim-podrucjima>).

Ulaganje u zaštićena područja donosi sveopću financijsku korist: zdrav ekosustav povećava uslugu - veća usluga povećava dobit korisniku – korisnik može povećati zapošljavanje – država ubire veći porez od korisnika. Stoga ovu preraspodjelu sektori ne bi trebali vidjeti kao dodatno opterećenje već je trebaju prepoznati kao ulaganje u osiguranje vlastitih prihoda koje im omogućavaju zdravi prirodni ekosustavi. Vrednovanje okoliša može se provoditi sljedećim metodama (Črnjar, Črnjar, 2009):

1) Mjerenje korisnosti okoliša metodom „sklonost potrošača da plate za kakvoću okoliša“ (*willingness to pay* – WTP) gdje ljudima treba pružiti mogućnost izbora s pretpostavkom da će se pozitivna sklonost prema ekološkom dobru manifestirati u spremnosti

plaćanja (WTP) onoga što pojedinac ili skupina želi. Alternativni pristup bilo bi mišljenje pojedinca o njegovoj spremnosti na prihvaćanje WTA naknade u zamjenu za pogoršanje kakvoće okoliša

2) Mjerenje korisnosti okoliša „metodom putnog troška“, ovakav pristup se upotrebljava za mjerenje koristi povezanih s rekreativnim resursima. Osnovna je zamisao da se izmjeri iznos novca koji ljudi potroše da bi koristili resurse. Pretpostavka na kojoj se temelji metoda putnog troška su troškovi koje uzrokuje posjeta tim lokacijama (trošak benzina, utrošeno vrijeme, ulaznice itd.) koji na neki način odražavaju rekreacijsku vrijednost te lokacije

3) Mjerenje korisnosti okoliša „hedonističkom metodom“ procjenjuje koliko su ljudi voljni platiti za zdraviji okoliš. Metoda procjenjuje (vrednuje) usluge okoliša čije postojanje izravno utječe na pojedine tržišne cijene. U praksi se najviše primjenjuje na tržište nekretnina. Smanjenjem razine onečišćenja okoliša, odnosno povećanjem kakvoće okoliša, raste cijena nekretnina. U Engleskoj je izračunato za pokrajinu Gloucestershire koliko bi porasla vrijednost stambenih kuća, ako bi se u blizini nalazio ekološki čisti potok. Studija je utvrdila da rast vrijednosti nekretnina iznosi oko 5%.

4) Mjerenje korisnosti okoliša „metodom mogućeg vrednovanja ili uvjetne procjene vrijednosti okoliša“ često se naziva metodom kojom se izražavaju sklonosti. Pristup koji se koristi je intervjuiranje domaćinstava na samoj lokaciji ekološkog dobra, ili u domovini ispitanika od kojih se traži da izraze svoju spremnost plaćanja kako bi se očuvalo određeno ekološko dobro. Analitičari, temeljem odgovora računaju prosječnu spremnost plaćanja ispitanika, koja se množi s ukupnim brojem osoba koje uživaju u tom ekološkom dobru na dotičnoj lokaciji kako bi se procijenila ukupna vrijednost što je ljudi pripisuju tom dobru

5) Cost - benefit analiza koristi se kao oruđe za ekonomski program upravljanja prirodnim resursima (kontrola hrane, navodnjavanja, uvođenja alternativnih energija)

Iako ambijentalni turizam doprinosi razvoju, postoje fundamentalni problemi, koje treba riješiti, kao što su: needuciranost zaposlenika na svim hijerarhijskim razinama o važnosti ambijentalnog turizma, ulaganje u infrastrukturu i parkovne sadržaje nužno je i čini osnovu za razvoj ambijentalnog turizma, marketing, cjenovna politika slobodnog vremena, turistička ekonomija, turistički menadžment, društvena ili sociološka istraživanja i statistike te kvaliteta usluga. Navedene su slabe strane i čine uzrok devastacije i nerazvitka (Eagles, 2001). Ekonomski i financijski stručnjaci često su izuzeti iz upravljačke strukture, a nevladin

sektor, pogotovo zaštitari prirode tvrde da bi razvoj turizma doveo do prevelike komercijalizacije prostora.

Čimbenici otpornosti (Črnjar, Črnjar, 2009):

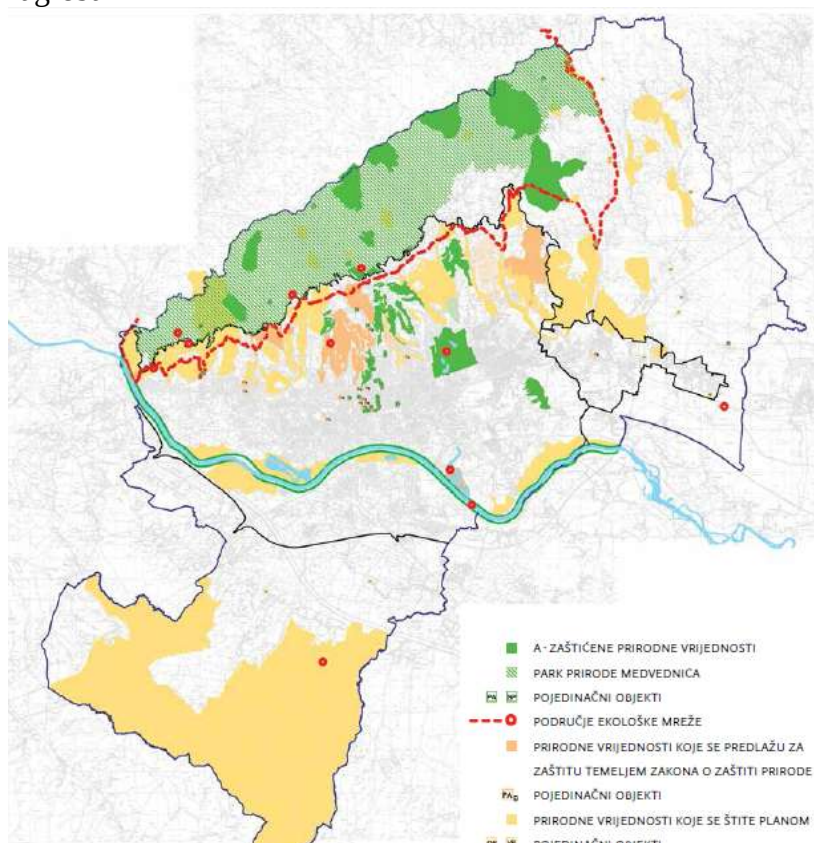
1. javnost očekuje da su usluge ekosustava besplatne
2. cijene su ispod troškova proizvodnje
3. nedostatak stručnosti
4. javna zabrinutost zbog komercijalnog razvoja
5. nezainteresiranost zaposlenika

Sva zaštićena područja na godišnjoj razini ostvaruju određen broj posjeta (od nekoliko posjetitelja do milijun posjetitelja godišnje), što zahtjeva planiranje i proaktivno provođenje upravljanja posjetiteljima, vezano uz to javlja se potreba za razvijanjem menadžment vještina kao što su razumijevanje potreba i želja gostiju, kvaliteta usluga, politika cijena slobodnog vremena i marketing slobodnog vremena.

3.2. Održivost ambijentalnog turizma s ciljem postizanja ekonomske koristi

Svjetska turistička organizacija dijeli faktore privlačnosti na prirodne resurse, kulturno povijesnu baštinu, klimatske uvjete, infrastrukturu te turističke usluge i sadržaje. Prirodni resursi i ljepote nisu više dovoljan čimbenik atraktivnosti, posebno za zahtjevnije tržišne segmente koji teže sadržajnijoj i aktivnijoj dokolici. Rastuća potreba za nestandardiziranim i individualiziranim ponašanjem turista, posjetitelja izravno je povezana s potragom za samoodređenjem, većim iskustvom putovanja kod stanovništva, rastućom željom za povezivanjem s prirodom, većom ekološkom sviješću i sve većim nastojanjima za učenjem. Voda, šumsko bogatstvo, ambijentalni prostori, zaštićene prirodne vrijednosti, područja ekološke mreže čine Zagreb bogatim prirodnim resursima. To su njegove komparativne prednosti u odnosu na okruženje (sl.10).

Slika 10: Ukupna površina planiranih i postojećih prirodnih vrijednosti na području Grada Zagreba



Izvor: Zagreb plan, strategija razvoja grada Zagreba do 2020.

Trećina teritorija (22 337,87 ha) Grada Zagreba nalazi se pod šumama, mješovite vlasničke strukture (50% površine čine privatne šume).

Kulturno nasljeđe daje određenu autentičnost destinaciji, čini ju prepoznatljivom i drugačijom i na njemu se često temelji konkurentna prednost u odnosu prema drugim destinacijama. Nije dovoljno imati samo bogato kulturno nasljeđe, njime treba znati marketinški upravljati (Vrtiprah, 2006). Na području Grada nalazi se 500 nepokretnih kulturnih dobara upisanih u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske (16 kulturno - povijesnih cjelina, 55 graditeljskih sklopova, 426 objekta, tri arheološka lokaliteta), 33 zaštićena dijela prirode upisana u Upisnik zaštićenih prirodnih vrijednosti. Potrebno je planirati korištenje prostora na način da se omogući očuvanje i unapređenje sveukupnih vrijednosti kao nositelja prepoznatljivosti kulturno - povijesnog identiteta Grada (Zagreb plan, 2012).

Grad Zagreb je područje prema geografskom smještaju umjerene širine u kojima su razvijena sva četiri godišnja doba, srednja godišnja temperatura iznosi 11,20°C, a najviša

prosječna 21,30 °C, gradsko područje ima manje od 40 dana snježnog pokrivača (Medvednica 90 dana sa snijegom visine do 100 cm). Vlažnost zraka kreće se u prosjeku od 60 - 70%, a dominantna strujanja zraka su sjeveroistočnog i jugozapadnog smjera. Prosječno godišnje trajanje sijanja sunca kreće se u vrijednostima do 1808 sati (meteorološka stanica Zagreb – Maksimir). Zbog navedenih klimatskih obilježja većina događanja na ambijentalnim prostorima ovisna je o povoljnim vremenskim prilikama, često su planirana u danima vikenda, kako bi privukli što veći broj posjetitelja te tako osigurali ekonomsku isplativost. U travnju 2014. godine, Grad Zagreb krenuo je u realizaciju turistički atraktivne ponude - vožnja kočijama po Gornjem gradu i parku Maksimir bez obzira na vremenske prilike, kroz sve dane tjedna kako bi upotpunila postojeću ponudu i privukla posjetitelje neovisno na vremenske prilike. Kako bi se dobilo mišljenje javnosti o uvođenju kočija kao nove turističke ponude u park Maksimir, provela se evaluacija posjetitelja parka Maksimir u vrijeme vikenda, za vrijeme boravka kočije u parku. Ukupno je ispitano 100 ispitanika korisnika usluge. Rezultati ispitivanja pokazali su da su korisnici turističke ponude obitelji s djecom (70%), u dobi od 31-40 (36%) ili u dobi od 41-50 (29%), većinom stanovnici Zagreba (80%), a manji dio (15%) čine jednodnevni posjetitelji, koji su u Zagreb došli radi izleta. Kočija kao turistička ponuda parka prihvaćena je sa (100%) odobravanjem, a za uslugu posjetitelji su spremni izdvojiti ovisno o duljini i trajanju vožnje: 30 kuna (76% ispitanika) za 15 minuta vožnje (oko 1600 m) i 50 kuna (66% ispitanika) za 30 minuta vožnje (oko 3600 m) (Javna ustanova Maksimir, infocentar godišnji izvještaj 2015).

Ponuda kulturnih događanja, turističkih usluga, sadržaja i atrakcija je sve inovativnija, kulturna zbivanja iz zatvorenih prostora premještaju se na urbane i ambijentalne prostore, stoga su u 2014. godini izdvojena događanja bitna za razvoj ambijentalnog turizma: programi na ljetnim pozornicama, Ljetna pozornica Bundek, Ljetna pozornica Tuškanac, Ljetna pozornica Trg kralja Tomislava, Festivali – glazba i kazalište, Zagrebačke ljetne večeri, Koncerti na Medvedgradu, INmusic na Jarunu, Dvorišta; Festival vatrometa, Tuškanac Zagreb Film Festival, Zagrebački vremeplov na Zrinjevcu i parku Maksimir, Dvorišta Gornjeg grada, Ljetna pozornica Trg kralja Tomislava, Advent na Zrinjevcu, Ledeni park na Trgu kralja Tomislava (www.kulturauzagrebu.hr) koja su privukla brojne turiste i zasigurno ambijentalnim prostorima podigla vrijednost u turističkom, socijalnom i kulturnom pogledu. Park Maksimir također broji zanimljiva događanja, koja se još uvijek ne nalaze na popisu i statistici događanja Grada Zagreba, što otežava informiranost turista o događanjima koje on pruža ali i pokazuje određenu nezainteresiranost turističkog sektora za razvijanje i podizanje kvalitete događanja i kvalitete pružanja informacija o kulturnim događanjima na tome

području. Grad Zagreb, postaje društveno i kulturno središte koje u ljetnim mjesecima svojim raznovrsnim i brojnim kulturnim zbivanjima želi privući sve više domaćih i stranih posjetitelja.

Gospodarsko okruženje predstavljaju čimbenici koji utječu na kupovnu moć pojedinaca i obitelji. Ukupna kupovna moć ovisi o raspoloživom dohotku, o cijenama, o štednji i mogućnostima. Gledajući dugoročno, diskrecijski dohodak (razina dohotka koja ostaje nakon podmirenja osnovnih životnih primarnih i sekundarnih potreba) je u stalnome porastu, što omogućuje povećanje potrošnje na aktivnosti vezane uz provođenje slobodnog vremena, dokolice (Gredičak, 2009).

3.3. Ekonomski parametri i prirodne atrakcije

Osnovni cilj hrvatskog turizma je osigurati dugoročnost pozitivnih učinaka održivim korištenjem prirodnih i kulturno povijesnih potencijala, aktivnim sudjelovanjem u njihovom očuvanju i razvoju te djelotvornom promocijom. Razvoj cjelovite turističke ponude temelji se na iskorištavanju postojećih potencijala Grada, osiguravajući obogaćivanje postojeće ponude Zagreba kao kontinentalnog turističkog odredišta. Ambijentalni turizam pridonosi razvoju turističke ponude, a uspješno pozicioniranje Zagreba na zahtjevnom turističkom tržištu ovisi o razvoju i oblikovanju novih te poboljšanju postojećih turističkih proizvoda i usluga.

Cilj je postići visoku razinu kvalitete u svim segmentima turističke ponude što podrazumijeva niz faktora: educiranost kadrova koji pruža usluge, kvalitetu same usluge, smještaja, organiziranog boravka, popratnih usluga odnosno kvalitetu ukupnog turističkog doživljaja odredišta. Jedan od osnovnih uvjeta razvoja turizma predstavlja stvaranje uvjeta za kvalitetan i siguran boravak turista. U tom smislu potiče se izgradnja osnovne turističke infrastrukture, rješavanje infrastrukturnih problema za osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti (omogućavanje pristupa pomoću prilaznih rampi, prilagodba sanitarnih čvorova, informativne ploče ispisane na Brailleovom pismu ili postavljanje multimedialnih informativnih kioska).

Iz statistike noćenja gostiju u Zagrebu vidljivo je da Grad Zagreb predstavlja jedno od značajnijih turističkih odredišta u Republici Hrvatskoj. U tom smislu značajnu ulogu u turističkoj ponudi ima i park Maksimir. Turističku vrijednost parka Maksimir u kojem se nalazi i Zoološki vrt koji predstavlja svojevrsnu atrakciju koja je prepoznata od strane Turističke zajednice Grada Zagreba uvrštavajući ga na popis atrakcija koje je potrebno

posjetiti prilikom posjeta Zagrebu, a usporedbom (tab. 7) Zagreba, parka Maksimir i Zoološkog vrta s Londonom, Berlinom i New Yorkom, te njihovim gradskim parkovima i vrtovima, uočava se da zagrebački Zoološki vrt od ukupnog broja turističkih dolazaka u Grad, godišnje primi oko 32% posjetitelja što je mnogo više od londonskog i njujorškog zoološkog vrta (Mirt, 2014).

Tablica 7: Usporedba broja stanovnika gradova i broja posjetitelja parkova

	Berlin	London	New York	Zagreb
Broj stanovnika grada 2011.g.	3,4 mil	9 mil	20,3 mil	790 017
Broj posjetitelja grada	11,3 mil (2013) 4,3 mil. strani posj.	16,8 mil.	52,7 mil.(2012) 10,9 mil. strani posj.	807 750 685 720 strani posj.
Broj posjetitelja parka	-	5,1 mil	37 - 38 mil	773 826
Broj posjetitelja ZOO-a	4 mil	1,2 mil	3,9 mil	257 942

Izvor: prilagođeno prema Ilona Mirt, diplomski rad: Park Maksimir u turističkoj ponudi Zagreba, str. 44.

Iako se po navedenim podacima u tablici može zaključiti da svi koji posjete Zagreb, posjete i Maksimir, zbog nepostojanja brojača posjetitelja na ulazima u park Maksimir, nepostojanja evidencije o stranim posjetiteljima, zbog mogućnosti ulaza u Park s više strana, nije moguće odrediti točan broj i strukturu posjetitelja. Broj posjetitelja bazira se na broju prodanih ulaznica Zoološkog vrta u omjeru 1:3 (jedan posjetitelj koji posjeti ZOO vrt naspram tri posjetitelja koji posjete park Maksimir). Opservacijskim istraživanjem, promatranjem kretanja posjetitelja unutar Parka, pokazano je da nisu svi posjetitelji parka Maksimir i korisnici Zoološkog vrta. Procijenjeni broj posjetitelja Parka u 2013. godinu je 819 831 posjetitelja (tab. 8), a posjetitelji su većinom stanovnici obližnjih kvartovskih naselja te organizirane grupe školske djece.

Osim indirektna valorizacije, turistički značaj Parka i Zoološkog vrta promatrajući ih kao jednu cjelinu dokazuju i podaci iz Državnog zavoda za statistiku (DZS). Putem tromjesečnih izvještaja, DZS donosi broj posjetitelja svih važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija u Republici Hrvatskoj. Iz prikupljenih podataka vidljiva je uloga Zoološkog vrta, kako u okviru Grada tako i u okviru Republike Hrvatske. Iz službenih podataka DZS-a vidljivo je da je 2010. godine bilo ukupno 235.860 posjetitelja, a u prvom tromjesečju 2010. Zoološki vrt Grada Zagreba bilježi posjetu od 17.937 posjetitelja, od tog broja 15.550 domaćih gostiju, dok je 2.387 stranih gostiju (15,35%). U drugom tromjesečju 2010. Zoološki vrt Grada Zagreba

bilježi posjetu od 99.030 posjetitelja. Od tog broja 69.330 domaćih gostiju, a 29.700 stranih (42,84%), u trećem tromjesečju 2010. domaćih posjetitelja je 55.942 (od 79.917), broj stranih posjetitelja je 23.975 (42,86%). U četvrtom tromjesečju 2010. Zoološki vrt bilježi ukupno 38.976 posjetitelja, 31.5829 domaćih i 7.447 stranih posjetitelja (19,11 %).

Iz službenih podataka DZS-a vidljivo je da je u 2011. bilo ukupno 253.394 posjetitelja i to: u prvom tromjesečju 2011. 25.761 posjetitelja, od toga; 24.491 domaćih i 1.270 stranih posjetitelja (5,18%). U drugom tromjesečju 2011. Zoološki vrt Grada Zagreba bilježi 108.786 posjetitelja; 81.589 domaćih, a 27.197 stranih (33,33%) posjetitelja, u trećem tromjesečju 2011. Broj domaćih posjetitelja bio je 51.087, a broj stranih posjetitelja 34.057 (39,99%) (od ukupnog broja 85.144). U četvrtom tromjesečju 2011. Zoološki vrt bilježi ukupno 33.703 posjetitelja, (28.985 domaćih i 4.718 stranih posjetitelja ili 13,99 %) (Državni zavod za statistiku, 2010).

Tablica 8: Odnos broja posjetitelja Zoološkog vrta i broja posjetitelja parka Maksimir

Godina	2012		2013		2014		Indeks 2013/2012		Indeks 2014/2013	
	ZOO	Park	ZOO	Park	ZOO	Park	ZOO	Park	ZOO	Park
Ukupan broj posjetitelja	255.399	766.197	273.277	819.831	292.407	877.221	107	107	107	107
Odrasli	173.525		185.672		198.699					
Djeca	81.874		87.605		93.738					

Izvor: obrada autora prema izvještaju Zoološkog vrta Grada Zagreba i Studije predizvodljivosti za projekt modernizacija Zoološkog vrta u Zagrebu - Prva faza, 2013

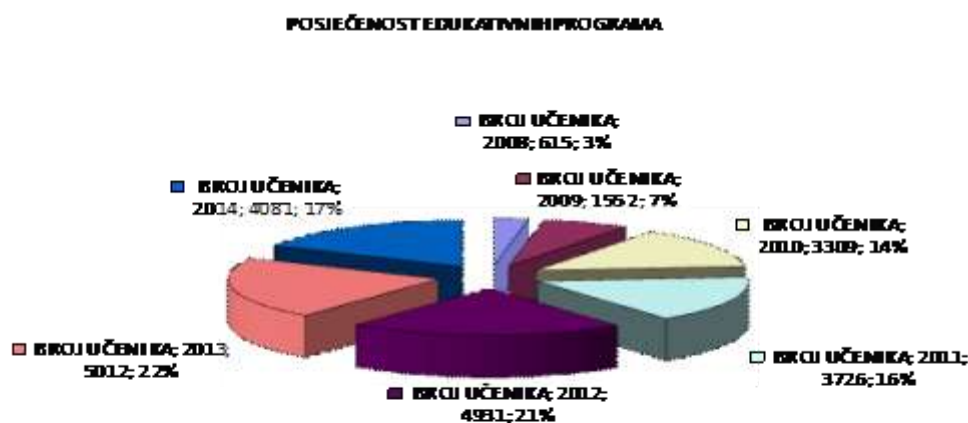
Osim građana Zagreba, brojni su posjetitelji iz drugih dijelova Republike Hrvatske (njih preko 25% u ukupnom broju), te sve veći broj stranih turista 10%. Prihod od Zoo vrta iznosi 5.435.832 kuna u 2011. od prodanih ulaznica. Udio vlastitih prihoda u ukupnim prihodima iznosi 27% (Studija predizvodljivosti za projekt modernizacija Zoološkog vrta u Zagrebu - Prva faza, 2013). Uspoređujući posjećenost 2012. i 2013. godine i 2013. i 2014. godine, bilježi se porast posjećenosti od 7% (tab 8).

Mogućnost povećanja prihoda od održivog korištenja kulturne i prirodne baštine vidi se u pretvaranju kulturnih resursa u kulturne atrakcije, povećanju vidljivosti kulturne i prirodne baštine na domaćem i inozemnom tržištu, povećanju servisne infrastrukture, prilagodbi radnog vremena informativnih punktova, iznalaženju drugih oblika financiranja i pronalaženja načina ulaganja putem kreiranja zajedničkih projekata koji bi povezali lokalnu upravu,

resorna ministarstva, privatne ulagače čime bi se u svakoj regiji stvorio temelj na koji se mogu vezati lokalni projekti, razmatranje mogućnosti korištenja sredstava iz spomeničke rente s obzirom na to da spomenička renta predstavlja obvezu fizičkih i pravnih osoba radi prikupljanja sredstava potrebnih za zaštitu i očuvanje kulturnih dobara odnosno za ostvarivanje nacionalnog programa zaštite kulturnih dobara, a ambijentalne površine Grada kategorizirane kao spomenici parkovne arhitekture zaštićeni su Zakonom o zaštiti kulturnih dobara (NN 69/99), kao i pojedinačni objekti unutar parkova.

Jedan od načina generiranja vlastitih prihoda Javne ustanove - Maksimir je naplata edukativnog programa po učeniku za osnovne ili srednje škole i stručna vođenja (sl. 11).

Slika 11: Prikaz posjećenosti edukativnih programa Javne ustanove -Maksimir



Izvor: obrada autora prema rezultatima obrađenih anketa, arhiva Javne ustanove Maksimir

Cijena edukativnog programa po učeniku iznosi 20,00 kuna. U edukativnim programima parka Maksimir sudjelovalo je 5.000 školske djece što predstavlja 8,6 % ukupnog broja djece tog uzrasta u Gradu Zagrebu⁹.

⁹ Prema podacima iz Službenog glasnika Grada Zagreba, br. 26 iz 2013. godine u programu javnih potreba u osnovnom odgoju i obrazovanju Grada Zagreba za 2014. godine evidentirano je 106 redovnih osnovnih škola u koje je upisano 57.812 učenika u 2.680 razrednih odjeljenja.

3.4. Zaštićene površine u sustavu financiranja

Grad trenutno ima 321 proračunskog korisnika, s otprilike 7.800 zaposlenih. Korisnici gradskog proračuna su institucije koje je Grad osnovao i koje se većim dijelom financiraju iz proračuna. Neki od korisnika su: Javna vatrogasna postrojba, Zoološki vrt, Dječja bolnica Srebrnjak, Zavod za hitnu medicinu, Knjižnice grada Zagreba, Muzej Grada Zagreba, Kazalište Trešnja, Koncertna dvorana Vatroslava Lisinskog, Kulturno informativni centar, Javna ustanova – Maksimir i dr.

Proračun se sastoji od tri dijela: 1. Opći dio: račun prihoda, račun rashoda i račun financiranja, 2. Posebni dio prikazuje rashode i izdatke za financiranja po vrstama, organizacijskim jedinicama i njihovim korisnicima, dodatno raspoređene po programima koji se sastoje od aktivnosti i projekata, 3. Treći dio ili plan razvojnih programa, sadrži ciljeve i prioritete razvoja Grada, povezane s programskom i organizacijskom klasifikacijom proračuna.

Plan razvojnih programa je također sastavni dio proračuna koji se sastavlja za trogodišnje razdoblje, sadrži strateške ciljeve i prioritete razvoja povezane s programskom i organizacijskom klasifikacijom proračuna. Struktura plana razvojnih programa omogućuje detaljan uvid u planirane proračunske rashode u tekućoj godini, ali i planirane rashode za pojedine programe u trogodišnjem razdoblju. Također postoji i Zagreb plan – dokument s ciljevima i prioritetima razvoja do 2020. godine. Proračunski prihodi su poslovni i kapitalni. Poslovni su porezni i neporezni prihodi te pomoći i dotacije, a kapitalni su prihodi od prodaje nefinancijske imovine. Ukupni prihodi gradskog proračuna za 2014. godinu iznosili su 6,8 milijardi kuna. Od toga je 74% prihoda iz poreza, 15% prihoda iz pristojbi i naknada, 6% od imovine, 3 % od prodaje nefinancijske imovine, 1% od pomoći i 1% od kazni, upravnih mjera i ostalih prihoda. Porezi čine tri četvrtine ukupnih prihoda. Neki su porezi isključivi prihod državnog proračuna, neki su lokalni, a neki se dijele između državnih i lokalnih proračuna. Državni porezi se ne evidentiraju u gradskom proračunu, a gradski odnosno županijski porezi u cijelosti pripadaju proračunu Grada Zagreba, njihov udio je relativno malen u ukupnim porezima. Prihodi od pristojbi i naknada čine oko 15% ukupnih prihoda, a koriste se isključivo za zakonom propisane namjere. Preko 80% prihoda čine komunalni doprinosi i naknade – u 2014. godini iznosili su 840 milijuna kuna. Prikupljenim se sredstvima financira odvodnja atmosferskih voda, javna rasvjeta, čišćenje i održavanje javnih površina. Prihodi od

imovine, oko 6% ukupnih proračunskih prihoda potječu od korištenja nefinancijske imovine, odnosno od naknada za ceste koje se godišnje plaćaju pri registraciji vozila, zakupa i iznajmljivanje imovine (poslovnih prostora, reklamnih panoa, javnih prostora) i naknada od koncesija (korištenje, vode, struje, plina) (Vodič kroz proračun Grada Zagreba, 2014). Rashodi iznose 6,8 milijardi kuna, odnosno Grad na svakoga građanina mjesečno potroši 736 kuna, odnosno 35% na materijalne rashode, 21% na zaposlene, 15% na nabavu nefinancijske imovine, 11% subvencije, 7% na naknade građanima i kućanstvima, 1% čine financijski rashodi, 1% su dane pomoći, 9% su ostali poslovni rashodi (Vodič kroz proračun Grada Zagreba, 2014). U razdjelu 11 proračuna Grada Zagreba na proračunskim pozicijama gradskog ureda za poljoprivredu i šumarstvo predviđena su sredstva kojima se financira rad Javne ustanove - Maksimir za upravljanje zaštićenim površinama Grada Zagreba (Javna ustanova Maksimir, financijski izvještaj, 2015).

Udio Gradskog ureda za poljoprivredu i šumarstvo u ukupnim rashodima iznosi tek 1,1 %, a najveći udio u ukupnim rashodima ima gradski ured za obrazovanje, kulturu i šport sa 30,6% i gradski ured za prostorno uređenje, izgradnju grada, graditeljstvo, komunalne poslove i promet sa 24,2% (Vodič kroz proračun Grada Zagreba, 2014).

Funkcijska klasifikacija prikazuje namjenu utrošenih sredstava. Najviše sredstava, tri četvrtine proračunskih rashoda izdvaja se za ekonomske poslove, obrazovanje, te unapređenje stanovanja i zajednice 60% i javne usluge 14%. Unapređenje stanovanja i zajednice na koje se izdvaja 20% podrazumijeva troškove održavanja gradske imovine i javnih površina. Prosječna mjesečna potrošnja po namjeni, po građaninu izgleda ovako (ekonomski poslovi 158 kuna, obrazovanje 155 kuna, unapređenje stanovanja i zajednice 147 kuna, opće javne usluge 102 kuna, rekreacija, kultura i religija 88 kuna, socijalna zaštita 48 kuna, zdravstvo 22 kuna, javni red i sigurnost 10 kuna te zaštita okoliša 6 kuna) (Vodič kroz proračun Grada Zagreba, 2014). Kao glavne skupine instrumenata u funkciji zaštite okoliša identificiraju se administrativno – regulacijske s izravnim djelovanjem (kontrola ispuštanja, redukcija ili zabrana) ili neizravnim djelovanjem (tehničke norme i standardi za opremu i tehnološke procese) i ekonomsko financijske s izravnim djelovanjem (pristojbe ili naknade za ispuštanje štetnih stvari, utvrđivanja dozvola, depoziti i povrat sredstava) ili neizravnim djelovanjem (porezi na utroške i proizvodnju, subvencije na supstitute, subvencije na reduciranje utroška) (Vojnović, 2002).

Prema Izvješću o stanju okoliša Grada Zagreba izvori financiranja zaštite okoliša u Gradu Zagrebu su (Gradski zavod za prostorno uređenje, 2006):

- državni proračun i izvanproračunski fondovi;

- proračun Grada Zagreba;
- gospodarstvo;
- međunarodna suradnja i
- namjenske naknade, cijene komunalnih usluga u zaštiti okoliša, sredstva bespovratne financijske pomoći, zajmovi i krediti iz međunarodnih i domaćih izvora i drugi izvori

Na osnovi zakonske obveze provođenja mjera zaštite okoliša iz proračuna Grada Zagreba izdvajaju se određena sredstva za očuvanje, zaštitu i unapređivanje stanja u okolišu u skladu sa Strategijom zaštite okoliša i programima zaštite okoliša. U Nacionalnoj strategiji zaštite okoliša navodi se, općenito, da postojeći sustav financiranja karakteriziraju nestabilnost, mali opseg sredstava namijenjenih ovom području, nedostatak poticajnih instrumenata, nedovoljna kreditna sredstva, nerazvijenost partnerstva između javnog i privatnog sektora, nedostatak analiza troškovne i ekološke učinkovitosti, netransparentnost prihoda i izdataka te nerazvijenost informacijskog sustava i statistike zaštite okoliša (Nacionalna strategija zaštite okoliša, NN 46/02). Premda postoje mehanizmi kojima se financiraju određene aktivnosti u zaštiti okoliša, prikupljena sredstva najčešće su neprepoznatljiva kao specifična sredstva zaštite okoliša.

Naknade za zaštitu okoliša koje se uplaćuju u proračun Grada Zagreba: naknada za eksploataciju mineralnih sirovina određena je Zakonom o rudarstvu (NN 14/14), plaćaju je trgovačka društva i obrtnici u rasponu do 2,6% ukupnog prihoda ostvarenog njihovom prodajom. Naknada za promjenu namjene poljoprivrednog zemljišta, prema Zakonu o poljoprivrednom zemljištu (NN 39/13), ima svrhu zaustavljanje procesa gubljenja plodnog tla, plaća se prema površini građevinske parcele, a upotrebljava za osposobljavanje ili povećavanje plodnosti tla. 50% ostvarenog prihoda od ovih naknada ostaje Gradu, a preostalih 50% uplaćuje se u državni proračun. Sredstva za biološku reprodukciju šuma i naknadu za korištenje općekorisnih funkcija šuma, prema Zakonu o šumama (NN 94/14), plaćaju svi koji upravljaju, posjeduju ili koriste šumu. Upotrebljavaju se za biološku reprodukciju, zaštitu od požara, znanstveno-istraživački rad i programe na području šumarstva i plaćaju se na poseban račun Hrvatskih šuma. U proračun Grada Zagreba plaća se šumski doprinosi kao naknada za šumsku infrastrukturu u visini od 2,5%.

Komunalna naknada, prihod je proračuna Grada Zagreba i prema Odluci o komunalnoj naknadi, sukladno Zakonu o komunalnom gospodarstvu (NN 144/12), koristi se za financiranje obavljanja komunalnih djelatnosti (održavanje komunalne infrastrukture): odvodnja atmosferskih voda, čišćenje javnih površina, održavanje javnih površina, održavanje

nerazvrstanih cesta, održavanje groblja i krematorija, održavanje javne rasvjete. Komunalnu naknadu plaćaju vlasnici ili korisnici stambenoga, poslovnog, garažnog prostora i uređenoga građevinskog zemljišta prema ukupnoj korisnoj površini. Visina naknade ovisi o stupnju opremljenosti komunalnog zemljišta objektima i uređajima komunalne infrastrukture, lokaciji i namjeni objekta. Sredstva komunalne naknade raspoređuju se godišnje na temelju programa održavanja komunalne infrastrukture koji su sastavni dijelovi programa radova na području vodnoga gospodarstva, prometa i komunalnoga gospodarstva i proračuna Grada Zagreba (Izvješće o stanju okoliša Grada Zagreba, 2006).

Upravljanje okolišem treba promatrati kao upravljanje javnim dobrom pa stoga i rashode za zaštitu i unapređenje kao javni trošak.

Javna ustanova - Maksimir se financira iz više izvora od kojih su najznačajniji proračun Grada Zagreba, osim proračunskih sredstava, izvor prihoda predstavljaju i vlastiti prihodi Ustanove s udjelom od oko 1% u ukupnim prihodima (Javna ustanova Maksimir, financijski izvještaj, 2014).

3.4.1. Prihodi poslovanja

Javna ustanova - Maksimir za upravljanje zaštićenim površinama Grada Zagreba financijskim planom za 2014. godinu planirala je prihode od 4.446.687,31 kuna, od čega prihode iz proračuna Grada Zagreba u iznosu od 3.750.000,00 kuna (87,5%), vlastite prihode s naslova iznajmljivanja ugostiteljskih objekata, kioska za prodaju i koncesijskih odobrenja u iznosu od 550.000,00 kuna (12,4%), prihode od kamata 2.380,69 kuna i višak salda fonda iz 2013. godine u iznosu od 144.306,62 kuna, u 2014. godini Ustanova je ostvarila ukupno: 3.751.885,73 kuna prihoda (84,4%) od ukupnih planiranih prihoda (tab.9):

Tablica 9: Pregled prihoda Javne ustanove Maksimir

Klasifikacija prihoda	Iznos /KN	%
Prihodi iz proračuna Grada Zagreba	3.284.665,93	87,50
Vlastiti prihodi od nefinancijske imovine (zakup i koncesija)	349.431,00	9,30
Prihodi od kamata	2.380,69	0,10
Prihodi po posebnim propisima (Hrvatski zavod za zapošljavanje)	12.829,92	0,40
Prihodi od prodaje roba i usluga	72.578,19	1,90
Tekuće donacije (TZGZ)	30.000,00	0,90

Izvor: Arhiva Javne ustanove Maksimir, pregled financijskog izvješća za 2014.godinu

Ustanova je ostvarila prihode iz proračuna Grada Zagreba za 2014. godinu u iznosu od 3.284.665,93 kuna (87,5% od planiranog). Prihodi od prodaje roba i usluga u 2014. godini iznose 72.578,19 kuna, odnosno 1,9% u ukupnim prihodima. Prihode od gospodarske djelatnosti Ustanova ostvaruje na temelju davanja u zakup prodajnih kućica u parku Maksimir, davanja u zakup Vidikovca i davanja u podzakup dijela Švicarske kuće ugostiteljskom poduzeću, koncesijskih odobrenja i odobrenja za događanja. S obzirom na sporove koji su u tijeku za Švicarsku kuću i Vidikovac u parku Maksimir, Javna ustanova nije bila u mogućnosti ostvarivati prihode po osnovi najma ovih prostora, tako da vlastiti prihod od nefinancijske imovine iznosi svega 9,3% u ukupnim prihodima. Prihodi po posebnim propisima odnose se na sredstva koja doznaju Hrvatski zavod za zapošljavanje za financiranje stručnog osposobljavanja bez zasnivanja radnog odnosa u Javnoj ustanovi - Maksimir za propisane doprinose za mirovinsko osiguranje. Najčešći prihodi u zaštićenim područjima vezani su uz korisničke naknade (ulazne naknade, koncesijske naknade¹⁰, općenite naknade koje podrazumijevaju naknadu za korištenje prostora unutar zaštićenog područja, poput najma livade ili pozornica te izdavanja licenci i dozvola, poput dozvola za obavljanje rekreativnog ribolova). Prihodi od nefinancijske imovine Javna ustanova – Maksimir ostvaruje od zakupa kioska i koncesija. Prihodi su u 2014. godini iznosili 349.431,00 kuna (63,5% od planiranog) (Javna ustanova Maksimir, financijski izvještaj za 2014.godinu).

¹⁰ Koncesijska naknada podrazumijeva naplatu koncesijske naknade ili udjela dobiti od strane pravne ili fizičke osobe koje obavljaju uslužne djelatnosti.

Tablica 10: Cjenik korištenja parka Maksimir

CJENIK KORIŠTENJA PARKA MAKSIMIR			
1. PRIGODNA PRODAJA	JEDINICA MJERE	Način nabave	Cijena (KN) bez PDV-a
Prodaja gotovih proizvoda putem štanda	dnevno*	natječaj	2.000,00
Priprava i prodaja prehrambenih proizvoda i pića putem kamp prikolice	dnevno*	natječaj	3.500,00
Prodaja sladoleda putem škrinja	dnevno*	natječaj	1.000,00
Priprava i prodaja pop-corna putem automata i pića	dnevno*	natječaj	1.000,00
Priprava i prodaja lepinja i pića	dnevno*	natječaj	1.000,00
Prodaja domaćih proizvoda i suvenira	dnevno*	natječaj	250,00
Navedene cijene su početne jedinične cijene po štandu, prikolici, škrinji, prodajnom mjestu ili štandu, vezane uz koncesijska odobrenja za potrebe jednodnevnih događanja (1.Maj)			
2. SNIMANJE U KOMERCIJALNE SVRHE			
snimanje u komercijalne svrhe	dnevno	odobrenje	3.000,00
Snimanje u komercijalne svrhe-reklama	dnevno	odobrenje	5.000,00
Fotografiranje u komercijalne svrhe	dnevno	odobrenje	500,00
Uključuje snimanje glazbenih spotova, mladenaca, igranih filmova, TV serija, reklama bilo kojeg proizvodnog artikla ili uslužne djelatnosti, fotografiranje mladenaca, reklamnih proizvoda i tiskovina			
3. KORIŠTENJE OBJEKATA I POVRŠINA U KOMERCIJALNE SVRHE			
Paviljon Jeka	dnevno	odobrenje	500,00
Mala pozornica	dnevno	odobrenje	2.500,00
Velika pozornica	dnevno	odobrenje	1.000,00
Livade	dnevno	odobrenje	2.000,00
Organiziranje koncerata i drugih događanja, osim onih vezanih uz obilježavanja određenih datuma vezanih uz zaštitu prirode, proslavu državnih i vjerskih blagdana i sl.			
4. REKLAMIRANJE I PREZENTACIJE RAZNIH PROIZVODNIH USLUGA			
reklamiranje i prezentacije	dnevno	odobrenje	5.000,00
Reklamiranje i prezentacije raznih proizvoda, djelatnosti i usluga u objektima ili na otvorenim površinama parka			
5. ORGANIZIRANJE DOGAĐANJA			
organiziranje događanja	dnevno	koncesijsko odobrenje	5.000,00
Organiziranje koncerata, sportskih događanja, prigodnih događanja i sl. u objektima ili na otvorenim površinama			
6. EDUKACIJA I STRUČNO VOĐENJE			
Edukativni programi za djecu	učenik	najava	20,00
Stručno vođenje	grupa (do 55 osoba)	najava	750,00

Izvor: arhiva Javne ustanove -Maksimir

Ovu vrstu prihoda Ustanova koristi isključivo za obavljanje redovite djelatnosti u parku Maksimir tj. za zaštitu, održavanje i promicanje zaštićenih površina Grada Zagreba (tab.10).

Analizom stavaka važećeg cjenika Javne ustanove Maksimir, uviđa se mogućnost razrade i promjene stavaka cjenika kako bi se otvorile mogućnosti ostvarivanja većeg prihoda temeljem ekoloških mjera. Mogućnost dodatnih izvora prihoda vide se u naplati naknada za obavljanje sportskih djelatnosti kako u parku Maksimir tako i na ostalim zaštićenim prostorima Grada na način da se naknada obračunava temeljem broja polaznika treninga ili škola i temeljem tjednog broja planiranih treninga, izdavanja službenih licenci od strane Javne ustanove za obavljanje aktivnosti poput: škole trčanja, joge, nordijskog hodanja, borilačkih sportova i ostalih, kako bi se osigurala zaštita parkova od prekomjernog korištenja, ali i polaznicima osigurala maksimalna kvaliteta pruženih usluga (tab. 11). Davatelj usluge unutar

zaštićenih područja svakako bi trebao imati odgovarajuće kvalifikacije bazirane na primjerima „najbolje prakse“.

Tablica 11: Prijedlog obračuna naplate naknada za obavljanje djelatnosti sportskih aktivnosti

Veličina grupe	Neovisno o broju termina	
	Mjesečno (KN)	Godišnje (KN)
3 - 10 polaznika	200	2.400,00
11 - 30 polaznika	300	3.600,00
31 - 50 polaznika	400	4.800,00
51 - na više	500	6.000,00 + 8%

Izvor: obrada autora prema <https://www.royalparks.org.uk/search?query=application+form>

Ambijentalna područja često koriste profesionalni fotografi kao pogodnu kulisu za fotografiranje i snimanje u komercijalne svrhe poput fotografiranja vjenčanja, zaruka, obiteljskih svečanosti. Agencija Royal Parks za Hyde Park izdaje dozvole za snimanje na period od jednog sata s ograničenim brojem osoba koje mogu biti uključene u snimanje (25 osoba najviše), također uz obrazac koji se ispunjava za dobivanje dozvole prilaže se i kopija zdravstvenog osiguranja ili osiguranja od nezgode. Broj istovremeno zatraženih dozvola za snimanje je ograničen kako bi se omogućio neometan boravak posjetitelja u Parku (sl.12).

Slika 12: Prijedlog obrasca za dobivanje dozvole za fotografiranje



PARK MAKSIMIR

OBRAZAC PRIJAVE FOTOGRAFIRANJA

- Dozvola se izdaje na period od 1 sata, ukoliko nije drugačije dogovoreno
- Kako bi se osiguralo neometano korištenje Parka svim posjetiteljima, dozvola za fotografiranje izdaje se jednoj grupi u jedno određeno vrijeme
- Konfete bilo koje vrste i slični rekviziti u parku nisu dozvoljeni
- Nakon izvršenog plaćanja dozvola se izdaje u roku od 48 sati
- Ekološka mjera : 750,00 KN
- Zajedno sa ispunjenim formularom, molimo dostaviti kopiju police osiguranja od nezgode

Datum ispunjavanja: _____

Ime koje će biti napisano na odobrenju: _____

Ime tražitelja dozvole: _____

Adresa na koju će se poslati odobrenje: _____

Kontakt broj: _____

Datum snimanja: _____

Vrsta snimanja: _____

Početno vrijeme snimanja (dozvola se izdaje na 1 sat) _____

Lokacija snimanja u parku (specificirati) _____

Izvor: obrada autora prema <https://www.royalparks.org.uk/press-and-media/filming-in-the-royal-parks>

Ambijentalne površine koriste se u filmskoj industriji kao kulise u snimanju dugometražnih, dokumentarnih i kratkih filmova, drama, tv serija, reklama, glazbenih spotova što predstavlja turistički potencijal u razvijanju cjelogodišnjeg proizvoda¹¹, a izdavanje dozvola za snimanje na zaštićenim površinama Grada mogu postati jedan od značajnijih izvora prihoda za Javnu ustanovu - Maksimir (sl.13).

Slika 13: Prijedlog sadržaja obrasca za prijavu snimanja



PARK MAKSIMIR
OBRAZAC PRIJAVE SNIMANJA

Park:	Datum prijave:
Naziv tvrtke	Naziv produkcije
Molimo precrtati nepotrebno:	
Film / TV / komercijalno snimanje – reklama / promocija / kratka reportaža/ studentsko snimanje / dokumentarni film / drama/...	
Producent	Kontakt telefon
	e-mail
Organizator snimanja na lokaciji	Kontakt telefon
	e-mail
Adresa Produkcijske kuće	Ko-produkcija
Detaljna razrada snimanja (uključiti opise scena, prirodu snimanja, sažetak snimanja)	
Datum(i) snimanja i vrijeme	
Evidencija ulaza-izlaza:	
Datum(i):	od: do:
sat:	od: do:
Lokacije korištenja:	
Budžet cijele produkcije:	Budžet snimanja na lokaciji:

Broj glumaca i članova ekipe:			
Potreba za specifičnim lokacijama unutar Parka:			
Oprema:			
Parking unutar Parka: (Napomena, parking nije moguć na svim lokacijama unutar Parka)			
Vrsta i broj vozila uključujući i kamion kuhinju, kamion garderobu, ...:			
Ukoliko snimanje zahtjeva posebne efekte (vatra, pirotehniku...) molimo navesti i detaljno opisati			
Naznačiti što je dodatno potrebno:			
Djelatnike Javne ustanove Maksimir		Pranje glavne aleje	
Skloniti-premjestiti parkovnu opremu		Voda, struja	
Isključiti-uključiti parkovnu rasvjetu		Dječje igralište	
Nesto drugo:		Unajmljivanje električnih ili drugih vozila	
Ovaj dokument je obrazac prijave snimanja, na temelju kojeg se izdaje dozvola i sklapa Ugovor			
Datum:			
Potpis:			

Izvor: obrada autora prema <https://www.royalparks.org.uk/press-and-media/filming-in-the-royal-parks>

Predlaže se razrada temeljena na primjeru iz Hyde Parka, gdje se temeljem ispunjenog zahtjeva s priloženim dokazom o osiguranju filmske skupine od odgovornosti i ozljeda te procjenom rizika snimanja započinje sklapanje Ugovora. Novim načinom evidentiranja, osim uspostave lakše kontrole, dobiva se mogućnost kreiranja financijskih kategorija ekoloških mjera, lakše provođenje nadzora aktivnosti na samoj lokaciji te mogućnost povećanja vlastitih prihoda. Grad Zagreb, odnosno Gradski ured za promet, graditeljstvo i prostorno uređenje Pravilnikom o kriterijima za određivanje zakupnina i naknada za korištenje javnih površina za

¹¹ Zbog popularnosti filmova, a time i lokacija na kojima su oni snimljeni, razvijen je posebni oblik turizma, poznat kao filmski inducirani turizam (Skoko, 2014).

postavljanje kioska, pokretnih naprava, privremenih građevina, komunalnih objekata u općoj uporabi, organiziranje manifestacija i organizaciju gradilišta (Službeni glasnik Grada Zagreba, 19/15) uređuje kriterije za određivanje zakupnina, odnosno naknada za korištenje javnih površina kojima upravlja Grad Zagreb. Pravilnikom se između ostalog određuju i naknade za podjelu promidžbenog materijala iz ruku, komercijalno fotografiranje, snimanje reklamnih spotova i filmova. Visina naknade za korištenje javne površine određuje se prema sljedećim kriterijima (Službeni glasnik Grada Zagreba, 19/15) :

- zoni u kojoj se javna površina nalazi;
- vrsti objekta (kiosk, pokretna naprava, privremena građevina, komunalni objekt), manifestacije ili radova na organizaciji gradilišta ili ostalih
- djelatnosti koja se obavlja (namjeni);
- veličini javne površine koja se koristi;
- vremenskom razdoblju na koje se javna površina daje u zakup ili na korištenje

Kriteriji su izraženi u jediničnim iznosima naknada, utvrđenima u Tablici zakupnina i naknada za postavljanje kioska, pokretnih naprava, privremenih građevina, komunalnih objekata, organiziranje manifestacija, podjelu promidžbenog materijala iz ruku, komercijalno fotografiranje, snimanje reklamnih spotova i filmova te organizaciju gradilišta (Privitak 1).

Za određivanje naknade na području Grada Zagreba, utvrđene su četiri zone. Park Maksimir prema kategorizaciji pripadao bi Trećoj zoni, međutim s obzirom na stupanj zaštite zaštićenog područja i postojanje samostalne uprave, Ustanova ima određenu samostalnost u formiranju cijena i mogućnost formuliranja posebnog cjenika korištenja. Zakupnina za korištenje javne površine za postavljanje kioska i pokretnih naprava za trgovinu na malo (prodaja robe i/ili usluga) i ugostiteljsku djelatnost, obračunava se množenjem veličine površine na koju se postavlja kiosk ili pokretna naprava, vremenskog razdoblja na koje se postavlja i jediničnog iznosa zakupnine utvrđene Tablicom (Privitak 1). Ako se u kiosku obavlja tradicijska djelatnost određena odlukom kojom se propisuje davanje u zakup i na drugo korištenje javnih površina, visina zakupnine umanjuje se za 50 % od jediničnog iznosa utvrđenog Tablicom (Privitak 1). Za pokretne naprave, šatore, paviljone, instalacije koje se na javne površine postavljaju za organiziranje manifestacije naknada za I. zonu obračunava se množenjem veličine površine (m^2) na koju se pokretna naprava postavlja i/ili vremenskog razdoblja (broja dana) na koje se postavlja i jediničnog iznosa naknade utvrđene Tablicom (Privitak 1), a za svaku sljedeću zonu naknada se umanjuje za 10 %. Ako se postavljaju pozornice, šatori, pokretne naprave i instalacije za propagandne sadržaje, naknada za I. zonu obračunava se množenjem veličine površine (m^2) pozornice, šatora, pokretne naprave

odnosno instalacije, vremenskog razdoblja (broja dana) na koje se postavlja i jediničnog iznosa naknade utvrđene Tablicom (Privitak 1), a umanjuje se:

- za 20 % za II. zonu

- za 50 % za III. i IV. zonu

Ako se postavljaju pokretne naprave - štandovi za organiziranje manifestacija prigodne prodaje proizvoda obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava ili udruženja poljoprivrednih proizvođača, naknada za I. zonu obračunava se množenjem vremenskog razdoblja (broja dana) na koje se pokretna naprava - štand postavlja i jediničnog iznosa naknade utvrđene Tablicom (Privitak 1), a za ostale zone naknada se umanjuje za 50 % od jediničnog iznosa utvrđenog Tablicom (Privitak 1).

I. ZONA obuhvaća područje omeđeno: Gundulićevom od Masarykove do Ilice, Ilicom do Trga bana J. Jelačića, Trgom bana J. Jelačića, Petrinjskom do Tesline i Teslinom do Gundulićeve.

II. ZONA, obuhvaća područje omeđeno: Ul. Republike Austrije do Ilice, Ilicom do Britanskog trga, Britanski trg, Ilicom do Frankopanske, Dežmanovom, Streljačkom, Mesničkom, Demetrovom do Ilirskog trga, Ilirskim trgom, Radićevom do Felb. stuba, Tkalčićevom do Mikloušićeve, Mikloušićevom do Degenove, od ove točke na jug Kaptolom do Vlačke, Vlačkom do Kvaternikova trga, Kvaternikovim trgom, Šubićevom do Trga kralja P. Krešimira, Trgom kralja P. Krešimira, Ul. kraljice Jelene, Branimirovom do Trga kralja Tomislava, Trgom kralja Tomislava, Trgom A. Starčevića, Pothodnikom Gl. željezničkog kolodvora, Grgurovom do Mihanovićeve, Mihanovićevom do Vodnikove, Runjaninovem, Crnatkovom, Jukićevom i Jagićevom do Ul. Republike Austrije.

III. ZONA obuhvaća područje omeđeno: Ul. J. Slavenskog od Jarnovićeve, Rešetarovom, Ul. Matije Vlačića do Ul. I.B. Mažuranić, Ul. I.B. Mažuranić na jug do Ul. T. Krizmana, Ul. T. Krizmana, Ul. A.T. Mimare do Aleje Bologne, Alejom Bologne do Ilice, Ilicom do Črnomerca s terminalom ZET-a, Črnomercem do Krčelićeve, Krčelićevom do Svetog Duha, Svetim Duhom na jugoistok do Kuniščaka, Zatišjem preko Vrhovca, od Vrtlarske do Vinogradske, od ove točke pravom linijom na istok do Hercegovačke ulice, Hercegovačkom na sjever do Pantovčaka, od Pantovčaka na jug do Kozarčevih stuba,

Kozarčevim stubama, Kozarčevom do Goljačkog ogranka, Goljačkim ogrankom do Goljaka, od ove točke na jug Radničkim dolom do križanja s Nazorovom, Nazorovom do Tuškanca, Gornjim Prekrižjem do Šestinskog vrha, od ove točke ravnom linijom do spoja Mlinovi odvojak, Mlinovima prema Mihaljevcu do tramvajskog okretišta, dalje na istok do Remetske ceste, Remetskom cestom na jug do Aleje H. Bollea, Alejom H. Bollea na jug do Bijeničkog III. ogranka, Bijeničkom na istok, Kozjakom, Kozjačićem do Barutanskog jarka, Barutanskim jarkom na sjever do Bukovog dola, Bukovim dolom do Bukovca, Bukovcem do Oboja, Obojem, Kosom, Bukovcem gornjim do Svetošimunske, Svetošimunskom do Av. Gojka Šuška, Av. Gojka Šuška na jug do Oporovečke, južnim krakom Oporovečke do Sunekove, Sunekovom na jug do Lovrakove, Lovrakovom, Ul. Viktora Žganeca do Trnovčice, Trnovčicom, Ul. Josipa Stadlera, Dubečkom do Zagrebačke, Zagrebačkom, Bjelovarskom, Trgom D. Domjanića, Ninskom do pruge i od ove točke željezničkom prugom na zapad do Ul. kneza Branimira, Branimirovom do Čulinečke, Čulinečkom do Slavonske avenije, Slavonskom avenijom do Radničke, Radničkom do Velikogoričke, Velikogoričkom do Miševečke, Miševečkom do Ul. grada Chicaga, od ove točke na jug Sarajevskom, Ukrajinskom do Ul. B. Magovca, Ul. B. Magovca, Ul. sv. Mateja do Abramovićeve, od ove točke na zapad ravnom linijom do Ulice Savezne Republike Njemačke, Ul. Savezne Republike Njemačke na jug do Av. Većeslava Holjevca, Av. Većeslava Holjevca do Parka Hrvatske mornarice, od ove točke ravnom linijom na zapad do Remetinečke ceste, Remetinečkom cestom, Remetincem do Jadranske avenije, od Jadranske avenije na sjever do Aleje mira, južnim krakom Aleje mira na zapad do Vrbja, Vrbjem i Jarnovićevom do Ul. J. Slavonskog.

IV. ZONA obuhvaća preostale dijelove Grada Zagreba.

Tablica 12: Korištenje javne površine bez postavljanja pokretnih naprava i privremenih građevina – usporedba cijena Grad Zagreb/park Maksimir

	Grad Zagreb Iznos/KN	Park Maksimir Iznos/KN
Komersijalno fotografiranje		
1 dan	2.000,00	500,00
Podjela promidžbenog materijala iz ruke		
1 dan po osobi	100,00	-

Izvor: Službeni glasnik Grada Zagreba (19/15) Pravilnik o dopunama Pravilnika o kriterijima za određivanje zakupnina i naknada za korištenje javnih površina za postavljanje kioska, pokretnih naprava, privremenih građevina, komunalnih objekata u općoj uporabi, organiziranje manifestacija i organizaciju gradilišta

S obzirom na to da je park Maksimir zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture i kao kulturno dobro ne može se smjestiti u Treću kategorizaciju, već cjenovne razrede treba orijentirati prema iznosima naknade koji se odnose za Prvu zonu korištenja, u kojoj se nalaze većina zaštićenih kulturnih i prirodnih dobara uz dodatan uvjet – specifičnost područja. Prema sadašnjem cjeniku Javne ustanove Maksimir, naknada za korištenje javnih površina bez postavljanja pokretnih naprava i naknada za korištenje javnih površina u svrhu snimanja manja u odnosu na naknadu koju obračunava Grada Zagreb (tab 12. i tab 13).

Tablica 13: Korištenje javnih površina u svrhu snimanja - usporedba cijena Grad Zagreb/park Maksimir

	Grad Zagreb Iznos/KN	Park Maksimir Iznos/KN
Snimanje filma		
1 dan	2.000,00	3.000,00
Snimanje reklamnog spota		
1 dan	10.000,00	5.000,00

Izvor: Službeni glasnik Grada Zagreba (19/15) Pravilnik o dopunama Pravilnika o kriterijima za određivanje zakupnina i naknada za korištenje javnih površina za postavljanje kioska, pokretnih naprava, privremenih građevina, komunalnih objekata u općoj uporabi, organiziranje manifestacija i organizaciju gradilišta

Jedna od mjera za razvoj turističke funkcije zaštićenih područja je NIP projekt - Projekt integracije u Europsku Uniju - Natura 2000,¹² koji se odvija na području cijele Hrvatske s aktivnostima koje se odnose na posjećivanje zaštićenih područja i ulaganja u razvoj turističke funkcije.

3.4.2. Rashodi poslovanja

Javna ustanova - Maksimir organizirana je u ukupno tri organizacijske jedinice od kojih su dvije profitne (stručna služba i nadzorna služba) dok je jedna (Ured ravnatelja) neprofitna. Sukladno knjigovodstvenim pravilima svaki se trošak i prihodi evidentiraju prema mjestu nastanka po definiranim organizacijskim jedinicama iako se u konačnici sav prihod / rashod

¹² Razvojni ciljevi Projekta su: pružanje podrške nacionalnim parkovima, parkovima prirode i županijskim javnim ustanovama za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima pri implementaciji ciljeva europske ekološke mreže Natura 2000. u njihove investicijske programe; jačanje kapaciteta za praćenje stanja biološke raznolikosti te izvještavanje o poduzetim mjerama temeljem zahtjeva Europske Unije; i uvođenje programa radi uključivanja šire grupe dionika u proces upravljanja Natura 2000.

kumulira na razini poslovanja. Najveći udio troškova odnosi se na troškove poslovanja (bruto plaće) (60,4 %) koje slijede materijalni troškovi (39,5 %) (tab. 14).

Tablica 14: Rashodi poslovanja Javne ustanove - Maksimir

Rashodi	Iznos (KN)	%
Rashodi poslovanja	2.225.146,90	60,40
Materijalni rashodi	1.455.146,37	39,50
Ostali financijski rashodi	2.905,70	0,13
Ukupni rashodi	3.683.198,97	

Izvor: Javna ustanova Maksimir, godišnji financijski izvještaj

Ukupni rashodi Ustanove u 2014. godini iznosili su 3.683.198,97 kuna. Financijska sredstva troše se sukladno usvojenom planu proračuna i planu Javne ustanove – Maksimir za 2014. godinu. Poslovni rashodi nastaju kao rezultat obavljanja osnovne djelatnosti poduzeća i njihova visina ovisi o obujmu i vrsti djelatnosti. To se odnosi na rashode za nabavu robe, administrativne rashode i druge rashode nužne za odvijanje osnovnih radnih procesa, te naknadne korekcije troškova koje se smatraju rashodima poslovanja. Rashodi financiranja nastaju kao rezultat pribavljanja, korištenja i vraćanja financijskih sredstava. U rashode financiranja ubrajaju se: negativne kamate. Osnovna svrha poslovanja je zaštita prirodne i kulturne baštine s ciljem okrenutim financijskoj održivosti temeljenim na principima menadžmenta. Postavljanje jasnih, tržišnih, strateških određenja je postići financijsku neovisnost i samostalnost u upravljanju i održivom razvoju temeljenoj na ekološkoj osnovi i zaštiti prirode.

4. TURIZAM KAO ČIMBENIK UTJECAJA NA ODRŽIVOST – PRIMJER PARKA MAKSIMIR U ZAGREBU

Turistički proizvod uključuje kompleksno iskustvo u destinaciji, amalgam pojedinačnih usluga, sastoji se od više različitih elemenata i učešća turista u iskustvu odnosno njihove subjektivne procjene. Osnovne elemente komparativne prednosti Porter (1990) svrstava u pet kategorija: ljudske resurse, fizičke resurse kao fundamentalne faktore privlačnosti, resurse znanja: menadžment, marketing i strateško planiranje, financijske resurse za razvoj suprastrukture i infrastruktura. Kako se resursi destinacije mijenjaju tako se mijenjaju i komparativne prednosti destinacije.

Komparativne prednosti se odnose na sposobnost turističke destinacije da upravlja resursima na duži period. Kako bi turistička destinacija bila uspješna, potrebno je zadovoljiti dva parametra: kompetitivnost i održivost, koje se moraju međusobno upotpunjavati. Različite su definicije destinacijske kompetitivnosti. Kompetitivnost znači sposobnost turističke destinacije da ostvari i integrira turističke proizvode s dodanom vrijednošću, koji su održivi za turističke resurse, a istovremeno održava tržišnu poziciju u odnosu na konkurencijske turističke destinacije (Hassan, 2000).

Crouch (2003) predstavlja ključne dijelove destinacijske kompetitivnosti, a destinacijske faktore podijelio je na faktore privlačnosti i faktore odbojnosti. Jedanaest faktora privlačnosti čine: priroda, klima, kulturne i socijalne karakteristike, infrastruktura općih uslužnih djelatnosti, turistička suprastruktura, pristupačnost i prijevozna sredstva, odnos prema turistima, odnos cijena / troškovi, ekonomske i socijalne veze i destinacijska jedinstvenost, a faktore odbojnosti čine: sigurnost i zaštita, politička nestabilnost, zdravstvena nesigurnost, slabi zdravstveni sistem, zakoni i ulazna ograničenja.

Definiranje suvremenih ključnih elemenata kulturne identifikacije Zagreba mogu utjecati na njegovu međunarodnu prepoznatljivost, odnosno mogu poslužiti kao ključna točka za turističku privlačnost i prodaju te na njegovu kompetitivnu prednost na turističkom tržištu i pružanje drugačije percepcije o ulozi i definiciji sektora ambijentalnih prihvatnih prostora. Pod ključne elemente kulturne identifikacije Zagreba smatra se priroda, kulturno nasljeđe, arhitektura, način života, glazba, umjetnost. Park Maksimir kao prvi javni park u Hrvatskoj, ali i jedan od prvih na prostoru jugoistočne Europe, te njegova nepokretna kulturna dobra: Vidikovac, Kapelica sv. Jurja, Ljetnikovac biskupa Haulika, Vratareva kućica, Zgrada Instituta za stočarstvo i mljekarstvo, Švicarska kuća, Obelisk, Paviljon jeka, Župni dvor sv.

Jeronima, Pčelinjak i Svilana, te objekti koji nisu registrirani kao kulturna dobra, a imaju kulturno - povijesnu vrijednost te time i podlogu za turističku valorizaciju: Kurića, Štala, Pilana, Kukuružarnik, Družinski stanovi i Kuća inspektora (danas, Kabinet matematike Agronomskog fakulteta). Javlja se potreba za provođenjem postupka za utvrđivanje svojstava kulturnog dobra navedenih objekata i upisivanja istih u Registar nepokretnih kulturnih dobara, jer se neadekvatnim korištenjem ili nekorisćenjem dovodi do devastacije.

Javna ustanova osnovana je s ciljem zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog tijeka prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara te nadzor uspostave uvjeta i provođenja mjera zaštite. Vidljivo je da je naglasak stavljen na primarnu zaštitu i očuvanje prirodnih dobara dok se valorizacija kulturne baštine ne spominje. Kao prvi hrvatski javni park, s raznolikošću privlačnih faktora nije značajnije zastupljen u turističkoj ponudi Grada niti je turistički valoriziran u mjeri u kojoj se to od parka povijesnog značaja očekuje i u mjeri u kojoj to od njega očekuju posjetitelji. Park se danas koristi najviše u rekreacijske svrhe.

Prema podacima Hrvatskih šuma površina koju danas zauzima park Maksimir iznosi 317,39 ha, ukupna obodna dužina njegovih granica je 9.787 m. Ukupno od ove površine 156,86 ha je obraslo šumom; 20,83 ha čine livade, a 8,07 ha vodene površine. Preostalih 132,14 ha pripada Agronomskom i Šumarskom fakultetu, Zoološkom vrtu i Policijskoj Akademiji. Na području parka Maksimir postoji 35.019 m pješačkih staza različitih duljina, širina i materijala od kojih su izvedene. Od materijala za izradu staza se koriste: asfalt 630 m, granitne kocke 2.141 m, sipina 23.451 m, zemljane staze 8.797 m. Perivojna površina (šetalište – livada) nalazi se uz Bukovačku cestu od crkve Sv. Jeronima do Petrove ulice i iznosi oko 3,5 ha. parkovne površine. Proširenju Parka pristupilo se 1953. godine na područje čistine uz Bukovačku cestu i tada je posađen veći broj drveća i grmlja, a u jesen 1996. godine započinje obnova, nadosadnja i sanacija iste površine. Ideografski pristup podjeli turističkih atrakcija parka Maksimir prikazan je na temelju kriterija podjele atrakcija: klima, kopneni prostor, vodene površine, zdravstveni resursi, zaštićena priroda, povijesne i kulturne znamenitosti, atraktivna događanja, edukativne pogodnosti, posebna turistička oprema, uređaji i pogodnosti (tab. 15) (Dolenc, 2010).

Tablica 15: Sistematizacija turističke resursne osnove parka Maksimir

	RESURSI	AKTIVNOSTI Napomena: x je označena turistička aktivnost, a xx pojačana aktivnost	PROLJEĆE JESEN	LJETO	ZIMA
	KLIMA	ZDRAVSTVENI OPORAVAK	XX	X	X
PRIRODNI RESURSI	KOPNENI PROSTOR	ŠETNJA I REKREACIJA U PRIRODI	XX	X	X
		ŠETNJA PRIRODOM	XX	X	X
		PJEŠAČENJE/TREKKING/NORDIJSKO HODANJE	XX	X	X
		VOŽNJA BICIKLOM	XX	X	
		JAHANJE	XX	X	
		PROMATRANJE ŽIVOTINJA	XX	X	
		PIKNIK	XX	X	
		VOŽNJA BICIKLOM	XX	X	
		SANJKANJE			X
		SKIJANJE			X
	VODENE POVRŠINE	VESLANJE	X	X	
		RIBOLOV	X	X	
	ZDRAVSTVENI RESURSI	KLIMATSKE ZRAČNE POGODNOSTI	XX	X	X
ANTROPOGENI RESURSI	POVIJESNE I KULTURNE ZNAMENITOSTI	RAZGLEDAVANJE PERIVOJA	XX	X	X
		RAZGLEDAVANJE POVIJESNIH CJELINA	XX	X	X
		RAZGLEDAVANJE SAKRALNIH SPOMENIKA KULTURE	XX	X	X
		RAZGLEDAVANJE SPOMENIKA KULTURE	XX	X	X
		LEGENDE			
		GASTRONOMIJA	X	X	X
		RAZGLEDAVANJE GALERIJE	XX	X	X
		INFOCENTAR	XX	X	X
	ATRAKTIVNA DOGAĐANJA	MANIFESTACIJE	X		
		DAN PARKA	X		
		DAN BIOLOŠKE RAZNOLIKOSTI	X	X	
		EUROPSKA NOĆ ŠIŠMIŠA	XX	X	
	EDUKATIVNE POGODNOSTI	EDUKATIVNI PROGRAMI ZA OŠ.	XX		
		EDUKATIVNE AKTIVNOSTI VEZANE UZ POVIJESNO-KULTURNO NASLIJEĐE	XX		
		EDUKATIVNE AKTIVNOSTI VEZANE UZ PRIRODU	XX		
	TURISTIČKI OBJEKTI	INFOCENTAR	XX	X	X
		ODLAZAK U UGOSTITELJSKE OBJEKTE	X	X	X
	POSEBNE TURISTIČKE POGODNOSTI	ZDRAVSTVENA PREVENTIVA-JOGA		X	
		RANT-A-BICIKLI, ČAMCI	X	X	
		DJEČJA IGRALIŠTA	XX	X	
	SERVISI	PROMETNA POVEZANOST	XX	X	X

Izvor: Kušen i sur., 2002.

Identificirane su i sistematizirane turističke zanimljivosti i privlačnosti te su prikazani sezonalni podaci koji se odnose na pojedino godišnje doba ili njegov dio, sadrže oznake intenziteta privlačnosti turističke atrakcije te tri sezonske cjeline.

Bogatstvo parka temelji se jednako na prirodnoj, kao i kulturnoj baštini. Podaci o broju i strukturi posjeta parku nije moguće brojčano iskazati, stoga se koriste neki od indikatora posjećenosti kako bi se mjerila kvaliteta rada Ustanove. Prikazani podaci relevantni su pokazatelji za spoznavanje društvenog okoliša u kojima djeluje Ustanova i pokazatelji koje treba uzeti u obzir kod planiranja budućih turističkih i edukativnih aktivnosti. Za indikatore

posjećenosti koriste se: posjećenost Haulikova salona, posjećenost edukativnih programa i broj održanih događanja u parku Maksimir (tab.16).

Tablica 16: Analiza posjećenosti parka Maksimir

Posjećenost Haulikovog salona				Ukupna posjećenost: 5660 posjetitelja
2011	2012	2013	2014	
800 posjetitelja, broj radnih nedjelja: 27; prosječan broj posjetitelja je 30 osoba. (Maksimum od 50 osoba postiže se za vrijeme toplijih proljetnih i jesenskih nedjelja).	2000 posjetitelja, Broj radnih nedjelja: 47; prosječan broj posjetitelja je 40 osoba. (Maksimum od 80 osoba postiže se za vrijeme toplijih proljetnih i jesenskih nedjelja).	2860 posjetitelja, Broj radnih nedjelja: 49; prosječan broj posjetitelja je 40 osoba. (Maksimum od 80 osoba postiže se za vrijeme toplijih proljetnih i jesenskih nedjelja).	Nije bilo posjeta zbog sudskih sporova. Objekt je zatvoren.	
Posjećenost edukativnih programa				Ukupno 17 884 učenika
138 razreda iz 36 osnovnih škola, 3.860 učenika. Najposjećeniji programi bili su godišnja doba i potraga za blagom.	209 razreda iz 55 osnovnih škola, odnosno 4.931 učenika. Najposjećeniji programi bili su godišnja doba i potraga za blagom.	232 razreda iz 55 osnovnih škola, odnosno 5.012 učenika. Najposjećeniji programi bili su godišnja doba i potraga za blagom.	223 razreda iz 48 osnovnih škola, odnosno 4.081 učenika. Najposjećeniji programi bili su godišnja doba i potraga za blagom.	
Broj održanih događanja				
3	17	14	19	

Izvor: obrada autora prema podacima iz arhive Javne ustanove - Maksimir

Uočava se da je Ustanova osvijestila važnost turističke valorizacije objekata što se vidi po godišnjem porastu dolazaka te povećanom broju organiziranih događanja (upoznavanje proljetnica Hrvatske i Maksimira u parku Maksimir na prvi dan proljeća, humanitarna utrka MinusZwei cener, Obilježavanje Međunarodnog praznika rada, promenadni koncerti nedjeljama na Maloj pozornici, Sensa dan, koncerti klasične glazbe u paviljonu Jeka,

obilježavanje dana zaštite prirode u Republici Hrvatskoj i Međunarodnog dana bioraznolikosti, Čarobni dan, Ljeto u Maksimiru, Međunarodna noć Šišmiša, Maksimirske jeseni, proslava Dana parka Maksimir) unutar Parka za posjetitelje.

4.1. Rezultati istraživanja obilježja turističke potražnje i vrednovanje ponude u parku Maksimir

Kako bi se sagledala turistička potražnja i vrednovala turistička ponuda parka Maksimir, potrebno je prvenstveno sagledati stavove turista o turističkoj ponudi Grada Zagreba. Istraživanjem Tomas, 2012 o stavovima i potrošnji turista i posjetitelja Zagreba analizirali su se sociodemografski podaci, motivacija za dolazak, izvori informacija, obilježja putovanja i boravka u Zagrebu, zadovoljstvo ponudom i potrošnja tijekom boravka (www.infozagreb.hr).

Prema istraživanju Tomas, 2012 gosti zagrebačkih hotela ocijenili su Zagreb kao destinaciju pogodnu za kratki odmor, slikovit grad s dobrom ponudom kulturnih znamenitosti i gastronomije. Najlošije je ocijenjena ponuda suvenira, sadržaji za zabavu i ponuda uličnih događanja. Osobna sigurnost, gostoljubivost stanovnika te ljubaznost osoblja javnih službi i turističko - informativnih centara visoko su ocijenjeni elementi ponude. Elementi gradske infrastrukture najlošije su ocijenjeni skup elemenata turističke ponude grada: razmještaj i jasnoća putokaza i parkirne mogućnosti. Rezultati za 2012. godinu pokazali su da su najznačajnija tržišta bila: domaće (19%), Njemačka (6%), SAD (6%) i Italija (5%). Prosječna dob posjetitelja je 42 godine, a 58% gostiju između je 26 i 45 godina, gotovo dvije trećine gostiju je fakultetski obrazovano (65%). Više od dvije trećine (69%) ima mjesečna primanja kućanstva iznad 2.000 eura, primarni motiv posjeta su poslovne obveze (47%), a slijede nova iskustva i doživljaji (26%), kratki odmor u gradu (24%), zabava (18%) i upoznavanje kulturnih znamenitosti Zagreba (18%). Od ispitanih gostiju 60% je prvi put posjetilo Zagreb, a 49% prvi put Hrvatsku. Najčešće se posjećuje najuži centar grada (Trg bana Jelačića, Gornji i Donji grad te Katedrala, a gotovo svaki drugi posjetitelj posjeti tržnicu Dolac).

Kulturne institucije poput muzeja posjećuje od tek nekoliko postotaka do najviše 8% gostiju. Većina gostiju odlazi u kavane i kafiće (79%) te restorane (74%; ne uključujući restorane brze prehrane), a svaki treći i u trgovačke centre, prosječni dnevni izdaci iznose 123

eura, od čega se najviše izdvaja za smještaj (62% ili 76 eura), hranu i piće u ugostiteljskim objektima (17% ili 21 euro) i kupnju (11% ili 14 eura).

Gradski turizam obilježava relativno kratak boravak u gradu. Turisti su u prosjeku ostvarili 1,7 noćenja u Zagrebu, a hotelski gosti uglavnom ostvaruju do tri noćenja (81%). Za hotelske goste najprivlačnije turističke atraktivnosti su središnji gradski trg - Trg bana Jelačića, Gornji Grad, zatim znamenitosti Donjeg Grada (kao npr. Hrvatsko narodno kazalište i Zrinjevac), Katedrala i gradska tržnica Dolac, nakon čega slijede sportsko rekreacijski lokaliteti - Jarun, Maksimir i Botanički vrt (tab.17).

Tablica 17: Posjećenost atrakcija Grada Zagreba

Atrakcije	%				Jednodnevni posjetitelji (%)
	Ukupno	Hoteli	Hosteli	Privatni smještaj	
Trg bana Jelačića	76,40	74,90	84,40	89,60	62,80
Gornji grad	67,80	66,40	75,30	78,10	43,30
Donji grad	66,80	64,80	79,80	79,20	55,50
Katedrala	65,80	64,20	77,10	75,00	42,10
Tržnica	47,60	45,40	57,20	67,70	28,00
Botanički vrt	16,80	15,70	23,70	22,90	4,90
Okolica Zagreba	13,80	12,30	23,20	22,90	7,90
Maksimir, Zoološki vrt	10,00	8,60	20,20	15,60	9,80
Jarun	9,70	8,70	13,90	19,80	7,30
Mirogoj	6,40	6,10	9,10	8,30	3,00
Sljeme	4,00	3,30	6,50	12,50	3,00
Neke druge atrakcije	1,20	1,20	1,50	1,00	1,20

Izvor: Tomas, 2012.

Prirodna dobra nalaze se na dnu privlačnosti, a razlog se vidi u nepostojanju jedinstvene vizije, razvojne strategije, marketinške strategije te nepovezanosti gradskih tijela i institucija, što dovodi do stagnacije i stihijskog razvoja turizma.

Prema podacima Turističke zajednice Grada Zagreba, 2014. godine od ukupnog broja posjetitelja, njih 743.521 bili su strani gosti koji su ostvarili 1.269.584 noćenja. Najviše dolazaka ostvarili su gosti iz južne Koreje, a slijedili su gosti iz Njemačke, Italije, SAD-a i Japana. A najveći broj noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke, zatim gosti iz SAD-a, Italije, Južne Koreje i Velike Britanije (<http://www.tzgz.hr>).

Prema Tomas, 2012 istraživanju poslovni gosti u znatno manjoj mjeri posjećuju sve navedene atrakcije. Među njima je i višestruko veći udio onih koji su navedene atrakcije već razgledali ili nisu imali vremena za razgled. Najaktivniji u posjećivanju raznih atrakcija Zagreba su hotelski gosti iz Japana, SAD-a, Španjolske i Velike Britanije (www.infozagreb.hr). Gosti koji borave u hostelima i privatnom smještaju aktivniji su u

posjetu turističkim atrakcijama od hotelskih gostiju pri čemu češće posjećuju atrakcije u najužem centru grada, ali i one izvan samoga centra te u okolici. Posjetitelji Zagreba se tijekom svog jednodnevnog posjeta najčešće zadržavaju u najužem centru grada – većina posjećuje Trg bana Jelačića i Donji grad, a prema učestalosti slijedi razgledavanje Gornjega grada i Katedrale. Od lokacija izvan centra najčešće posjećuju Maksimir i Jarun te okolicu grada (www.infozagreb.hr). Prikazani podaci mogu se povezati i s istraživanjem Stiperskog (1997) koji u svom radu analizira sinonime za ugodu i neugodu u Zagrebu na temelju ankete provedene 1996. i 1997. godine kojom je ispitano 279 ispitanika, a prikazano je da upravo mjesta koja su najčešće posjećena čine i prostore na kojima se osoba ugodno osjeća. Pa su tako Gornji grad, park Maksimir i Trg bana Josipa Jelačića mjesta koja pobuđuju ugodu u najvećem broju ispitanika – Gornji grad je ugodno mjesto za 52% ispitanika, perivoj Maksimir za 51% ispitanika, a Trg bana Josipa Jelačića za 47% anketiranih. Slijede Hrvatsko narodno kazalište (36%), Zrinjevac (33%) i jezero Jarun (28%). Brojčano manje ispitanika navelo Tuškanac (14%), Medvednicu (14%), Botanički vrt (13%), katedralu (9%), Cmrok (9%), Dolac (7%)¹³, Ilicu (7%), Novi Zagreb (6%), Cvjetni trg (6%), Tkalčićevu ulicu (6%) i Importanne centar kod Glavnog kolodvora (5%).

Korištenje urbanih parkova i razvoj ambijentalnog turizma vidljiv je kroz razvoj nekoliko tipova selektivnog turizma (eko turizam, turizam zasnovan na prirodi, avanturistički turizam) te predstavlja značajnu granu selektivnog turizma u urbanim sredinama. Eko turizam je oblik turizma koji obuhvaća 7-10 % ukupne svjetske turističke potražnje u kojem je naglasak na boravku turista u prirodnom i nezagađenom okolišu, posebno u područjima s određenim stupnjem zaštite tog okoliša (Blažević, Knežević, 2006). Avanturistički turizam bilježi stopu rasta od 8 %, turizam je koji obuhvaća fizičku aktivnost u prirodnom okruženju u kombinaciji s kulturnom razmjenom (<http://www.slideshare.net>). Kako bi se sagledalo korištenje parkova i mogućnosti razvoja ambijentalnog turizma, te ga kao takvog predstavilo kao značajnu granu selektivnog turizma važnog za cjelokupni razvoj ambijentalnih područja, ali i samog Grada Zagreba provelo se istraživanje o potrebama, očekivanjima i zadovoljstvu stranih posjetitelja ponudom u parku Maksimir. Istraživanje je provedeno metodom anketiranja. Reprezentativni uzorak obuhvaća osobe izabrane metodom slučajnog odabira. Ukupno je obuhvaćeno 115 stranih posjetitelja. Cilj istraživanja je sagledavanje potražnje stranih posjetitelja u svrhu poboljšanje ponude i daljnjeg turističkog razvoja Parka, te

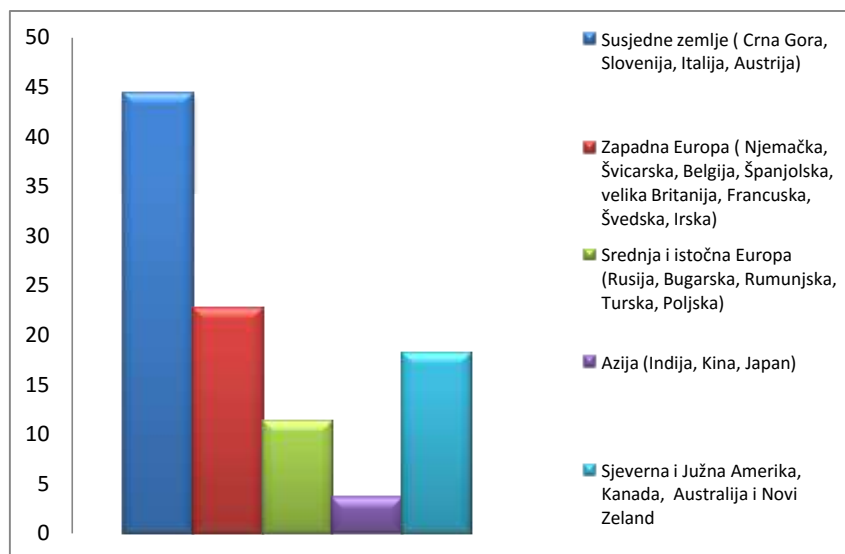
¹³ Razmatranje treba uzeti s pretpostavkom da je istraživanje provedeno 1997. godine, te da bi se s ponovljenim istraživanjem dobili drugačiji parametri, uzevši u obzir pretpostavku da je gotovo nemoguće da se svega 7% ispitanika koji posjete tržnicu Dolac osjeća ugodno.

osiguranje dugoročne pretpostavke za provođenje komparativne analize kvalitete turističke ponude na ambijentalnim prostorima Grada (sva zaštićena područja grada međusobno) i u vremenu, uspoređujući s prijašnjim istraživanjima. Za potrebe rada sagledani su stavovi stranih posjetitelja o turističkoj ponudi parka Maksimir, analizirajući sociodemografski profil stranih posjetitelja, motiv i način dolaska, potrošnju i stavove o kvaliteti ponude.

Sociodemografski profil stranih posjetitelja sagledan je za potrebe rada kroz relevantne varijable kojima se definira profil stranih posjetitelja kao što je zemlja porijekla, spol, starosna struktura i razina obrazovanja.

Sukladno strukturi ostvarenih turističkih dolazaka u Grad Zagreb, anketirano je 44,3% stranih posjetitelja iz Slovenije, Italije, Austrije i Crne Gore, 22,7% stranih posjetitelja iz Njemačke, Švicarske, Belgije, Španjolske, Velike Britanije i Francuske, 18,2 % iz Sjeverne i Južne Amerike, Kanade, Australije i Novog Zelanda, 11,3 % iz Rusije, Bugarske, Rumunjske, Turske i Poljske (graf 1).

Graf 1: Zemlja porijekla stranih posjetitelja



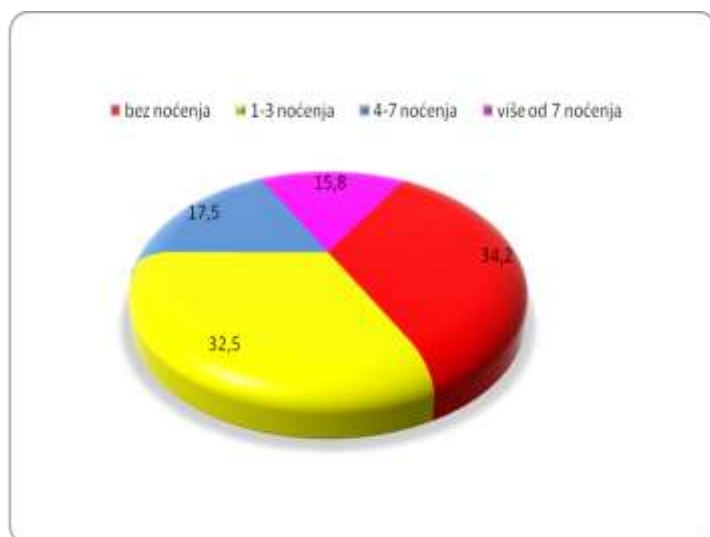
Strani posjetitelji

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Strukturu stranih posjetitelja čine najvećim brojem posjetitelji iz zemalja Europske unije (69,6%), od kojih državljani Slovenije u najvećem broju (37,4%), što se može pripisati atraktivnosti zagrebačkog Zoološkog vrta, koji je najčešći razlog posjete državljana Slovenije Parku. Park je zanimljiv i posjetiteljima iz udaljenih krajeva poput (Indije, Kine, Japana, Novog Zelanda, Kanade), što se obrazlaže blizinom Parka središtu Grada.

Najveći broj anketiranih stranih posjetitelja parka Maksimir u Zagrebu ne ostvaruju niti jedno noćenje (34,2%) ili ostvare 1-3 noćenja (32,5%) što se može povezati s karakteristikama poslovnog turizma (graf 2).

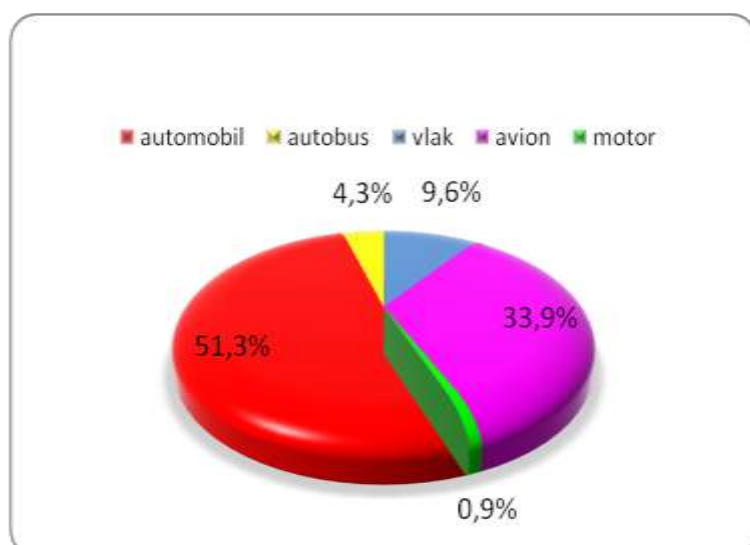
Graf 2: Broj ostvarenih noćenja stranih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Uočava se da je često korišten oblik prijevoza automobil (66,1%), a u nešto manjem postotku avion (33,9%) (graf 3).

Graf 3: Način dolaska stranih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Anketirani strani posjetitelji (93,9%) su većinom samostalno isplanirali svoj dolazak te definirali sadržaj svog boravka. Organizirano, posredstvom agencije došlo je svega (6,1%) anketiranih stranih posjetitelja (graf 4). Iz navedenog se može zaključiti kako strani posjetitelji koji dolaze individualno, većinom kao prijevozno sredstvo koriste automobil, dok u nešto manjem broju (6,1%) posjetitelji iz udaljenih zemalja dolaze avionom, organizirano.

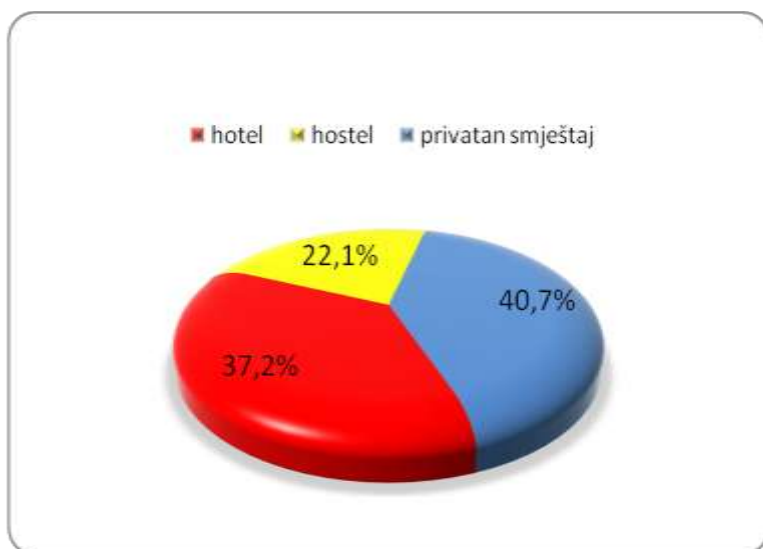
Graf 4: Način putovanja stranih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U promatranom razdoblju, (40,7%) anketiranih stranih posjetitelja boravilo je u privatnom smještaju, (37,2%) u hotelima, a (22,1%) u hostelima, koji postaju sve popularni oblik smještaja (graf 5).

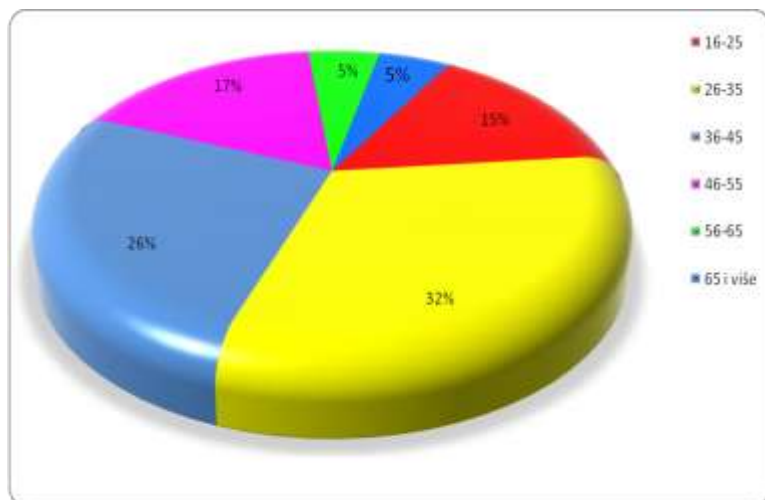
Graf 5: Smještaj stranih posjetitelja u destinaciji



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Istraživanjem je utvrđeno da je najveći broj stranih posjetitelja koji je posjetio park Maksimir u istraživačkom razdoblju u dobnim skupinama od 26 - 35 godina (32,2%) i 36 - 45 godina (26,1%), znatno manji udio stranih posjetitelja je u dobi od 46 - 55 godina starosti (16,5%) (graf 6).

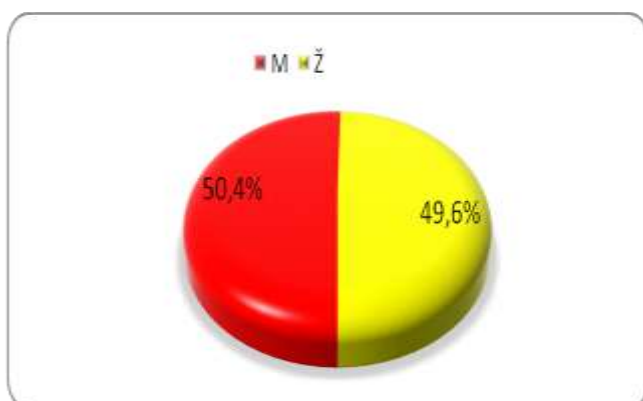
Graf 6: Dobna struktura stranih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U promatranom vremenskom razdoblju u Park su dolazili pretežito strani posjetitelji mlađe životne dobi, stoga bi ponudu trebalo usmjeravati prema zabavnim i kulturno umjetničkim sadržajima s razvojem kvalitetne gastroenološke ponude zagrebačkog kraja te mogućnošću kupnje autohtonih suvenira. Ponuda bi također trebala biti usmjerena prema djeci s obzirom na to da je najviše posjetitelja u dobi od 26 - 35 godina, pretpostavlja se da dolaze s obitelji. S obzirom na to da je udio stranih posjetitelja starijih od 56 godina u promatranom razdoblju relativno nizak, ponudu ovoj dobnoj skupini potrebno je razraditi temeljem detaljnih istraživanja te vrste. Struktura anketiranih stranih posjetitelja prema spolu je ujednačena, muškarci (50,4%) i žene (49,6%) (graf 7).

Graf 7: Spol stranih posjetitelja

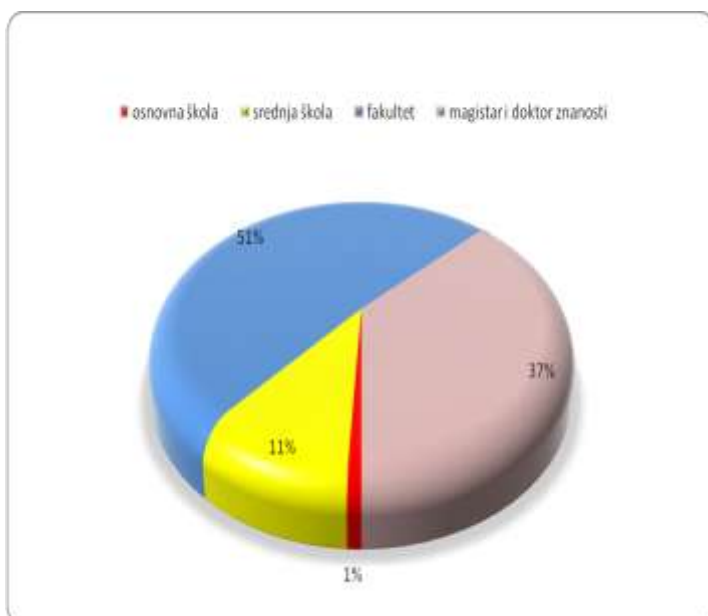


Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Istraživanjem su obrađeni podaci o visini dohotka, motivima dolaska u Park, obliku korištenog prijevoza, organizaciji putovanja, vrsti smještaja, broju ostvarenih noćenja koje strani posjetitelji ostvaruju u Gradu Zagrebu te dnevnoj potrošnji po osobi.

Zanimljivost je da je najveći broj stranih posjetitelja (88%) visokoobrazovan te ima završen fakultet ili poslijediplomski studij (magistarski ili doktorski) (graf 8).

Graf 8: Obrazovna struktura stranih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Zaključuje se, da visokoobrazovani strani posjetitelji Parka, koji su ujedno i korisnici usluga, imaju visoka primanja i višu razinu kućnog dohotka (graf 9).

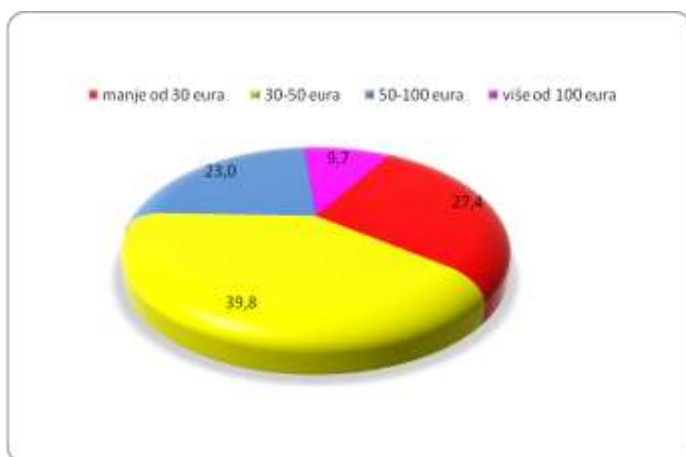
Graf 9: Dohodak kućanstva stranih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Visina mjesečnog dohotka može se povezati s obrazovnom strukturom ispitanika stranih posjetitelja u promatranom razdoblju. Visokoobrazovanim stranim posjetiteljima (88%) visina mjesečnog kućnog dohotka kreće se u iznosu od 1.000,00 eura – 4.999,00 eura (68,7%). Dobiveni podaci ukazuju na spremnost stranih posjetitelja na veću potrošnju, te na potrebitost osmišljavanja cjelokupne turističke ponude, definirane strateškim dokumentima.

Graf 10: Turistička potrošnja stranih posjetitelja



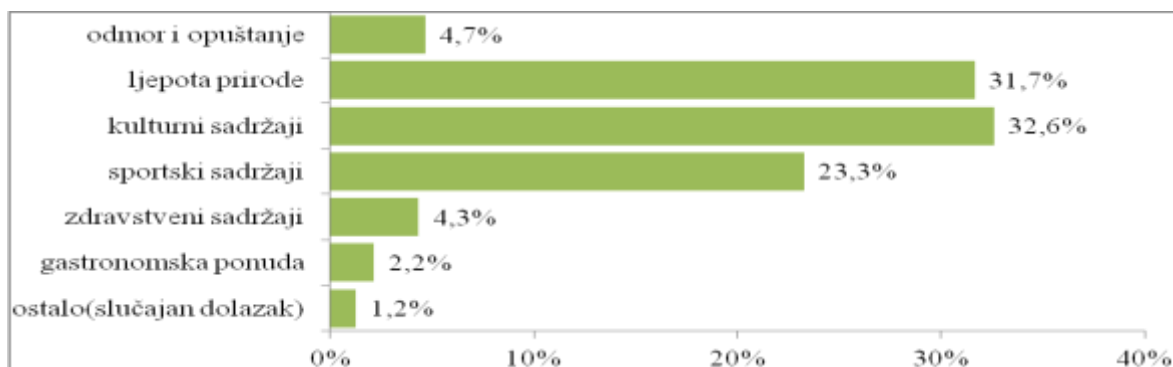
Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Najveći broj stranih posjetitelja (39,8%) u destinaciji dnevno troši od 30 do 50 eura, a manji broj, svega (9,7 %) troše više od 100 eura dnevno (graf 10).

Navedeno se može povezati s odabirom smještaja (privatni smještaj i hosteli), ali i s kvalitetom elemenata turističke ponude.

Najčešći razlozi dolaska u Park stranih posjetitelja su kulturni sadržaji (30,7%), ljepota prirode (28,9%) odmor i opuštanje (21,1%). Iz rezultata je vidljivo da je određeni broj stranih posjetitelja do Parka došlo slučajno, što govori o potrebi za izradom marketinške strategije i razvoja sustava informiranja (graf 11).

Graf 11: Razlog dolaska stranih posjetitelja u park Maksimir



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Preporuke i iskustva prijatelja ili rodbine (34,8%) najčešće su korišten izvor informacija pri donošenju odluke o posjeti parka Maksimir, izostaje vlastito iskustvo ili odluka o ponovnoj posjeti, stoga se zaključuje da je za strane posjetitelje Grad Zagreb, novo iskustvo. Vrlo bitnim izvorom informacija prilikom informiranja o Parku strani posjetitelji naveli su Internet (32,2%) (graf 12).

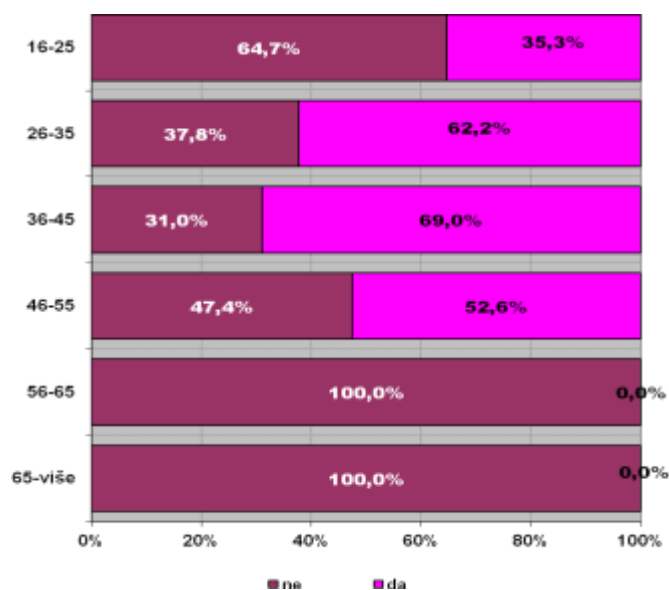
Graf 12: Korišteni oblici informacija o parku Maksimir



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Najmanje su konzultirane turističke agencije (0,9%). Iz navedenog se zaključuje da marketinške aktivnosti trebaju pratiti suvremene trendove, te se prilagoditi virtualnom načinu komunikacije.

Graf 13: Prvi posjet parku Maksimir

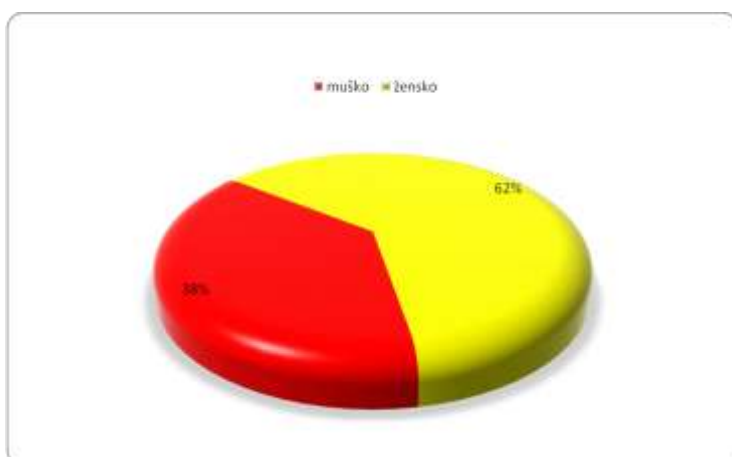


Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Park Maksimir je od svog postanka prvenstveno je služio stanovnicima i posjetiteljima Grada za šetnju, odmor i razonodu. U Park se dolazilo pješice, kočijom, omnibusom ili tramvajem. Tijekom 20. st. služio je radničkoj klasi Zagreba kao šetalište, odmaralište i mjesto za održavanje pojedinih manifestacija (1. Maj). Održavale su se brojne pučke zabave, folklorne smotre, kazališne predstave. Danas, većina posjetitelja Maksimirom razumijevaju Zoološki vrt zbog nedovoljne prezentacije samoga Parka u javnosti, a medijski čestim ili agresivnim prisustvom Zoološkog vrta, što je razumljivo zbog same atraktivnosti sadržaja Zoološkog vrta (Maksimir, 1982). Unatoč navedenom, Park se danas koristi na različite načine: sportske, kulturne ili zabavne manifestacije s promijenjenim ulogama Parka u percepcijskom i funkcionalnom smislu. Nekad prostor društvenih događanja, danas se koristi za opuštanje od stresnog svakodnevnog života te suživot s prirodom uz mogućnost rekreacije.

Empirijsko istraživanje provedeno je s ciljem da se ocijene stavovi domaćih posjetitelja o stanju elemenata ponude, načini korištenja Parka i o mogućnostima unapređenja i razvoja ponude. Rezultati empirijskog istraživanja stavova domaćih posjetitelja o stanju elemenata ponude, načini korištenja Parka, te mogućnost unapređenja i razvoja ponude temelje se na anketnom upitniku, koji je proveden 2014. godine na uzorku od 115 posjetitelja (kriterij odabira bio je da su ispitanici rezidenti Republike Hrvatske). Ispitanici su u nešto većem postotku bili ženskog spola (62%) (graf 14).

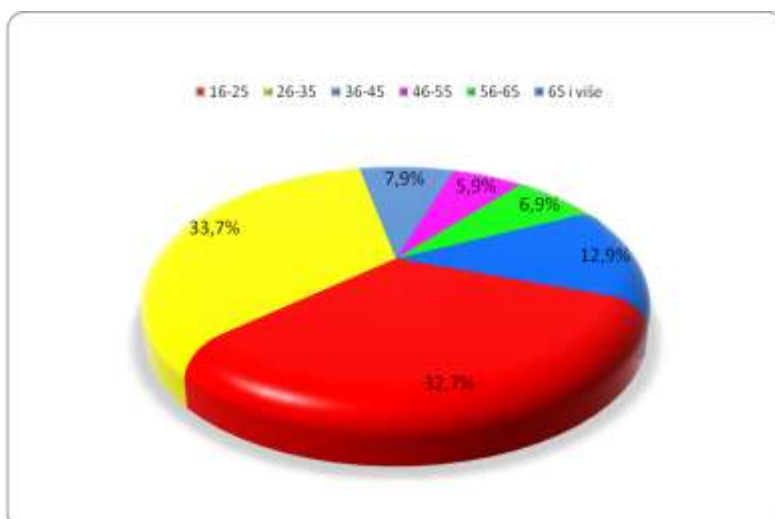
Graf 14: Spol domaćih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Sociodemografska obilježja domaćih posjetitelja Parka u promatranom razdoblju analizirana su kroz relevantne varijable kojima se definira profil posjetitelja kao što je starosna dob, spol i obrazovna struktura. Istraživanje starosne dobi posjetitelja Parka je značajno iz tog razloga, što je potrebno sagledati kako različite dobne skupine reagiraju na promjene u ponudi. Analizom je utvrđeno da su anketnim istraživanjem obuhvaćeni posjetitelji svih dobni skupina, a najvećim dijelom od 66,4 % posjetitelji su mlađe dobne skupine od 16-35 godina (graf 15).

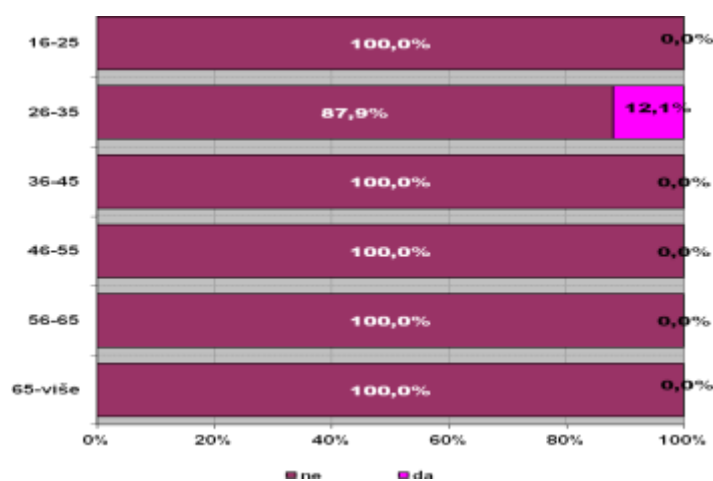
Graf 15: Dobna struktura domaćih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Navedeno ukazuje da Park posjećuju mlađi posjetitelji (anketirano je 66,4% posjetitelja mlađe životne dobi do 35 godina), iako su i druge dobne skupine dobro zastupljene (% od 56 godina na više), stoga bi kod planiranja ponude trebalo razmotriti činjenicu da mladi posjetitelji preferiraju različite oblike zabave: jedni žele aktivnije sadržaje dok drugi poput mladih obitelji s djecom više sadržaja namijenjenih djeci. Stariji posjetitelji preferiraju mirnije sadržaje. Od ukupnog broja anketiranih posjetitelja svega je 12,1% posjetitelja u dobi od 26 - 35 godina prvi puta posjetilo park Maksimir (graf 16).

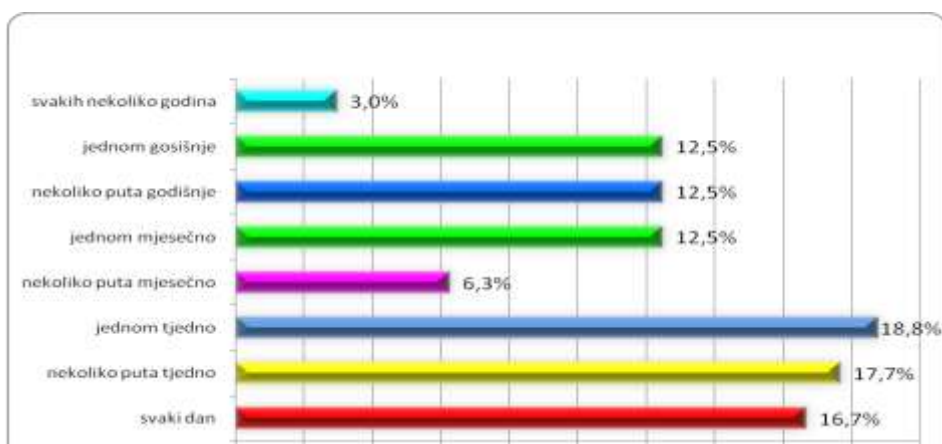
Graf 16: Prvi posjet domaćih posjetitelja parku Maksimir



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Važnost Parka domaćim posjetiteljima prikazana je učestalošću dolaska (graf 17). Pod čestim dolaskom podrazumijeva se svakodnevni dolazak ili dolazak nekoliko puta tjedno. Anketirani ispitanici posjetitelji, Park posjećuju često (34,4 %); od toga 16,7 % ispitanika Park posjećuje svaki dan, a 17,7% nekoliko puta tjedno. Najveći broj anketiranih posjetitelja Park posjećuje jedan puta tjedno, većinom u dane vikenda.

Graf 17: Učestalost dolaska domaćih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Domaći posjetitelji analizirani su i prema kriteriju prijevoznog sredstva kojim su došli do parka Maksimir (graf 18).

Graf 18: Oblik korištenog prijevoza domaćih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Rezultatima je utvrđeno da je glavni motiv dolaska rekreacija, iz razloga što je većina posjetitelja (94,8%) do parka došla pješice (43,4%) ili javnim gradskim prijevozom (37,2%), a nešto manje biciklom (14,2%). Odabir prijevoza automobilom zastupljen je sa (5,3%).

Rezultat se može objasniti položajem parka Maksimir blizini centra Grada, a uzrok se vidi i u prometnoj saturaciji koja se javlja u dane vikenda, što prouzrokuje nedovoljno parkirnih mjesta u blizini Parka (sveukupno dva parkirališta u sustavu Treće zone naplate parkinga, kapaciteta 100 parkirnih mjesta) i dvije javne garaže (tab. 18).

Tablica 18: Popis i kapacitet javnih garaža u blizini parka Maksimir

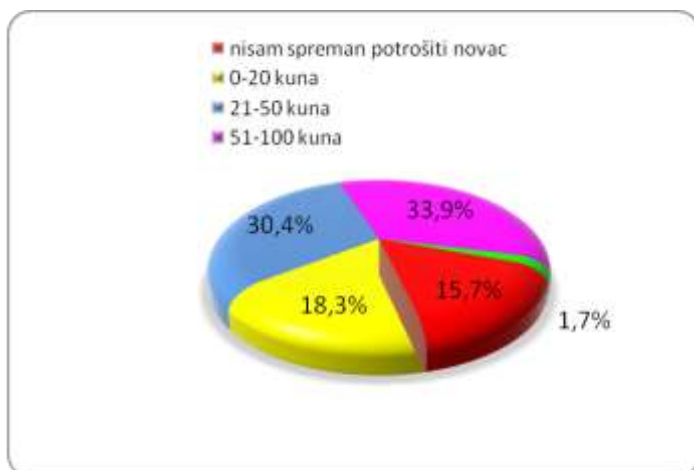
GARAŽA	Usluga	Vrijeme korištenja	CIJENA
REBRO	Satna - dnevna	8:00 - 18:00	5,00
	Satna - noćna	18:00 - 8:00	2,00
	Cjelodnevna	24 sata	60,00
	Tjedna	24 sata x 7 dana	150,00
	Mjesečna - dnevna	5:00 - 20:00	200,00
	Mjesečna - noćna	13:00 - 8:00	100,00
	Mjesečna	00:00 - 24:00	300,00
	Mjesečna - povlaštena	00:00 - 24:00	100,00
GARAŽA	Usluga	Vrijeme korištenja	CIJENA
SVETICE	Satna - dnevna	8:00 - 18:00	2,00
	Satna - noćna	18:00 - 8:00	1,00
	Cjelodnevna	24 sata	20,00
	Tjedna	24 sata x 7 dana	50,00
	Mjesečna - dnevna	6:00 - 18:00	150,00
	Mjesečna - noćna	17:00 - 9:00	50,00
	Mjesečna	00:00 - 24:00	200,00

Izvor: Službeni glasnik grada Zagreba, Pravilnik o korištenju javnih parkirališta i javnih garaža

Uzimajući u obzir godišnju posjećenost Parka koja iznosi do milijun posjetitelja, kapacitet parkirališta je daleko ispod zadovoljavajućeg broja prihvata.

Obilježja potrošnje posjetitelja procijenjena je na novčanom iznosu koji su spremni potrošiti prilikom posjeta Parku. Raspon potrošnje kreće se od 21 kunu do 100 kuna; od toga 30,4% posjetitelja potroši između 21-50 kuna i 33,9% njih između 51-100 kuna (graf 19).

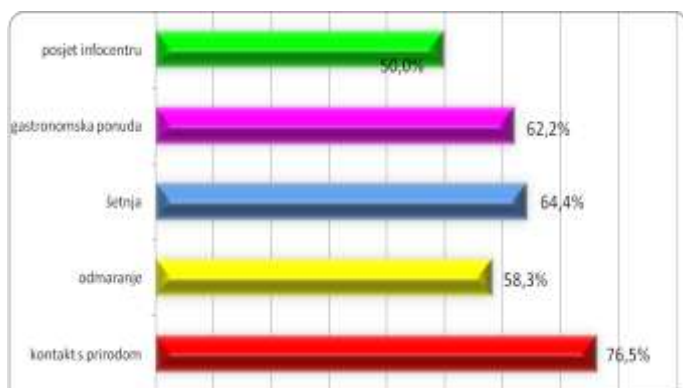
Graf 19: Potrošnja domaćih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Značajan je udio posjetitelja koji uopće nisu spremni potrošiti novac prilikom posjete parku. Ponuda parka Maksimir temeljena na načelima održivog razvoja, treba uz zadovoljenje sve zahtjevnijih potreba stranih posjetitelja, zadovoljiti zahtjeve stalnih posjetitelja Parka. Kontakt s prirodom (76,5%) i odmor u prirodnom okruženju (58,3%) predstavljaju glavne motive za odlazak u park. Šetnja (64,4%), odlazak u restoran (62,2%) i posjet infocentru (50,0%) neke su od aktivnosti koje su posjetitelji upražnjavali prilikom boravka (graf 20).

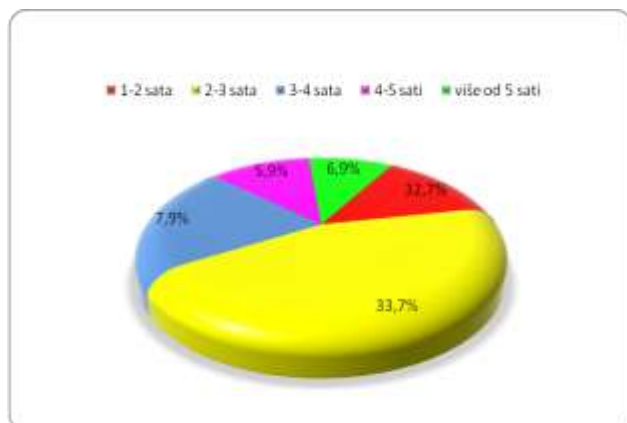
Graf 20: Razlog dolaska domaćih posjetitelja



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Većina anketiranih posjetitelja koji u Park dolaze zbog kontakta s prirodom, kao najznačajnije elemente prirodne baštine navode: priroda, bogatstvo flore i faune, te što je Park zaštićeno područje. Većina posjetitelja u Parku se zadržava dva do tri sata (graf 21). Ustaljene navike ponašanja unutar Parka, vidljive su kroz provođenja aktivnosti anketiranih posjetitelja tijekom provođenja anketiranja i planiranih budućih dolazaka.

Graf 21: Vrijeme provedeno u Parku



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Profil posjetitelja čine najvećim dijelom ljudi mlađe dobne skupine od 16 – 35 godina, koji će iznos novca izdvojiti za suvenire, topli obrok, kartu za Zoološki vrt ili ugostiteljsku ponudu. Uspoređujući rezultate istraživanja o potrošnji anketiranih posjetitelja iz 2010. godine koji su pokazali da su anketirani posjetitelji spremni izdvojiti od 10 - 50 kuna prilikom posjete Parku (Dolenc, 2010), razvidno je da 2014. i 2015. godine povećana spremnost posjetitelja na veću potrošnju te se ukazuje potreba da se dosadašnji model razvijanja ponude koji se temelji na siromašnoj, ustaljenoj s više ili manje uspješnoj ponudi koncesionara unutar Parka, razvije u prepoznatljivu ponudu temeljenu na upravljanju kvalitetom s definiranim smjerom ulaganja prvenstveno u osiguranje lojalnosti posjetitelja kroz pravce djelovanja definirane strateškim dokumentima i pojedinačnim mjerama kroz zajedničke aktivnosti na razini kako parka Maksimir tako i Grada Zagreba.

Temelj razvoja ponude (turističke i ponude namijenjene stalnim posjetiteljima) Parka čine visoki standardi kvalitete pruženih proizvoda i usluga, inovativnost, kreativnost i raznovrsnost sadržaja, suvremena ponuda usklađena s trendovima i zahtjevima tržišta i uvaženim stavovima svake ciljne skupine posjetitelja.

4.2. Rezultati istraživanja: analiza procjene aktivnosti posjetitelja, vrednovanje ponude i obilježja potražnje u parku Maksimir

Održivi razvoj turizma čini proces koji nikad ne završava na dovoljnoj razini kvalitete da ne bi trebao biti nastavljen (Drljača, 2012). Zadatak istraživanja domaćih i stranih posjetitelja parka Maksimir bio je ispitati razlike u zadovoljstvu između stranih i domaćih posjetitelja u korištenim uslugama u parku Maksimir, ispitati postoji li razlika u percepciji atraktivnosti sadržaja koje nudi park Maksimir između domaćih posjetitelja i stranih posjetitelja te ispitati proaktivnost, odnosno interes stranih posjetitelja i domaćih posjetitelja u odnosu na ponuđene sadržaje u parku Maksimir.

H1: Strani posjetitelji zadovoljniji su pogodnostima koje park Maksimir pruža u odnosu na domaće posjetitelje

H1.1: Strani posjetitelji zadovoljniji su ponudom: iznajmljivanja bicikala u odnosu na domaće posjetitelje

H1.2: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom restorana Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H1.3: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom ugostiteljskog objekta Vidikovac u odnosu na domaće posjetitelje

H1.4: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom ugostiteljskog objekta Švicarska kuća u odnosu na domaće posjetitelje

H1.5: Strani posjetitelji su zadovoljniji kulturnom ponudom Galerije u Haulikovom salonu u odnosu na domaće posjetitelje

H1.6: Strani posjetitelji su zadovoljniji uslugama infocentra u odnosu na domaće posjetitelje

H1.7: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom ostalih aktivnosti unutar parka Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H1.8: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom obrazovnih aktivnosti na području parka Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H1.9: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom informativnih materijala u odnosu na domaće posjetitelje

H1.10: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom animiranih sadržaja za djecu u odnosu na domaće posjetitelje

H1.1: Strani posjetitelji zadovoljniji su ponudom: iznajmljivanja bicikala u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 19: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – iznajmljivanje bicikla

Kvaliteta turističke aktivnosti – iznajmljivanje bicikla	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	56,3	10,8
Srednji	28,1	51,6
Visok	15,6	37,6

Pearson χ^2 (df=2; n=125)= 84,486; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete korištenja turističke aktivnosti – iznajmljivanje bicikla (Pearson χ^2 (df=2; n=125)= 84,486; p<0,01).

Strani posjetitelji statistički značajno bolje ocjenjuju kvalitetu iznajmljivanja bicikala: 51,6% stranih posjetitelja je uslugu ocijenilo sa srednjom ocjenom, a 37,6% s visokom ocjenom, dok su domaći posjetitelji u 56,3% ocijenili uslugu niskom, a 28,1 % visokom. Hipoteza 1 je u tom dijelu potvrđena uz razinu značajnosti od 1%.

H1.2: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom restorana Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 20: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ugostiteljska usluga restorana

Kvaliteta turističke aktivnosti – ugostiteljske usluge restorana	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	15,4	6,7
Srednji	61,5	59,0
Visok	23,1	34,3

Pearson χ^2 (df=2; n=157)= 4,232; p=0,121

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa nisu pokazali statističku značajnu razliku između domaćih i stranih posjetitelja o ocjeni kvalitete korištenja turističke aktivnosti ugostiteljske usluge restorana (Pearson χ^2 (df=2; n=157)= 4,232; p=0,121).

Strani (59%) i domaći posjetitelji (61,5%) ugostiteljske usluge restorana ocijenili su srednjom ocjenom, ali treba napomenuti da su domaći posjetitelji puno rjeđe koristili ugostiteljske usluge restorana (manje od polovice ispitanih domaćih posjetitelja, dok su gotovo svi ispitani

strani posjetitelji koristili ugostiteljske usluge restorana). Hipoteza 1 u tom dijelu nije potvrđena.

H1.3: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom ugostiteljskog objekta Vidikovac u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 21: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ugostiteljskog objekta Vidikovac

Kvaliteta turističke aktivnosti – ugostiteljskog objekta Vidikovac	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	13,1	6,7
Srednji	52,5	59,0
Visok	34,4	34,3

Pearson χ^2 (df=2; n=166)= 2,071; p=0,355

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da ne postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete korištenja turističke aktivnosti ugostiteljskog objekta Vidikovac (Pearson χ^2 (df=2; n=116)= 2,071; p=0,355).

Strani i domaći posjetitelji podjednako su ocijenili ugostiteljske usluge Vidikovca sa srednjim i visokim ocjenama, ali treba napomenuti da su domaći posjetitelji puno rjeđe koristili usluge od stranih posjetitelja. (59% stranih posjetitelja ocijenilo je uslugu srednjom ocjenom, a 34,3 % s visokom ocjenom, dok su domaći posjetitelji njih 52,5 % kvalitetu ponude ocijenili sa srednjom ocjenom dok je 34,4 % njih ocijenilo s visokom ocjenom). Hipoteza 1 u tom dijelu nije potvrđena.

H1.4: Strani posjetitelji su zadovoljniji ugostiteljskom ponudom ugostiteljskog objekta Švicarska kuća u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 22: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – usluge ugostiteljskog objekta Švicarska kuća

Kvaliteta turističke aktivnosti – usluge ugostiteljskog objekta Švicarska kuća	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	11,9	6,7
Srednji	35,8	59,0
Visok	52,2	34,3

Pearson χ^2 (df=2; n=172)= 8,911; p<0,05; p=0,012

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete turističke aktivnosti ugostiteljske usluge ugostiteljskog objekta Švicarska kuća (Pearson χ^2 (df=2; n=172)= 8,911; p<0,05; p=0,012).

Strani posjetitelji statistički značajnije bolje ocjenjuju kvalitetu ugostiteljske usluge objekata Švicarska kuća (59,0% njih je dalo ocjenu srednji i 34,3% njih ocjenu visok), dok je 52,2% domaćih posjetitelja ocijenila s visokom ocjenom. Uzrok je u nekorisćenju ugostiteljskog objekta Švicarska kuća od strane stranih posjetitelja. Hipoteza 1 je u tom dijelu potvrđena.

H1.5: Strani posjetitelji su zadovoljniji kulturnom ponudom Galerije u Haulikovom salonu u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 23: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – kulturna ponuda Galerije u Haulikovom salonu

Kvaliteta turističke aktivnosti – kulturna ponuda Galerije u Haulikovom salonu	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	10,0	5,9
Srednji	40,0	55,9
Visok	50,0	38,2

Pearson χ^2 (df=2; n=152)= 3,560; p=0,169

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da ne postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete kulturne ponude Galerije u Haulikovom salonu (Pearson χ^2 (df=2; n=152)= 3,560; p=0,169).

Nemamo statistički značajnu razliku u bodovanju kvalitete. I domaći i strani posjetitelji ocijenili su kvalitetu ponude sličnom ocjenom, ali treba napomenuti da nisu svi domaći posjetitelji koristili sadržaje dok su gotovo svi strani posjetitelji koristili.

Domaći posjetitelji su bolje ocijenili kvalitetu kulturne ponude (50% njih je dalo ocjenu visok i 40% njih ocjenu srednji, 56,5% nije odgovorilo na pitanje što znači da su je puno rjeđe koristili ili je nisu uopće koristili), uzrok je u nezainteresiranosti za kulturnu ponudu ili u ne znanju.

Hipoteza 1 u tom dijelu nije potvrđena.

H1.6: Strani posjetitelji su zadovoljniji uslugama infocentra u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 24: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – infocentar

Kvaliteta turističke aktivnosti – infocentar	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	17,4	0,9
Srednji	34,8	53,3
Visok	47,8	45,8

Pearson χ^2 (df=2; n=153)= 17,144; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete infocentra (Pearson χ^2 (df=2; n=153)= 17,144; p<0,01).

Strani posjetitelji su bolje ocijenili kvalitetu infocentra (53,3% njih je dalo ocjenu srednji i 45,8% njih ocjenu visok), dok dosta domaćih posjetitelja nije odgovorilo na pitanje (60,0%), što je vjerojatno uzrok u neposjećenosti infocentra.

Hipoteza 1 je u tom dijelu potvrđena uz razinu značajnosti od 1%.

H1.7: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom ostalih aktivnosti unutar parka Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 25: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ostale aktivnosti

Kvaliteta turističke aktivnosti – ostale aktivnosti	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	14,3	11,3
Srednji	45,2	54,6
Visok	40,5	34,0

Pearson χ^2 (df=2; n=139)=1,048; p=0,592

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da ne postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvaliteta ostalih aktivnosti (Pearson χ^2 (df=2; n=139)=1,048; p=0,592). Strani i domaći posjetitelji su slično ocijenili kvalitetu infocentra (45,2% domaćih i 54,6% stranih dalo je ocjenu srednji i 40,5% domaćih i 34% stranih dalo je ocjenu visok), dosta domaćih posjetitelja nije odgovorilo na pitanje (63,5%), što je vjerojatno uzrok u nekorištenju ostalih usluga parka Maksimir.

Hipoteza 1 u tom dijelu nije potvrđena.

H1.8: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom obrazovnih aktivnosti na području parka Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 26: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – obrazovne aktivnosti

Kvaliteta turističke aktivnosti – obrazovne aktivnosti	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	16,1	0,0
Srednji	58,1	50,0
Visok	25,8	50,0

Pearson χ^2 (df=; n=135)= 20,219; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete obrazovnih aktivnosti (Pearson χ^2 (df=2; n=135)=20,219; p<0,01).

Strani posjetitelji su bolje ocijenili kvalitetu obrazovnih aktivnosti (50% njih je dalo ocjenu srednji i 50% njih ocjenu visok), dok dosta domaćih posjetitelja nije odgovorilo na pitanje (73,0%), što je vjerojatno uzrok u nekorištenju obrazovnih aktivnosti. Hipoteza 1 je u tom dijelu potvrđena uz razinu značajnosti od 1%.

H1.9: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom informativnih materijala u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 27: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ponuda informativnih materijala

Kvaliteta turističke aktivnosti – ponuda informativnih materijala	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	18,2	0,9
Srednji	36,4	53,3
Visok	45,5	45,8

Pearson χ^2 (df=2; n=151)= 17,405; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete ponude informativnih materijala (Pearson χ^2 (df=2; n=151)=17,405; p<0,01).

Strani posjetitelji su bolje ocijenili kvalitetu obrazovnih aktivnosti (53,3% njih je dalo ocjenu srednji i 45,8% njih ocjenu visok), dok dosta domaćih posjetitelja nije odgovorilo na pitanje

(61,7%), što je vjerojatno uzrok u nekorisćenju ponuda informativnih materijala. Hipoteza 1 je u tom dijelu potvrđena uz razinu značajnosti od 1%.

H1.10: Strani posjetitelji su zadovoljniji ponudom animiranih sadržaja za djecu u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 28: Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ponuda animiranih sadržaja za djecu

Kvaliteta turističke aktivnosti – ponuda animiranih sadržaja za djecu	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Nizak	1,4	5,8
Srednji	37,5	61,2
Visok	61,1	33,0

Pearson χ^2 (df=2; n=175)= 14,208; p<0,05; p=0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni kvalitete ponude animiranih sadržaja za djecu (Pearson χ^2 (df=2; n=175)=14,208; p<0,05).

Strani posjetitelji su bolje ocijenili kvalitetu obrazovnih aktivnosti (61,2% njih je dalo ocjenu srednji i 33% njih ocjenu visok), dok dosta domaćih posjetitelja nije odgovorilo na pitanje (70,4%), što je vjerojatno uzrok u nekorisćenju ponuda animiranih sadržaja za djecu. Hipoteza 1 je u tom dijelu potvrđena.

Na kraju pregleda svih pojedinačnih Pearsonovih Hi kvadrat testova može se zaključiti, da postoje razlike između stranih i domaćih posjetitelja, jer strani posjetitelji više koriste pojedini sadržaj, dok samo polovina domaćih posjetitelja koristi sadržaje. Zaključuje se da usluge koje se dodatno naplaćuju domaći posjetitelji puno rjeđe koriste. Ukupno u velikoj većini imamo statistički značajne razlike u bodovanju kvalitete između domaćih i stranih posjetitelja i Hipoteza 1 se potvrđuje.

H2: Strani i domaći posjetitelji različito ocjenjuju atraktivnost sadržaja koje nudi park Maksimir

H2.1: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda iznajmljivanja bicikala, nego domaćim posjetiteljima

H2.2: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda restorana u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.3: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Vidikovac, nego domaćim posjetiteljima

H2.4: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta „Švicarska kuća“, nego domaćim posjetiteljima

H2.5: Stranim posjetiteljima je više atraktivna ponuda infocentra u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.6: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda ostalih aktivnosti unutar parka Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.7: Stranim posjetiteljima je više atraktivna ponuda obrazovnih aktivnosti, nego domaćim posjetiteljima

H2.8: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda informativnih materijala u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

H2.9: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda animiranih sadržaja, nego domaćim posjetiteljima

H2.10: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna mogućnost vožnje čamcima na Trećem jezeru, nego domaćim posjetiteljima

H2.11: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna prirodna baština, nego domaćim posjetiteljima

H2.1: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda iznajmljivanja bicikala, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 29: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – iznajmljivanje bicikla

Atraktivnost – iznajmljivanja bicikla	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	9,6	2,6
Ne	90,4	97,4

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 3,727; p>0,05

Korištena je Yates's korekcija za Pearsonov test s obzirom na to da je veličina tablice 2*2. Hi kvadrat test nezavisnosti (uz korekciju neprekidnosti prema Yates-u) nije pokazala statistički značajnu razliku između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude iznajmljivanja bicikla (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=3,727; p=0,054).

Dokazano je da nemamo statistički značajnu razliku između mišljenja stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka – iznajmljivanje bicikla. Hipoteza 2 je u tom dijelu ne potvrđena.

H2.2: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda restorana u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 30: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ugostiteljska ponuda restorana u parku Maksimir

Atraktivnost – ugostiteljska ponuda restorana u parku Maksimir	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	11,3	7,0
Ne	88,7	93,0

Pearson χ^2 (df=1 n=230)= 0,838; p>0,05

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da ne postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude ugostiteljskih ponuda restorana u parku Maksimir (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=0,838; p>0,05).

Hipoteza 2 u tom dijelu je ne potvrđena. Dokazano je da nemamo statistički značajno razlikovanje mišljenja između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka – restoran u parku Maksimir.

H2.3: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Vidikovac, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 31: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda cafe bar Vidikovac

Atraktivnost – ponuda cafe bar Vidikovac	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	34,8	7,0
Ne	65,2	93,0

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 25,301; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude ugostiteljskog objekta Vidikovac (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=25,301; p<0,01). Domaći posjetitelji su više puta ocijenili ponudu ugostiteljskog objekta Vidikovac kao atraktivno (34,8% je odgovorilo „da“) u odnosu na strane posjetitelje. To znači da imamo statistički značajno razlikovanje mišljenja između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka - ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Vidikovac.

Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

H2.4: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta „Švicarska kuća“, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 32: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Švicarska kuća

Atraktivnost – ponuda ugostiteljskog objekta Švicarska kuća	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	31,3	6,1
Ne	68,7	93,9

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 22,425; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ugostiteljske ponude ugostiteljskog objekta Švicarska kuća (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=22,425; p<0,01).

Domaći posjetitelji su više puta ocijenili ugostiteljsku ponudu ugostiteljskog objekta Švicarska kuća kao atraktivno (31,3% je odgovorilo „da“) u odnosu na strane posjetitelje. To znači da imamo statistički značajno razlikovanje mišljenja između stranih i domaćih

posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka - ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Švicarska kuća. Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

H2.5: Stranim posjetiteljima je više atraktivna ponuda infocentra u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 33: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda infocentra

Atraktivnost – ponuda infocentra	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	8,7	20,9
Ne	91,3	79,1

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 5,833; p<0,05

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude infocentra (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=5,833; p<0,05). Strani posjetitelji su više puta ocijenili ponudu infocentra kao atraktivno (20,9 % je odgovorilo „da“) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da se domaći i strani posjetitelji statistički značajno razlikuju u mišljenju u ocjeni atraktivnosti ponude infocentra. Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

H2.6: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda ostalih aktivnosti unutar parka Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 34: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda ostalih aktivnosti

Atraktivnost – ponuda ostalih aktivnosti	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	7,8	6,1
Ne	92,2	93,9

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 0,067; p>0,05

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da ne postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponuda ostalih aktivnosti (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=0,067; p>0,05). To znači da nemamo statistički značajno razlikovanje mišljenja između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji

elementi turističke ponude ovog parka – ponuda stalih aktivnosti. Hipoteza 2 je u tom dijelu ne potvrđena.

H2.7: Stranim posjetiteljima je više atraktivna ponuda obrazovnih aktivnosti, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 35: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda obrazovanih aktivnosti

Atraktivnost – ponuda obrazovanih aktivnosti	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	8,7	28,7
Ne	91,3	71,3

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 13,844; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude obrazovanih aktivnosti (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=13,844; p<0,01). Strani posjetitelji su više puta ocijenili ponudu obrazovanih aktivnosti kao atraktivno (28,7 % je odgovorilo „da“) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku mišljenja između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka – ponuda obrazovanih aktivnosti. Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

H2.8: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda informativnih materijala u parku Maksimir, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 36: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda informativnih materijala

Atraktivnost – ponuda informativnih materijala	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	94,8	97,4
Ne	5,2	2,6

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 0,463; p>0,05

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da ne postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponuda ostalih aktivnosti (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=0,463; p>0,05). To znači da se domaći i strani posjetitelji značajno ne

razlikuju u percepciji atraktivnosti sadržaja ponude informativnih materijala. Hipoteza 2 je u tom dijelu ne potvrđena.

H2.9: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna ponuda animiranih sadržaja, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 37: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda animiranih sadržaja

Atraktivnost – ponuda animiranih sadržaja	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	10,4	2,6
Ne	89,6	97,4

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 4,564; p<0,05

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude animiranih sadržaja (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=4,564; p<0,05). Domaći posjetitelji značajno bolje su ocijenili ponudu animiranih sadržaja (10,4 % je odgovorilo „da“), u odnosu na strane posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku u mišljenju između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje ponude animiranih sadržaja. Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

H2.10: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna mogućnost vožnje čamcima na Trećem jezeru, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 38: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda vožnje čamcima na Trećem jezeru

Atraktivnost – ponuda vožnje čamcima	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	52,2	30,4
Ne	47,8	69,9

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 10,330; p=0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti ponude vožnje čamcima na Trećem jezeru (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=10,330; p=0,01). Domaći posjetitelji bolje su ocijenili ponudu vožnje čamcima na Trećem jezeru kao atraktivno (52,2 % je odgovorilo „da“) u odnosu na strane posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku u

mišljenju između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka – ponuda vožnje čamcima na Trećem jezeru. Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

H2.11: Stranim posjetiteljima je manje atraktivna prirodna baština, nego domaćim posjetiteljima

Tablica 39: Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – prirodna baština

Atraktivnost – prirodna baština	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Da	53,0	20,9
Ne	47,0	79,1

Pearson χ^2 (df=1; n=230)= 24,185; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u ocjeni atraktivnosti prirodne baštine (Pearson χ^2 (df=1; n=230)=24,185; p<0,01). Domaći posjetitelji bolje su ocijenili ponudu prirodne baštine (53,0 % je odgovorilo „da“) u odnosu na strane posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku u mišljenju između stranih i domaćih posjetitelja vezano za pitanje koji su najatraktivniji elementi turističke ponude ovog parka – prirodna baština. Hipoteza 2 je u tom dijelu potvrđena.

Na kraju pregleda svih pojedinačnih Pearsonovih Hi kvadrat testova može se zaključiti, da postoje razlike između stranih i domaćih posjetitelja u percepciji atraktivnosti sadržaja. Češće su se stranim posjetiteljima sadržaji koji su se nudili tijekom njihovog boravka u parku Maksimir činili atraktivnijima od mišljenja domaćih posjetitelja. Zaključuje se da usluge koje se dodatno naplaćuju domaći posjetitelji puno rjeđe koriste. U većini slučajeva pojavljuju se statistički značajne razlike u percepciji atraktivnosti sadržaja ponude u parku Maksimir između domaćih i stranih posjetitelja i Hipoteza 2 se potvrđuje.

H3: Strani posjetitelji pokazali su značajno veći interes za sportske, kulturne i ugostiteljske sadržaje u parku Maksimir od domaćih posjetitelja

H3.1: Strani posjetitelji više šecu u odnosu na domaće posjetitelje

H3.2: Strani posjetitelji više koriste ponudu nordijskog hodanja u odnosu na domaće posjetitelje

H3.3: Strani posjetitelji više koriste mogućnost promatranja ptica u odnosu na domaće posjetitelje

H3.4: Strani posjetitelji više koriste usluge vožnje čamcem po Trećem jezeru u odnosu na domaće posjetitelje

H3.5: Strani posjetitelji više posjećuju Galeriju u Haulikovom salonu u odnosu na domaće posjetitelje

H3.6: Strani posjetitelji više voze bicikl po parku Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

H3.7: Strani posjetitelji više koriste usluge najma bicikala u odnosu na domaće posjetitelje

H3.8: Strani posjetitelji više koriste ugostiteljske usluge restorana u odnosu na domaće posjetitelje

H3.9: Strani posjetitelji više kupuju suvenire u odnosu na domaće posjetitelje

H3.10: Strani posjetitelji u većem broju posjećuju infocentar u odnosu na domaće posjetitelje

H3.11: Strani posjetitelji više koriste dječja igrališta u parku Maksimir u odnosu na domaće

H3.1: Strani posjetitelji više šecu u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 40: Aktivnost - Šetnja

Atraktivnost – šetnja	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	12,2	0,0
Trenutno	56,5	79,1
Drugi put	3,5	0,0
Trenutno i drugi put	27,8	20,9

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 23,476; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u pokazivanju interesa prema aktivnosti - šetnja (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=23,476; p<0,01). Strani posjetitelji su se trenutno više bavili šetnjom (79,1%), u odnosu na domaće posjetitelje.

Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.2: Strani posjetitelji više koriste ponudu nordijskog hodanja u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 41 – korištenje mogućnosti nordijskog hodanja

Atraktivnost – nordijsko hodaње	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	66,1	0,0
Trenutno	11,3	97,4
Drugi put	16,5	16,5
Trenutno i drugi put	6,1	2,6

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 175,008; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u pokazivanju interesa i korištenju mogućnosti nordijskog hodanja (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=175,008; p<0,01). Strani posjetitelji su trenutno više koristili mogućnost nordijskog hodanja (97,4%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za korištenje mogućnosti nordijskog hodanja. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H.3.3: Strani posjetitelji više koriste mogućnost promatranja ptica u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 42 – korištenje mogućnosti promatranja ptica

Atraktivnost – promatranja ptica	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	67,8	0,0
Trenutno	11,3	69,6
Drugi put	14,8	0,0
Trenutno i drugi put	6,1	30,4

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 161,935; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u pokazivanju interesa i mogućnost promatranja ptica (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=161,935; p<0,01).

Strani posjetitelji su trenutno više koristili mogućnost promatranja ptica (69,6%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za korištenje mogućnosti promatranja ptica.

Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.4: Strani posjetitelji više koriste usluge vožnje čamcem po Trećem jezeru u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 43 – korištenje usluga vožnje čamcem

Atraktivnost – vožnja čamcem	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	52,2	0,0
Trenutno	7,0	97,4
Drugi put	33,9	0,0
Trenutno i drugi put	7,0	2,6

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 191,406; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna veza između domaćih i stranih posjetitelja u proaktivnosti – korištenje usluga vožnje čamcem (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=191,406; p<0,01). Strani posjetitelji su trenutno više koristili uslugu vožnje

čamcem (97,4%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajno razlikovanje proaktivnosti između stranih i domaćih posjetitelja vezano za korištenje usluga vožnje čamcem. Hipoteza 3 je u tom djelu potvrđena.

H3.5: Strani posjetitelji više posjećuju Galeriju u Haulikovom salonu u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 44 – posjeta Galerije u Haulikovom salonu

Atraktivnost – posjeta Galerije	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	60,0	0,0
Trenutno	20,9	93,9
Drugi put	17,4	0,0
Trenutno i drugi put	1,7	6,1

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 145,232; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u proaktivnosti – posjeta galerije (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=145,232; p<0,01). Strani posjetitelji su značajno više puta posjetili galeriju (93,9%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku u proaktivnosti između stranih i domaćih posjetitelja vezano za posjet galeriji. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.6: Strani posjetitelji više voze bicikl po parku Maksimir u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 45 – vožnja biciklom

Atraktivnost – vožnja biciklom	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	56,5	0,0
Trenutno	16,5	97,4
Drugi put	18,3	0,0
Trenutno i drugi put	8,7	2,6

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 155,792; p<0,01

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u aktivnosti – vožnja biciklom (Pearson χ^2 (df=3;

$n=230$)=155,792; $p<0,01$). Strani posjetitelji su se značajno više vozili biciklom po parku Maksimir (97,4%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za vožnju biciklom po parku Maksimir. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.7: Strani posjetitelji više koriste usluge najma bicikala u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 46 – najam bicikla

Atraktivnost – najam bicikla	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	83,5	0,0
Trenutno	1,7	97,4
Drugi put	13,0	0,0
Trenutno i drugi put	1,7	2,6

Pearson χ^2 (df=3; $n=230$)= 217,340; $p<0,01$

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u iznajmljivanju bicikla (Pearson χ^2 (df=3; $n=230$)=217,340; $p<0,01$). Strani posjetitelji su značajno više koristili usluge najma bicikla (97,4%) u odnosu na domaće posjetitelje.

To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za interes najam bicikla. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.8: Strani posjetitelji više koriste ugostiteljske usluge restorana u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 47: korištenje ugostiteljskih usluga restorana

Atraktivnost – usluge restorana	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	67,8	0,0
Trenutno	20,0	93,0
Drugi put	7,8	0,0
Trenutno i drugi put	4,3	7,0

Pearson χ^2 (df=3; $n=230$)= 141,969; $p<0,01$

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u korištenju ugostiteljskih usluga restorana (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=141,969; $p<0,01$).

Strani posjetitelji su trenutno više koristili ugostiteljske usluge (93,0%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za korištenje ugostiteljskih usluga restorana. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.9: Strani posjetitelji više kupuju suvenire u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 48: kupovina suvenira

Atraktivnost – kupovina suvenira	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	74,8	0,0
Trenutno	8,7	100,0
Drugi put	16,5	0,0

Pearson χ^2 (df=2; n=230)= 193,200; $p<0,01$

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u kupnji suvenira (Pearson χ^2 (df=2; n=230)=193,200; $p<0,01$). Strani posjetitelji su trenutno više kupovali suvenire (100,0%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za kupnju suvenira.

Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.10: Strani posjetitelji u većem broju posjećuju infocentar u odnosu na domaće posjetitelje

Tablica 49: posjet infocentru

Atraktivnost – posjet infocentru	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	67,0	0,0
Trenutno	16,5	93,9
Drugi put	13,0	0,0
Trenutno i drugi put	3,5	6,1

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 155,188; $p<0,01$

Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u korištenju usluga infocentra (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=155,188; p<0,01). Strani posjetitelji su u većem broju posjetili infocentar (93,9%), u odnosu na domaće posjetitelje. To znači, da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za posjet i korištenje usluga infocentra. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

H3.11: Strani posjetitelji više koriste dječja igrališta u parku Maksimir u odnosu na domaće

Tablica 50: ponuda dječjih igrališta

Atraktivnost – ponuda dječjih igrališta	Vrsta posjetitelja	
	Domaći (%)	Strani (%)
Bez odgovora	81,7	0,0
Trenutno	6,1	100,0
Drugi put	8,7	0,0
Trenutno i drugi put	3,5	0,0

Pearson χ^2 (df=3; n=230)= 203,607; p<0,01

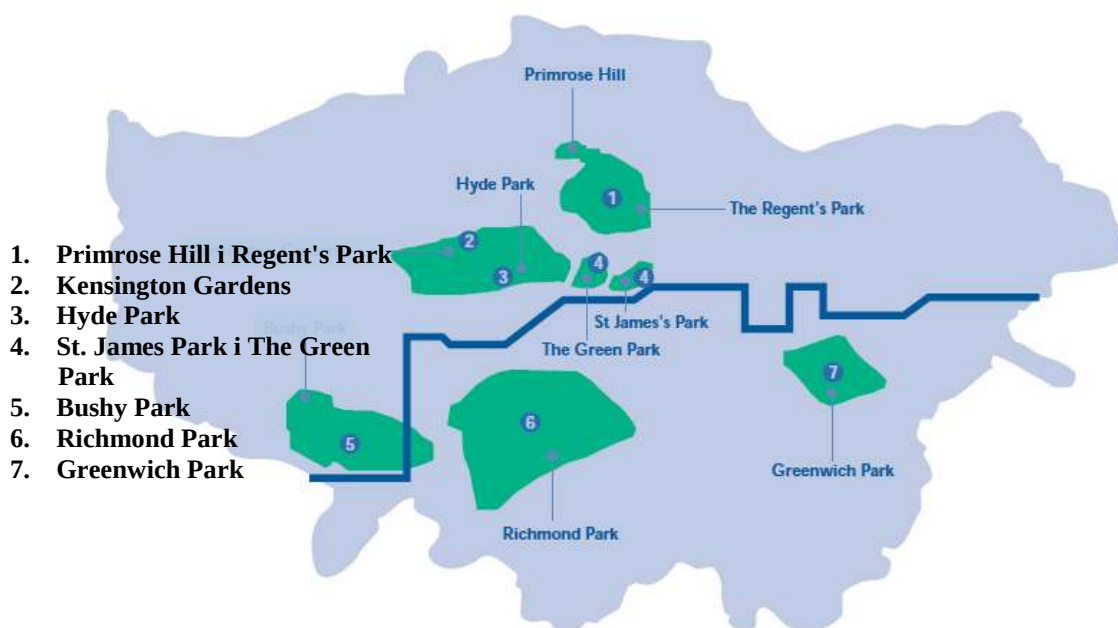
Rezultati Pearsonovog Hi kvadrat testa pokazali su da postoji statistički značajna razlika između domaćih i stranih posjetitelja u korištenju ponude dječjih igrališta u parku Maksimir (Pearson χ^2 (df=3; n=230)=203,607; p<0,01). Strani posjetitelji su u većem broju koristili ponudu dječjih igrališta (100,0%) u odnosu na domaće posjetitelje. To znači da imamo statistički značajnu razliku između stranih i domaćih posjetitelja vezano za korištenje ponude dječjih igrališta. Hipoteza 3 je u tom dijelu potvrđena.

Na kraju pregleda svih pojedinačnih Pearsonovih Hi kvadrat testova može se zaključiti, da postoje razlike između stranih i domaćih posjetitelja, tako da se Hipoteza 3 potvrđuje.

5. USPOREDBA ODRŽIVOSTI PARKOVSKIH POVRŠINA LONDONA I ZAGREBA

Počeci prepoznavanja vrijednosti londonskih parkova i tradicija korištenja započinje 1661. godine. Pakovi čine jednu od najistaknutijih karakteristika londonskog turizma, pogotovo kraljevski parkovi smješteni u središnjoj zoni Londona (sl. 14); Hyde Park, zatim susjedni, s kojim stvara jedinstvenu cjelinu, Kensington Gardens i Regent's Park na sjevernom kraju centralnog Londona. U Regent's Parku smješten je zoološki vrt. Bliže samom središtu grada manji su kraljevski parkovi Green Park i St. James' s Park.

Slika 14: Položaj Royal parkova u Londonu



Izvor: The Royal Parks: Izvještaj National Audit Office 2004.

Hyde Park je posebno popularan za sportske aktivnosti, razne kulturne i sportske manifestacije te koncerte na otvorenome. Nekoliko velikih parkova nalazi se izvan gradskog središta uključujući i ostale kraljevske parkove, Greenwich Park na jugoistoku te Bushy Park i Richmond Park na jugozapadu, kao i Victoria Park na istoku. Primrose Hill, sjeverno od Regent's Parka, popularno je panoramsko mjesto s pogledom na grad, koje prostorno i položajno asocira na Pantovčak ili Tuškanac u Zagrebu. Postoji i nekoliko manje formalnih

polu - prirodnih otvorenih prostora, uključujući i Hampstead Heath površine 300 ha na sjeveru Londona, koji uključuje Kenwood House, popularnu lokaciju gdje se u ljetnim mjesecima održavaju uz obalu jezera koncerti klasične glazbe i vatromet te koji svakog vikenda privlače brojne posjetitelje. U samome Londonu sustav prometne i turističke infrastrukture osigurava dobru povezanost i dostupnost parkovima. Suprastruktura koja uključuje edukativne i interpretativne sadržaje prirodne i kulturne baštine, gastronomsku ponudu, raznolikost sportskih i rekreativnih sadržaja čini atraktivnost turističke ponude, a sve u cilju privlačenja posjetitelja te animacije. U većim parkovima, tipa Hyde Park, osobama s invaliditetom i s poteškoćama u kretanju, u ponudi je najam električnih vozila kako bi im se olakšalo kretanje unutar samoga parka (Dolenc, 2012).

Royal parkovi zajedno čine jedinstven skup ambijentalnih površina, dajući mogućnost boravka u miru i tišini, različitost ponude sadržaja i rekreativnih aktivnosti na otvorenome građanima Londona i svim posjetiteljima. Svaki park je označen najvećim stupnjem važnosti na popisu povijesnih krajolika (*National Heritage List of England*) i podliježe najvišim standardima zaštite, upravljanja i očuvanja. Parkovi su u vlasništvu kraljice Elizabete, a njima od 1993. godine upravlja Royal Park agencija; izvršna agencija odjela za kulturu medije i sport na čijem je čelu državni tajnik. Obveza agencije je donošenje planova upravljanja i strategije upravljanja za svaki pojedinačni park. Plan upravljanja je planski dokument koji se donosi na deset godina i utvrđuje svrhu i stanje područja, te određuje ciljeve upravljanja i aktivnosti potrebne za ostvarenje ciljeva i pokazatelje učinkovitosti upravljanja. Državni tajnik na temelju postavljenih ključnih ciljeva upravljanja iz plana upravljanja donosi financijske planove. Vizija kraljevskih parkova je postići savršenu ravnotežu u kojoj svi razumiju značaj i vrijednost parkova, u kojima svatko može uživati i pronaći nešto za sebe, a da način uživanja ne šteti nikome trenutno, niti u budućnosti. Kako bi ostvarili svoju viziju, postavljeno je pet ciljeva: poboljšati raspon i kvalitetu usluga za posjetitelje i korisnike, zaštititi, očuvati i unaprijediti prirodnu i kulturnu baštinu, poticati politiku istraživanja i usmjeravanje prema prioritetnim skupinama posjetitelja, povećati vrijednost i značaj Royal parkova za London ali i njihov značaj na nacionalnoj razini, razvoj partnerstva kroz javne, privatne i nevladine sektore kako bi se povećalo učinkovito i djelotvorno upravljanje te kako bi se povećala financijska dobit. Upravljanje i kontrolu unutar parkova olakšava uspostava radnog vremena, odnosno vrijeme kada su oni otvoreni za javnost. Posjeta Royal parkovima moguća je od 5:00 ujutro, a vrata parkova zatvaraju se u ponoć.

London i Zagreb nazivaju se zelenim gradovima, tome u prilog ide činjenica da kraljevski parkovi Londona koji čine turističku atrakciju zauzimaju prostor od 2.023 ha, a u ukupnoj

površini Londona oko 40 % čine parkovi i drugi javni prostori. Uspoređujući s Gradom Zagrebom (Izvješće o stanju okoliša Grada Zagreba, 2006);

udio cjelokupne zelene infrastrukture grada čini više od 50% površine. Stoga se opravdano može tvrditi da je Grad Zagreb zeleni grad i grad bogat ambijentalnim resursima, koji čine fundamentalnu podlogu za razvoj ambijentalnog turizma. Javna ustanova - Maksimir upravlja sa 782,4 ha zaštićenih površina Grada Zagreba, a površina značajnih spomenika parkovne arhitekture bitne za razvoj ambijentalnog turizma iznosi 340,41 ha. Uz prednost i bogatstvo zelenih površina koje Grad u svojoj strukturi ima, parkovi kao kulturni resurs ne predstavljaju primarni odabir destinacije, već čine sekundarni faktor odabira u samoj destinaciji. Razvitak dobrog upravljačkog mehanizma (a Zagreb ima mogućnost ostvarenja), zbog postojanja upravljačkog sistema - ustanove na razini županije koja upravlja svim, gotovo najvažnijim kulturno-turističkim, ambijentalnim resursima, uspostavom desetogodišnjeg plana upravljanja s vizijom koja vodi održivom razvoju može generirati i predstavljati vodeći faktor u privlačenju turista u Grad Zagreb, ali biti i promotor Hrvatske u Svijetu.

5.1. Turistička valorizacija Hyde parka u Londonu

Istraživanje Royal parkova (Ipsos MORI, 2014) iznosi rezultate posjećenosti Hyde parka te mišljenja posjetitelja o kvaliteti ponuđenih sadržaja. Prednost Hyde parka u istraživanju bio je zbog njegove površine (139,9 ha) i prepoznatljivosti. Odabir Hyde parka za potrebe istraživanja ovoga rada napravio se temeljem sličnosti s parkom Maksimir u Zagrebu. Istraživanje Ipsos MORI je obuhvaćalo 220 ispitanika Hyde Park - a temeljem kojih se postavio profil posjetitelja Parka. Istraživanjem su obuhvaćeni stavovi posjetitelja o prometnoj dostupnosti, kvaliteti pruženih usluga (kvaliteta ocijenjenih usluga bodovala se opisnim ocjenama: odlično, dobro, zadovoljavajuće, slabo i vrlo slabo).

Rezultati istraživanja pokazali su da 48% ispitanika do Parka najčešće dolazi pješice i 42% javnim gradskim prijevozom, a svega 6% osobnim automobilom i 5 % biciklom, najveći broj ispitanika u Parku zadržava se 1-2 sata (39%), od pola sata do 1 sat (24 %). Po pitanju zadovoljstva kvalitetom uređenosti samoga Parka, infrastrukture i suprastrukture posjetitelji su odgovorili: 65% je jako zadovoljno pristupima dolaska do Parka, 59% uređenošću Parka, odnosno njegovom prirodnom i okolišnom vrijednošću, čistoća i urednost Parka ocijenjena je

srednjom ocjenom (51%), održavanje Parka ocijenjeno je odlično (57%), boravak u miru i tišini ocijenjeno je kao dobro (57%), opskrbljenost odmorištima, sjedištima ili klupama ocijenjeno je kao dobro (53%) i gostoljubivost domaćina, odnosno parkovnog osoblja ocijenjena je kao dobra (60%). Većina posjetitelja ocijenila je dobrim i kvalitetu sadržaja sportskih usluga (54%), označavanje i snalaženje u Parku (61%), informacije o sadržajima (55%), ugostiteljske usluge (59%), dostupnost i vidljivost parkovnog osoblja (59%), kvalitetu sanitarnih usluga (62%) i sadržaje za djecu (45%). Na pitanje koji je razlog njihovog dolaska u Park, najviše posjetitelja je odgovorilo da je to zbog mira i tišine (67%), rekreacije (65%), svježeg zraka (58%), uživanja u prirodi (18%), mogućnošću organiziranja piknik-a (18%) – što čini osobitost engleskih parkova, rekreacije (17%), dolaska s djecom u Park (13%), ugostiteljskih usluga (13%), prolazak kroz Park koristi (11%), a promatranje ptica (11%). Na pitanje što bi željeli da Park ima u svojoj ponudi kako bi poboljšao kvalitetu suprastrukture i usluga, ispitanici su odgovorili; kino na otvorenome (15%), muzička događanja i koncerte klasične glazbe (15%), kazališta na otvorenome (13%), bolju signalizacija i više informacija (8%), više sportskih sadržaja (7%), više sadržaja za djecu, uključujući dječja igrališta (7%), više informacija o prirodnoj baštini (6%), više vođenih tura (6%) i događanja vezana uz prirodnu baštinu (6%). Na pitanje koliko su spremni potrošiti, posjetitelji su odgovorili: na hranu i piće 0 £ (63%), 0-5£ (17%), 6-20£ (13%), 21-50£ (5%), 50+£ (0%), (2%) nije željelo odgovoriti, na razne aktivnosti, 0£ (89%), 0-5£ (3%), 6-20£ (5%), 21-50£ (0%), 50+£ (0%), (3%) nije željelo odgovoriti, a na dječje aktivnosti: 0£ (93%), 0-5 £ (0,5%), 6-20£ (1%), (5,5%) nije željelo odgovoriti. U prosjeku posjetitelji su unutar Parka spremni potrošiti 4,5 £. Posjetitelji ispitanici se unutar Parka osjećaju potpuno sigurni (87%). O poznavanju samoga Parka, njegove vrijednosti i upravljačkog tijela posjetitelji su pokazali lošu informiranost, o tome tko upravlja Parkom 35% posjetitelja zna da je to Royal Parks agencija, a 65% posto ispitanika ili ne zna ili navodi krivo, o samome Parku do dana ispitivanja njih 85% ispitanika je znalo vrlo malo ili gotovo ništa. Sociodemografska struktura ispitanika je: 16-24 godine (23%), 25-34 godine (25%), 35-44 godine (18%), 45-54 godine (14%), 55-64 godine (12%), 65-74 godine (5%), 75+ godina (2%), većina ispitanika je ženskog spola 54%. Posjetitelji su većinom u Park došli samostalno ili u pratnji još jedne osobe. Svi kraljevski parkovi ograđeni su ogradom od ciglene opeke i kovane ograde. U Hyde park se može ući kroz 29 ulaza; šest je kolnih ulaza, a 23 ulaza samo za pješake (sl.15).

Slika 15: Turistička karta Hyde parka



Izvor: <https://www.royalparks.org.uk/parks/hyde-park>

U samome Parku postoji 3,6 km asfaltirane ceste, 30 km staza i biciklistički puteva, te 2,55 km šumskih puteva. Naplata parkiranja vrši se na pet lokacija, a podzemna garaža nalazi se točno ispod Hyde parka i u vlasništvu je Agencije za upravljanje cestama. Pregled postojećih aktivnosti u Hyde parku sažet je i prikazan u tablici 51.

Tablica 51: Pregled aktivnosti u Hyde parku

Razlog dolaska u Hyde park	Aktivnosti
Općenito	Mir i tišina, odmor, svjež zrak, ručak, piknik, osvježanje, provođenje dana u parku, posjet ugostiteljskom objektu, susret s obitelji, prijateljima, sunčanje, čitanje
Rekreativne aktivnosti	Šetnja, bicikliranje, šetanje psa, vježbanje, trčanje, društveni sportovi, fotografiranje, vožnja čamcima, pedalinama, rolanje, puštanje zmaja ili najam kajtova, organiziranje sportskih aktivnosti, izrada maketa brodova, jahanje, parkovi za osobe starije životne dobi, mogućnost odmaranja na ležaljka, organiziranje triatlona
Prirodna baština	Pecanje, hranjenje životinja, promatranje ptica, promatranje biljaka, cvijeća i drveća
Dječje aktivnosti	Posjećivanje dječjih igrališta, provođenje aktivnog odmora kroz edukativne programe za vrijeme trajanja praznika (brojne tematske radionice, neke su besplatne neke se plaćaju)
Ponuda aktivnosti	Razgledavanje kulturne baštine, ponuda edukativnih šetnji, vođenja poput otkrivanja nepoznatih puteva u parku, edukativne radionice izrađivanja označivača knjiga o sadnji biljka i brojne druge tematske radionice, tijekom ljeta održavaju se brojni koncerti, kazališne predstave i filmske projekcije na otvorenome koje prate i ugostiteljski objekti s tematskom ponudom jela, pića i zabave.

Izvor: obrada autora prema Ipsos MORI, 2015

Pema podacima navedenima na službenim internet stranicama Royal Park agencije, procjenjuje se da je osam Royal parkova Londona u 2013. i 2014. godini posjetilo 77,7 milijuna posjetitelja (Ipsos MORI, 2015). Najčešći razlozi posjete su rekreacija, šetnja, odmor u parku, uživanje u ugostiteljskoj ponudi ili promatranje prirodne baštine.

5.2. Razvoj i upravljanje atrakcijama Hyde parka u Londonu

Hyde park je smješten u centru Londona, u gradskoj četvrti Westminster. Površine je 139,9 ha, a njegova obodna granica iznosi 5,4 km. Sadrži 11,3 ha staza i ima oko 3500 stabala. Nastavlja se na Kensington Garden na zapadu i na Green park na istoku, tvoreći tako zelenu poveznicu dugu četiri km u središtu Londona. Hyde park je na Engleskom

popisu parkova i vrtova od posebnog povijesnog značaja, registriran 1987. godine i označen prvim stupnjem važnosti. Osim cjelokupnog značaja Parka, posebnu turističku vrijednost čine pojedinačni spomenici kulturne baštine: objekti, skulpture, fontane, vrata, stupovi, svjetiljke, zaštićeni kao značajni nacionalni spomenici kulture. Oblikovan je engleskim stilom krajobraznog oblikovanja, koji je nastao pod utjecajem prosvjetiteljstva. Kompozicija perivoja i osnovni elementi oblikovanja su krajobraz, vegetacija, voda i stijene. Izmjenjuju se udoline, brežuljci i ravne površine. Voda se pojavljuje u obliku potoka, jezera, ribnjaka, kaskada i nezaobilazan je element oblikovanja. Osim kao spomenik kulture Park je prepoznat i kao značajno područje za očuvanje bioraznolikosti i zaštitu prirode. Osobito vrijedan resurs je za domaće i strane goste, te lokalno stanovništvo, zbog otvorenih zelenih površina na kojima se održavaju značajna događanja. Svrha i ciljevi upravljanja Agencije Kraljevskih parkova postavljeni su u odluci o osnivanju agencije, u kojoj stoji da je temeljna svrha Agencije efikasno i efektivno upravljanje Royal parkovima, uspostavljanje ravnoteže zaštite i poboljšanja jedinstvenog okoliša s kreativnim politikama kako bi poticali korištenje i povećali mogućnost doživljaja, edukacije, zabave i rekreacije.

Korporativni ciljevi su (<https://www.royalparks.org.uk/about-us/publications>):

- zaštita i razvitak Parka kao svjetski značajnog područja, primjenjujući djelotvorne politike u ekološkom i okolišnom upravljanju
- razumjeti i odgovoriti na potrebe posjetitelja, dionika i svih uključeni na način suradnje sa istima
- podržavati široki spektar aktivnosti: kulturnih, sportskih, edukativnih i zabavnih
- zaštita i očuvanje krajobrazne osnove
- generiranje prihoda i pružanje najbolje vrijednosti za novac

Koliko su u upravljačkom pogledu napredniji i organiziraniji od parkova Grada Zagreba vidi se kroz donesene strateške dokumente upravljanja: Odluka o osnivanju, Royal park – upravljanje posjetiteljima, Propisi i upravljanje otvorenim prostorima, Korporativan plan, Plan obavljanja nadzora ili policijske djelatnosti unutar parkova, Godišnji računovodstveni izvještaji, Održivo upravljanje-akcijski plan, ISO 14001, Plan upravljanja rizicima, Strategija upravljanja događanjima, Strategija upravljanja hortikulturom, Strategija upravljanja kućnim ljubimcima, Strategija upravljanja sportskim događanjima i rekreacijom, Strategija korištenja jezera, Strategija biološke raznolikosti, Strategija upravljanja stablima, Ispitivanje mišljenja posjetitelja, Poslovni plan upravljanja, strategija upravljanja travnjacima, Strategija upravljanja kretanjima osoba s invaliditetom (<https://www.royalparks.org.uk/about-us/publications>).

Događanja u Hyde parku imaju dugu tradiciju, od samog nastanka Parka u njemu su se održavale vojne parade, obilježavala se događanja od nacionalne važnosti, kroz godinu održavaju se manja događanja kao što su koncerti, plesna događanja, sportska događanja, događanja za djecu, turistička vođenja, tematska vođenja. Važan dokument za sve organizatore događanja je i strateški plan događanja koji daje smjernice o mogućnostima i pravilima organiziranja događanja.

Ugostiteljske usluge unutar parka pružaju se u tri velika ugostiteljska objekta i šest manjih kioska – objekata za pripremanje jednostavnih, brzih jela. Mogućnost aktivnih rekreacijskih aktivnosti pružaju se na šest teniskih terena, kuglani na otvorenome, golf igralištu, igri šaha na otvorenome, jahanju konja. Kupanje i veslanje ili pedaliranje na jezerima moguće je samo na jednom mjestu, kao i pecanje uz dozvolu. Pasivne rekreacijske aktivnosti, poput šetnje, relaksacije, uživanje u prirodi odvijaju se na livadama i u unutrašnjosti Parka, unutar Parka nalaze se i tri dječja igrališta, te jedna plaža na kojoj je dozvoljeno kupanje.

Stečena znanja ukazuju da posjetitelji parkova, osim uživanja u bogatstvu prirodnih atrakcija, parkove koriste za razne sportske aktivnosti, te za uživanje u osebujnoj ponudi kulturno zabavnih sadržaja i gastronomskoj ponudi. Zelene i vodene površine parkova vrlo dobro su iskorištene u turističke, edukativne i rekreacijske svrhe, a spoj parkovne umjetnosti i turizma predstavlja: kreativnost, maštovitost, senzaciju i atrakciju. Atrakcije i sadržaji vezani su uz suvremene trendove i modu današnjeg vremena. Sadržaji se neprestano dodaju kako bi park učinili još privlačnijim i bogatijim. Kao primjere sadržaja navode se; spoj moderne arhitekture i zaštićenih kulturno - povijesnih objekata Serpentine pavilion (sl.16), japanski vrt i kineska pagoda, kočija s konjima, trasirane staze za konje, smjene straže na konjima, moderna dječja igrališta, sanitarni čvorovi, labirinti, moderne skulpture, bogata ugostiteljska ponuda, ležaljke za odmaranje uz obale jezera, „adrenalinska ponuda“ i mnoštvo drugih sadržaja, a sve u cilju veće zanimljivosti i raznolikijeg korištenja (Dolenc, 2010).

Slika 16: Primjer Serpentine pavilion, Hyde park



Izvor: www.inexibit.com

Paviljoni koji se grade nisu stalni arhitektonski projekti, već jedna vrsta predstavljanja radova moderne arhitekture. Svake godine se napravi jedan objekt za vrijeme trajanja Londonskog festivala arhitekture, a financijska sredstva ovise o sponzorima festivala i o prodaji paviljona kolekcionarima nakon samog izlaganja. Primjer jednog od arhitektonskih rješenja je paviljon na 11 stupova, u središtu s dvanaestim stupom kao potporanj krovu, od tla udaljenom samo desetak centimetara. Krov je korišten za skupljanje kišnice, a reflektira se nebo. Prilikom organizacije događanja, krov služi kao plesna ili kazališna platforma.

Uspoređujući znanja prikupljena u engleskim parkovima, sa stanjem iskorištenosti zelenih površina Grada Zagreba primijećen je problem (razlika) u slabijoj pa čak i gotovo potpunoj neiskorištenosti nekih parkova Grada Zagreba u turističke svrhe. Zagrebački parkovi najčešće služe građanima i turistima za šetnje pasa na dozvoljenim površinama, te za rekreativno bavljenje sportom (Dolenc, 2010).

5.3. Ekonomski aspekti upravljanja londonskim parkovima

Većinu godišnjeg proračuna Royal parkovi dobivaju od DCMS (*The Department for Culture, Media & Sport*) kojeg upotpunjuju s prihodima od izdavanja dozvola, održavanja događanja, naplate parkinga, koncesija i naplate kazni, te promjenjivih prihoda od povremenih subvencija, donacija vezanih uz specifične kapitalne projekte.

Bez obzira na snagu, prepoznatljivost i mogućnost koju imaju i daju za londonski turizam, industriju i ekologiju, prihodi i subvencije iz državnog proračuna podložne su smanjivanju. Royal park agencija je u 2014. godini s vlastitim prihodima pokrila preko 60% tekućih troškova (https://www.royalparks.org.uk/__data/assets/pdf_file/-0010/56827/Annual-Report-and-Accounts-2014-15.pdf), kako bi zadržala postojeći standard i kvalitetu usluga. Većina usluga koja se pružaju u Parku su vanjske usluge, dodijeljene koncesijama za obavljanje djelatnosti koje se daju na period od pet do sedam godina s mogućnošću produljenja ugovora. Ugovori uključuju fiksnu mjesečnu naknadu, te postotak od zarade ili udio u dobiti. Cjelokupni troškovi upravljanja, zaštite i održavanja osam Royal parkova iznose 56 milijuna Funti (Royal Parks, Annual Report and Accounts, 2015). Zbog vanjskih ekonomskih utjecaja na vladinu politiku, dolazi do smanjivanja subvencija, te se javlja povećan pritisak na generiranje vlastitih prihoda i do pronalaženja novih načina financiranja tražeći sredstva s treće strane kako bi osigurala kapitalne investicije. Primjerice Fond za zaštitu naslijeđa osigurao je sredstva za restauraciju groblja Brompton, također područja kojim upravlja Royal parks agencija. Jedna trećina prihoda generira se od organiziranja i održavanja događanja. Osam parkova godišnje ugosti ili organizira trideset velikih događanja, te stotinu manjih, uključujući prestižne kulturne, glazbene i sportske manifestacije (London Marathon, British Summer Time koncertne sezone, koja uključuju koncerte poput Rolling Stonsa, kazališne predstave, gastroenološka natjecanja i demonstracije, BBC Proms, Radio 2 Festival, svjetsko natjecanje u triatlonu, po zimi u vrijeme Božićnih blagdana u trajanju od šest tjedana, dva milijuna posjetitelja posjeti tematsko događanje: Zimska zemlja čuda). Bez prihoda od događanja parkovi ne bi mogli održavati standarde upravljanja koja se od njih očekuju. Strateški dokument o upravljanju događanjima u Royal parkovima, daju uvid, pravila, pristupe, ograničenja i smjernice dionicima, te organizatorima događanja na temelju postojećeg modela financiranja. Također daju važnost na minimiziranje utjecaja koje događaji imaju na okoliš, okolne stanovnike kroz puno i pravovremeno izvještavanje. Specifični kriteriji propisuju osobitosti i prirodna ograničenja za svaki park, što utječe na vrstu i broj događanja koja će se održati. Jedan dio prihoda ostvaraju pomoću treće strane, zaklada osnovanih za prikupljanje novčanih dotacija parkovima.

Financijska potpora parkovima (Royal Parks, Annual Report and Accounts, 2015):

1.) Zaklada Royal parks

Dobrotvorno društvo osnovano za pomoć osam londonskih parkova. Pomaže u zaštiti i potpori parkovima, prikuplja sredstva za projekte usmjerene za očuvanje kulturne i prirodne baštine, edukaciju. Radi na osvješćivanju javnosti o važnosti i vrijednosti parkova kako bi

sami posjetitelji stvorili potrebu za očuvanjem te dali financijsku potporu. U 2014. godini zaklada je prikupila 0,6 milijuna funti od čega:

- novčanih potpora u iznosu od 192.760 funti za konzervatorske radove, prehranu i veterinarske troškove krda jelena, obnovu fontana i uređenje cvjetnih gredica;
- za socijalne programe uključenja zajednice i javnosti u rad u iznosu od 0,3 milijuna funti, (primjerice programi protiv nasilja u školama)
- Izravne aktivnosti u iznosu od 0,1 milijun funti investirane su u izradu novih klupa, kupnju sjemena narcisa;

2.) Zaklada Royal park polumaraton

Otkako je oformljena zaklada je prikupila više od 21 milijun funti kojima je donirala više od 400 dobrotvornih akcija diljem Velike Britanije, kao i samu Royal park zakladu.

3.) Zeleni prsti

Zaklada je doprinijela brojnim projektima u svih osam parkova. Potpore su dane za očuvanje krda jelena, održavanje skulptura, fontana i cvjetnih gredica, posađeno je više od 250.000 raznovrsnih sadnica cvijeća u suradnji s državnim, privatnim i školama za djecu s posebnim potrebama.

Financijske izvještaje pripremaju se sukladno Priručniku o računovodstvenim politikama (FReM) koji izdaje HM (Her Majesty's Treasury). Financijske procedure sadržane u FReM-u, primjenjuju IFRS (Međunarodne računovodstvene standarde). Zemljište i građevine koje posjeduju ili čuvaju Agencija Royal Park, tretira kao dugotrajnu imovinu. Objekti, koji ostaju u vlasništvu Kraljevine, smatraju se vlasništvom Agencije za upravljanje Royal Parkovima i uključene su u dugotrajnu imovinu. Vrijednost objekata u sklopu Agencije za upravljanje Royal Parkovima koje se koriste za stanovanje, procjenjuje se na osnovu razloga zbog kojeg netko boravi u njima, ili na temelju procjena troškova zamijene, ako su niži.

Klasifikacija imovine po računovodstvenim standardima (The Royal Parks – Annual Report and Accounts 2014-15):

- imovina iz čistog nasljedstva (imovina koja se ne koristi)
- imovina koja se koristi
- imovina (nenaslijeđena) koja se koristi

Naslijeđena imovina je ona imovina koja se treba očuvati za buduće generacije zbog svojeg kulturnog, prirodnog ili povijesnog značaja i uključuje navedene objekte ili objekte za koje čelnici smatraju da imaju poseban značaj za krajobraz, te koje će se održavati u svom trenutačnom stanju zbog ograničenja planiranja. Imovina iz naslijeđa obuhvaća spomenike,

skulpture, fontane, mostove, zidove i povijesne ulaze, kao i povijesne i novo podignute spomenike, poput Albert Memorial-a u Kensington Gardens, i 7-7 Memorial-a u Hyde parku. Agencija za upravljanje Royal parkovima ima 114 takvih objekata, a koja nisu uključena u bilancu, osim mostova i zidova, koji nisu zasebno navedeni. Većina zemljišta i imovine Royal Parks, osim građevina, nije evaluirana. Kada treće strane žele podići novi spomenik ili naslijeđenu imovinu na zemljištu Royal Parkova, traži se garancija za financiranje, uključujući punu cijenu budućeg održavanja. Spomenici podignuti od strane trećih strana ostaju u njihovom (privatnom) vlasništvu. Upravljanje objektima odvija se prema donesenom Programu održavanja koje obuhvaća sve navedene građevine i strukture, kao i analize stanja. Prema usvojenom protokolu za brigu o povijesnom naslijeđu: „*Protocol for the Care of the Historic Estate*“ zapošljavaju se konzervatori, te konzultanti specijalisti i izvođači radova gdje je to potrebno i predviđeno. Prioriteti se procjenjuju svake godine, a trošak se otpisuje u Izjavi o potrošnji. Imovina Agencije za upravljanje Royal Parkovima sastoji se od ukupno 195 navedenih građevina i struktura, te tri arheološka nalazišta. Zemljišta i objekti stavljeni su u funkciju putem koncesija kroz koje osim što postoje zarade sveopćeg cilja, koriste se i za prikupljanje prihoda ili u druge nenasljedne svrhe. Kada treće strane financiraju izgradnju imovine, a Agencija za upravljanje Royal Parkovima ne doprinosi financijski, Agencija ima ograničenu kontrolu nad investitorom i koncesionarom tijekom razdoblja trajanja koncesijskog odobrenja u pogledu osmišljavanja konačnog proizvoda i usluga, rizike poslovanja od investicija preuzima sam investitor.

Tablica 52: Izjava o tijeku novca za godinu završenu 31. ožujka 2015.

	2014-15 000£	2013-14 000£	INDEX
Protok novca iz operativnih aktivnosti			
Neto operativni troškovi	(13.785)	(13.934)	101,00
Prilagodbe za nenovčane transakcije	3.144	2.507	
(Povećanje)/smanjenje u trgovini i drugim potraživanjima	33	(16)	
Povećanje/(smanjenje) u trgovinskim potraživanjima	(3.314)	(660)	
Uporaba naknade	(107)	(366)	
Neto izlaz novca od operativnih aktivnosti	(14.029)	(12.469)	
Protok novca od ulaganja			
Kupovina imovine, postrojenja i opreme	(2.587)	(2.621)	
Kupovina nematerijalnog	(25)	-	
Uklanjanje imovine, postrojenja i opreme	-	-	
Neto protok novca od ulaganja	(2.612)	(2.621)	
Protok novca od financiranja			
Primljeno neto financiranje od parlamenta	17.582	13.251	75,37
Neto financiranje	17.582	13.251	75,37
Neto uvećanje/(smanjenje) u novcu i ekvivalentima novca za period	941	(1.839)	195,00
Novac i ekvivalenti novca na početku perioda	511	2.350	
Novac i ekvivalenti novca na kraju perioda	1.452	511	

Izvor: Royal Parks: godišnji računovodstveni izvještaj, 2015. https://www.royalparks.org.uk/__data/assets/pdf_file/0010/56827/Annual-Report-and-Accounts-2014-15.pdf

U Agenciji za upravljanje Royal parkovima ukupno je zaposleno 120 zaposlenika, od toga 107 stalno zaposlenih, a 13 preko raznih ugovora o djelu (tab. 53).

Tablica 53 : Prosječan broj stalnozaposlenih

	2014-15	Stalno zaposleni	Sezonski zaposlenici
	Ukupno		
Direktno zaposleni	107	97	10
Ugovor o djelu	13	0	13
Ukupno	120	97	23

Izvor: Royal Parks: godišnji računovodstveni izvještaj, 2015. https://www.royalparks.org.uk/__data/assets/pdf_file/0010/56827/Annual-Report-and-Accounts-2014-15.pdf

Uvidom u administrativne troškove i troškove poslovanja (tab. 54) vidi se određeno smanjenje troškova u odnosu na rezultate prijašnje poslovne godine.

Tablica 54: Administrativni i programski troškovi

	2014-15 000£	2013-14 000£	Index
Održavanje krajolika	8.160	8.664	94,00
Radovi održavanja	9.461	9.143	103,00
Razvoj krajolika	1.639	2.124	77,00
Upravljanje programom	168	125	134,00
Rasadnik	1.112	1.016	109,00
Komunalije	855	969	88,00
Ugovori za čišćenje	1.232	1.009	122,00
Ugovori o radu	894	875	102,00
Savjetodavne usluge	56	48	116,00
Podrška za implementaciju	1.289	977	131,00
Drveće	654	696	93,00
Marketing i komunikacije	140	216	64,00
IT oprema i potrošna roba	539	297	181,00
Namještaj i oprema	314	247	127,00
Telekomunikacije	238	181	131,00
Zabava i dozvole	63	64	98,00
Hortikultura	302	293	103,00
Iznajmljeno	148	121	122,00
Trening	35	46	76,00
Ishrana i dobrobit životinja	84	75	112,00
Drugi programski troškovi	999	823	121,00
Novčani programski troškovi	28.382	28.009	101,00
Deprecijacija i amortizacija	2.002	1.963	101,00
Gubici zbog odbacivanja dugotrajne imovine	32	0	
Oštećenja imovine	887	122	791,00
Plaća i troškovi auditora	41	41	100,00
Povećanje/(smanjenje) naknada	167	391	42,00
Ukupno	31.511	30.516	103,00
Administrativni elementi gornjih troškova	2.796	1.744	160,00
Programski elementi gornjih troškova	28.715	28.772	99,00
Ukupno	31.511	30.516	103,00

Izvor: Royal Parks: Godišnji računovodstveni izvještaj, 2015.

Troškovi krajobraznog uređenja iz 2013. godine u odnosu na 2014. godinu smanjeni su zbog toga što su nakon organizacije velikih događanja radove koji su bili potrebni za vraćanje krajobraza u prvobitno stanje financirali organizatori događanja. Osim toga dolazilo je do smanjenja troškova osnovnih radova prilikom sklapanja novih ugovora o održavanju krajobraza. Povećanje troškova uslijedilo je zbog dodatnog održavanja koje je bilo neophodno u Hyde parku i The Regent's Park rasadnicima tijekom 2014. godine.

Ekološka osviještenost, briga za okoliš i prirodu vidljiva je kroz smanjenje troškova za vodu, što je rezultat zapošljavanja specijalizirane tvrtke za praćenje potrošnje. Čišćenje javnih sanitarnih čvorova, uredskih prostorija, te brigu o komunalijama dodjeljuju putem javnog natječaja vanjskoj firmi. Javni sanitarni čvorovi se naplaćuju, a zarada je uključena u prihod.

Velike troškove stvaraju i naknade savjetodavne prirode. Prilikom izrade projekata uključuju se brojni savjetnici i konzultanti. Neki od većih projekata tijekom 2014. godine bili su: projekti vodoopskrbe, uređenje vrta Victoria Tower Gardens, projekt poboljšanja Isabella

Plantation Access, prijedlog očuvanja groblja Brompton i raznih drugih razvojnih krajobraznih projekata.

Sigurnosni pregledi stabala u parkovima temelje se na procjeni rizika po zonama, što uključuje izradu godišnjih prioritetnih programa. Godišnji izdaci se temelje na strateškim i cikličkim zahtjevima rada. Značajni i sve veći troškovi vidljivi su zbog uklanjanja gnijezda hrastovog moljca iz Richmond i Bushy parkova.

Na marketing i komunikacije godišnje se izdvaja 140.000 funti¹⁴ (1.444.251,00 kuna). https://www.royalparks.org.uk/_data/assets/pdf_file/0010/56827/Annual-Report-and-Accounts-2014-15.pdf Prihodi (tab. 55) se ostvaruju od koncesija za ugostiteljstvo, parking, zemljišta, izdavanja dozvola, naplate naknada za događanja, raznih subvencija.

Tablica 55: Pregled prihoda

		2014-15 000	2013-14 000	Index
Koncesije:	Ugostiteljstvo	3.920	3.626	108,00
	Parking	1.900	1.585	119,00
	Drugo	414	391	105,00
Dozvole i unajmljivanje		3.508	3.279	106,00
Naknade od događaja		8.989	7.207	124,00
Druge naknade i dozvole		1.064	1.046	101,00
Lutrija i druge subvencije		1.445	1.441	100,20
Usluge		49	103	47,00
Prikupljanje sredstava		193	1	193,00
Doprinos troškovima rada		92	9	1022,00
Dionice korištene za ponovno postavljanje		595	1.354	44,00
Sportovi		437	387	112,00
Drugo		661	1.404	47,00
Ukupno		23.267	21.833	106,00

Izvor: Royal Parks: godišnji računovodstveni izvještaj, 2015.

U 2014. - 2015. poslovnoj godini vidljiv je ukupan porast prihoda od 6% i to (8%) u ugostiteljstvu zbog sklopljenih novih ugovora o koncesijama za pružanje ugostiteljskih usluga, (19%) prihod od parkinga koji se prijavljuje prije odbijanja troškova operatera. Prihod za komercijalne dozvole je uvećan (6%), što je rezultat otvaranja nove Serpentine Sackler galerije. Naknade od događanja također su uvećane zbog uvođenja novih sportskih i zabavnih događanja (24%). Drugi honorari i dozvole podrazumijevaju prihode od naknada za snimanja i fotografiranja.

Subvencije od Lutrije i Heritage Lottery fonda veće su nego u 2013.- 2014. Godini za 0,2% (tab.55).

¹⁴ Prema tečajnoj listi HNB-a na dan 9.listopada, srednji tečaj iznosio je: 1 funta=10,316 kuna

Oko 57% (2013-14: 62%) prihoda Agencije za upravljanje Royal Parkovima dolazi iz raznovrsne palete komercijalnih prihoda. Prihodi od događanja generiraju se tijekom cijele godine, a ne samo sezonski. Većina komercijalnih prihoda je zagarantirana, a prihod od događanja naplaćuje se unaprijed.

Pozitivna iskustva poput raznolikosti prateće ponude gastronomskih, zabavnih, edukativnih, kulturnih i animacijskih sadržaja, kontinuiranog mijenjanja sadržaja, dozvola za povremene kratkotrajne izložbe objekata moderne arhitekture, stvaraju platforme za dodatne izvore prihoda koji mogu olakšati i unaprijediti poslovanje, upravljanje i kvalitetu.

Usporedbom stavaka privređivanja vidi se pojačana aktivnost u generiranju vlastitih prihoda kojima se pokriva 60% vlastitih troškova. Budžet Royal parkova također je podložan smanjivanju. Pozitivan i otvoren stav prema traženju novih prilika kako bi povećali prihode i prikupili dodatne resurse kako bi osigurali kvalitetu i standarde zasigurno olakšava i daje mogućnost izbora. Kvalitetu standarda osiguravaju ISO 14001 normom koja navodi zahtjeve za sustav upravljanja okolišem koji omogućavaju organizaciji razvoj i primjenu politike i ciljeva koji uzimaju u obzir zakonske zahtjeve i druge zahtjeve za koje se ta organizacija opredijelila, kao i podatke o značajnim aspektima okoliša. To se odnosi na one aspekte okoliša koje organizacija može nadzirati, kao i one na koje može utjecati. Glavni cilj ove norme je potpora u zaštiti okoliša i sprečavanje onečišćenja u ravnoteži s društveno - ekonomskim potrebama. Veliki izvor prihoda čine brojna događanja (na godišnjoj razini generira se prihod od oko osam milijuna funti), prihodi od ugostiteljske djelatnosti bazirani su na mjesečnom iznosu, te na dogovorenom postotku od zarade ili udjelu u dobiti (godišnji prihod od ugostiteljstva iznosi više od tri milijuna funti, prema https://www.royalparks.org.uk/__data/assets/pdf_file/0010/56827/Annual-Report-and-Accounts-2014-15.pdf). Godišnje subvencije od sponzora i drugih donacija iznose 1.445.000 funti. Otvarajući se različitim mogućnostima ostvarivanja prihoda, poput sponzorstava (jedan od primjera je da autokuće u parku Maksimir ne smiju reklamirati svoj novi automobil izložen na postolju), osmišljavanjem kreativnog načina privlačenja sponzora, postavljanjem uvjeta i izradom dokumenta, politika ili propisa kojim će se definirati jasan upravljački stav o upravljanju manifestacijama, sustavu kvalitete, sustavu naplata kazni, te druge mogućnosti ostvarivanja prihoda u cilju postavljanja okvira za buduće upravljanje parkovima, osiguranju kontinuiteta ostvarivanja vlastitih prihoda, da se podigne razina razumijevanja uloge i vrijednosti zaštićenih površina, za efikasno i efektivno upravljanje parkovima, poboljšanjem financijskih temelja i razvijanja partnerstva u javnom i privatnom sektoru.

6. EKOLOŠKI ASPEKTI ODRŽIVOSTI AMBIJENTALNOG TURIZMA

Okoliš čini primarni resurs turizma, pa je u odnosu na druge gospodarske grane, osjetljiviji na onečišćenja i potencijalnu degradaciju okoliša. Stoga su optimalno i pažljivo korištenje prirodnih resursa, planiranje te zaštita okoliša i prirode od presudne važnosti za osiguranje održivog razvitka turizma, kao i nacionalnog gospodarstva u cjelini (Agencija za zaštitu okoliša, 2011). Proglašenje zaštićenih prirodnih vrijednosti potencijalno je učinkovit instrument zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti. Uz zaštićene prirodne vrijednosti upisane u Upisnik (34 pojedinačna zaštićena prirodna područja, odnosno 19% površine Grada) dijelove prirode koji se predlažu zaštititi na temelju Zakona o zaštiti prirode, pojedini prostori s atributima vrijednih rezervata, krajobraza, gradskih park-šuma, te pojedinačni objekti prirode, vrijedni parkovi, vrtovi i drvoređi štite se posebnim mjerama prostornih planova (prostorni planovi područja posebnih obilježja, Prostorni plan Grada Zagreba, generalni urbanistički planovi Zagreba i Sesveta, detaljniji planovi).

Tablica 56: Ekološke funkcije parka Maksimir

Društvene koristi	Rekreacija
	Zdrav život
	Poboljšanje životnog okoliša
	Igra, rad, učenje
	Manifestacije
	Utjecaj na fizičko i psihičko zdravlje
	Kulturne i povijesne vrijednosti
Estetske vrijednosti	Krajobrazna raznolikost
	Kreativnost stvaranja
	Doživljaj prirode
Klimatske i geokološke koristi	Pružanje hlada
	Prostor svježeg zraka
	Smanjenje utjecaja vjetra
	Smanjenje temperaturnih razlika
	Utjecaj na vlagu zraka
	Smanjenje zračnog zagađenja
	Smanjenje buke
	Smanjenje refleksije sunčanih zraka u prostoru
	Utjecaj na regulaciju poplava
	Smanjenje erozije tla
Ekološke koristi	Stanište za floru i faunu
Ekonomске koristi	Vrijednost tržišnih koristi
	Zdravog života
	Utjecaj na vrijednost imovine
	Turizam

Izvor: izrada autora prema Krajter Ostojić i sur., 2013.

Pojedinačno drveće, drvoređi, parkovi i šume, predstavljaju važan dio urbanog ekosustava, jer pružaju brojne koristi za ljude te imaju ekološku, ekonomsku i društvenu

važnost za održivost ljudskog društva (Krajter Ostojić i sur. 2013). Upravo zbog koristi koje pružaju (tab. 56), posjećenost parkova se povećava, pa je radi očuvanja ekosustava potrebno osigurati kontrolu posjetitelja, ali i provoditi promotivne mjere preraspodijele posjeta.

Značenje prirodnog resursa, osim u rekreativne svrhe, park Maksimir postupno postaje centar interesa turizma Grada Zagreba. Svoje jednodnevne izlete ili višednevne posjete gradu temelje se na kvaliteti destinacije, odnosno prirodnom resursu.

U cilju uspostavljanja kompromisa između dviju osnovnih funkcija: korištenja i zaštite parka Maksimir, provedena je opservacija posjetitelja koja je obuhvatila različite aspekte utvrđivanje frekvencije kretanja posjetitelja, najčešćih prostora okupljanja u Parku, utvrđivanje strukture posjetitelja obzirom na starosnu dob u ovisnosti s prostorom u kojem se zadržavaju. Temeljem rezultata opservacije park Maksimir podijeljen je na tri zone. Zona intenzivnog posjećivanja uključuje južni dio Parka, unutar nje se nalazi većina zaštićenih kulturnih objekata (Vratareva kućica, paviljon Jeka, Vidikovac, Švicarska kuća i kapelica sv. Juraja, te mnogi spomenici i skulpture, ugostiteljski objekti, upravna zgrada te Zoološki vrt, dječja igrališta i tri od pet postojećih jezera. Namjena ove zone je prihvata posjetitelja i pružanje sadržaja informativno-edukativnog, rekreativnog i zabavnog karaktera. U ovom dijelu održavaju se sva događanja kulturno zabavnog karaktera, a tijekom vikenda najveća frekvencija posjetitelja je zabilježena na glavnoj aleji, prostoru oko ugostiteljskog objekta smještenom na samom ulazu u Park, dječjem igralištu i Zoološkom vrtu. Također velika frekvencija posjetitelja je u području oko Mogile i livade Kišobran, iako je frekvencija slabija od prije navedenih, bilježi znatnije korištenje livadnih površina za igru i rekreaciju. Zonu intenzivnog korištenja posjećuje 75% od ukupnog broja posjetitelja.

Zona rekreativnog posjećivanja (sjeverni dio parka) uključuje predio prema IV i V jezeru. Turisti zelene površine Grada Zagreba u najvećem broju koriste za pasivan odmor, sjedenje ili ležanje na travi uz igranje društvenih igara. Na primjeru Parka samo je potvrđeno da se pridaje sve veće značenje kulturnim i ekološkim sadržajima u turističkoj ponudi, samim posjetom bez interaktivnog sudjelovanja u prošloj i sadašnjoj kreativnosti, ostavlja siromašan dojam turističke ponude. Zona rekreativnog posjećivanja uključuje veći dio šumske zajednice parka Maksimir, te IV i V jezero. Staza koja vodi do IV. i V. jezera bilježi najveću frekvenciju rekreativaca i profesionalnih sportaša, svega 25% posjetitelja. Zona rekreativnog korištenja namijenjena je za prihvata posjetitelja svih struktura s posebnim naglaskom na rekreativno korištenje, za šetnju, trčanje i vožnju biciklom, bilježi sve veću zainteresiranost i potrebu za odmorom i rekreacijom u područjima očuvane prirode uzrokovanu porastom intenziteta sve bržeg tempa života.

Zona višenamjenskog korištenja obuhvaća područje Parka koje se koristi za razne namjene, a nije predviđeno za prihvrat posjetitelja Parka iako je njegov sastavni dio. Ovdje pripada područje župnog dvora crkve sv. Jeronima, područje Agronomskog i Šumarskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, područje Policijske akademije i rasadnik (Dolenc i sur., 2011).

Fizičko stanje okoliša je važna komponenta u odlučivanju turista o smjeru putovanja radi korištenja odmora i rekreacije (Koljatić, 2000). Kao najznačajnije privlačne resurse parka Maksimir ispitanici su istaknuli netaknutu prirodu, a aktivnosti kojima se posjetitelji bave u Parku su šetnja, boravak u prirodi, rekreacija ili uživanje u miru i tišini. (Dolenc i sur., 2012).

6.1. Sagledavanje korisnosti okoliša

Gradski pejzaž obilježava prostor određenoga grada i daje mu specifičnu sliku po kojoj se gradovi međusobno razlikuju. To je stvoren i oblikovan prostor nastao kao posljedica života u gradu i zadovoljavanja određenih čovjekovih potreba.

Gradsko zelenilo pojam je nastao u 20. stoljeću kao rezultat ekološke koncepcije u planiranju krajobraznih prostora grada, a obuhvaća sve pejzažne gradske površine koje nisu vrtovi, perivoji ili parkovi. Primarno značenje odnosi se na amorfnu pejzažnu površinu grada, većinom lišene perivojnog oblikovanja. Važni su u ekološkom, rekreacijskom, zdravstvenom i mikroklimatskom pogledu.

Pri tome ključnu ulogu imaju zelene površine u gradovima, primjerice parkovi u susjedstvu, gradski parkovi, sportsko-rekreacijske zone u gradu te park šume, kao i zelene površine na razini gradske aglomeracije (Vresk, 1990). Prema Vresku (1990, 166) „hijerarhijski sistem zelenih površina može imati i do sedam stupnjeva, ovisno o veličini grada. Najniži stupanj je park u jednom stambenom naselju (susjedstvu, mikrorajonu), a najveći zelene površine u prigradskoj zoni.“

Opačić i sur. (2014, 62), s obzirom na funkcionalno-gravitacijski potencijal, u gradu Zagrebu razlikuju sljedeće tipove zelenih površina: a) parkovi u susjedstvu, b) trgove-parkove (npr. trgove istočnog dijela Lenucijeve potkove – Trg Nikole Šubića Zrinskog, Strossmayerov trg, Tomislavov trg), c) gradske parkove (npr. Maksimir, Ribnjak), d) rekreacijsko-sportske zone (npr. Jarun, Bundek, savski nasip) te e) zelene površine u prigradskoj zoni (npr. Park prirode Medvednica, šuma Dotrščina).

Sportsko - rekreacijski prostori uz jezera Jarun i Bunde, park šume Tuškanac, Dubravkin put, Cmrok, Jelenovac te trideset parkova s formiranim šetnicama poput parka Maksimir čine preduvjet za kvalitetu života, fizičkog i psihičkog zdravlja (Šimpraga, 2011) i rekreacije stanovništva Zagreba. Infrastruktura, te prateća suprastruktura (biciklističke i pješačke staze, trim staze, odmorišta, ugostiteljski objekti, sportski tereni, jezera, šuma), daju mogućnost za aktivnu i pasivnu rekreaciju tijekom cijele godine.

Turističke atrakcije parka Maksimir su inventarizirane te objavljene na javno dostupnim info punktovima. Infocentar parka Maksimir smješten je na samom ulazu u park Maksimir u Vratarevoj kućici, pruža informacije o događanjima i ponudi u Parku. Drugo prodajno mjesto i izdvojeni info punkt nalazi se u Švicarskoj kući u Galeriji Haulikovog salona gdje je posjetiteljima pomoću maketa predstavljena izložba o povijesti parka Maksimir, salon se nalazi na prvom katu uz koji se nalazi i prostorija nekada namijenjena za odmor biskupa, a danas je prenamijenjena u prodajni prostor u kojem je svaki posjetitelj mogao dobiti informacije ili kupiti suvenir. U prizemlju objekta nalazi se ugostiteljski objekt. Navedeni infopunkt i ugostiteljski objekt nisu u funkciji već drugu godinu za redom zbog sudskih sporova koji se vode sa zakupnikom ugostiteljskog objekta. Zatvaranje ovog, (turistički jednog od najvrjednijih) objekta kulturne baštine Grada Zagreba, predstavlja veliki problem što zbog devastacije objekta dolazi do narušavanja slike Parka kao turističkog značajnog prihvatnog prostora Grada s bogatom kulturnom baštinom. Gastronomski je doživljaj svojevrsan kulturni artefakt. Osmišljenim uključivanjem gastronomije u turističku ponudu može se pridonijeti obogaćivanju sadržaja i boljoj slici Parka. Ukupan prihvatni kapacitet sva tri ugostiteljska objekta je 450 sjedećih mjesta (tab. 57).

Tablica 57: Broj i struktura ugostiteljskih objekata u parku Maksimir

r.br.	VRSTA OBJEKTA	BROJ STOLICA U ZATVORENOM	BROJ STOLICA U OTVORENOM	UKUPAN KAPACITET	STATUS
1	objekt za pružanje usluge prehrane i pića restoran Maksimir	150	100	250	otvoren
2	objekt za pružanje usluga pića-Vidikovac	0	150	150	privremeno zatvoren zbog sudskih sporova
3	objekt za pružanje usluga pića-Švicarska kuća	20	30	50	privremeno zatvoren zbog sudskih sporova
4	Ukupan kapacitet	170	280	450	

Izvor: izrada autora prema Dolenc, 2010

S obzirom na privremenu zatvorenost (ugostiteljsku i kulturnu) dvaju ključnih objekata turističke ponude Vidikovca i Švicarske kuće, ugostiteljska ponuda Parka svedena je na ponudu restorana Maksimir. U dane vikenda, ovisno o lijepom vremenu, sva tri ugostiteljska objekta bilježila su punu, istovremenu popunjenost. Problem se vidi u tome što se Vidikovac koristio samo za ugostiteljsku funkciju, a u funkciji turizma nije imao nikakvo značenje. Uz bitan ugostiteljski objekt u prizemnom djelu Vidikovca, potrebno je stavljanje u turističku funkciju zadnjeg kata s funkcijom vidikovca s ciljem jačanja turističke ponude i stvaranja novih izvora prihoda za Park.

Motiv prema kojem je orijentirana većina posjetitelja (tab. 58) je Zoološki vrt Grada Zagreba, kojim upravlja Javna ustanova Zoološki vrt (osnovan 1925. godine).

Tablica 58: Kupljene ulaznice za Zoološki vrt, 2014. godina

REDOVAN POSJET	UKUPNO	%
Odrasli	190.991	64,70
djeca od 7-14 godina (s roditeljima ili samostalni dolazak)	38.796	20,30
Vrtići	8.014	4,19
Škole	34.862	18,20
Ponedjeljkom	22.209	11,60
Ukupno	294.872	

Izvor: Zoološki vrt Grada Zagreba, arhiva

Zoološki vrt grada Zagreba osnivanjem i smještajem 1925. godine na području Parka, te njegovim naknadnim proširenjem i ograđivanjem uzrok je brojnim turističkim dolascima od njegovog otvorenja. Iako, u izvornom planu parka Maksimir nije bila predviđena izgradnja zoološkog vrta, mnogi konzervatori smatrali su da vrt treba izmjestiti. Danas, povijesnom cjelinom parka Maksimir, upravljaju dvije javne ustanove; Javna ustanova Maksimir i Javna ustanova Zoološki vrt grada Zagreba. Zoološki vrt prostire se na površini od 7 ha, od kojih 1,5 ha zauzima Prvo jezero. Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba je najposjećenija turistička lokacija u gradu Zagrebu i zauzima 6. mjesto u Republici Hrvatskoj (DZS, 2014).

Prema Europskoj kategorizaciji zagrebački Zoološki vrt dobio je kategorizaciju „Ivy“, odnosno epitet: srednjoeuropskog zoološkog vrta obavijenog bršljanom. Termin se upotrebljava za vrtove što su dugi niz godina smješteni na istoj lokaciji; pa su postali dijelom lokacije i nedjeljivim dijelom prostora, dio su kulturnoga i arhitektonskog nasljeđa,

predstavljaju dio turističke ponude. Taj termin pripada i Zoološkom vrtu u Beču (neposredno uz palaču Schönbrunn, pod zaštitom je UNESCO-a), Zoološkom vrtu u Budimpešti (u zaštićenome središnjem gradskom prostoru, udaljen 100 m od Trga heroja), Zoološkom vrtu u Ljubljani (u zaštićenome prostoru, udaljen 2 km od središta Ljubljane), Zoološkom vrt u Antwerpenu (ulaz na glavnome gradskom trgu), Londonu, Frankfurtu, Kölnu i dr. Usporedba posjete na godišnjoj razini zagrebačkog zoološkog vrta sa zoološkim vrtovima u Beču, Budimpešti i Ljubljani vidljivo je da zagrebački vrt jedan od slabije posjećenijih, jedino je ljubljanski zoološki vrt slabije posjećen, što se i istraživanjem stranih posjetitelja pokazalo da većina anketiranih ispitanika (44,3%) dolazi iz susjednih zemalja (Slovenija) (sl. 17).

Slika 17: Usporedba zagrebačkog zoološkog vrta sa zoološkim vrtovima susjednih zemalja

Zoo vrt	Posjet/ godišnji (000)	Površina (ha)	God. osnutka	Vlasništvo
Beč	2.500	17	1752.	Rep. Aust.
Budimpešta	1.000	17	1866.	grad
Ljubljana	275	20	1949.	grad
Zagreb	237+ oko 25% neregistrirani h ulaznica	5,5 + 1.5 ha jezera	1925.	grad

Izvor: Prezentacija modernizacije Zoološkog vrta grada Zagreba – 1.faza

U cilju modernizacije Zoološkog vrta i unapređenje turističkog potencijala Grada Zagreba, povećanja broja posjetitelja i edukacijskog potencijala, uspostavljanje učinkovitijeg sustava upravljanja i poslovanja, te stvaranje uvjeta za povećanje udjela vlastitih prihoda pokrenuta je faza obnove većeg dijela Zoološkog vrta, sredstvima iz Europske unije.

Upravljanje imovinom na prostoru Grada obuhvaća sustavan pristup učinkovitijem korištenju resursa, kojima Javna ustanova Maksimir upravlja, a Grad Zagreb ih posjeduje. Ono što se očekuje kao rezultat efikasnog upravljanja imovinom jest povećanje kvalitete života građana Grada stavljanjem resursa u funkciju, a time i omogućavanje zapošljavanja, te povećanje gradskog proračuna temeljem prihoda od imovine i drugih prihoda gradskog proračuna. Neiskorištena imovina, odnosno jedan dio mrtvog kapitala ali potencijalnih resursa parka Maksimir su bunker i iz Drugog svjetskog rata (sl. 18). U Parku postoji dvanaest bunkera čija valorizacija ne predstavlja predmet interesa. Uloga Javne ustanove Maksimir je

definiranje vizije i smjera turističkog razvoja Parka te osmišljavanje idejnog rješenja valorizacije potencijalnih resursa.

Slika 18: Bunkeri kao potencijalni turistički resurs parka Maksimir



Izvor: arhiva Javne ustanove Maksimir

Svi su bunkeri isti, sastoje se od dvije prostorije, a na površini se vidi samo zemljani nasip. Primjeri dobre prakse navode iz Hyde Parka gdje je podzemni tunel pretvoren u izložbeni prostor (sl. 19). Mogućnosti su brojne, od sanitarnih čvorova kojih je potrebno u sjevernom djelu Parka, do ugostiteljskih sadržaja ili prostora za interpretaciju kulturne, prirodne i povijesne baštine.

Slika 19: Hyde Park, prikaz valorizacije podzemnog tunela



Izvor: arhiva autora

Jedan od potencijalnih neiskorištenih resursa su i pet Maksimirskih jezera koji osim korisne funkcije ribnjaka za vrijeme nastanka, tijekom prošlosti služila su za rekreativne aktivnosti

poput iznajmljivanja čamaca, organiziranih športskih natjecanja u plivanju i vaterpolu, jezerom je plovila jedrilica, organizirale su se cvjetne svečanosti, zimi se klizalo igralo hokej i curling. Bila su mjesto susreta i doživljaja. Danas imaju samo estetsku funkciju. Osim koncesijskih odobrenja koja se mogu izdati za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja čamaca, primjer valorizacije jezera iz londonskog Hyde parka je montažni ugostiteljski objekt napravljen na pontonu uz obalu jezera (sl. 20).

Slika 20: Hyde Park, prikaz valorizacije obale jezera



Izvor: arhiva autora

Inovativnost i kreativnost londonskih parkova uočava se i u dodavanju novih sadržaja, sve u cilju privlačenja novih posjetitelja, povećanja ponude, te generiranja dodatnog prihoda koji će osigurati samoodrživost (sl. 21).

Slika 21. Šetnja krošnjama u Hyde Parku



Izvor: arhiva autora

Javna ustanova - Maksimir je zadužena za stavljanje imovine na svom području u najefikasniji uporabni oblik ili barem kreiranje preduvjeta za to, mogućnosti su brojne.

Umjesto šetnji krošnjama, dovoljno je za početak u turističku funkciju staviti vidikovac, s kojeg se pruža pogled na cijeli Grad te tako osigurati dodatan izvor prihoda. Potencijalni resurs je i djelomično devastiran astronomski paviljon smješten u blizini Švicarske kuće. Gradnja opservatorija započela je u srpnju 1936., a već u kolovozu 1937. preneseni su i postavljeni instrumenti kako bi u rujnu 1936. godine počela prva mjerenja (Abakumov, 1942a). Krajem rujna iste godine prva je opažanja izveo prof. Abakumov, a tri dana kasnije odbor za izgradnju službeno je predao maksimirsku zvjezdarnicu Sveučilištu u Zagrebu. U Statutu Astronomskog zavoda iz 1938. godine navedeno je da opservatorij (astronomski paviljon) služi za upotpunjavanje teorijskih i praktičnih znanja studenata iz položajne astronomije, za opažanja i ispitivanja različitih metoda položajne astronomije, za kontinuirano određivanje geografske širine, duljine i vremena, za znanstvena istraživanja oblika geoida iz astro - geodetskih mjerenja i drugo. S obzirom na nedostatna financijska sredstva za velika kapitalna ulaganja, potrebno se okrenuti drugim izvorima financiranja. Europski fondovi pružaju potporu za pripremu i provedbu ulaganja za razvoj turističke destinacije, a koja kroz obnovu i valorizaciju nepokretnih kulturnih dobara doprinose društveno - gospodarskom razvoju područja čineći ga pritom prepoznatljivim turističkim odredištem. Ako ne postoji vizija i kreativnost sadašnjeg vremena, uvid u nekadašnje, nestale ili zaboravljene objekte, aktivnosti i sadržaje jasno će prikazati valorizaciju objekata i prostora na najbolji mogući način.

6.2. Čimbenici turističkog prihvatnog kapaciteta i njegov značaj za ambijentalni turizam

Svaka turistička atrakcija ima svojstvo da odjednom, ili tijekom određenog vremena (dan, mjesec, turistička sezona), može primiti određeni broj posjetitelja. U početku proučavanja ovog fenomena, osobito u planiranju razvoja masovnog turizma, mjerodavan je bio „fizički“ prihvatni kapacitet turističke destinacije, određen fizički ograničenim prostorom za smještaj turista. Poslije su uvedena nova mjerila za prihvatni kapacitet: psihološki kapacitet, ekološki ili biološki kapacitet koji predstavlja maksimalan stupanj turističkog korištenja, koji ne uzrokuje poremećaje u eko sustavu, prag ekološkog kapaciteta viši je od

praga fizičkog kapaciteta, kapacitet lokalne infrastrukture – primjerice, opskrba vodom; kapacitet tolerancije lokalnog stanovništva – broj turista koji lokalnom stanovništvu ne pogoršava kvalitetu života; kapacitet tolerancija turista – broj turista koji ne remeti kvalitetu njihova pojedinačnog doživljaja (Kušen, 1999) sociološki i ekonomski kapacitet. Prag kvalitete varira od osobe do osobe i vrlo ga je teško mjeriti. Da bi se odredio prihvatni kapacitet ambijentalnog područja, potrebno je odrediti mjerljive indikatore koji predstavljaju kritičnu točku sustava. Tendenciji za razvojem održivog turizma u gradskim parkovima treba pristupiti oprezno, jer postoje brojni negativni učinci turizma koji nastaju zbog nekontroliranog sustava posjećivanja kao što je povećan promet, akumuliranje otpada, infrastrukturna opterećenost, oštećivanje prirodne i kulturne baštine, te voditi računa o samim posjetiteljima da se zbog broja posjetitelja ne naruši kvaliteta doživljaja imajući prije svega za cilj očuvanje prirodne i kulturne baštine jer ona predstavlja osnovni resurs za dugoročni razvoj. S obzirom na vrstu turističke atraktivnosti ambijentalnih prostora bitno je odrediti istovremeni prihvatni kapacitet parka (ne cijele površine parka, već staza na kojima se posjetitelji najviše zadržavaju) ali i prateće aktivnosti unutar parka, parking mjesta, prihvatni kapaciteti ugostiteljskih objekata i galerije, vodeći računa o tome da nisu svi posjetitelji u parku istovremeno na istom mjestu. Za izračun fizičkog kapaciteta određuju se standardi potrebnog prostora po posjetitelju, kakvi su uobičajeni u „masovnom“ turizmu jer se u praksi krajnji fizički kapacitet nikada ne popunjava (Kušen, 2002). Kriteriji za određivanje optimalnog kapaciteta (Inskeep, 1994):

Fizički

- Čistoća i nezagađenost destinacije
- Odsustvo prekomjerne prenapučenosti destinacije, uključujući atraktivnosti
- Atraktivnosti krajolika uključujući kvalitetu i karakteristike objekata
- Očuvanje ekološkog sustava, flore i faune, te prirodnih atraktivnosti uopće

Ekonomski

- Vrijednost za novac

Socio-kulturni

- Interes za grad i autohtonu kulturu
- Kvaliteta umjetnosti, obrta i kulturnih priredbi, te specifične gastronomske ponude
- Kulturna baština
- Srdačnost lokalnog stanovništva

Infrastrukturni

- Adekvatni standardi prijevoznih usluga i sredstava
- Adekvatni standardi ostalih roba i usluga

Američka asocijacija nacionalnih parkova koristi formulu za izračun prihvatnog kapaciteta (Manning, 1946):

$$CC=f(Q,T,N,U_t,DM,AB)$$

CC – prihvatni potencijal

Q - fizička veličina područja

T - tolerancija prema korištenju resursa

N - broj posjetitelja

U_t - tip korištenja resursa

DM - izgradnja i menadžment objekata turističke ponude

AB - stav i ponašanje posjetitelja i menadžera

Prihvatni potencijal računa se po formuli (Magaš, 2000., str. 106):

$$TCC=F(Ecol, Phys, Econ)(TC,RA,Pol)$$

Ecol-ekološki sustav

Phys-fizička infrastruktura i razvijenost objekata

Econ- ekonomske karakteristike

TC-karakteristike turista

RA-prihvatljivosti razvoja turizma za lokalno stanovništvo

Pol-politike donošenja menadžerskih odluka

Analitičari turizma nastojali su definirati okvirne prihvatne potencijale, standarde, za pojedina prirodna područja, a koje je naravno potrebno korigirati i prilagoditi specifičnostima konkretnog primjera. Standarde za niže navedena područja (izdvojena su samo ona karakteristična za ambijentalne prostore grada Zagreba) ustanovila je Svjetska turistička organizacija (WTO). Izraženi su u broju posjetitelja na dan po hektaru (Magaš, 2000):

Park šuma – do 15 posjetitelja po hektaru

Park u predgrađu – 15 - 70 posjetitelja po hektaru

Popularno izletničko područje 300 - 600 posjetitelja po hektaru

Manje popularno izletničko područje 60 - 200 posjetitelja po hektaru

Sport/igre u ekipi 100 - 200 posjetitelja po hektaru

Aktivnosti na vodi (ribarenje ili veslanje) 5 - 30 posjetitelja po hektaru

Standardi za staze u parkovima izraženi su u broju osoba na dan po kilometru

Pješačenje 40 posjetitelja po kilometru

Jahanje konja 25 - 80 posjetitelja po kilometru

Da bi utvrdili prihvatni potencijal parka Maksimir potrebno je definirati jasne ciljeve menadžmenta, treba uvažavati sve indikatore i standarde, te pratiti uvjete na odabranom području, redovito prikupljati mišljenja i preferencija turističkih korisnika (i onih koji to nisu) kako bi se formulirali ciljevi i sugerirale promjene, također korisnicima na raspolaganju treba biti cijeli niz rekreacijskih sadržaja s ciljem zadovoljenja njihovih potreba, a na način da trajno bitno ne narušavaju prirodni okoliš. Mora biti odabrana tehnika za upravljanje turističkom destinacijom u skladu s njenom optimalnom razinom korištenja u turističke svrhe odnosno prihvatnim potencijalom, te ciljevima turističkog razvoja i značenjem samog područja.

6.3. Analiza prometne dostupnosti i povezanosti

Grad Zagreb smješten je u kontinentalnoj središnjoj Hrvatskoj, na južnim obroncima Medvednice te na obalama rijeke Save. Nalazi se na nadmorskoj visini od 122 m. Povoljan zemljopisni smještaj na jugozapadnom kutu Panonske nizine, između alpske, dinarske, jadranske i panonske regije, uvjetuje značajan prometni položaj Zagreba na čvorištu putova između srednje i jugoistočne Europe i Jadranskog mora. Sve glavne autoceste prolaze kroz Zagreb i granaju se prema raznim dijelovima Hrvatske; autocesta A1, A3, A6, A4, A11.¹⁵

¹⁵ A1 Autocesta kralja Tomislava: najdulja je hrvatska autocesta i povezuje glavni grad Zagreb s Karlovcem, Gospićem, Zadrom, Šibenikom, Splitom, a od 2013. i Pločama. Nastavak gradnje autoceste prema Dubrovniku, kao i mosta Pelješac je planiran i dijelom je već u gradnji.

A3 Posavska autocesta je druga autocesta po dužini u Republici Hrvatskoj. Vodi od Bregane preko Zagreba i Slavonskog Broda, tj. Posavine do Lipovca na granici sa Srbijom. Njezina međunarodna oznaka, koja apostrofira njezinu važnost, je E70 (europska autocesta 70).

A6 Primorsko-goranska autocesta ide od Bosiljeva prema Rijeci. Povezuje Rijeku sa Delnicama i Karlovcem te sa Zagrebom preko A1.

Kako Medvednica otežava prometno povezivanje Zagreba i Hrvatskog zagorja, izrađene su studije o tunelu kroz Medvednicu (od Mihaljevca sa Zagrebačke strane do Huma Zabočkog sa Zagorske strane), prometnice ukupne duljine 23,7 km. Izgradnjom tunela gravitacijsko područje Zagreba, njegova šira okolica integrirala bi se u prometni sustav Zagreba. Pozitivni razvojni (prometno-gospodarski) učinci tunela za Grad Zagreb i okolicu prva je od četiri interpretacije mogućih posljedica, a odnosi se na varijable: obnovit će se i poboljšati ukupna cestovna infrastruktura; povećat će se mogućnosti razvoja turizma; doći će do bržega gospodarskog razvoja sjevernih dijelova; općenito će se poboljšati životni uvjeti u podsljemenskoj zoni; Zagorje iza Medvednice postat će dio Zagreba; poboljšat će se komunalna opremljenost naselja u sjevernim dijelovima grada; otvorit će se nova radna mjesta; općenito će se poboljšati životni uvjeti u Zagrebu (Mišetić, Miletić, 2007).

Zračna dostupnost grada Zagreba orijentirana je na zračnu luku Zagreb. U 2015. godini opsluživala je 14 zračnih prijevoznika koji su povezivali Zagreb s 36 destinacija Europe, središnji terminal zračne luke ima maksimalni kapacitet nešto iznad dva milijuna putnika godišnje. Sredinom 2012. godine Vlada Republike Hrvatske i tvrtka ZAIC (Zagreb Airport International Company) potpisali su Ugovor o koncesiji na izgradnju i upravljanje Zračnom lukom Zagreb na rok od 30 godina po modelu javno-privatnog partnerstva. Novi je terminal smješten sjeveroistočno od postojeće aerodromske zgrade, između istočne obilaznice Velike Gorice i postojeće aerodromske piste. Zapravo je riječ o novoj urbanoj zoni koja će nastati na sjecištu dvaju važnih zagrebačkih prometnih pravaca, od kojih se jedan proteže od Gornjega grada preko Zrinjevca, Mosta slobode i Buzina, a drugi Heinzelovom i Radničkom preko Domovinskog mosta. Obje su povezane brzom prometnicom i spojem na autocestu Zagreb – Sisak u izgradnji, a na sjeveru je zagrebačka obilaznica i veza s autocestama A1 i A3 (Vrančić, Nadilo, 2015). Ovaj poslovni događaj zasigurno je promijenio poslovanje Zračne luke Zagreb, a trebao bi uvesti promijene i u upravljanje turizmom Grada Zagreba s obzirom na to da novi terminal koji se gradi površine je 65 tisuća kvadrata s 11 aviomostova i kapaciteta je 5 milijuna putnika godišnje.

Gradska prometna infrastruktura je riješena sljedećim vidovima prijevoza:

A4 Varaždinska autocesta ide od Goričana na mađarskoj granici prema Zagrebu. Povezuje Zagreb sa Varaždinom i Čakovcem.

A2 Zagorska autocesta je autocesta od Macelja na slovenskoj granici preko Krapine do čvora Jankomir (A2/A3). Sustav naplate je zatvoreni s dvije čeon naplate i četiri naplatne postaje u čvorovima autoceste. Cestom gospodari društvo "Autocesta Zagreb – Macelj" u vlasništvu Republike Hrvatske (49%) i Pyhrn Concession Holding GmbH (51%).

A11 Sisačka autocesta Zagreb (Jakuševac) - Velika Gorica - Sisak (u izgradnji)

Tramvajskim linijama (15 dnevnih i četiri noćne linije), autobusnim linijama 8130 dnevnih i četiri noćne linije), željezničkim linijama koje prolaze kroz središte Zagreba, a spajaju Zaprešić s Dugim Selom, taxi prijevozom (usluga vožnje do Zračne luke iznosi 170,00 Kn (oko 1150 taxi vozila) i uspinjačom koja povezuje Donji i Gornji grad i služi više kao turistička atrakcija. Zagreb raspolaže s devet javnih garaža i s oko 7000 parkirnih mjesta pod naplatom.

Svaki peti hotelski gost posjećuje turističke informativne centre. Na organizirano razgledavanje grada odlazi oko 5% hotelskih gostiju, a još je manji udio onih koji koriste usluge 'HOP ON - HOP OFF' razgleda Grada ili 'Zagreb CARD'.

Većina hotelskih gostiju koristila je neko prijevozno sredstvo tijekom boravka u Zagrebu (87%). Pritom je gotovo svaki drugi koristio uslugu taksi prijevoza (49%), a 41% usluge javnog prijevoza. Svaki četvrti hotelski gost koristio je osobni automobil tijekom boravka u Gradu. S porastom kategorije hotela znatno raste udio gostiju koji su koristili usluge taksi prijevoza, a opada udio onih koji su koristili vlastiti automobil. U hotelima s 4 i 5 zvjezdica slabije je zastupljeno i korištenje javnog prijevoza u odnosu na hotele s 2 i 3 zvjezdice. Korištenje taksi prijevoza najpopularnije je među hotelskim gostima iz Velike Britanije, Francuske, Japana i SAD-a, a većina se gostiju iz Japana, SAD-a, ostalih izvan europskih zemalja i Španjolske vozila i javnim prijevozom. Vlastiti automobil najčešće je prijevozno sredstvo kod domaćih gostiju te hotelskih gostiju iz Italije i regije. Poslovni su gosti znatno češće koristili prijevoz taksijem i vlastitim automobilom, a ostali gosti javni prijevoz. Gosti hotela primarno su se oslanjali na javni prijevoz (85%), a u velikoj mjeri koristili su i uslugu taksi prijevoza (29%). Gosti koji su boravili u privatnom smještaju većinom su se oslanjali na javni prijevoz tijekom boravka u gradu (72%), a prema učestalosti korištenja slijedi prijevoz taksijem (38%) i vlastitim automobilom (24%). Većina jednodnevnih posjetitelja koristila je neko prijevozno sredstvo tijekom boravka u Zagrebu (71%). Najčešće su koristili vlastiti automobil (57%), 41% koristilo je usluge javnog prijevoza, a 12% taksi prijevoza. U svrhu uspostavljanja i promocije nove turističke ponude Grada Zagreba od rujna 2014. godine u turističku ponudu uvedene su kočije na dvije trase (www.tzgz.hr):

1. s polazištem na sjevernoj strani Trga Katarine Zrinske – Trg Sv. Marka – Matoševa – Vranicanijeva i
2. s polazištem kod glavnog ulaza u Park Maksimir – Glavna Aleja – Vidikovac

6.4. Rezultati istraživanja povezanosti meteoroloških prilika i rekreacije u parkovima – primjer parka Maksimir

Istraživanjem provedenim uz sinonime ugone ili neugode vezane uz prostore u Gradu, od 17 mjesta sinonima za ugonu samo se šest nalazi izvan starog središta. To su park Maksimir, jezero Jarun, perivoj Tuškanac, perivoj Cmrok, i Medvednica. Mjesta pokazuju potrebu ispitanika za šetnjom ili rekreacijom (Stiperski, 1997). Značaj parkovima daje bogatstvo fito i zoocenoza, čemu se u slobodnom vremenu pridaje veliko značenje, prije svega zbog njihove fiziološke funkcije. Gradski park s karakterom javnog gradskog prostora pruža intimniju sredinu, povučenošću od prometa, mjesto u slobodnom prostoru gdje čovjek ima mogućnost iskoristiti slobodno vrijeme za odmor, opuštanje i/ili rekreaciju (Bosak, 2008). Utjecaji takve prirodne sredine na čovjeka u gužvi Grada vrlo su raznovrsni i ovisni o nizu objektivnih i subjektivnih faktora. Prilikom posjeta parku gotovo najveći dio utisaka čovjek prima putem vizualne percepcije, organa mirisa, sluha i dodira. Jedna od važnih karakteristika za boravak i upotrebu otvorenih prostora pokazala se njihova veća sadržajna opremljenost i strukturiranje po konceptu polujavnih prostora (Pereković i sur. 2007).

Vrijeme nagle modernizacije i urbanizacije osvježuje značaj parkova za kvalitetu života u gradu. Upravo te površine poprimaju rekreacijsku ulogu u kojoj se posjetitelji pasivno ili aktivno rekreiraju. Ovisno o ponudi unutar samoga parka, rekreativne učestale rekreativne aktivnosti su: šetnja, trčanje, vožnja bicikla, vožnja čamcima po jezerima, nordijsko hodanje, joga ili trening borilačkih vještina. Prirodna sredina u kojoj se odvijaju načini rekreacije ima raznovrsno pozitivno djelovanje na čovjekovo psihofizičko zdravlje.

Od mogućnosti boravka u čistoj - zdravijoj sredini, do prilike za fizičkom aktivnosti i socijalnom interakcijom, te pomoći u otklanjanju uzroka ali i posljedica bolesti (tab. 59) (Butorac, Šimleša, 2007).

Tablica 59: Doprinos parkova na ljudsko zdravlje

SASTAVNICA ZDRAVLJA	ZNAČAJ PARKA
fizička sastavnica	pruža razne mogućnosti i vrste infrastrukture; razne vrste rekreacije, vještine i mogućnosti, npr. piknik, hodanje, šetnja psa, trčanje, bicikliranje, igre s loptom, promatranje ptica.
mentalna sastavnica	odmor od stresa, mir i tišina pridonose inspiraciji, mogućnost lakšeg učenja
duhovna sastavnica	doživljaj sklada prirode, duševnog mira
socijalna sastavnica	bogaćenje socijalnog, društvenog života kroz razna druženja, sportska ili kulturološka
okoliš	održavanje i bogatstvo biološke raznolikosti, očuvanje okoliša

Izvor: obrada autora prema Butorac, Šimleša, 2007.

Prirodna sredina, odnosno utjecaj njezine prirodne „zelene“ boje na psihološko stanje posjetitelja očituje se u smanjenju tjeskobe, bržem i učinkovitijem oporavku od bolesti, stvara se osjećaj ugone te dovodi do stanja mirnoće (tab. 60).

Tablica 60: Utjecaj prirodne sredine na zdravlje čovjeka

INTERAKCIJA	KORIST ZA ZDRAVLJE
promatranje prirode	povećava koncentraciju, otklanja mentalni zamor/umor, poboljšava psihičko zdravlje, pogotovo kognitivne sposobnosti, pozitivno djeluje na raspoloženje
fizička aktivnost u prirodnom okruženju	otklanja stres i napetost
boravak u prirodi u prirodi	igra u prirodi pomaže djeci ADHD, djeluje na poboljšanje i održavanje koncentracije
promatranje i bioraznolikost	prirodno okruženje potiče kognitivno djelovanje kod djece
šetnja kućnih ljubimaca	djeluje smirujuće i opuštajuće
	socijalizacija, društvo, rekreacija

Izvor: obrada autora prema Wichrowski i sur., 2005

Postizanje i održavanje zdravlja i tjelesne kondicije trebalo bi biti prioritet, kako za pojedinca tako i za vodstvo države ili lokalne zajednice koje može poticati različite aktivnosti. Rekreacija obuhvaća aktivnosti koje rekreativac izabire temeljem osobnih interesa, potreba i motivacije u svrhu rekreacije i/ili psihofizičkog odmora. Vrsta, način i mjesto provođenja aktivnosti ovisi o meteorološkim uvjetima u trenutku planiranja aktivnosti i čovjekovom raspoloženju te osjetu ugone¹⁶ u trenutku donošenja odluke (u cilju promjene radnog i

¹⁶ Osjet ugone ili toplinski osjet jest „ono stanje uma koje izražava zadovoljstvo toplinskim uvjetima okoliša“ (ANSI/ASHRAE Standard 55, 2010, 4). Osjet ugone ili toplinski osjet čovjeka ovisi o meteorološkim parametrima, temperaturi i vlažnosti zraka te vjetru i zračenju. Naime, čovjek obično ima sposobnost prilagodbe na širok raspon vanjskih utjecaja. Prevelik gubitak topline očituje se kao hladnoća, dok prilikom nemogućnosti oslobađanja od viška topline čovjek osjeća neugodnu vrućinu. Što je temperatura zraka viša, čovjeku je toplije, ali ukoliko istovremeno puše vjetar, on će rashladiti ljudski organizam. Vjetar djeluje jače kod niskih, a slabije kod viših temperatura zraka. Vлага u zraku djeluje posredno preko isparavanja, jer se tijelo oslobađa viška topline znojenjem. U suhom zraku, osjet vrućine je manji zbog brzog isparavanja vode s organizma. U vlažnom zraku čovjek često osjeća sparinu. Tada je osjet vrućine veći jer se znoj zbog zasićenog okolnog zraka slabo isparava i ne ohlađuje organizam. Zračenje od Sunca ili umjetnih podloga kao što su asfalt ili beton dovode toplinu organizmu, a pri nižim temperaturama organizam je gubi. Toplinski se osjet može prikazati pomoću indeksa ohlađivanja i indeksa osjeta ugone koji se računaju na temelju meteoroloških parametara (Vrijeme i klima hrvatskoga Jadrana, 2015).

životnog ambijenta koji se sve više veže za zatvorene prostore, u porastu su aktivne i pasivne rekreacijske aktivnosti na otvorenom, bez obzira na vremenske prilike). Aktivna rekreacija uključuje i psihičku i fizičku komponentu te može biti u mjestu boravka, ali može podrazumijevati i promjenu mjesta boravka (Marković, Marković, 1976; Opačić i sur., 2014).

Pasivna rekreacija prije svega je psihičke prirode, a odvija se bez veće fizičke aktivnosti rekreativaca i ne uključuje prostornu pokretljivost izvan mjesta boravka (Marković, Marković, 1976; Opačić i sur., 2014).

Istraživanje provedeno u sklopu projekta „Pokret za radost“ (www.pokretzaradost.hr) iz 2015. godine, na uzorku od 800 ispitanika rekreativaca u Hrvatskoj o sportsko-rekreacijskim navikama pokazalo je da je za 62 % ispitanika hodanje najomiljenija sportska aktivnost, zatim vožnja biciklom i biciklizam, dok se petina ispitanika bavi trčanjem. Više od polovice ispitanika 52 % prakticira neku aktivnost više puta tjedno, a više od 80 % ispitanika aktivno se rekreira u ambijentalnim prostorima. Uspoređujući dostupna istraživanja provedena u parkovima Svijeta s provedenim istraživanjem u parku Maksimir, dolazi se do saznanja da gradski parkovi kao rekreacijske zone svojim estetskim, ekološkim i socijalnim obilježjima doprinose zdravlju, rekreaciji, motivaciji te drugim društvenim i zdravstvenim dobrobitima rekreativaca bez obzira na meteorološke uvjete i godišnja doba. U zadovoljavanju rekreacijskih potreba najveću važnost imaju parkovi smješteni u blizini mjesta stanovanja posjetitelja. Na primjeru prikazanih rezultata istraživanja posjetitelja provedenih u Royal parkovima Londona (Gabrieli, Wilson, 2010) i istraživanju povezanosti meteoroloških prilika i rekreacije na primjeru parka Maksimir vidljiva je sličnost u sociodemografskoj strukturi posjetitelja. Primjerice, većinu ispitanih rekreativaca parka Primrose Hill i parka Maksimir čine žene srednje životne dobi (40-ak godina) koje većinom žive u gradskim četvrtima u neposrednoj blizini parka. I jedan i drugi park mjesta su gdje se odvija aktivna i pasivna rekreacija, a motivacijski faktori ovisni su o prirodnim pogodnostima, rekreacijskoj infrastrukturi i meteorološkim uvjetima (Gabrieli, Wilson, 2010).

Park Maksimir jedno je od posjećenijih rekreacijskih područja Grada Zagreba, u kojemu se zbog blizine središta grada, prirodnih rekreacijskih pogodnosti te uređene rekreacijske infrastrukture rekreiraju rekreativci iz svih dijelova grada i okolice. Tijekom zimskih mjeseci, u hladnijim i kišovitim danima, rekreacija u Parku uglavnom je svedena na fizički aktivnije rekreacijske aktivnosti poput trčanja i nordijskog hodanja, za razliku od ljetnih mjeseci kada su u toplijim i sunčanim danima, uz spomenute oblike aktivne rekreacije, jače zastupljene i

fizički pasivnije rekreacijske aktivnosti poput šetnje i psihofizičkog odmora u prirodnom okruženju (Opačić, Dolenc, 2016).

Prema podacima o broju prodanih ulaznica za Zoološki vrt u 2014. godini (tab. 61) vidljivo je da je najveća posjećenost u toplom dijelu godine, krajem proljeća i ljetnim mjesecima: svibnju, lipnju i kolovozu (kada je povećan i broj stranih posjetitelja u Zagrebu), nešto manja je u: ožujku, travnju, srpnju, rujnu i listopadu, a najmanja u najhladnijem dijelu godine, zimskim mjesecima: siječnju, veljači, studenom i prosincu.

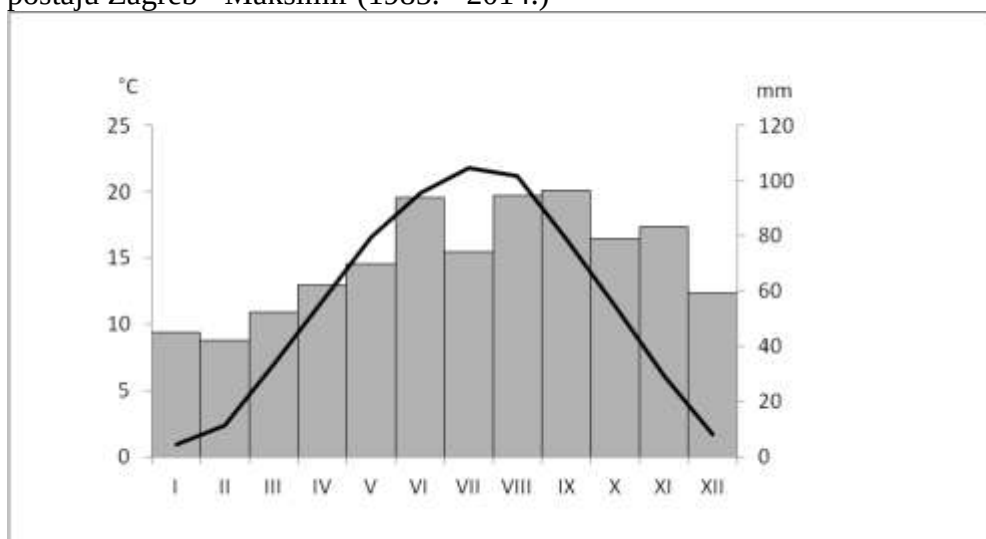
Tablica 61: Broj prodanih ulaznica za Zoološki vrt po mjesecima u 2014. godini

mjesec	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
UK	8.541	6.071	24.432	21.539	43.617	47.773	29.702	41.179	22.720	34.138	9.289	5.871

Izvor: Arhiva Zoološkog vrta Grada Zagreba, Zagreb, 2015.

Klimatske i bioklimatske prilike u Zagrebu mijenjaju se tijekom godine, od hladnijih razdoblja u trajanju od listopada do travnja, pa sve do toplijeg razdoblja koje karakterizira osjet ugođe, tj. toplinski osjet, od vrlo toplo do neugodno toplo. Godišnji hod srednje temperature zraka (°C) i količine padalina (mm) po mjesecima za meteorološku postaju Zagreb - Maksimir za razdoblje 1985. - 2014. prikazan je na slici 22. Srednja godišnja temperatura zraka za postaju Zagreb-Maksimir iznosi 11,4 °C, dok je srednja godišnja količina padalina 852,5 mm (Opačić, Dolenc, 2016).

Slika 22: Srednje mjesečne temperature zraka (°C) i količine padalina (mm) za meteorološku postaju Zagreb - Maksimir (1985. - 2014.)



Izvor: Državni hidrometeorološki zavod, Zagreb, 2015.

Topli i hladni dio godine odvojeni su kraćim razdobljima klimatskih uvjeta najpovoljnijih za organizam čovjeka, s prevladavajućim osjetom ugodno svježeg do ugodno toplog, ili

jednostavno blagog (Zaninović, 1983). Godišnja doba, proljeće i jesen s razdobljima pogodne klime najpovoljnija su za provođenje aktivnog odmora, za šetnje ili sportske aktivnosti (Blazejczyk, 2005). U to vrijeme jutro i večeri su uglavnom svježija, a u rano proljeće i kasnu jesen i hladna, dok je tijekom dana ugodno. Iako je zimi prosječan osjet ugone „hladno“, i zimski se dani mogu znatno međusobno razlikovati; najhladniji dani su s niskom temperaturom i pojačanim vjetrom. Rezultati biometeoroloških istraživanja ukazuju na to da vrijeme (ciklona i anticiklona)¹⁷ utječe na ljudsko raspoloženje, ponašanje, percepciju doživljaja osjeta boli i općenito ljudski organizam (Zaninović, Gajić-Čapka, 2008; Junačko, Buljan, 2011; Havrle Kozarić, 2012). Populaciju u ovom istraživanju činili su punoljetni stanovnici Grada Zagreba i okolice koji su se rekreirali u parku Maksimir. Ukupan anketni uzorak činila su 603 rekreativca, s podjednakim poduzorcima u šest različitih neradnih dana s obzirom na godišnja doba, odnosno meteorološke prilike (temperatura zraka, padaline) tijekom 2013. i 2014. godine (tab. 62).

Tablica 62: Broj ispitanika, službeni meteorološki podaci i osjet ugone u danima anketiranja za postaju Zagreb-Maksimir u 13.00 sati

sunčani dani		Br. ispitanika	Temp. zraka (°C)	Rel. vlažnost (%)	tlak zraka (hpa)	brzina vjetra (m/s)	osjet ugone
proljeće	06. 04. 2014.	100	17	68	1016,9	0,4	ugodno
ljetno	05. 07. 2014.	100	25	53	1010,8	0,2	toplo
jesen	12. 10. 2013.	101	17	60	1019,9	0,1	ugodno
zima	11. 01. 2014.	103	4	80	1022,1	0,0	svježije
kišoviti dani		broj ispitanika	temperatura zraka (°C)	relativna vlažnost (%)	tlak zraka (hpa)	brzina vjetra (m/s)	osjet ugone
proljeće	11. 05. 2013.	100	15	87	1012,1	0,1	ugodno
jesen	24. 11. 2013.	99	8	92	1007,8	0,1	svježije

Izvor: Državni hidrometeorološki zavod, Zagreb

Datumi anketiranja rekreativaca odgovaraju prosjecima za godišnja doba. Struktura ispitanika po danima anketiranja prema sociodemografskim obilježjima prikazana je u tablici 63.

¹⁷ Ciklonu karakteriziraju vremenske prilike koje nastaju na granici hladnog i toplog zraka, kada se topli zrak uzdiže nad hladni i tako dovodi do kondenzacije i stvaranja oblaka i oborina. Poglavitno se kreće od zapada na istok i praćena je padom tlaka. Anticiklona je područje visokog tlaka u atmosferi koji se kreće u smjeru kazaljke na satu, udaljuje se od centra, dovodi u visini do spuštavanja slojeva zraka i zato najčešće do lijepog vremena, a zimi do stvaranja oblaka.

Tablica 63: Sociodemografska struktura rekreativaca po danima anketiranja (%)

OBILJEŽJA UZORKA		SUNČANI DANI				KIŠOVITI DANI		UKUPNO (N=603)
		Proljeće (N=100)	Ljeto (N=100)	Jesen (N=101)	Zima (N=103)	Proljeće (N=100)	Jesen (N=99)	
SPOL	Muškarci	49,0	43,0	46,5	47,6	53,0	45,2	47,4
	Žene	51,0	57,0	53,5	52,4	47,0	54,8	52,6
PROSJEČNA DOB		41,7	39,7	41,1	45,2	37,7	45,3	41,8
STRUČNA SPREMA	NSS	2,1	3,1	1,0	0,0	3,0	4,1	2,2
	SSS	40,2	30,6	36,1	37,3	44,0	27,6	36,0
	VŠS	9,3	14,3	11,3	7,8	18,0	12,2	12,2
	VŠS i više	48,4	52,0	51,6	54,9	35,0	56,1	49,6
MJESTO STANOVANJA	Bliža gradska čtvrť	67,0	50,0	71,3	76,7	49,0	75,8	65,0
	Udaljenija gradska čtvrť	27,0	50,0	18,8	15,5	36,0	15,2	27,0
	Zagrebačka županija	6,0	0,0	9,9	7,8	15,0	9,0	8,0

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U ukupnom uzorku od 603 ispitanika, muškarci i žene podjednako su zastupljeni, prosječna dob ispitanika malo je viša od 40 godina, a gotovo polovica ispitanika je visokoobrazovana. Dvije trećine ispitanika živi u bližim gradskim četvrtima u odnosu na park Maksimir¹⁸ (tab 64).

¹⁸ Mjesta stanovanja s obzirom na udaljenost od Parka kategorizirana su u sljedeće kategorije: a) bliže gradske četvrti (Donji Grad, Gornji Grad-Medveščak, Trnje, Maksimir, Peščenica-Žitnjak, Gornja Dubrava, Donja Dubrava, Podsljeme), b) udaljenije gradske četvrti (Novi Zagreb-istok, Novi Zagreb-zapad, Trešnjevka-sjever, Trešnjevka-jug, Črnomerec, Stenjevec, Podsused-Vrapče, Sesvete, Brezovica) i c) naselja u okolici Grada Zagreba (u Zagrebačkoj županiji).

Tablica 64: Struktura rekreativaca prema mjestu stanovanja

			mjesto-kvart prebivališta				UK
			bliže gradske četvrti	dalje gradske četvrti	izvan Zagreba	%	
DATU MI	12.10.	Count	72	19	6	4	101
		% within DATUMI	71,3%	18,8%	5,9%	4,0%	100,0%
		% within mjesto-kvart prebivališta	26,9%	17,0%	35,3%	57,1%	25,0%
		% of Total	17,8%	4,7%	1,5%	1,0%	25,0%
	11.01.	Count	79	16	7	1	103
		% within DATUMI	76,7%	15,5%	6,8%	1,0%	100,0%
		% within mjesto-kvart prebivališta	29,5%	14,3%	41,2%	14,3%	25,5%
		% of Total	19,6%	4,0%	1,7%	0,2%	25,5%
	6.4.	Count	67	27	4	2	100
		% within DATUMI	67,0%	27,0%	4,0%	2,0%	100,0%
		% within mjesto-kvart prebivališta	25,0%	24,1%	23,5%	28,6%	24,8%
		% of Total	16,6%	6,7%	1,0%	0,5%	24,8%
	5.07.	Count	50	50	0	0	100
		% within DATUMI	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within mjesto-kvart prebivališta	18,7%	44,6%	0,0%	0,0%	24,8%
		% of Total	12,4%	12,4%	0,0%	0,0%	24,8%
ukupno		Count	268	112	17	7	404
		% within DATUMI	66,3%	27,7%	4,2%	1,7%	100,0%
		% within mjesto-kvart prebivališta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%
		% of Total	66,3%	27,7%	4,2%	1,7%	100,0%

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

H4: Obilježja rekreativaca u parku Maksimir različita su u različitim meteorološkim prilikama

H4.1: Obilježja rekreativaca različita su u sunčanim danima u sva četiri godišnja doba

H4.2: Obilježja rekreativaca različita su u kišovitim danim u proljeće i jesen

H4.3: Obilježja rekreativaca različita su između sunčanog i kišovitog dana u proljeće i jesen

Tablica 65: Utjecaj meteoroloških prilika na rekreacijsku aktivnost

			utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost		ukupno
			DA	NE	
REKODIRANI DATUMI	12.10.2013.	Count	77	23	100
		% within DATUMI	77,0%	23,0%	100,0%
		% within utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost	30,0%	15,9%	24,9%
		% of Total	19,2%	5,7%	24,9%
	11.01.	Count	49	54	103
		% within DATUMI	47,6%	52,4%	100,0%
		% within utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost	19,1%	37,2%	25,6%
		% of Total	12,2%	13,4%	25,6%
	6.4.	Count	60	39	99
		% within DATUMI	60,6%	39,4%	100,0%
		% within utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost	23,3%	26,9%	24,6%
		% of Total	14,9%	9,7%	24,6%
	5.07.	Count	71	29	100
		% within DATUMI	71,0%	29,0%	100,0%
		% within utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost	27,6%	20,0%	24,9%
		% of Total	17,7%	7,2%	24,9%
ukupno		Count	257	145	402
		% within DATUMI	63,9%	36,1%	100,0%
		% within utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	63,9%	36,1%	100,0%

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

H4.1: Obilježja rekreativaca različita su u sunčanim danima u sva četiri godišnja doba

Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike između ispitanika s obzirom na mjesto stanovanja ($X^2=43,993$, $df=9$, $p=0,000$) (tab. 66).

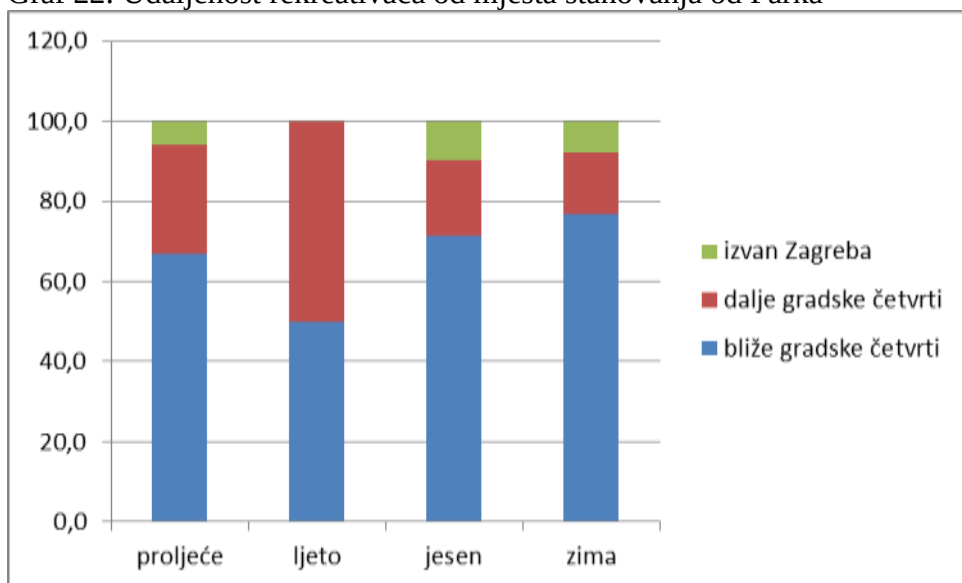
Tablica 66: Hi kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,993 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	47,112	9	,000
Linear-by-Linear Association	3,581	1	,058
N of Valid Cases	404		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Dvije trećine rekreativaca (66,3 %) po sunčanom vremenu u svim godišnjim dobima dolazi iz bližih gradskih četvrti. Njihov najveći udio je evidentiran zimi (76,7 %), a najmanji ljeti (50,0 %) (graf 22).

Graf 22: Udaljenost rekreativaca od mjesta stanovanja od Parka



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Ljeti najveći udio rekreativaca dolazi iz daljih gradskih četvrti (50,0 %), najmanje zimi (15,5 %), dok najveći broj rekreativaca koji žive u okolici Grada Zagreba dolazi u jesen (9,9 %), dok ih u ljetnim mjesecima gotovo nema (graf 22).

Zaključuje se da se gravitacijski utjecaj Maksimira kao rekreacijskog područja povećava paralelno s porastom povoljnih meteoroloških prilika.

Hipoteza 4 je u ovome dijelu potvrđena.

Vrijednosti temperature zraka raspoređene su u razrede: 1. $< 5^{\circ}\text{C}$, 2. $5\text{--}15^{\circ}\text{C}$, 3. $15\text{--}25^{\circ}\text{C}$, 4. $> 25^{\circ}\text{C}$ kako bi ispitanici procijenili koja im je optimalna temperatura zraka za rekreaciju. Statistički značajne razlike u procjenama ispitanika utvrđene su jednosmjernom analizom varijance ($F=14,509$, $df=3$, $p=0,000$) (tab. 67).

Tablica 67: Procjena najugodnije temperature za bavljenje rekreacijom u Maksimiru

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11,605	3	3,868	14,509	,000
Within Groups	106,643	400	,267		
Total	118,248	403			

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Ispitanici od sva četiri sunčana dana u različitim godišnjim dobima najugodniju najvišu temperaturu procjenjuju u jesen ($M=2,94$, $SD=0,369$), zatim ljeti ($M=2,88$, $SD=0,518$) i proljeće ($M=2,65$, $SD=0,609$), dok najnižu temperaturu kao najugodniju preferiraju zimi ($M=2,52$, $SD=0,540$) (tab. 68).

Iz navedenoga proizlazi da se procjene optimalnih temperatura za rekreaciju povećavaju proporcionalno izmjenjenim temperaturama u danim anketiranja s iznimkom ljeta, kada ispitanici preferiraju nešto nižu temperaturu nego u jesen, što se podudara i zbog nešto manje povoljnog osjeta ugođe ljeti u odnosu na jesen.

Tablica 68: Mišljenje o najugodnijoj temperaturi za bavljenje rekreacijom u Maksimiru

datum	N	M	SD	Minimum	Maximum
12.10.	101	2,94	,369	2	4
11.01.	103	2,52	,540	2	4
6.4.	100	2,65	,609	0	3
5.07.	100	2,88	,518	0	4
ukupno	404	2,75	,542	0	4

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike između ispitanika s obzirom na njihovu procjenu utječu li meteorološke prilike na njihovu rekreacijsku aktivnost u Maksimiru ($\chi^2=22,001$, $df=3$, $p=0,000$) (tab. 69).

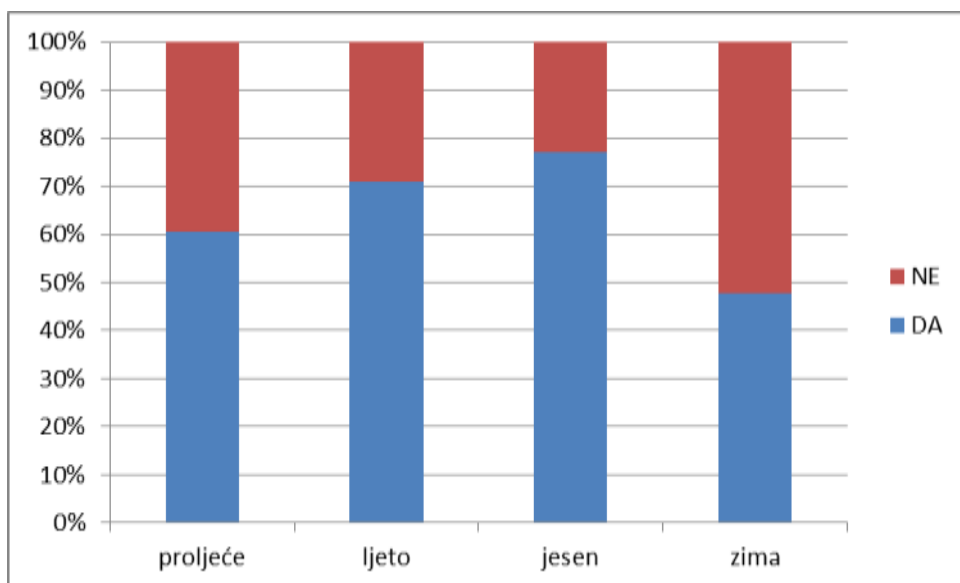
Tablica 69: Hi kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,001 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	22,084	3	,000
Linear-by-Linear Association	1,156	1	,282
N of Valid Cases	402		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Gotovo dvije trećine (63,9 %) rekreativaca po sunčanom vremenu u svim godišnjim dobima procjenjuje da na njih meteorološke prilike utječu prilikom rekreacijskih aktivnosti. Najveći udio rekreativaca koji procjenjuju da meteorološke prilike utječu na bavljenje njihovom rekreacijskom aktivnošću zabilježen je u jesen (77,0 %) i ljeto (71,0 %) (graf 23).

Graf 23: Utjecaj meteoroloških prilika na rekreacijsku aktivnost ispitanika u sunčanim danima u svim godišnjim dobima (% odgovora ispitanika)



Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Određenom rekreacijskom aktivnošću rekreativci se rekreiraju u manje povoljnim meteorološkim prilikama, što se može objasniti njihovom motivacijom. Za razliku od

rekreativaca kod kojih prevladava želja za posjetom parku za povoljnih vremenskih prilika i kod kojih motivacija nije usmjerena na točno određenu vrstu rekreativnih aktivnosti.

Jednosmjernom analizom varijance ($F=3,685$, $df=3$, $p=0,012$) utvrđeno je da se ispitanici u četiri sunčana dana u različitim godišnjim dobima statistički značajno razlikuju prema zastupljenosti rekreacijske infrastrukture kao motivacijskog faktora (tab. 70).

Tablica 70: Rekreacijska infrastruktura kao motivacijski faktor

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,173	3	1,724	3,685	,012
Within Groups	187,154	400	,468		
Total	192,327	403			

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U ljetnim mjesecima ispitanici najviše ističu da je razlog njihova dolaska rekreacijska infrastruktura ($M=1,13$, $SD=0,75$), dok je u ostalim godišnjim dobima rekreacijska infrastruktura kao motivacijski faktor podjednako je zastupljena: jesen ($M=0,89$, $SD=0,63$), zima ($M=0,88$, $SD=0,69$), proljeće ($M=0,84$, $SD=0,66$) (tab. 71).

Tablica 71: Prosječna ocjena motivacijskog faktora

datum	N	M	SD	Minimum	Maximum
12.10.	101	,8911	,63089	,00	2,00
11.01.	103	,8835	,69028	,00	3,00
6.4.	100	,8400	,66241	,00	3,00
5.07.	100	1,1300	,74745	,00	3,00

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Rekreacijske aktivnosti podijeljene su u dvije skupine kako bi se utvrdile razlike između aktivne, odnosno pasivne rekreacije u različitim godišnjim dobima. Trčanje, borilački sportovi, vožnja biciklom, igre s loptom, koturaljkanje, nordijsko hodanje, vježbanje, brzo hodanje, te badminton pripadaju aktivnim oblicima rekreacije, a šetanje, odmaranje, igra s djecom, razgledavanje, fotografiranje, te šetnja sa psom u pasivne oblike rekreacije.

Ispitanici su mogli navesti tri rekreacijske aktivnosti kojima se najčešće rekreiraju u parku. Svaka rekreacijska aktivnost imala je vrijednost 1 te je dobiven kumulativ za skupinu aktivnih i pasivnih rekreacijskih aktivnosti. Jednosmjernom analizom varijance ($F=5,947$, $df=3$, $p=0,001$) utvrđene su statistički značajne razlike kod ispitanika u četiri sunčana dana u različitim godišnjim dobima s obzirom na zastupljenost aktivnih oblika rekreacije u aktivnostima (tab. 72).

Tablica 72: Zastupljenost aktivne rekreacije

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15,807	3	5,269	5,947	,001
Within Groups	354,381	400	,886		
Total	370,188	403			

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Aktivna rekreacija zastupljenija je zimi ($M=1,53$, $SD=0,93$), dok je u ostalim godišnjim dobima (proljeće, ljeto i jesen) manji broj rekreativaca koji se rekreiraju aktivno: proljeće ($M=1,35$, $SD=0,88$), ljeto ($M=1,14$, $SD=1,02$), jesen ($M=1,01$, $SD=0,93$) (tab. 73).

Tablica 73: Prosječna ocjena aktivne rekreacije

Datum	N	M	SD	Minimum	Maximum
12.10.	101	1,0198	,92715	,00	3,00
11.01.	103	1,5340	,93741	,00	3,00
6.4.	100	1,3500	,88048	,00	3,00
5.07.	100	1,1400	1,01524	,00	3,00

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Jednosmjernom analizom varijance ($F=5,544$, $df=3$, $p=0,001$) utvrđeno je da se ispitanici razlikuju prema zastupljenosti pasivne rekreacije u četiri sunčana dana u različitim godišnjim dobima (tab. 74).

Tablica 74: Zastupljenost pasivne rekreacije

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,893	3	1,298	5,544	,001
Within Groups	93,620	400	,234		
Total	97,512	403			

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U jesen su zastupljeniji rekreativci koji se u prosjeku bave pasivnom rekreacijom ($M=1,02$, $SD=0,42$), dok su u ostalim godišnjim dobima aktivnosti/tipovi pasivne rekreacije manji: zima ($M=0,87$, $SD=0,44$), proljeće ($M=0,79$, $SD=0,52$), ljeto ($M=0,77$, $SD=0,55$) (tab. 75).

Tablica 75: Prosječna ocjena pasivne rekreacije

datum	N	M	SD	Minimum	Maximum
12.10.	101	1,0198	,42380	,00	3,00
11.01.	103	,8738	,43566	,00	2,00
6.4.	100	,7900	,51825	,00	2,00
5.07.	100	,7700	,54781	,00	3,00

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Proizlazi da se u klimatski povoljnijim godišnjim dobima u parku Maksimiru rekreativci većinom podjednako bave aktivnom i pasivnom rekreacijom, dok su zimi rekreativci zainteresiraniji za aktivnu rekreaciju.

Kako bi se utvrdila razlika u dnevnoj potrošnji rekreativaca s obzirom na godišnja doba, iznosi u kunama grupirani su u razrede: 1. 0 kuna, 2. < 20 kuna, 3. 20–50 kuna, 4. 50-100 kuna, 5. > 100 kuna.

Statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika utvrđene su jednosmjernom analizom varijance ($F=6,892$, $df=3$, $p=0,000$) (tab. 76).

Tablica 76: Razlika u dnevnoj potrošnji

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	26,752	3	8,917	6,892	,000
Within Groups	517,572	400	1,294		
Total	544,324	403			

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Ispitanici su najviše potrošili ljeti ($M=2,55$, $SD=1,158$), potom u jesen ($M=2,22$, $SD=1,110$), u proljeće ($M=2,18$, $SD=1,167$) te zimi ($M=1,83$, $SD=1,115$) (tab. 77).

Tablica 77: Prosječna ocjena potrošnje

datum	N	M	SD	Minimum	Maximum
12.10.	101	2,22	1,110	1	5
11.01.	103	1,83	1,115	1	5
6.4.	100	2,18	1,167	0	5
5.07.	100	2,55	1,158	1	5

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Ljeti, osim što je raznolikija i veća ponuda u kojoj se ostvaruje potrošnja, na potrošnju za povoljnih meteoroloških prilika pozitivno utječe i veći broj rekreativaca koji se dolaze rekreirati iz udaljenijih gradskih četvrti, a koji park Maksimir ne posjećuju često pa su skloniji većoj potrošnji prilikom posjeta.

Zadovoljstvo rekreativaca ugostiteljskom ponudom ispitano je pomoću Likertove ljestvice na kojoj je ocjena 1 označavala najniži stupanj zadovoljstva, a ocjena 5 najviši.

Statistički značajne razlike u procjeni zadovoljstva ispitanika ugostiteljskom ponudom parka utvrđene su jednosmjernom analizom varijance ($F=3,957$, $df=3$, $p=0,008$) (tab. 78).

Tablica 78: Zadovoljstvo ugostiteljskom ponudom

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	16,454	3	5,485	3,957	,008
Within Groups	554,378	400	1,386		
Total	570,832	403			

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Ispitanici su ugostiteljskom ponudom u Maksimiru najzadovoljniji u jesen ($M=3,45$, $SD=1,300$), potom u zimu ($M=3,32$, $SD=1,122$), ljeti ($M=3,20$, $SD=1,082$), a najmanje su njome zadovoljni u proljeće ($M=2,90$, $SD=1,193$) (tab. 79).

Tablica 79: Prosječna ocjena zadovoljstva

datum	N	M	SD	Minimum	Maximum
12.10.	101	3,45	1,300	0	5
11.01.	103	3,32	1,122	1	5
6.4.	100	2,90	1,193	0	5
5.07.	100	3,20	1,082	1	5

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Na zadovoljstvo ugostiteljskom ponudom pozitivno utječe veći broj rekreativaca koji Maksimir posjećuju rjeđe, tj. posjetitelji iz udaljenijih gradskih četvrti, koji u Maksimir dolaze povremeno nisu upoznati sa stanjem ugostiteljske ponude pa su manje skloni kritici od rekreativaca koji žive u obližnjim gradskim četvrtima.

H4.2: Obilježja rekreativaca različita su u kišovitim danima u proljeće i jesen

Tablica 80: Struktura rekreativaca prema mjestu stanovanja u proljeće i jesen

		mjesto-kvart prebivališta				Total
		bliže gradske četvrti	dalje gradske četvrti	izvan Zagreba	99,00	
DATUMI	11.05	49	36	15	0	100
		49,0%	36,0%	15,0%	0,0%	100,0%
	24.11.	75	15	8	1	99
		75,8%	15,2%	8,1%	1,0%	100,0%
Total		124	51	23	1	199
		62.3%	25.6%	11.6%	0.5%	100.0%

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Po kišovitom vremenu u proljeće i jesen većina rekreativaca (62,3%) dolazi iz bližih gradskih četvrti (tab. 80).

Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike između ispitanika s obzirom na mjesto stanovanja ($X^2=17,225$, $df=3$, $p=0,001$) (tab.81).

Tablica 81: Hi kvadrat test

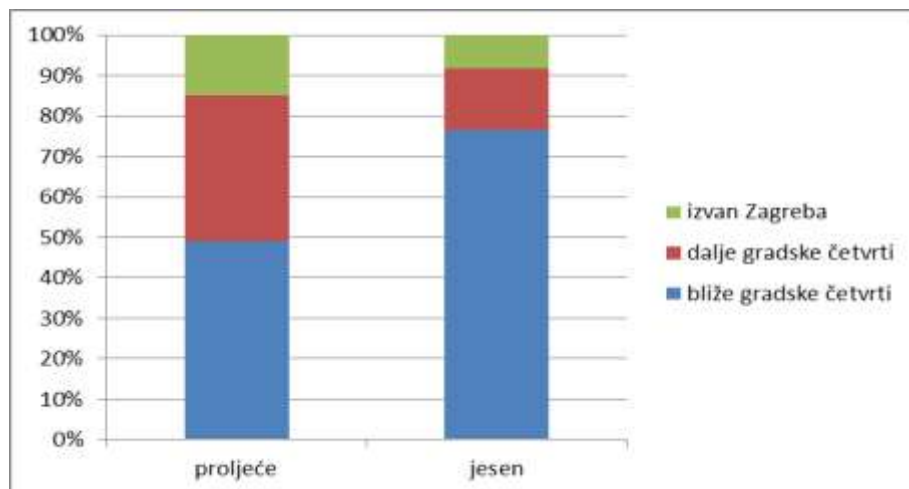
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,225 ^a	3	,001
Likelihood Ratio	17,948	3	,000
Linear-by-Linear Association	,426	1	,514
N of Valid Cases	199		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U jesen je evidentiran veći udio rekreativaca (75,8%) nego u proljeće (49,0%) (graf 24). Time je potvrđeno da što su pogodnije vremenske prilike to je broj rekreativaca iz udaljenijih četvrti od parka Maksimir veći, treba istaknuti da su u proljeće rekreacijske potrebe izraženije zbog duljih dana, dolaskom ljepšeg vremena, nego u jesen što objašnjava veći udio rekreativaca

koji u parku Maksimir koji dolaze u proljeće (15,0%), a žive u naseljima Zagrebačke županije, nego u jesen (9,0%) (graf 24).

Graf 24: Struktura rekreativaca



Izvor: neposredno ispitivanje rekreativaca

Temperatura zraka za rekreaciju bila je nešto pogodnija za kišovitoga dana u proljeće, nego u jesen (tab. 62).

Tablica 82: Procjena ugodne temperature za rekreaciju

	REKODIRANI DATUMI	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
najugodnija temperatura za rekreaciju	11.05	100	2,89	,549	,055
	24.11.	99	2,61	,568	,057

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Statistički značajne razlike u procjeni ispitanika o najugodnijoj temperaturi zraka za rekreaciju utvrđene su t-testom ($t=3,586$, $df=196,598$, $p=0,000$) (tab. 83).

Tablica 83: T-test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
najugodnija temperatura za rekreaciju	Equal variances assumed	10,532	,001	3,587	197	,000	,284	,079	,128	,440
	Equal variances not assumed			3,586	196,598	,000	,284	,079	,128	,440

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Vrijednosti temperature zraka svrstane su u iste razrede kao i u analizi razlika za četiri sunčana dana u svim godišnjim dobima. Za proljetnog kišovito dana procjena najugodnije temperature nešto je veća ($M=2,89$, $SD=0,549$) nego za jesenskog kišovito dana ($M=2,61$, $SD=0,568$) (tab. 84).

Tablica 84: Prosječna ocjena optimalne temperature

	REKODIRANI DATUMI	N	M	SD	Std. Error Mean
koja je po vašem mišljenju najugodnija temperatura za rekreaciju	11.05	100	2,89	,549	,055
	24.11.	99	2,61	,568	,057

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Za proljetnog kišovito dana prema osjetu ugođe bilo je toplo, a za jesenskog - svježije (tab. 62). Može se zaključiti da se procjene optimalnih temperatura za rekreaciju povećavaju proporcionalno izmjerenim temperaturama zraka kao i stupnju osjeta ugođe.

Kako bi se utvrdile razlike između ispitanika koji se u parku rekreiraju za vrijeme kišovito proljetnog i kišovito jesenskog dana, učestalost posjeta Parku kategorizirana je u razrede: 1. svaki dan, 2. dva do tri puta tjedno, 3. jednom tjedno, 4. jednom mjesečno, 5. nekoliko puta godišnje, 6. jedanput godišnje. Statistički značajne razlike u frekvenciji dolazaka ispitanika utvrđene su t-testom ($t=2,865$, $df=197$, $p=0,005$) (tab. 85).

Tablica 85: T-test frekvencije dolazaka

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
koliko često posjećujete Maksimir	Equal variances assumed	,934	,335	2,865	197	,005	,571	,199	,178	,964
	Equal variances not assumed			2,866	196,712	,005	,571	,199	,178	,964

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Uočavaju se razlike između proljetnog i jesenskog kišovito dana s obzirom na frekvenciju dolazaka rekreativaca u Maksimir. Rekreativci koji se u Maksimiru rekreiraju za jesenskog kišovito dana ($M=2,91$, $SD=1,371$) park posjećuju rjeđe od rekreativaca koji se u Maksimiru rekreiraju za proljetnog kišovito dana ($M=3,48$, $SD=1,439$) (tab. 86).

Tablica 86: Učestalost dolaska

	DATUM	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
koliko često posjećujete Maksimir	11.05	100	3,48	1,439	,144
	24.11.	99	2,91	1,371	,138

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Statistički značajne razlike između ispitanika utvrđene su i s obzirom na dob (tab. 87). T-testom ($t= -3,180$, $df=197,000$, $p=0,002$) potvrđeno je da je prosječna dob ispitanika veća za vrijeme kišovito jesenskog dana ($M=45,33$, $SD=17,58$) nego za proljetnog ($M=37,72$, $SD=16,17$) (tab. 87).

Tablica 87: Prosječna dob ispitanika

	REKODIRAN I DATUMI	N	M	SD	Std. Error Mean
DOB	11.05	100	37,7200	16,17148	1,61715
	24.11.	99	45,3333	17,57491	1,76635

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Tablica 88: T-test dob ispitanika

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
D O B	Equal variances assumed	2,126	,146	-3,180	197	,002	-7,61333	2,39381	-12,33412	-2,89255
	Equal variances not assumed			-3,179	195,307	,002	-7,61333	2,39482	-12,33635	-2,89031

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Rekreativci koji Maksimir posjećuju često, iz obližnjih gradskih četvrti, bez obzira na vremenske prilike, uglavnom su starije dobne skupine. Prosječna dob ispitanika veća je za vrijeme kišovitog jesenskog dana, nego za proljetnog.

Hi kvadrat testom identificirane su statistički značajne razlike između ispitanika s obzirom na stručnu spremu ($X^2=12,574$, $df=4$, $p=0,014$) (tab. 89 i tab. 90).

Tablica 89: Hi kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,574 ^a	4	,014
Likelihood Ratio	13,117	4	,011
Linear-by-Linear Association	8,296	1	,004
N of Valid Cases	198		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

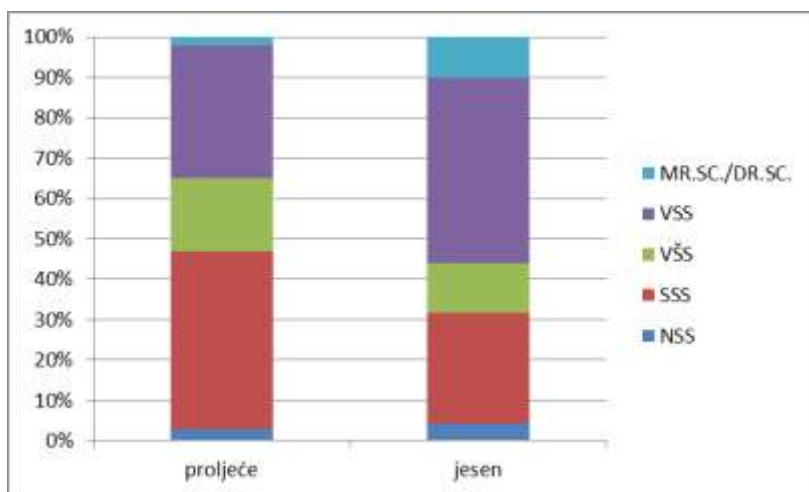
Tablica 90: Struktura ispitanika s obzirom na stručnu spremu za proljetnog i jesenskog kišovitog dana (%)

	NSS	SSS	VŠS	VSS	MR.SC./DR.SC.
Proljeće	3,0	44,0	18,0	33,0	2,0
Jesen	4,1	27,6	12,2	45,9	10,2
Ukupno	3,5	35,9	15,2	39,4	6,0

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Manje pogodne meteorološke prilike za rekreaciju na obrazovanje rekreativce slabije utječu prilikom rekreacijskih aktivnosti nego na slabije obrazovane rekreativce. Veći broj rekreativaca s visokom obrazovnom strukturom uočljiva je za vrijeme jesenskog kišovitog dana kada se u Parku rekreiralo više od dvije trećine (68,3 %) ispitanika s visokom ili višom stručnom spremom (graf 25).

Graf 25: Struktura rekreativaca s obzirom na stručnu spremu za vrijeme proljetnog i jesenskog kišovito dana (%)



Izvor: neposredno istraživanje rekreativaca

Analizom razlika među ispitanicima tijekom četiri sunčana dana, glavni motivacijski faktori za rekreaciju u Maksimiru koje su ispitanici navodili klasificirani su u dvije osnovne skupine: prirodne pogodnosti (npr. šume, jezera) i rekreacijska infrastruktura (npr. uređene staze, dječja igrališta, ostali rekreacijski sadržaji, ugostiteljska ponuda).

Tablica 91: T-test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATRAKCIJE	Equal variances assumed	,006	,939	4,809	197	,000	,42293	,08795	,24948	,59638
	Equal variances not assumed			4,812	193,847	,000	,42293	,08789	,24958	,59628

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

T-testom ($t=4,809$, $df=197$, $p=0,000$) (tab. 91) je utvrđeno da se ispitanici za kišovito proljetnog i jesenskog dana statistički značajno razlikuju prema zastupljenosti rekreacijske infrastrukture kao motivacijskog faktora.

Tablica 92: Prosječna ocjena infrastrukture

DATUM	N	M	SD
11.05	100	1,1300	,66142
6.4.	100	,8400	,66241
24.11.	99	,7071	,57592
12.10.	101	,8911	,63089

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Za proljetnog kišovito dana izraženije su pogodnosti rekreacijske infrastrukture u motivaciji ispitanika ($M=1,130$, $SD=0,661$) (tab. 92) nego za jesenskog ($M=0,707$; $SD=0,576$) (tab. 92). Za proljetnog kišovito dana u Maksimiru su se rekreirali u prosjeku mlađi rekreativci, zainteresiraniji za aktivnu rekreaciju, zbog pogodnosti rekreacijske infrastrukture.

T-testom je utvrđeno da se ispitanici razlikuju i prema zastupljenosti prirodnih pogodnosti kao motivacijskog faktora. Tako su za jesenskog kišovito dana prirodne pogodnosti za rekreaciju izraženije u motivaciji ispitanika ($M=1,44$, $SD=0,59$) (tab. 93) nego za proljetnog ($M=1,08$; $SD=0,66$) (tab. 93).

Tablica 93: Prosječna ocjena prirodnih pogodnosti kao motivacijskog faktora

	REKODIRANI DATUMI	N	M	SD
PRIRODNE ATRAKCIJE	24.11.	99	1,4444	,59285
	12.10.2013.	101	1,0792	,77050
	11.05	100	1,0800	,66180
	24.11.	99	1,4444	,59285

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

To se objašnjava činjenicom da su se za jesenskog kišovito dana u Maksimiru rekreirali u prosjeku stariji rekreativci, zainteresiraniji za pasivnu rekreaciju, u usporedbi s proljetnim, a oni se u Maksimiru rekreiraju prije svega zbog prirodnih pogodnosti.

T-testom su utvrđene statistički značajne razlike među ispitanicima s obzirom na zastupljenost aktivne, odnosno pasivne rekreacije u rekreacijskim aktivnostima (tab. 94).

Tablica 94: Zastupljenost preferiranja oblika aktivne i pasivne rekreacije za proljetnog i jesenskog kišovito dana

Oblici rekreacije	Proljeće		Jesen		T-test
	M	SD	M	SD	
Aktivna rekreacija	1,86	0,91	1,32	0,88	t = 4,232 df = 197 p = 0,000
Pasivna rekreacija	0,70	0,44	0,86	0,40	t = -2,084 df = 166,883 p = 0,039

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Za proljetnog kišovito dana rekreativci se više bave aktivnom rekreacijom, a manje pasivnom. S druge strane, za jesenskog kišovito dana ispitanici se više bave pasivnom rekreacijom, a manje aktivnom. Objašnjava se činjenicom da su se za proljetnog kišovito dana u Maksimiru rekreirali u prosjeku mlađi rekreativci, a za jesenskog kišovito dana u prosjeku stariji rekreativci.

Kako bi se utvrdile razlike u dnevnoj potrošnji rekreativaca u Maksimiru za proljetnog i jesenskog kišovito dana, iznosi u kunama grupirani su u identične razrede kao u slučaju iste analize za sunčane dane u svim godišnjim dobima.

Tablica 95: T-test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
koliko ste novaca potrošili/namjeravate potrošiti prilikom današnjeg posjeta Maksimiru	Equal variances assumed	13,287	,000	3,829	197	,000	,572	,149	,277	,866
	Equal variances not assumed			3,836	178,672	,000	,572	,149	,278	,866

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Statistički značajne razlike u odgovorima ispitanika utvrđene su t-testom (t=3,836, df=178,672, p=0,000) (tab. 95).

Na potrošnju, kao i na zadovoljstvo ugostiteljskom ponudom, pozitivno utječe veći broj rekreativaca koji Maksimir rjeđe posjećuju, rekreativci iz udaljenih gradskih četvrti koji ne poznaju prilike u Maksimiru pa su manje skloni kritici i skloniji su većoj potrošnji. Hipoteza 4 je o ovom dijelu potvrđena.

H4.3: Obilježja rekreativaca različita su između sunčanog i kišovitog dana u proljeće i jesen

Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike i između ispitanika s obzirom na društvo u kojemu se rekreiraju u Maksimiru za sunčanih i kišovitih dana u proljeće i jesen ($X^2=21,991$ $df=3$, $p=0,000$) (tab. 96).

Tablica 96: Hi kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,991 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	22,826	3	,000
Linear-by-Linear Association	,091	1	,763
N	188		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Za sunčanih dana u proljeće i jesen zastupljeniji su rekreativci koji se u parku rekreiraju s obitelji (36,3 %), dok je za kišovitih dana utvrđena nešto veća zastupljenost rekreativaca koji se rekreiraju s prijateljima (32,4 %) ili u društvu partnera/partnerice (28,5 %), dok je udio rekreativaca koji se rekreiraju s obitelji osjetno manji (16,2 %).

Udio rekreativaca koji u Maksimir radi rekreacije dolaze sami podjednak je za sunčanog i kišovitog vremena u proljeće i jesen (tab. 97).

Tablica 97: Struktura ispitanika s obzirom na to s kime dolaze u sunčanim i kišovitim danima u proljeće i jesen (% ispitanika)

	Sam/sama	S partnerom/partnericom	S obitelji (djecom)	S prijateljima
Sunčani dani	22,8	15,5	36,3	25,4
Kišoviti dani	22,9	28,5	16,2	32,4
Ukupno	22,8	21,8	26,6	28,8

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Više od dvije trećine rekreativaca (68,8 %) za sunčanih dana u proljeće i jesen procjenjuje da meteorološke prilike utječu na njih prilikom rekreacije. Za kišovitih dana većina rekreativaca (53,8 %) smatra da meteorološke prilike ne utječu na njih prilikom rekreacije (tab. 98.).

Tablica 98: Utječu li meteorološke prilike na rekreacijsku aktivnost ispitanika u sunčanim i kišovitim danima u proljeće i jesen (% odgovora ispitanika)

Meteorološki uvjeti	Da	Ne
Sunčani dani	68,8	31,2
Kišoviti dani	46,2	53,8
Ukupno	57,5	42,5

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Navedeno se može objasniti time da se za sunčanoga vremena u Maksimiru rekreira više rekreativaca koji u park dolaze rjeđe, dok za kišovitoga vremena u Maksimir većinom dolaze rekreativci koji se u njemu češće rekreiraju pa na njih nepovoljnije meteorološke prilike i manje utječu. Hi kvadrat testom utvrđene su statistički značajne razlike i između ispitanika s obzirom na njihovu procjenu utječu li meteorološke prilike na njihovu rekreacijsku aktivnost u Maksimiru ($X^2=23,414$ $df=1$, $p=0,000$) (tab 99).

Tablica 99: Hi kvadrat test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	23,414 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	22,033	1	,000		
Likelihood Ratio	23,978	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	23,296	1	,000		
N of Valid Cases	199				

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Rekreativci se za vrijeme kišovitih dana bave aktivnom rekreacijom nego za sunčanih dana, što se može objasniti time da po manje pogodnim meteorološkim prilikama Maksimir posjećuju oni rekreativci koji se aktivnom rekreacijom bave u svim meteorološkim prilikama. Ispitanici se za vrijeme sunčanih i kišovitih dana u proljeće i jesen statistički značajno razlikuju prema oblicima rekreacije. Za vrijeme sunčanih dana rekreativci se bave pasivnijim oblicima rekreacije, nego za kišovitih dana, što navodi da se za sunčanih dana u Maksimiru rekreiralo više rekreativaca s nespecifičnom motivacijom za određen tip rekreacije, a više je i obitelji s djecom, što znači i veći udio rekreativaca koji preferiraju pasivnu rekreaciju. Hipoteza 4 je u ovom dijelu potvrđena.

Ukupno imamo statistički značajne razlike u obilježjima rekreativaca u parku Maksimir s obzirom na rekreacijske aktivnosti u različitim meteorološkim prilikama i Hipoteza 4 se potvrđuje.

Uz tradicionalnu ulogu zadovoljavanja individualnih rekreacijskih potreba građana, rekreacijsku funkciju parka znatno ojačavaju i organizirane rekreacijske aktivnosti koje provode različite udruge građana (npr. Atletski klub „Veteran“, Atletski klub Dinamo, Društvo za športsku rekreaciju „Maksimir“, Zona srca-nordijsko hodanje, Orijentacijski klub „Vihor“, odred izviđača „Maksimir“, Adidas škola trčanja), čime se znatno povećava broj rekreativaca bez obzira na meteorološke prilike. U Parku se može primijetiti promjenjivost obilježja rekreacije tijekom vremena, godišnjih doba i meteoroloških prilika. Sportske aktivnosti kojima su se ljudi bavili u parku –nekad, danas se više ne provode (npr. golf koji se igrao na prirodnom terenu s devet rupa, klizanje koje se u zimskim mjesecima odvijalo na Prvom i Drugom maksimirskom jezeru ili rekreativno jahanje po stazama Parka). To je dovelo do toga da se aktualna ponuda rekreacijskih aktivnosti uglavnom svela na osnovne vrste rekreacije, te se time umanjila mogućnost širenja rekreacijske ponude koja bi upotpunila posjet postojećeg kruga rekreativaca, ali zasigurno privukla i nove rekreativce u različitim meteorološkim prilikama (Opačić, Dolenc, 2016).

Biometeorološke prilike važan su čimbenik za potrošnju. Sunčevo zračenje kao i temperatura zraka pozitivno utječe na raspoloženje (stvaranje melatonina i serotonina) čime se povećava mogućnost potrošnje, vjetar i padaline (kiša) ima nepovoljan utjecaj na potrošnju, dok snijeg ima pozitivan utjecaj na potrošnju. Vremenske prilike (temperature, kiše, snijeg, vjetar) izravno ili neizravno, utječu kako na potrošnju tako i na razne djelatnosti.

Potvrđeno je da su niska razina vlage u zraku, visoka razina sunčeve svjetlosti, visoki tlak zraka i visoke temperature povezane s dobrim raspoloženjem, te da ljudi više kupuju kada su dobro raspoloženi jer su skloniji samonagrađivanju, a loše vremenske prilike okarakterizirane niskim temperaturama, smanjenjem sunčeve svjetlosti i povećanjem padalina, pozitivno utječu na negativnu hedonističku potrošnju (Štulec, 2013).

7. PRIJEDLOG ODRŽIVOG KORIŠTENJA GRADSKIH PARKOVA U FUNKCIJI RAZVOJA ZAGREBAČKE TURISTIČKE PONUDE

Prožeti porukom iz prošlosti, spomenici kulture i prirode generacija ljudi ostaju do današnjeg dana kao živi svjedoci tradicije. Ljudi postaju sve svjesniji jedinstvenosti ljudskih vrijednosti i u svezi s tim povijesnih ambijentalnih spomenika kao uobičajenog nasljeđa. Naša je odgovornost da se oni zaštite za buduće generacije i da se prema njima odnosimo u punom bogatstvu njihove izvornosti. Neophodno je da se principi koji rukovode zaštitom prirodnih vrijednosti, restauracijom i konzervacijom, kako na lokalnoj tako i na međunarodnoj razini usuglase sa zasebnom odgovornošću svake zemlje da primjeni plan unutar okvira vlastite kulture i tradicije. Održivi razvoj ima prioritete, ali nema planove djelovanja, on podrazumijeva usuglašenu uporabu resursa, investiranje i institucionalne promjene. Održivi razvoj započinje od svakog pojedinca u promjenama osobnih vrijednosti i nastavlja se prenošenjem tih promjena na sva područja života. Održivi razvoj omogućuje upravljanje promjenom, transparentno i odgovorno upravljanje za budući razvoj. S aspekta turističkih atrakcija održivi razvoj turizma u ambijentalnim resursima znači kreativnost čovjeka izraženu elementima prirode i ovisi isključivo o postupanju s atrakcijama u njima. To znači da se turističke atrakcije u turizmu moraju koristiti racionalno, a istovremeno ih je potrebno učiniti turistički atraktivnima. Istraživanja pokazuju da je sve više gostiju koji posjećuju kulturno povijesne spomenike, spomenike parkovne arhitekture, te različite kulturne manifestacije, stoga je potrebno osmisliti praktična rješenja održivog razvoja turizma u ambijentalnim prostorima grada koja uključuju zajedničko djelovanje gradskih vlasti, okoliša i turističkog sektora po principima održivog razvoja turizma tako da se odredi prihvatni kapacitet prostora, da se procjene utjecaji turizma na okoliš, te da se planira turistička infrastruktura u zaštićenim područjima, a temeljem inventarizacije turističkih atrakcija, plana razvoja ambijentalnog turizma, plana namjene površina i marketinškog planiranja. U skladu s navedenim cilj je osigurati ugodan boravak, stjecanje novih iskustava na način da se kulturna i prirodna baština stave u funkciju razvoja, restauracijom spomenika i krajobraznim uređenjem njihovog okoliša, uspostavom cjelodnevnog radnog vremena kulturnih znamenitosti i prezentera prirodne i kulturne baštine u vrijeme turističke sezone. Potrebno je osmisliti nekoliko dobro terminiranih tradicijskih i kulturnih manifestacija u cilju prezentacije kulturnih i prirodnih vrijednosti i animacije turista, te kontinuiranim održavanjem događanja stvoriti tradicionalna

događanja koja će se uvrstiti u itinerare i planove putovanja. Značajan faktor u privlačenju posjetitelja u zaštićena područja je gastronomska ponuda. Prema istraživanju Tomas ljeta 2010. vidljivo je da su motivi dolaska stranih gostiju u Hrvatsku u najvećoj mjeri bili pasivni: odmor i opuštanje (75%), zabava, putovanja zbog stjecanja novih iskustva, te gastronomija (u 22% slučajeva). Iz rezultata istraživanja može se uočiti da značaj gastronomije kao motivatora za posjećivanje određene destinacije poprima značajan udio i predstavlja značajniji dio ponude same destinacije (22%) (Drpić, Vukman, 2014). Spoj gastronomije i prirodnih ljepota dobitna je kombinacija za segment potražnje domaćih i stranih posjetitelja, svih dobnih skupina i viših platežnih mogućnosti. Tržišni trendovi koji povezuju ranije nespojive kombinacije u hortikulturi i kulturi navode da je uz tradicijske statične atrakcije, potrebno uvesti suvremene, zabavne, popularne atrakcije i događaje kako bi se pridonijelo animiranju i oživljavanju ambijentalnih resursa i potaklo turiste na ponovni dolazak i posjet kulturno povijesnih spomenika kulture i prirode.

7.1. Održivost prirodnih i antropogenih resursa

Ambijentalni resursi, bogatstvo biološke raznolikosti, krajobrazi, otvorene površine, rekreativne vrijednosti i kulturni resursi važan su pokretač turizma i mogu postati izvor dohotka i zapošljavanja u lokalnoj zajednici. Engleski primjeri ukazuju da zaštita ne znači isključivo konzerviranje, već potrebu i mogućnost dodavanja novih sadržaja koji bi park Maksimir, ambijentalni resurs europskog značaja, učinio svjetski poznatim i privlačnim. Evidentno je da se tijekom stvaranja parka i njegovog razvoja park dopunjavao novim sadržajima (Zoološki vrt, razni kulturno povijesni spomenici) iz čega se izvlači pouka da se u park slijedom i uvjetima vremena dodaju novi sadržaji. Dodavanje novih, drugačijih sadržaja imali su za cilj stvaranje veće zanimljivosti, privlačnosti i raznolikije korištenje (na primjeru Londona unašanje suvremenih elemenata turističkih atrakcija u povijesne perivoje kao novi element ponude i atraktivnosti). Održivi razvoj postiže se upravo poštivanjem bogatstva kulturnih i prirodnih izvornosti te sinergijom prošlog vremena i stečenih iskustava te

primjenom pozitivnih primjera iz Svijeta, kako bi se prilagodila ponuda suvremenim potrebama korištenja.

Kvalitetnim upravljanjem i održavanjem ambijentalnih resursa povećava se vrijednost ekosustava te socijalna i ekonomska važnost. Vrijednost ekosustavnih usluga može se podijeliti na dvije komponente: dodatna vrijednost proglašenja područja zaštićenim tako da se poveća vrijednost statusa zbog povećanog interesa turista i posjetitelja, zbog upravljanja i ulaganja u njega te vrijednost naknadno izbjegnuto propadanja područja uslijed poduzimanja mjera u području i izvan njega. (Vrijednost usluga koje će se održati i bez proglašenja područja zaštićenim). Ako bi neproglašenje nekog područja zaštićenim i s time povezane mjere dovele do propadanja ekosustava i gubitka usluga, tada bi proglašenje područja zaštićenim i njegova djelotvorna zaštita donijele značajnu dodanu vrijednost. Suprotno tome, proglašenje zaštićenog područja donijelo bi manje dodatne koristi ako ionako postoji mala prijetnja od propadanja područja (Stolton, Dudley, 2012).

Troškovi upravljanja ambijentalnim resursima Grada Zagreba još uvijek su daleko veći od iznosa koristi, dokazi da koristi dobivene od ambijentalnih područja opravdavaju troškove dovode do potrebe za okretanjem novim izvorima prihoda. Zbog manjka resursa i kapaciteta, nedostatka političke potpore, needuciranosti, nesagledavanje višeg cilja, nerazumijevanje dionika i zajednice dovodi do slabljenja značaja ambijentalnih prostora grada. Podizanje svijesti javnosti da je društvo dionik koji mora snositi dio troškova (financijske troškove upravljanja ili društvene i ekonomske troškove) kako bi se osigurale koristi od ambijentalnih resursa, još uvijek se čini gotovo nemogućim ili u konkretnom slučaju da održavanje ambijentalnih površina ne znači i gospodarenje istima, odnosno da ključni potencijalni troškovi ne znače ostvarenje potencijalne dobiti od legitimnog iskorištavanja resursa. Promjena dosadašnjeg načina upravljanja i odustajanje od alternativnog iskorištavanja područja, na način da se troškovi koji nastaju s naslova neostvarenih poreznih prihoda i prihoda od državnih poduzeća za gospodarenje prirodnim resursima (prodaja šumske sirovine i ostvarivanje dobiti od iste, a da upravljač zaštićenog područja od toga nema financijske koristi) presudna je kako bi se osiguralo djelotvorno stvaranje koristi. U europskim i svjetskim razmjerima zaštićena područja još se uvijek nisu okoristila mehanizmima zaračunavanja naknada u svrhu podmirenja troškova, razlog tome je što se još uvijek smatra da je zaštićeni prostor, ambijentalni prostor, park čini javno dobro čije usluge ekosustava se mogu iskorištavati beskonačno i bez obaveze u bilo kojem smislu.

Sinergija Zoološkog vrta i parka Maksimir u turističkoj valorizaciji, marketinškim aktivnostima, apliciranjem na projekte Europske unije i usmjerenost upravljanja na turističke vrijednosti koje Zoološki vrt i park Maksimir predstavljaju za Grad Zagreb zasigurno olakšavaju ostvarenje cilja: povećanju posjećenosti, atraktivnosti te osiguranju materijalnih i tehničkih sredstava uz jačanje kadrovskih potencijala Ustanove i Grada Zagreba. Komplementarno djelovanje imao bi pozitivan učinak na podizanje kvalitete parka Maksimir, gradske četvrti Maksimir i Grada Zagreba. Uvođenjem novih zajedničkih atrakcija i sadržaja osigurat će i nove elemente turističke ponude partnerskih ustanova što stvara dodani motiv i razlog dolaska domaćih i stranih posjetitelja u Maksimir. Kroz povećan broj posjetitelja promiče se održivo korištenje zaštićenog prirodnog i kulturnog dobra. Novonastala turistička vrijednost uz istovremeno osiguranje sinergije zaštićenog prostora parka Maksimir i Zoološkog vrta osigurat će revitalizaciju atraktivnog prostora namijenjenog posjetiteljima.

Dodatne vrijednosti sinergije vidljive su u podizanju razine usluge, a time i kvalitete turističke ponude te dodatno jačanje uloge promotora zaštite prirode i održivog razvoja, što čini jednu od sastavnih djelatnosti partnerskih ustanova, koja proizlazi iz njihove registracije te značaja koje imaju kao poligoni zaštite prirode i održivog razvoja.

7.2. Analiza internih resursa (SWOT analiza) ambijentalnih resursa

Slabe i jake strane kao mogućnosti i prijetnje sažeto su prikazane u sljedećem nizu.

SNAGE

- ❖ atraktivna i očuvana prirodna i kulturna baština
- ❖ status zaštićenog područja utječe na pozitivnu percepciju kod posjetitelja
- ❖ udaljenost tri km od centra grada
- ❖ globalni trend rasta Eko turizma, održivog turizma
- ❖ povoljni mikroklimatski uvjeti
- ❖ dobra infrastruktura za rekreativne aktivnosti
- ❖ postojanje sadržaja za aktivni odmor u prirodi biciklističke staze, rent a bike

- ❖ postojanje turističkih atrakcija: Švicarska kuća, Vidikovac, Zoološki vrt
- ❖ postojanje edukativnih sadržaja za školsku djecu
- ❖ postojanje kvalitetnih promotivnih i edukativnih materijala (letci, vodič, karte)
- ❖ postojanje ugostiteljske ponude
- ❖ porast broja turista u Zagrebu i porast broja stranih turista u Parku
- ❖ dobra partnerstva – Turistička zajednica, gradski ured za turizam
- ❖ postojanje manifestacija,
- ❖ prepoznatljivost na Europskoj razini
- ❖ odličan imidž Grada Zagreba na međunarodnom tržištu
- ❖ dobar geoprometni položaj
- ❖ ekološki očuvani prostori
- ❖ pozitivan stav lokalnog stanovništva prema razvoju ponude
- ❖ visoka razina sigurnosti
- ❖ važni rekreativni resursi Grada
- ❖ dostupnost sredstava iz europskih fondova

SLABOSTI

- ❖ kompletna ponuda bez integracije i bez zajedničkog pristupa turističkom tržištu
- ❖ mnoštvo dionika koje upravlja infrastrukturom za posjetitelje (uslugama i sadržajima)
- ❖ sudski sporovi s dionicima ugostiteljskih usluga
- ❖ neodgovarajuća prometna infrastruktura javne garaže i parkinzi
- ❖ nedostatna i neprofesionalna promocija područja
- ❖ manjak privatnih investicija u dodatne sadržaje
- ❖ zatvorenost prema sponzorstvima, kao obliku dodatnih izvora prihoda
- ❖ izražena sezonalnost posjećivanja
- ❖ dugotrajna recesija; loše stanje objekata, niska potrošnja posjetitelja
- ❖ relativno mali ljudski kapaciteti
- ❖ nedovoljna financijska sredstva za održavanje postojeće infrastrukture za posjetitelje i izgradnju dodatnih/ novih sadržaja
- ❖ nedostatna turistička signalizacija iz smjera središta grada prema parkovima
- ❖ koncentracija većine sadržaja i posjetitelja u južnom dijelu
- ❖ nedostatak zatvorenog prostora za prihvata većeg broja posjetitelja
- ❖ neadekvatna promocija, marketing i komercijalizacija destinacije

- ❖ relativno slaba kvaliteta proizvoda i usluga uz nepostojanje autohtone ponude
- ❖ nepostojanje jedinstvenog „brand-a“ ambijentalnih resursa grada Zagreba
- ❖ konfliktnost razvojnih opcija o održivom razvoju
- ❖ negativna percepcija gospodarenja šumama
- ❖ zapuštenost objekata
- ❖ nepostojanje politika upravljanja ključnih segmenata (upravljanje posjetiteljima, rizicima, kvalitetom, baza podataka, baza projekata)
- ❖ nepostojanje dugoročne vizije razvoja
- ❖ nepostojanje plana upravljanja
- ❖ nepostojanje mogućnosti izricanja kaznenih mjera za nepoštivanje pravila ponašanja, vandalizma ili zločina

PRILIKE (vanjske)

- ❖ porast novih trendova u turizmu - trenda posjećivanja zaštićenih područja među turistima („zeleni turizam“), zdravstveni turizam, kulturni turizam, aktivni
- ❖ povećava se potražnja za odredištima koja nude kvalitetu, jednostavan transport
- ❖ stvaranje savjetodavnog tijela od svih dionika – prilika da izraste u vrlo jako tijelo koje može proaktivno sugerirati rješavanje više aktualnih problema – prometne signalizacije, parkinga, prometne povezanosti
- ❖ dostupnost raznih fondova za razvojne projekte, uključujući i EU fondove
- ❖ NIP projekt
- ❖ pozitivni trendovi u stavu gospodarskih subjekata prema „zelenim“ inicijativama, pa tako i prema ulaganjima u zaštićena područja
- ❖ strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. - prednost ima razvoj kontinentalnog turizma i to prvenstveno onih područja koja „zbog značajki resursno-atraksijske osnove i/ili tradicije u turističkom privređivanju imaju najveće šanse za uspjeh“
- ❖ osmišljavanje ljetnih sadržaja, i sadržaja vezanih uz razdoblje Adventa (povezivanje s organizatorima događanja u gradu),
- ❖ povezivanje s turističkim agencijama, tj. vodičima – osmišljavanje tura/programa koje bi mogli nuditi u svojoj ponudi
- ❖ objedinjavanje događanja, sadržaja i atrakcija na jednom dvojezičnom web portalu

- ❖ stavljanje postojećih neiskorištenih ili nedovoljno iskorištenih objekata u funkciju - (osnivanje centra za posjetitelje)
- ❖ sinergija Zoološkog vrta i parka Maksimir u aktivnostima turističke valorizacije
- ❖ mogućnost razvijanje novih turističkih proizvoda
- ❖ partnerstvo
- ❖ nositelji održivog razvoja i promicanja „zelenih“ tehnologija

PRIJETNJE (vanjske)

- ❖ prolongirana financijska i ekonomska kriza u društvu općenito
- ❖ pasivnost u stvaranju preduvjeta za poželjan razvoj tradicijskih i novih turističkih proizvoda
- ❖ prevelika ovisnost o financiranju iz gradskog proračuna; nemoguća samoodrživost
- ❖ potencijalno prevelika preopterećenost prostora - smanjenje kvalitete posjeta
- ❖ neprikladne djelatnosti na prostoru Parka koje mogu narušiti njegovu prirodnu ravnotežu i atraktivnost (npr. izvlačenje drva)
- ❖ vandalizam
- ❖ previše aktera koji ne surađuju dovoljno, čak i dvije razine institucionalnog okvira (gradska i državna razina) – često preklapanje i nejasnoće oko nadležnosti
- ❖ aktivnosti turističkih agencija i turoperatora –ne uključuju upravu parka
- ❖ legislativni pritisak
- ❖ imovinsko-pravne prepreke – katastarski neriješena podjela imovine što smanjuje ili komplicira infrastrukturne zahvate
- ❖ gubitak tradicije
- ❖ aktivnosti drugih pravnih osoba na području parka zbog neusklađenosti pravilnika Ministarstva zaštite okoliša i prirode i Ministarstva turizma
- ❖ pojava invazivnih vrsta
- ❖ propadanje važnih kulturnih resursa
- ❖ nepostojanje dugoročnih planova
- ❖ nedostatak financijskih sredstava i ljudskih resursa
- ❖ posjetiteljska infrastruktura je siromašna i neprikladna
- ❖ srednja kvaliteta ugostiteljskih usluga
- ❖ potencijalno zagađenje

SAŽETAK KLJUČNIH TOČAKA

Iz SWOT analize može se izvući nekoliko ključnih točaka koje se odnose na turizam u parku Maksimir:

- održivi turizam može uvelike doprinijeti zaštiti prirode, biološke i krajobrazne raznolikosti i djelovati kao kohezijska sila na objedinjavanje cijelog područja u jedinstvenu cjelinu,
- Zagreb ima vrlo jaku bazu resursa za održivi turizam koji, djelujući u sprezi, mogu značajno doprinijeti jedno drugome, kao i gradu u cjelini,
- postojanje brojnih visoko kvalitetnih turističkih proizvoda i usluga, ali ujedno i mogućnost za njihovo unaprjeđenje, razvoj novih proizvoda za privlačenje novih ciljnih tržišta, kao i mogućnost za bolju suradnju s turističkim sektorom,
- nedostatak modernog centra za posjetitelje u kojem bi se prezentirale brojne prirodne, krajobrazne i kulturne vrijednosti ambijentalnih resursa,
- potrebno je brendiranje ambijentalnih resursa, tj. stvaranje prepoznatljivog brenda, kao jedinstvene ponude,
- postoji potreba za dodatnim razvijanjem specifičnih kanala informiranja o ambijentalnim resursima usmjerenih prema posjetiteljima kroz razne formate i nove medije,
- povećan pritisak osobnih vozila i nedostatak parkirnih mjesta – mogućnost se vidi u izgradnji podzemne garaže na mjestu sadašnjeg parkinga na Bukovačkoj cesti (uz prethodnu procjenu utjecaja na okoliš),
- većina sadržaja za posjetitelje koncentrirana je u južnom dijelu parka Maksimir, pa je potrebno rasteretiti taj dio kroz razvoj i unaprjeđenje sadržaja na drugim dijelovima (sjevernom dijelu), te preusmjeravanje interesa posjetitelja na njih,
- potrebno je uspostaviti bolju i čvršću suradnju između javnog i privatnog sektora, te dionika na cijelom području Parka, kako bi se osiguralo efikasnije korištenje resursa i ojačao „brend“ destinacije,
- očuvanje posebnosti i povećanje atraktivnosti postojećih resursa,
- opredjeljenje za ekološki prihvatljive, profitabilne projekte i oblike turizma s visokom kvalitetom usluge,

- kulturna baština - održavanje i zaštita svih vidova kulturne baštine te njihova odgovarajuća prezentacija tako da se potakne korištenje postojećih, obnova nestalih - uništenih objekata, sustavno označavanje svih objekata i prezentacija istih,
- revitalizacija i valorizacija postojećih turističkih kapaciteta, postavljanje zaštitne ograde uokolo parka Maksimir kako bi se uspostavila lakša kontrola posjetitelja, sigurnost i stvorili preduvjeti za simboličnu naplatu ulaza i ostvarivanje financijske koristi u budućnosti,
- povećati svijest javnosti kako bi se ponašanje posjetitelja usmjerilo ka savjesnom korištenju parkova

7.3. Definiranje prostorno ambijentalnih razvojnih ciljeva

Kako bi upravljanje ambijentalnim prostorima bilo efikasno i efektivno potrebno je:

- definirati i osnažiti identitet ambijentalnih prostora kao značajnih resursa za razvoj održivog turizma, promovirati njihove prirodne i kulturne vrijednosti te poboljšati sustav upravljanja posjećivanjem, ustanova treba imati jasnu viziju razvoja, plan upravljanja, jasne zakonodavne ovlasti, misiju i definirane osnovne ciljeve koje trebaju biti prezentirane i dostupne javnosti,
- povezati, koordinirati i surađivati sa svim unutarnjim i vanjskim dionicima ambijentalnih prostora na integriranom i održivom razvoju turizma; uspješnost upravljanja ambijentalnim prostorima Grada Zagreba zahtjeva izradu Master plana. Ključne pretpostavke za ostvarenje ovog faktora su: poslovni plan ustanove za upravljanje uključen u plan razvoja Grada Zagreba te plan upravljanja zaštićenim područjima,
- uvođenje sustava kvalitete kako bi se ojačala svijest i znanje o značaju ambijentalnog turizma; kvaliteta je postala primaran i strateški cilj gotovo svakog poslovnog subjekta

Standardizacija upravljanja zaštićenim područjima relativno je nov pojam, intenzivirana je 2005. godine, a radi definiranja minimalnog standarda upravljanja zaštićenim područjima,

prvenstveno nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Pri tome je Ministarstvo kulture, Uprava za zaštitu prirode, definiralo prioritete: (Rajković, 2009): 1) poboljšati planiranje upravljanja, 2) definirati vizualni identitet parkova i 3) uspostaviti bazu podataka u GIS-u. Standardizacijom je obuhvaćen sustav naplate ulaznica i naknada u nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Temeljem tog pristupa ambijentalni prostori Grada Zagreba trebali bi definirati zajedničku viziju razvoja, jedinstveni vizualni identitet i uspostaviti određeni stupanj standarda kvalitete koji se pružaju i u ugostiteljskim, edukativnim i rekreativnim uslugama. Europski primjer standardizacije kvalitete u zaštićenim područjima je Europarc federacija koja izdaje certifikat o održivom turizmu, a daje se nacionalnim parkovima i parkovima prirode koji krenu u postupak certifikacije. Uspostava sustava kvalitete pridonosi brendiranju, jačanju lokalnog ponosa, zapošljavanju, ulaganju u infrastrukturu, povezivanju ambijentalnih prostora i povećanju prihoda. Uspostava zajedničkog identiteta ambijentalnih resursa Grada stvorilo bi prepoznatljivost i garanciju kvalitete. Uvodeći standard kvalitete ili uspostavljanje sustava minimalnog standarda kvalitete na ambijentalnim prostorima dovelo bi do podizanja svijesti javnosti o važnosti tih prostora i stvorili bi se preduvjeti za razvoj sustava naplate usluga ekosustava.

Pojam zelena infrastruktura utemeljena je u Strategiji bioraznolikosti EU-a, ali predstavlja mnogo više od instrumenta za očuvanje bioraznolikosti (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/>). Ona, naime može predstavljati i značajan doprinos za provedbu ciljeva propisanih EU-a propisima koji se odnose na regionalni i ruralni razvoj, klimatske promjene, upravljanje rizikom od katastrofe, poljoprivredu, šumarstvo i okoliš. Komunikacija Europske komisije (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/>) zelenu infrastrukturu opisuje kao mrežu prirodnih, poluprirodnih područja i zelenih prostora koja pruža usluge ekosustava, pri čemu se potiče dobrobit ljudi i kvaliteta života.

Zelena infrastruktura može pružiti višestruke funkcije i pogodnosti u istom prostornom području. Te funkcije mogu biti okolišne (npr. očuvanje biološke raznolikosti ili prilagodba klimatskim promjenama), društvene (npr. osiguranje kvalitetne odvodnje ili zelenih površina) i gospodarske (npr. stvaranje radnih mjesta i rast cijena nekretnina). Strategija za bioraznolikost (http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/strategy/index_en.htm) želi osigurati da se ekosustavi i njihove usluge do 2020. održavaju i poboljšavaju uspostavljanjem zelene infrastrukture i obnovom barem 15 % degradiranih ekosustava. Također od država članica traži da kartiraju i procijene stanje ekosustava i njihovih usluga na nacionalnoj razini. Taj će rad doprinijeti procjeni ekonomske vrijednosti usluga ekosustava i

promicati integraciju tih vrijednosti u nacionalne računovodstvene sustave i sustave izvještavanja, kao i onih EU-a do 2020. Zelena infrastruktura i Brownfield za cilj imaju razvoj i poboljšanje cijelog niza sadržaja i aktivnosti koji mogu obogatiti zadovoljstvo posjetitelja baziranih na rekreaciji i edukaciji o prirodnim i kulturnim vrijednostima ambijentalnih prostora. Neiskorišteni objekti kulturne baštine svojim sadašnjim stanjem dovode do štetnih učinaka što na percepciju javnosti o sposobnosti upravljanja njima, što uz brigu za okoliš i očuvanje kulturne baštine. Postojanje vizije razvoja, strateških razvojnih dokumenata, političke podrške, odgovarajuće pravne regulative, podrške javnosti, poticaja povezivanja lokalnih proizvođača s ugostiteljskim sektorom unutar ambijentalnih prostora, stvorili bi se preduvjeti za financijske prilike i otvorile mogućnosti javno privatnog partnerstva. Ravnopravan pristup, poboljšanje pješačke mobilnosti, pristup ambijentalnim prostorima i sadržajima u prostoru u sklopu kojeg su rampe za invalide koje omogućavaju lakše kretanje osobama s kolicima ili u kolicima, interpretativni sadržaji prilagođeni osobama s oslabljenim vidom, slijepim osobama ili bilo kojim drugim vrstama invaliditeta.

7.4. Vizija razvoja

Zelena infrastruktura podrazumijeva adekvatnu površinu zelenih, ambijentalnih prostora određene kvalitete, koji garantiraju zadovoljenje socijalnih, estetskih potreba građana i ekološke funkcije grada. Razvoj zelene infrastrukture zahtijeva dugoročnu strategiju s jasno postavljenim ciljevima, a razvoj ambijentalnih prostora trebao bi obuhvaćati povećanje i optimiziranje kvalitete urbanih zelenih prostora tako da zeleni / ambijentalni prostori formiraju osnovnu strukturu kao element slike grada, da se sastoje od većih i manjih ambijentalnih prostora koji zajedno osiguravaju jedinstvenu mrežu. Kvaliteta urbanih ambijentalnih prostora treba ispunjavati ekološku ulogu, promovirati biološku raznolikost grada kroz osiguranje biološke raznolikosti staništa, kroz razvoj prioriternih područja za očuvanje prirode, promoviranje socijalne dobrobiti ambijentalnih prostora i osiguravanje mogućnosti stanovnicima za zdrav život. Bogatstvo grada zelenom infrastrukturom daje mu visoku estetsku vrijednost, a samim time i pozitivan efekt cijele slike grada. Uporaba zelenih površina definirana je kroz: dostupnost, otvorenost i lak pristup zelenim prostorima,

atraktivnost, multifunkcionalnost prostora i sposobnost da se prilagodi različitim potrebama korisnika, opremljenost i uređenost, postojanje infrastrukture za rekreativne aktivnosti i dokolicu, socijalnu sigurnost, mogućnost brze adaptacije na promjenu u razvoju i zahtjevima grada. Planiranje, razvoj i menadžment urbanih ambijentalnih prostora treba omogućiti visoki nivo učešća javnosti, razvoj partnerstva upravljača i korisnika, integraciju novih znanja i iskustava u strateškom procesu planiranja, razvoj novih strategija za smanjenje troškova održavanja urbanih zelenih prostora, razvoj strategija za zaštitu ambijentalnih prostora od drugih načina upotrebe i pritisaka. Bez obzira na odabrani pristup, najvažnije je da svi pojedinci koji će osjetiti posljedice razvoja turizma, ili žele biti uključeni u proces, imaju priliku uključiti se u razvoj vizije za budućnost destinacije (Ruhanen, 2012).

Mogućnosti ambijentalnih prostora mogu se strategijski i učinkovito uključiti u turističke trendove, pod pretpostavkom sustavna saniranja postojećih slabosti. Suvremeni turisti sve više inkliniraju prema potražnji urbanog i kulturnog turizma te žele dobiti primjerenu vrijednost za uloženi novac, pri čemu procjenjuju krajobraz, klimu, povijesnu baštinu, hortikulturu, smještaj. Predočeni ciljevi splet su komplementarnih i kompatibilnih zahtjeva na putu dugoročnog turističkog razvoja gradske hortikulture i ambijentalnih prostora.

Održivi turizam, jedan je od glavnih ekonomskih pokretača, promotor je zaštite prirode i kulturne baštine i kao takav utječe na cjelokupni razvoj grada. Dosadašnji način poslovanja nameće potrebu za sagledavanjem drugih načina i mogućnosti financiranja parkova i Javne ustanove Maksimir, u svrhu osiguranja održivog poslovanja. Potrebno je oblikovati prioritete financiranja i mehanizme financiranja kako bi se osigurali pravi poticaji i dostatna financijska potpora te osigurala financijska stabilnost koja nije podložna utjecajima recesije i vremenima financijske nesigurnosti i neizvjesnosti. Osigurati stabilan i usklađen zakonodavni okvir, decentralizaciju, ciljeve koji podržavaju fleksibilnost lokalne zajednice u smislu upravljačkih prava, podizanje svijesti javnosti, građana, posjetitelja, poslovnih subjekata, političara i dionika o značaju ambijentalnih prostora i njihovo uključenje u očuvanje potrebno je kako bi se promjene počele događati.

Prema CABE, savjetodavnoj agenciji za arhitekturu, urbani dizajn i otvorene gradske prostore Londona navode se primjeri modela financiranja parkova (Woolley, 2004):

1. tradicionalno financiranje sredstvima iz gradskog proračuna: izvor je relativno stabilnog izvora prihoda osim u vrijeme recesije i financijske krize. Slabost je što godišnje financiranje ne daje mogućnost dugoročnog planiranja, a uštede u vrijeme financijske nestabilnosti prvo se odražavaju na području zelenih prostora grada

2. javno privatno partnerstvo: zajedničko djelovanje javnog i privatnog sektora u proizvodnji ili u pružanju usluga. Cilj je zajedničkog djelovanja ekonomičnija, djelotvornija i uspješnija proizvodnja ili pružanje usluga u odnosu na konvencionalan način. Većinom su to dugoročni projekti u okviru kojega privatni sektor preuzima rizike financiranja, održavanja ili potražnje. Odluka o odabiru modela javno privatnog partnerstva temelji se na izračunu ušteda koje proizlaze iz odabira. Po ovom modelu, na jednoj je strani javni partner ili više njih (općine, gradovi, županije, država, javna poduzeća), a na drugoj privatni poduzetnici koji su spremni uložiti svoj kapital, proizvodne i druge kapacitete u izgradnju, adaptaciju i dogradnju objekata, komunalne i druge infrastrukture namijenjene poboljšanju javnih i drugih potreba (www.apiu.hr)

Karakteristike javno privatnog partnerstva su (Sajko, 2008): dugoročna suradnja, poboljšanje kvalitete usluga, sveobuhvatna odgovornost na strani privatnog sektora, javljaju se u oblicima: neformalne kooperacije, koncesija, dugoročnih ugovora o najmu, nabavci ili pružanju usluga, djelomične privatizacije i društveno - pravne kooperacije ili spajanjem javnog sektora s privatnim sektorom u zajedničko projektno društvo, pri čemu privatni sektor pruža javnu uslugu.

Kvaliteta zelenih prostora povećava vrijednost stambenih i gospodarskih građevina koji su u neposrednoj blizini daju dodatnu vrijednost prostoru te upućuje na nužnost očuvanja prirodne i kulturne baštine. S obzirom na osjetljivost područja u smislu očuvanja i zaštite koje iziskuju znatna materijalna sredstva, nameće se potreba zaštite ali i održivog korištenja. Na primjeru kulturne baštine Grada Zagreba, odnosno Strategije očuvanja, zaštite i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske, koja pod održivim korištenjem kulturne baštine podrazumijeva njezinu zaštitu i korištenje, navodi se da korištenje kulturne baštine može donijeti prihod od kojeg se dio ponovno ulaže u njezinu zaštitu. To pridonosi osiguravanju održivosti kulturne baštine i ujedno omogućuje dodatno financiranje iz drugih izvora, ne oslanjajući se samo na proračun. Uz to, gospodarsko korištenje kulturne baštine utječe na podizanje svijesti i razumijevanje šire javnosti o njezinoj važnosti za identitet, zajedništvo i društvenu koheziju. Grad Zagreb provodi i ima instrumente kao što su Spomenička renta, čija se sredstva koriste za kontinuiranu provedbu zaštite i obnove kulturnih dobara ali su se ta sredstva pokazala nedovoljnim za postojeće potrebe i probleme. Unatoč tome, postignuti su značajni rezultati u zaštiti i očuvanju kulturnih dobara na području Grada Zagreba, a koji ne bi bili mogući bez osiguravanja sredstava iz spomeničke rente. Sav prihod od spomeničke rente može se koristiti isključivo za zaštitu i očuvanje kulturnih dobara, a

uplaćuje se 60% u korist Grada Zagreba, a 40% u korist Državnog proračuna. Na taj način, odnosno zakonskim i podzakonskim aktima kao i godišnjim programima spomeničke rente stvorene su pretpostavke i temelji sustavne obnove kulturnih dobara na području Grada Zagreb (Zagrebplan 2020). Mogućnost uvođenja sustava oporezivanja sličnom Spomeničkoj renti samo vezan uz zaštićene prirodne resurse Grada generirao bi se dio financijskih sredstava za održavanje kvalitete zaštićenih površina i usluga unutar ambijentalnih prostora. Slabost se vidi u negativnoj percepciji javnosti prema uvođenju novih poreza i nesamostalnosti gradske vlasti u uvođenju fiskalne reforme na lokalnoj razini. Vlastiti prihodi u zaštićenim površinama ostvaruju se putem koncesija od ugostiteljske djelatnosti, djelatnosti u kioscima, najam bicikala, snimanje u komercijalne svrhe, jahanje poni konja, organizirano vođenje posjetitelja, najam livada i prostora, reklamiranje. Iako se protivi prvotnoj ideji začetnika parka (Maksimilijanu Vrhovcu) o javnom gradskom parku, nedostatni prihodi iz gradskog proračuna, visoki troškovi održavanja, lakša kontrola posjetitelja, ograđivanje parka Maksimir i naplata ulaza stvorilo bi preduvjete za uspostavljanje sustava kvalitete usluga i proizvoda.

Osnivanjem Foruma dionika, njihovim povezivanjem i kontinuiranom suradnjom, te dostupnošću europskih fondova, trenutnu je situaciju moguće srednjoročno promijeniti na bolje unapređenjem turističke funkcije, integrirane kroz zajedničku promociju i marketing. Efektivnu promociju i marketing potrebno je ostvariti kroz zajednički brend ambijentalnih prostora grada Zagreba kao jedne destinacije. Pritom se ne smije izgubiti iz vida da je brend toliko snažan koliko su kvalitetne usluge i sadržaji koje se nude, ali i gostoljubivost domaćina. Upravljanje posjetiteljima predstavlja važnu ulogu u ostvarivanju ekološke održivosti parka u cjelini. Različite su tehnike upravljanja posjetiteljima; od zoniranja, plaćanja ulaznica, ograničavanja posjeta, ograničavanja razvoja određenog područja, planiranja, vremenske i prostorne disperzije posjetitelja, pa sve do strogih zabrana. Ovom se strategijom daje naglasak na važnu komponentu upravljanja, odnosno na praćenje utjecaja turističkih aktivnosti na prirodu. Isto tako, prepoznaje se kao važno i kontinuirano istraživanje strukture i stavova posjetitelja, te potencijalna istraživanja tržišta i izvan granica Parka. Jedno od važnih neodgovorenih pitanja ovog Parka, a prije bilo koje ozbiljnije „turistifikacije“ jest kapacitet nosivosti južnog dijela kao zone najveće posjećenosti. Imajući u vidu sadašnju opterećenost, potrebno je nove atrakcije razvijati prema sjevernom dijelu ili u zoni rekreativne posjećenosti i tako usmjeravati posjetitelje na druga područja Parka. Posebno je važno naglasiti potrebu povezivanja južne sa sjevernom stranom Parka.

Osnovni ciljevi Europske Povelje o održivom turizmu govore o potrebitosti očuvanja, isticanja i promoviranja posebnih kvaliteta svakog zaštićenog područja kao baze njegove turističke ponude. Četiri ključna cilja (www.europarc.org) na koje se trebaju referirati sve strategije održivog turizma su:

- očuvanje, unapređenje te stvaranje dodane vrijednosti okolišu i baštini
- povećanje ekonomske i socijalne koristi od turizma
- zaštita i poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva
- djelotvorno upravljanje posjetiteljima i poboljšanje kvalitete turističke ponude

Kako je pokazano da učinkovitost i rad Ustanove ovisi o osiguranju sredstva iz proračuna Grada, nužno je stvoriti mogućnost osiguranja sredstva iz drugih izvora. Mogući izvori prihoda vide se od naknada temeljem koncesijskih odobrenja za različite rekreacijske programe, ugostiteljsku i turističku djelatnost, naknada ulaza u park Maksimir, naknada za parking, subvencija i dotacija, sredstva iz lokalnih, državnih i međunarodnih fondova i zaklada, naplata kazni, naknada od koncesijskih odobrenja za filmsku industriju, snimanja i fotografiranja, ali i sinergijskim djelovanjem sa Zoološkim vrtom u marketinškim aktivnostima i aktivnostima vezanim uz apliciranje na projekte Europske unije.

7.5. Marketinška strategija razvoja

Jedno od načela razvoja, pa tako i turističkog je partnerstvo, s obzirom na to da je turistički proizvod agregatna kategorija i podrazumijeva horizontalnu i vertikalnu suradnju, ali i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom, civilnim sektorom, te ostalima poput sektora zaštite okoliša, prirode, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i tako dalje. Afirmacija i razvoj zaštićenih područja Grada Zagreba kao turističke destinacije predstavlja novu turističku filozofiju sa svrhom potenciranja kvalitete boravka turista i zaštite resursne osnove, uz poticanje boljeg iskorištenja prostora, razvoja mogućnosti da se ekonomski valoriziraju i manje razvijeni ambijentalni prostori, kompleksnija ponuda za potencijalne turiste, bolja mogućnost za stvaranje turističkog identiteta zaštićenih prostora i prepoznatljivosti istih na turističkom tržištu, bolja mogućnost za prezentaciju i plasman na turističkom tržištu te mogućnost sadržajnijeg boravka za sve posjetitelje (Alkier Radnić, 2003).

Kad se govori o zadovoljstvu uslugama u zaštićenim prostorima bitno je istaknuti i karakteristike tih usluga: proizvodnja i uživanje usluga podudaraju se u vremenu i prostoru, posjetitelji sudjeluju u stvaranju usluge koje kupuju, visok je stupanj interakcije između posjetitelja i djelatnika, djelatnici iz mnogih organizacija doprinose iskustvima svakog pojedinačnog posjetitelja resursa, iskustva koja su jedinstvena za svakoga.

Bitan činitelj koji utječe na razvoj održivog turizma je učinkovit marketing. Bez marketinga parkovi ne mogu postići jedinstvenu turističku atraktivnost.

Prezentacija prirodne baštine posjetiteljima može se ostvariti na nekoliko načina, a program prezentacije potrebno je osmisliti na način prilagođen ciljnoj interesnoj skupini posjetitelja. Jedan od najučinkovitijih načina reklamiranja je interpretacija.

Interpretacija, kao važno sredstvo prenošenja poruke posjetiteljima, sadrži četiri cilja:

1. Obogatiti iskustvo posjetitelja čineći boravak značajnim i ugodnim
2. Povećati svijest javnosti kako bi se ponašanje posjetitelja usmjerilo ka savjesnom korištenju parkova
3. Promovirati programe i način upravljanja
4. Osigurati siguran boravak u parku

Ciljani marketing je potrebno provesti za posebne programe (edukativne programe, obilježavanje značajnijih datuma, manifestacije) koji uključuju medijsku prezentaciju.

Nije dovoljno ponuditi samo razgledavanje prirodnih i kulturno - povijesnih znamenitosti, potrebno je formirati proizvod i od resursa stvoriti atrakciju. Svaki kulturni resurs mora pružiti doživljaj i omogućiti posjetitelju da osjeti prošlost znamenitosti. Na taj doživljaj utječe čitav niz faktora, od opipljivih elemenata ponude, pružene usluge, očekivanja, ponašanja i stavova samih posjetitelja do čitavog niza nekontroliranih varijabla, poput saturacije u razgledavanju, lijepog ili lošeg vremena. Tržišni segmenti ili, drugim riječima, istraživači doživljaja mogu se pronaći među svim dobnim skupinama, razinama primanja, geografskim lokacijama i vremenu putovanja u godini. Optimizacija marketinškog napora pretpostavlja segmentirani pristup, dopuštajući porukama i promotivnim aktivnostima da se najbolje plasiraju diferenciranim interesnim grupama.

Ključni potrošački segmenti ambijentalnih prostora grada Zagreba mogu se svrstati u osam grupa (tab. 100):

Tablica 100: Potrošački segmenti ambijentalnih prostora Grada Zagreba

CILJNA SKUPINA	PONUĐA
MLADI (18 – 24 GODINE)	potrošački segment s izrazito različitim društvenim i/ili kulturološkim zaleđem i sklonosti različitim načinima putovanja uključujući i backpacking. Putuju tijekom praznika, u trajanju od nekoliko dana do nekoliko mjeseci, a preferiraju jeftiniji prijevoz i smještaj. Skloni su aktivnostima i avanturi, čistoj prirodi te lokalnoj kulturi, a informiraju se u najvećoj mjeri preko interneta.
PAROVI S DVOSTRUKIM PRIMANJIMA	karakterizira ih činjenica da imaju novaca, ali su vremenski vrlo ograničeni. Interesiraju ih kratki odmori te oblici i sadržaji putovanja kojima se nagrađuju. Informiraju se u najvećoj mjeri preko interneta, lifestyle časopisa i preko prijatelja. Segment nije cjenovno osjetljiv.
OBITELJI	obitelji uključuje one s mlađom djecom (djeca do 7 godina) i obitelji sa starijom djecom (8-14 godina). Dok prve obilježava krilatica sve se okreće oko djece te im je najvažnije udovoljiti dječjim potrebama, obitelji sa starijom djecom traže sadržaje koji mogu zadovoljiti potrebe svih članova. Segment obitelji pretežito putuje tijekom školskih praznika, uglavnom se informira usmenom predajom i cjenovno je osjetljiv.
UMIROVLJENICI BEZ VEĆIH ZDRAVSTVENIH PROBLEMA, 65+ GODINA	preferiraju prepoznatljive/atraktivne destinacije i višu kvalitetu usluga, ali s prihvatljivim cijenama.
ŠKOLSKA DJECA	edukativni programi u prirodi, radionice, izložbe
OSOBE S POSEBNIM POTREBAMA	potrebno prilagoditi infrastrukturu, ulaze u objekte, informativne ploče i osmisliti programe
TURISTIČKE GRUPE	naplata koncesija za turističko vođenje na zaštićenom području – regulirati pravilnik Ministarstva turizma
REKREATIVCI	traže sadržajniju rekreativnu ponudu, mogućnost izbora, kvalitetnije ugostiteljske usluge

Izvor: obrada autora prema Prijedlogu strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020

Održivi turizam kao snažno sredstvo promocije pridonosi razvoju svijesti o važnosti i vrijednosti ambijentalnih prostora, zelene infrastrukture i usluga ekosustava. Svojim razvojem oplemenjuje prostor. U razdoblju do 2020. godine Hrvatska se orijentira na pet grupa emitivnih geografskih tržišta te se, uz tradicionalne ciljne segmente obitelji s djecom i zlatne dobi, znatno agilnije okreće i prema drugim, potrošačkim segmentima čiji stilovi putovanja i preferencije za širom paletom proizvoda omogućuju produljenje turističke sezone i rast potrošnje. Pri tome posebnu pozornost valja posvetiti procjeni prihvatnog kapaciteta i utvrđivanju prihvatljivih sadržaja turističke ponude.

ZAKLJUČAK

Održivi razvoj podrazumijeva drugačiji način razmišljanja, drugačije vrijednosti koje se temelje na dogovorenim vrijednostima društva i njegovom interakcijom s gospodarstvom, okolišem te bogatstvom društva i zajednice.

U Gradu Zagrebu od kraja 18. stoljeća postoji osviještenost za organizacijom i uređenjem ambijentalnih površina. Najznačajniji danas turistički resursi kreirani u tom vremenu: Zelena potkova, park Maksimir čine bitne prostore za aktivnu i pasivnu rekreaciju. Prepoznatljivi simboli Grada čine privlačne faktore, iako zaostaju za potrebama suvremenog posjetitelja, rekreativca ili turista. Način uređenja, upravljanja i ponude u parkovima odraz su razvijenosti društva.

Opus znanstvenih radova koji proučavaju povezanosti ambijentalnih površina i turizma na razini grada malobrojna su i nedostatna za cjelovito shvaćanje njihove uloge u razvoju ambijentalnog turizma, što otvara dodatan istraživački prostor, kako bi se istaknule prednosti, procijenili pozitivni i negativni učinci, izgradili najbolji primjeri, te dale mjernice za buduće razvoje ambijentalnog turizma i planiranja održivog razvoja.

Ciljevi rada su pobliže razumijevanje potražnje što će rezultirati poboljšanjem ponude na način koji će se uskladiti sa specijalnim potrebama zaštićenih područja Grada Zagreba i upozoriti na neiskorištenost kulturne i prirodne baštine koja se nalazi u samom središtu Grada te na razvoj ambijentalnog turizma kao važnog dijela turističke ponude i identiteta Grada. U radu su oblikovane četiri hipoteze, koje su potvrđene. Na temelju rezultata istraživanja navedeni su sljedeći zaključci:

Parkovi osim što su od ekološke i rekreativne važnosti za stanovnike, čine ekonomski neiskorištene potencijale koji mogu osigurati održive, dugoročne gospodarske aktivnosti pružajući zdravstveno ekonomske koristi lokalnoj zajednici. Istraživanje domaćih i stranih posjetitelja pokazalo je da zbog nezadovoljavajuće kvalitete usluga ili zbog ne postojanja usluga - ne troše. Strani turisti koji posjećuju park u park dolaze individualno, većinom mlađe dobne skupine do 45 godina koji do parka dolaze javnim gradskim prijevozom. Što potvrđuje da se park nalazi na idealnoj lokaciji na samo tri km od strogog središta Grada, od kuda je do parka potrebno 45 minuta hoda ili 15 minuta vožnje tramvajem. Turisti su većinom fakultetski obrazovani s prosječnim mjesečnim primanjima oko 2.000 eura koji su spremni potrošiti od 30 - 50 eura. Ekonomskom i ekološkom međuovisnosti održivog turizma mogu se

poticati različite aktivnosti koje, pojedinačno i skupno donose ekonomsku korist. Analizom proračuna londonskih parkova pokazano je da zaštićena područja čine prostore koji mogu donijeti veću financijsku i materijalnu korist za Grad i lokalnu zajednicu. Londonski parkovi vlastitim prihodima pokrivaju 60% tekućih troškova, a inventivnost u kreiranju novih načina prihoda i privlačenja donatora i sponzora vidljiva je kroz raznolike mogućnosti djelovanja unutar parkova. S obzirom na brojne neiskorištene privlačne faktore, ambijentalni prostori grada Zagreba imaju potencijal za snažniju turističku valorizaciju. Da su ambijentalni prostori važne rekreativne zone grada i prostori za dokoličarske aktivnosti lokalnog stanovništva, dokazano je istraživanjem domaćih posjetitelja parka Maksimir. Domaći posjetitelji većinom su stanovnici obližnjih kvartova, mlađe i srednje dobna skupine u dobi do 45 godina, s visokim postotkom visokoobrazovanih. Također, većina posjetitelja do parka dolazi pješice ili javnim gradskim prijevozom. Zelene površine Grada neovisno o njihovom funkcionalno - gravitacijskom potencijalu tvore živo tkivo s visokom ambijentalnom, ekološkom i socijalnom vrijednošću, koje u najvećoj mjeri dolaze do izražaja kroz direktnu primjenu u aktivnom ili pasivnom korištenju od strane rekreativaca. Istraživanje je potvrdilo važnost parka Maksimir kao rekreacijske zone Grada u svim meteorološkim prilikama. S obzirom na povoljnost ili nepovoljnost meteoroloških prilika za rekreacijske aktivnosti mogu se identificirati dva osnovna profila rekreativaca. U povoljnijim meteorološkim prilikama u Maksimiru se rekreira više rekreativaca „nespecifične“ motivacije za određenom rekreacijskom aktivnošću, koji dolaze rjeđe, nerijetko iz okolice grada, a više je i obitelji s djecom, što znači i veći udio rekreativaca koji preferiraju pasivnije rekreacijske aktivnosti i veću sklonost potrošnji tijekom posjeta. S druge strane, rekreativci koji se u Maksimiru rekreiraju češće, posjećuju park unatoč manje pogodnim meteorološkim prilikama za rekreaciju, u pravilu upražnjavaju točno određene rekreacijske aktivnosti, mahom iz domene aktivne rekreacije, uglavnom su mlađe dobi, većinom žive u bližim gradskim četvrtima, u park dolaze sami i/ili s partnerom/partnericom ili prijateljima te manje troše. Dobiveni rezultati prilog su boljem poznavanju profila rekreativaca i rekreacijskih aktivnosti u različitim meteorološkim prilikama te mogu poslužiti kao polazište u kvalitetnijem koncipiranju rekreacijske ponude ne samo parka Maksimira i zelenih površina Zagreba, nego i drugih gradova.

Iako je ambijentalni turizam iziskuje brojna ulaganja u infrastrukturu i suprastrukturu, osiguravajući i održavajući kvalitetu usluga, opravdanost ulaganja zasigurno se vidi u dugoročnim koristima. Razvojem sadržaja za privlačenje stranih posjetitelja i posjetitelja mijenja se ustaljeno mišljenje da su parkovi, samo zelena pluća grada. Ambijentalni turizam

čini dio urbanog i kulturnog turizma kojega čini niz različitih aktivnosti i atraktivnosti; od rekreacije na otvorenome, ugostiteljska ponuda, zabava, kulturne manifestacije, razgledavanje znamenitosti, boravak u prirodi, u miru i tišini, svježi zrak koje imaju određenu ekonomsku ulogu i trebaju biti sastavni dio strategije održivog razvitka Grada Zagreba. Kako bi se postigla sinergija održivog razvoja ambijentalnih prostora Grada Zagreba i turistički rast potrebno je sagledati da je razvoj ambijentalnog turizma razvoj s visokom dodanom vrijednošću kojemu je cilj stvoriti visoki standard kvalitete pruženih usluga temeljen na dugoročnosti, suradnji i partnerstvu uvažavajući održivost.

Zbog visokih troškova održavanja, ulaganja i investicija model javno privatnog partnerstva kao sredstvo osiguranja financija, inovativnosti, standarda kvalitete, učinkovitosti daje mogućnost zajedničkog djelovanja za ostvarivanje viših ciljeva.

Veliki neiskorišteni turistički potencijal je u ponovnom vraćanju objekata u funkciju za posjetitelje: Vidikovac, Haulikova galerija u Švicarskoj kući, uvođenje novih sadržaja i prenamjene / valorizacije postojećih objekata unutar parka u turističke svrhe, poput dvanaest bunkera smještenih u sjevernom djelu parka. Turističkom valorizacijom bunkera i njihovim prenamjenama rasteretio bi se južni dio parka. Potrebno je identificirati rekreacijske aktivnosti koje mogu koegzistirati na istome prostoru, a kod kojih dolazi do konflikta te definirati koje površine su pogodne za odvijanje kojih rekreativnih aktivnosti i u kojem vremenu s obzirom na godišnja doba i doba dana.

Upravljanje londonskim parkovima, Hyde parkom može biti primjer uspješnog upravljanja po pitanju kreiranja ponude gdje se slijedom i uvjetima vremena dodaju novi sadržaji u svrhu raznolikijeg korištenja, upravljanju posjetiteljima i stvaranju vlastitih prihoda.

Ograničenja doktorskog rada mogu se pronaći u još nedovoljno istraženoj literaturi za navedenu problematiku i prostornom ograničenju prikupljanja primarnih podataka. U doktorskom radu, istraživanja domaćih posjetitelja, stranih posjetitelja i posjetitelja rekreativaca prostorno je ograničeno samo na jednu zaštićenu površinu Grada Zagreba - park Maksimir. Istraživanje povezanosti meteoroloških prilika i rekreacije na ambijentalnim površinama Grada ujedno je i prvo takvo istraživanje provedeno na području parka Maksimir, ali i šire. Za očekivati je da će ovo istraživanje ponuditi ideje i relevantne informacije za daljnja srodna istraživanja te da će imati veće značenje u praktičnoj primjeni. Predlažu se kontinuirana istraživanja kroz duži vremenski period koja bi obuhvaćala istraživanja turističke potražnje u zaštićenim područjima, pri čemu će se analizirati profil posjetitelja, njihova

motivacija za dolazak, zadovoljstvo ponudom i potrošnja u zaštićenim područjima. Potrebno je provesti sustavna i kontinuirana istraživanja zapostavljenih problema kao i istraživanja koja su od posebnog interesa za podizanje kvalitete turizma u zaštićenim područjima grada u svim parkovima Grada Zagreba istovremeno kako bi se na taj način dobila potpuna slika o posjećenosti i značaju ambijentalnih površina.

Buduća istraživanja mogla bi se usmjeriti prema istraživanju mišljenja o kvaliteti ponude parkova i motivaciji posjetitelja za izbor određenog parka kao i o uvođenju jedinstvenog sustava kvalitete unutar zaštićenih područja te njenom utjecaju na razvoju imidža zaštićenih područja kao turističke destinacije. Ovo istraživanje također potiče otvaranje mnogih pitanja vezanih uz stavove i navike posjetitelja u zaštićenim gradskim površinama.

LITERATURA

- Abakumov**, N. P., (1942 a), Astronomski zavod. Tehnički fakultet Hrvatskog sveučilišta u Zagrebu, Spomenica 1942.-1943., ur. Horvat, S., str. 174-178.
- Adevi**, A. A., Lieberg, M., (2012), Stress rehabilitation throug garden therapy. A caregiver perspective on factors considered most essential to the recovery process. Urban forestry and urban Greening, (11), str. 51-58.
- Agencija za zaštitu okoliša**, (2011), Okoliš na dlanu I-2011, ur. Kučar-Dragičević,S., Agencija za zaštitu okoliša, Tiskara HIP, Zagreb.
- Alkier Radnić**, R., (2003), Marketinški aspekti razvoja turističke destinacije. Tourism and hospitality management. Vol. 9, No. 2. str. 231-246.
- Anastasijević**, N., Vratuša, V., (2005), Održivost zelenih površina naselja, 8th Symposium on Flora of Southeastern Serbia and Neighbouring Regions, Niš, str. 167-173.
- Anderson**, B. J., (2011), An Exploration of the Potential benefits of Healing Gardens on Veterans with PTSD. All graduate Reports and Creative projects. Utah State University. Logan, Utah.
- Aničić**, B., Samardžija, N., (2015), Zagrebački parkovi, Zagrebački holding, str.13-17.
- ANSI/ ASHRAE** Standard 55 (2010), Thermal enivronmental conditions for human occupancy. Atlanta: American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers.
- Archer**, D., (2006), Research note: urban parks and tourism. Annals of leisure research, 9 (4), str. 277-282.
- Arhiva** Zoološkog vrta Grada Zagreba (2015). Zagreb.
- Arhiva** Javne ustanove Maksimir (2015). Zagreb.
- Baltoluci**, M., (2003), Ekonomika i menadžment sporta, Informator Zagreb, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2. Izdanje, str. 76-77.
- Berman**, M. G., (2012), Interacting with nature improves cognition and affect for individuals with depression. Journal of affective disorders, 14, str. 300-305.
- Blazejczyk**, K., (2005), New indices to assess thermal risks outdoors. U: I. Holmér, K. Kuklane i C., Gao (ur.), Environmental Ergonomics XI. Ystad: 11th International Conference, str. 222-225.
- Blazević**, I., Knežević, R., (2006), Turistička geografija Hrvatske, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.

- Bosak**, M., (2008), Značaj zelenih površina za socijalni život grada: primjer parka Maksimir, diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet.
- Bronić**, M., (2014), Vodič kroz proračun Grada Zagreba, www.zagreb.hr/.../ZG_vodic_kroz_proracun_web%20241114.pdf, pristupljeno 5. 3. 2015.
- Bulat**, Ž., (2012), Institucionalni okvir zaštite prirode u Republici Hrvatskoj, *Pravni vjesnik*, Vol. 28., No. 2, str. 95-128.
- Butorac**, M., Šimleša, D., (2007), Zelena srca gradova; Važnost vrtova i perivoja u urbanim područjima, *Društvena istraživanja Zagreb*, 6 (92) str. 1081-1101.
- Catlin**, P., (2003), Developmental disabilities and horticultural therapy practice. U: S. P. Simson i M. C. Straus (ur.), *Horticulture as therapy: principles and practice*, New York: Food Products Press, An Imprint of The Haworth Press, Inc. str. 131-156.
- Chiesura**, A., (2004), The role of urban parks for the sustainable city. *Landscape and urban planning*, 68, str. 129–138.
- Cianga**, N. i Popescu, A., (2013), Green spaces and urban tourism development in Craiova Municipality in Romania. *European journal of geography*, 4(2), str. 34-35.
- Commission** for Architecture and the Built Environment (2006), *Paying for parks, eight models for funding urban green spaces*.
- Cooper M.**, C. i Barnes, M., (1999), *Healing gardens: Therapeutic benefits and design recommendations*. New York: John Wiley and Sons.
- Crompton J.**, L., (2010), *Measuring the economic impact of park and recreation services*, Research series. National recreation and park association, Ashburn.
- Crouch**, G. I., (2003), *Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Australia
- Čaldarović**, O., (2006), Konceptualizacija prirode kao vrijednosti javnog dobra i aspekti njezine valorizacije. *Revija za sociologiju*, 34(1–2), str. 47–62.
- Čorak**, S., Marušić, Z., (2014), *Tomas ljeta 2014*, Institut za turizam.
- Črnjar**, M., Črnjar, K., (2009), *Menadžment održivog razvoja*, Glosa, Rijeka.
- Čižmešija**, M., Kurnoga Živadinović, N., (2009), Statistička analiza odabranih financijskih varijabli zaštite okoliša u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*. 7 (1), str.35-52.
- Davis S.**, (2003), Development of the profession of horticultural therapy. U: S. P. Simson i M. C. Straus (ur.), *Horticulture as therapy: principles and practice*, New York: Food Products Press, An Imprint of The Haworth Press, Inc. str. 3-18.

Dolenc, N., (2010), Gradska hortikultura u funkciji razvoja zagrebačke turističke ponude, magistarski rad. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Dolenc i sur., (2012), Analysis of the touristic valorisation of Maksimir Park in Zagreb, Tourizam International Scientific journal 16 (3), str. 88-101.

Drljača, M., (2012), Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja, Međunarodni skup Nedelja kvaliteta, Kvalitet i izvrsnost, 1 (1-2), FQCE-Fondacija za kulturu kvaliteta i izvrsnost, Beograd, str. 20-26 i 110.

Državni hidrometeorološki zavod (2015), Zagreb.

Državni zavod za statistiku, (2013) Statistički ljetopis Republike Hrvatske.

Državni zavod za statistiku, (2014) Statistički ljetopis Republike Hrvatske.

Državni zavod za zaštitu prirode, Nacrt prijedloga izvješća o stanju prirode u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2008.-2012.godine.

Dudley, N., Stolton, S., (2007), Procjena dobrobiti zaštićenih područja, metodologija, WWF www.discoverdinarides.com, pristupljeno: 13.travanj, 2014.

Dudley, N., (ur.) (2008), Guidelines for Applying Protected Area Management Categories. Gland, Switzerland: IUCN, str. x + 86.

Dudley, N. (ur.) (2012)., Guidelines for Applying Protected Area Management Categories. Gland, Switzerland: IUCN, str. x + 86.

Dulčić, A., Petrić, L., (2001), Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb.

Dulčić, A., (1991), Turizam – načela razvoja i praksa, Sveučilište u Splitu, Institut za turizam Zagreb i Split.

Eagles, P.,F.,J., (2001), International Trends in Park Tourism, Europarc, Gland, Switzerland.

Eagles, P.,F.,J., (2002), trend sin Park Tourism: Economics, Finance and Management, Journal of sustainable tourism, 10 (2), str. 132-153.

European garden heritage network (2006), Parks and gardens within regional planning strategies: results and analysis of experts questionnaires. Germany: EGHN.

Elliot, C., (2011), Izvješće Vital Sites - The contribution of protected areas to human health, WWF-a.

Frumkin, H., (2001), Beyond toxicity: The greening of environmental health, American Journal of Preventative Medicine, str. 234-40.

Gabrieli, M. i Wilson, R., (2010), The Royal Parks. U: Park research report 2009 - all parks combined. Synovate Ltd.

Geić, S., (2011), Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Sveučilište u Splitu.

Generalni urbanistički plan grada Zagreba, Grad Zagreb, Službeni glasnik Grada Zagreba 16/2007, 8/2009 i 7/2013.

Generalni urbanistički plan Sesveta, Grad Zagreb, Službeni glasnik Grada Zagreba 22/2015, pročišćeni tekst.

Godbey, G., Mowen. A., (2010), The benefit of physical activity provided by park and recreation services: the scientific evidence. Ashburn: National recreational and Park Association.

Gostl, I., (1994), Zagrebački perivoji i promenade - nostalgican pogled u prošlost. Zagreb: Školska knjiga.

Gredičak, T., (2009), Kulturna baština i gospodarski razvitak Republike Hrvatske ekonomski pregled, 60 (3-4), str. 196-218.

Harnik, P., (2003), The excellent city park system, The trust for public land, Washington.

Harnik, P., Martin, A., O'Grady, T. (ur.) (2014). 2014 City park facts, Washington – San Francisco: Center for City Park Excellence i The Trust for Public Land.

Harnik, P., Welle, B. (2009), Measuring the economic value of a city park system, The trust for public land, Washington.

Hassan, S. S., (2000), Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. Journal of Travel Research, 38 (3), str. 239-245.

Havrle Kozarić, I., (2012), Utjecaj vremenskih čimbenika na pogoršanje kroničnog bronhitisa, diplomski rad, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet.

Hendija, Z., (2004), Obilježja kamping turizma u Europi, Turizam, 52 (3), str. 321-324.

Hitchcock, M., Curson, T., Parravicini, P., (2007), Visitors to the Royal parks: results of the study state count. International Institute for Culture, Tourism and Development. London Metropolitan University.

Inskeep, E., (1994), National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. World Tourism Organization and Routledge, London.

Ipsos Mori, (2014), Royal Parks Stakeholder Research Programme.

Izješće o stanju okoliša Grada Zagreba, (2006), Grad Zagreb, Službeni glasnik Grada Zagreba 12/06.

Ivanković, V., (2007), Park Maksimir - vodič kroz kulturnu baštinu, Zagreb: Javna ustanova Maksimir.

- Jadrešić, V.**, (1991), Selektivni turizam pouzdano sredstvo za revitalizaciju prostorno-ekološke i kulturne baštine Hrvatske, *Turizam*, 39 (2), str. 35-38.
- Janev Hutinec, B.**, Kolačko, G., Dolenc, N., (2013), *Priroda je (i) u gradovima*, Zagreb, Agencija za zaštitu okoliša i Javna ustanova „Maksimir“.
- Jelinčić, D.A.**, (2009), *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb.
- Jelinčić, D. A.**, (2009), *Kulturni turizam: stanje i perspektive razvoja u Republici Hrvatskoj. Zaštita okoliša i regionalni razvoj - iskustva i perspektive*, Tišma, S. Maleković, S.(ur.), Zagreb : Institut za međunarodne odnose, str. 335-347.
- Javna** ustanova Maksimir, godišnji financijski izvještaj, 2014.
- Javna** ustanova Maksimir, godišnji financijski izvještaj, 2015.
- Javna** ustanova Maksimir, infocentar godišnji izvještaj, 2015.
- Javna** ustanova Nacionalni park Plitvička jezera (2015), *Financijski plan za 2015. godinu*.
- Junačko, S.**, Buljan, J., (2011), Utjecaj bioprognosti na posjećenost ordinacije liječnika obiteljske medicine. *Medix*, 17, str. 198-203.
- Jurković, S.**, (2004), *Park ostvarenje sna – teorija vrtne umjetnosti*. Zagreb: Naklada Jurčić d.o.o.
- Kaplan, R.**, Kaplan, S., (1989), *The experience of nature*. Cambridge. NY. Cambridge University Press, str. 177- 200.
- Kincl. B.**, (2013), *Umijeće disanja i oblikovanja grada na primjeru Zagreba. Zelenilo grada Zagreba*. Božičević, J., Nikšić, M., Mlinarić, T., Missoni, E. (ur.) Zagreb : Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, str. 1-8.
- Knez, A.**, Dolenc, N., Bokan, N., Jurić. D., Kovačević, D., (2013), *Višeosjetilni park u Zagrebu-informiranost građana*. u: J. Božičević, M. Nikšić, T. Mlinarić i E. Missoni (ur.), *Zelenilo grada Zagreba*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, str.17-25.
- Knežević, R.** i Dolenc, N., (2011), *Ekološko stanje zagrebačkih parkova i njihov utjecaj na ljudsko zdravlje*, u: G. Ivanišević (ur.), *Zdravstveno - lječilišne destinacije u Hrvatskoj*, Zagreb: Akademija medicinskih znanosti Hrvatske str. 123-128.
- Knežević, S.**, (1996), *Zagrebačka zelena potkova*. Zagreb: Školska knjiga.
- Koljatić, V.**, (2000), *Ekološki aspekti nautičkog turizm*, *Pomorski zbornik* 38 (1), str. 373-382.
- Kordej De Villa, Ž.**, Stubbs, P., Sumpor, M., (2009), *Participativno upravljanje za održiv razvoj*, Ekonomski institut Zagreb.

- Kosović, M.**, (2006), Modeliranje upravljanja zaštićenim područjima na primjeru upravljanja "Park-šume Marjan", magistarski rad, Ekonomski fakultet, Split.
- Kozina, E.**, (2009), Bioklimatska karta Slovenije na osnovi fiziološkoga ekvivalenta temperature, diplomski rad. Ljubljana: Filozofski fakultet-odsjek za geografiju.
- Kozić, I.**, Mikulić, J., (2011), Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj, Privredna kretanja i ekonomska politika, 21 (127), str. 57-80.
- Kozić, I.**, (2013), Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?, Ekonomski vjesnik, 26 (2), str. 470-480.
- Krajnik, D.**, Petrović Krajnik, L., (2013), Zagrebačka perivojna potkova u europskom kontekstu. Zelenilo grada Zagreba. Božičević, J., Nikšić, M., Mlinarić, T., Missoni, E.(ur.), Zagreb : Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, str. 47-67.
- Krajter Ostojić, S.**, Posavec, S., Vuletić, D., Stevanov, M., (2013), Pregled literature o vrednovanju koristi od urbanih šuma, Šumarski institut, 45(2), str. 161-173.
- Kušen, E.**, (1999), Metodologija prostorne valorizacije turističkih privlačnosti, doktorska disertacija, Arhitektonski fakultet, Zagreb.
- Kušen, E.**, (2001), Turizam i prostor, klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor 1 (9), str. 1-14.
- Kušen, E.**, (2002), Turistička atrakcijska osnova, Zagreb: Institut za turizam.
- Magaš, D.**, (2000), Razvoj hrvatskog turizma: koncepcija dugoročnog razvoja, Adamić, Rijeka, str.106.
- Maksimir** - monografija (1982). Zagreb: Udružena samoupravna interesna zajednica komunalnih djelatnosti Zagreba.
- Manning, R.**, Valliere, W., Anderson, L., Stanfield McCown, R., Pettengill, P., Reigner, N., Lawson, S., Newman, P., Budruk, M., Laven, D., Hallo, J., Park, L., Bacon, J., Abbe, D., Riper, C. i Goonan, K. (2011), Defining, measuring, monitoring, and managing the sustainability of parks for outdoor recreation. Journal of park and recreation administration. 29(3), str. 24-37.
- Marčić, M.**, (2011), Nacionalni parkovi SAD-a i turizam, diplomski rad, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu.
- Marić, T.**, Bojanić Obad Šćitaroci, B., (2013), Odnos prostora kretanja i prostora doživljaja „zelenog Grada Zagreba“, u: J. Božičević, M. Nikšić, T. Mlinarić i E. Missoni (ur.), Zelenilo grada Zagreba, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, str. 124-132.
- Marković, S.** i **Marković, Z.** (1976). Osnove turizma. Zagreb: Školska knjiga.
- Marković, I.**, (2015), Problemi i mogućnosti održivoga upravljanja zaštićenim prirodnim područjima: primjer Nacionalnog parka Plitvička jezera, doktorski rad, PMF, Zagreb.

- Martinić, I., Pletikapić, Z., Kerovec, M.,** (2008), Realne opcije održivog razvoja u zaštićenim područjima s osvrtom na osmišljavanje održivog razvoja u NP Una, Zbornik radova, Međunarodna konferencija Zaštićena područja u funkciji održivog razvoja, str. 441-444.
- Martinić, I., Kosović, M., Grginić, I.,** (2008), Upravljanje rizicima pri posjećivanju i rekreacijskim aktivnostima u zaštićenim područjima prirode, Šumarski list 1-2, str. 33-42.
- Martinić, I.,** (2010), Upravljanje zaštićenim područjima prirode - planiranje, razvoj i održivost. Šumarski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
- Maruševski, O., Jurković, S.,** (1992), Maksimir. Zagreb: Školska knjiga.
- Marušić, Z., Tomljenović, R.,** (2006), Tomas 2006 Nacionalni parkovi i parkovi prirode, Stavovi i potrošnja posjetitelja nacionalnih parkova i parkova prirode, Institut za turizam.
- Marušić, Z., Sever, I., Čorak, S.,** (2012), Tomas 2012 Zagreb, Stavovi i potrošnja turista i posjetitelja Zagreba, Institut za turizam.
- Matić, S.,** (2013), Neka obilježja park-šuma grada Zagreba s posebnim naglaskom na njihove općekorisne funkcije. U: J. Božičević, M. Nikšić, T. Mlinarić i E. Missoni (ur.), Zelenilo grada Zagreba, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti str. 184-192.
- Matošević, D., Pernek, M., i Županić, M.,** (2006), Utjecaj štetne entomofaune na zdravstveno stanje urbanog zelenila Zagreba. Šumarski institut Jastrebarsko, 41(1-2), str. 141-146.
- Metzarakis, A.,** (2006), Weather and Climate-Related information for Tourism, Tourism and Hospitality Planning and Development 3(2), str. 99-115.
- Milanović, D., Čustonja, Z.,** (2007), Sport za sve u svijetu, znanstveni rad, Međunarodno znanstveno stručna konferencija Sport za sve u funkciji unapređenja kvalitete života, zbornik radova, Kinetiološki fakultet sveučilišta u Zagrebu, ur. Andrijašević. Mirna, str.19.-29.
- Mirt, I.,** (2014), Park Maksimir u turističkoj ponudi Zagreba, diplomski rad, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet.
- Mišetić, A., Miletić, G. M.,** (2007), Socijalni aspekti planiranja gradskoga prometa: stavovi javnosti o razvojnim posljedicama gradnje tunela i metroa u Zagrebu, društvena istraživanja Zagreb, 16 (4-5), str. 831-850.
- Miškić - Domislić i sur.,** (2013), Stanovnici o trgovima kao javnim gradskim površinama - primjer Zagreba, Rijeke i Zadra, Agronomski glasnik (4), str. 209-213.
- Morris, N.,** (2003), Literature review, Edinburgh: Openspace Research Centre for Inclusive Access to Outdoor Environments, Edinburgh College of Art and Harriot-Watt University, str. 1-40.

- Mrđa, A.**, Bojanić Obad Šćitaroci, B., (2013), Pejzažni potezi sjevera Zagreba kao turistički potencijal. U: J. Božičević, M. Nikšić, T. Mlinarić i E. Missoni (ur.), Zelenilo grada Zagreba, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, str. 9-16.
- Mudrinjak, D.**, i sur., (1982), Maksimir, Velebit, OOUR Grafotisdak, Zagreb.
- Muller, H.**, (2004), Turizam i ekologija, povezanost i područja djelovanja. Masmedija, Zagreb.
- National Heritage List of England**, <https://historicengland.org.uk/listing/what-is-designation/registered-parks-and-gardens/>, pristupljeno 2.3. 2015.
- Obad Šćitaroci, M.**, (1992), Hrvatska parkovna baština – zaštita i obnova. Zagreb: Školska knjiga.
- Obad Šćitaroci, M.**, Bojanić Obad Šćitaroci, B., (1996), Parkovna arhitektura kao element slike grada, Prostor, 4(1), str. 79-94.
- Obad Šćitaroci, M.**, (2002), Povijest perivojne arhitekture, sažeci predavanja, Sveučilište u Zagrebu, Šumarski fakultet.
- Opačić, V. T.**, Curić, D., Jandras, M., Kutle, K., Marijan, N., Mirt, I., Perković, D. i Vodanović, I. (2014), Zaštićena područja kao rekreacijske zone grada – Primjer Parka prirode Medvednica. Hrvatski geografski glasnik, 76(1), str. 61-87.
- Opačić, V.T.**, Dolenc, N. (2016), Povezanost meteoroloških prilika i rekreacije na zelenim površinama grada: primjer parka Maksimir u Zagrebu. Turizam, 64 (3), str. 277-294.
- Orams, M.B.**, (1995), Using interpretation to Manage Nature-based Tourism, Journal of sustainable tourism, 4 (2), str. 81-94.
- Paladino, Z.**, i Staničić, Ž., (2013), Vrednovanje, obnova i održavanje zaštićenih prirodnih vrijednosti grada Zagreba. U: J. Božičević, M. Nikšić, T. Mlinarić i E. Missoni (ur.), Zelenilo grada Zagreba, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti str. 356-369.
- Pančić Kombol, T.**, (2006), Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, 16-17, str. 211-226.
- Pašalić, Ž.**, Mrnjavac, Ž., (2002), Razvoj i politika okoliša: spoznaje - obećanja - prisila, Development and environmental policy: Perceptions - promises - enforcement, Znanstveni skup "Stabilizacija - participacija - razvoj" Zbornik radova, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 393-408.
- Pereković, P.**, Aničić, B., Hrdalo, I., Rechner, I., Andlar, G., (2007), Percepcija osnovnih karakteristika otvorenih prostora u stambenim naseljima – primjer Grada Zagreba i Velike Gorice, Društvena istraživanja Zagreb, 16, 6(92), str. 1103-1124.

Perić, J., Blažević, B., (2006), Turizam u strategiji gospodarskog i državnog razvoja Hrvatske, 14. tradicionalno savjetovanje: Ekonomska politika Hrvatske u 2007., Hrvatsko društvo ekonomista, Opatija, str. 301-332.

Perić, J., Smolčić Jurdana, D., (2008), Kultura, vjera, turizam – mogućnosti uspjeha na turističkom tržištu, Međunarodna konferencija: Turističke mogućnosti jadranskog zaleđa, Mostar, BIH, str. 85-92.

Perić, J., Dragičević, D., (2009), Poglavlje 7. Javno privatno partnerstvo kao model razvoja turističke destinacije, u: Blažević, B., Peršić, M. (redaktori) et al.: Turistička regionalizacija u globalnim procesima, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009., str. 189-215.

Perry, A., (2004), Sports tourism and climate variability. U: A. Matzarakis, C. R. de Freitas i D. Scott (ur.), Advances in tourism climatology, Freiburg: Berichte des Meteorologischen Institutes der Universität Freiburg, str. 174-179.

Pešutić, A., (2008), Specifične karakteristike turizma relevantne za zaštitu potrošača u turizmu, Acta Turistica, 20 (1), str. 93-120.

Phillips, A., (1998), Economic values of of protected areas, guidelines for protected areas managers, IUCN,Gland, Switzerland, and Cambridge UK.

Porter, M., (1990), The Competitive Advantage of Nations.

Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020, (2013), Vlada Republike Hrvatske

Program zaštite okoliša Grada Zagreba, (2010), Lokalna agenda 21, Službeni glasnik Grada Zagreba 8/99.

Prostorni plan Grada Zagreba, Grad Zagreb, Službeni glasnik Grada Zagreba 23/2014 i 26/2015, dopuna.

Radeljak, P., Pejnović, D., (2008), Utjecaj turizma na održiv razvoj funkcionalne regije Nacionalnog parka Krka, Godišnjak Titius (1), str. 329-361,

Rajković, Ž., (2009), Učinkovitost upravljanja zaštićenim područjima u Hrvatskoj: Rezultati prve procjene upravljanja zaštićenim područjima u Hrvatskoj koristeći RAPPAM metodologiju (županijske javne ustanove) (Projekt u suradnji Ministarstva kulture Republike Hrvatske i Mediteranskog programa WWF-a), str. 12.

Rohde, C. L. E., Kendle, A. D., (1994), Human well-being, natural landscapes and wildlife in urban areas. Peterborough, English Nature.

Rosavec, R., Barčić, D., Španjol, Ž., (2006), Zaštićene prirodne vrijednosti u Republici Hrvatskoj. Šumarski institut Jastrebarsko, 630 (1-2), str. 127-132.

Rosenberger, R. S., Bergerson, R. T., Kline, J. D., (2009), Macro-linkages between health and outdoor recreation: the role of parks and recreation providers. Journal of park and recreation administration. 27(3), str. 8-20.

Royal Parks, (2004), Report by the comptroller and auditor general, National Audit Office.

Royal Parks, (2014), Annual report and accounts 2014-2015.

Royal Parks, (2014), Hyde Park Landscape Management Plan.

Royal Parks, (2014), Hyde Park Operations Plan, Green Flag Management Plan.

Royal Parks, (2014), Overall Royal Parks visitor research reports.

Royal Parks, (2014), Hyde Park visitor research reports.

Ružić, V., (2011), Marketing zaštićenog područja – case study Nacionalni park Plitvička jezera, Zbornik Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Čakovec.

Ružić, V., (2012), Prednosti i nedostaci primjene američkog modela upravljanja zaštićenim područjima na primjeru Nacionalnog parka Plitvička jezera, Zbornik Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Čakovec.

Sajko, L. (2008), Upravljanje projektima javno-privatnog partnerstva u funkciji povećanja efikasnosti javne uprave, Magistarski znanstveni rad, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka.

Sherer, P., M., (2006), The Benefits of Parks: Why America Needs More City Parks and Open Space, The Trust for Public Land, San Francisco.

http://www.eastshorepark.org/benefits_of_parks%20tpl.pdf, preuzeto 15.rujan,2015.

Službeni glasnik Grada Zagreba 9/93, 12/94, 23/03, 20/05, 3,14 Odluka o osnivanju Javne ustanove Maksimir.

Službeni glasnik Grada Zagreba, 19/99, 19/01, 20/01 - pročišćeni tekst, 10/04, 18/05, 2/06, 18/06, 7/09, 16/09, 25/09, 10/10, 4/13, 24/13 i 2/15 - Pravilnik o korištenju javnih parkirališta i javnih garaža.

Službeni glasnik Grada Zagreba, 12/11 i 18/13 - Odluka o organizaciji i načinu naplate parkiranja.

Službeni glasnik Grada Zagreba, 27/15 – Pravilnik o dopunama Pravilnika o kriterijima za određivanje zakupnina i naknada za korištenje javnih površina za postavljanje kioska, pokretnih naprava, privremenih građevina, komunalnih objekata u općoj uporabi, organiziranje manifestacija i organizaciju gradilišta

Središnji registar prostornih jedinica Republike Hrvatske (2005). Zagreb: Državna geodetska uprava.

Stiperski Z., (1997), Mjesta u Zagrebu - sinonimi za ugodu i neugodu. *Prostor*, 5(2), str. 307-320.

Studija pred-izvodljivosti za projekt: Modernizacija Zoološkog vrta u Zagrebu, prva faza, (2013), Grad Zagreb i Ustanova Zoološki vrt Grada Zagreba.

Stynes, D., (1997), Economic impact of tourism; a handbook for tourism professionals, Tourism reasrch laboratory at the University of Illionis at Urbana-Champing.

Šćitaroci, O., Bojanić, B., (1996), Parkovna arhitektura kao element slike grada, *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam*, Vol. 4, 1 (11), Zagreb, str. 79 – 94.

Šimpraga, S., (2011), Zagreb, javni prostor. Zagreb: Porfirogenet.

Šinković, Z., (2013), Ekološki porezi, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, 50 (4), str. 953.-976.

Škorić, S., (2009), Ekonomski aspekti upravljanja slobodnim vremenom, *Upravljanje slobodnim vremenom sadržajima sporta i rekreacije*. Andrijašević, M. (ur.) Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 73-80.

Španjol, Ž. i sur., (2011), Biološko-ekološko i prostorno vrednovanje zaštićenih prirodnih vrijednosti u županijama sjeverozapadne Hrvatske, *Šumarski list* br. 1-2, CXXXV, str. 51-62.

Štifanić, E., (2008), Selektivni turizam kao izvor rasta turističke potrošnje i njegov utjecaj na gospodarski rast, magistarski rad, Pula: E. Štifanić, 2008.

Štulec, I., (2013), Teorije utjecaja vremenskih prilika na potrošnju i prodaju u trgovini na malo, *Tržište*, 25 (2), str. 199-211.

Šugar, V., (2004), Model upravljanja kvalitetom turističke destinacije: (case study Pula), Magistarski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

Šutić, B., Ružić, V., (2013), Istraživanje socijalne dimenzije upravljanja razvojem zaštićenih područja na primjeru Javne ustanove „Nacionalni park Plitvička jezera“, *Praktični menadžment*, 4 (2), str. 80-84.

Theis, T. i sur., (2012), Sustainability: A comprehensive Foundation, Huston, Texas, Rice University

Tisdell, C., (2012), Economic benefits, conservation and wildlife tourism, *Acta Turistica*, 24 (2), str.127-148.

Tomljenović, R., Marušić, Z., Weber, S., Hendija, Z., Boranić, S., (2003), Strategija razvoja. kulturnog turizma – Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Zagreb, Institut za turizam.

Ulrich, R. S. i sur., (1991), Stress recovery during exposure to natural and urban entironments, *Journal of Environmental Psychology*. 1991(11), str. 201-230.

- Varga, Ž.**, (2013), Stari biskupski vrtovi u XIX. stoljeću kao primjeri izgubljenog krajobraznog potencijala. U: J. Božičević, M. Nikšić, T. Mlinarić i E. Missoni (ur.), Zelenilo grada Zagreba, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti str. 75-82.
- Vidaković, P.**, (2003), Nacionalni parkovi i zaštićena područja u Hrvatskoj. Zagreb, Fond za stipendiranje mladih za zaštitu prirode i turizam.
- Vitasović Kosić, I., Aničić, B.**, (2005), Istraživanje socioloških aspekata Parka Maksimir, Journal of Central European agriculture, 6 (1), str. 77-84.
- Vojnović, S.**, (2002), Identifikacija instrumenata za financiranje zaštite okoliša, Ekonomija/Economics, Rifin, 2(9), str. 369-390.
- Vrančić, T., Nadilo, B.**, (2015), Gradnja međunarodne luke u Zagrebu, graditeljski iskorak u 21. stoljeće, Građevinar 67 (4), str. 369-386.
- Vresk, M.**, (1990), Grad u regionalnom i urbanom planiranju. Zagreb: Školska knjiga.
- Vrhovski, I.**, (2012), Ekonomija iskustva kao produkt kulturne globalizacije, Praktični menadžment, 3 (4), str. 51-56.
- Vrtačnik Garbas, K.**, (2006), Povezanost med vremenom in obiskom izabranih turističnih točk v Sloveniji, Razprave, 26, str. 133-160.
- Vrtiprah, V.**, (2006), Kulturni resurski kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. Ekonomska misao i praksa, 15(2), str. 279-296.
- Wahab, S., Cooper, C.**, (2001), Tourism in the Age of Globalisation, Routledge.
- Walker, C.**, (2004), The public value of urban parks. U: Beyond recreation: a broader view of urban parks. Washington - New York: The Urban Institute i The Wallace Foundation str. 1-7. <http://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/urban-parks/Documents/The-Public-Value-of-Urban-Parks.pdf/> pristupljeno 23. 11. 2015.
- Whiting, J. W., Larson, L. R., Green, G. T.**, (2012), Monitoring visitation in Georgia State Parks using the System for Observing Play and Recreation in Communities (SOPARC). Journal of park and recreation administration, 30(4), str. 21-37.
- Wichrowski, M. i sur.** (2005). 'Effects of Horticultural Therapy on Mood and Heart Rate in Patients Participating in an Inpatient Cardiopulmonary Rehabilitation Program'. *Journal of Cardiopulmonary Rehabilitation*. 2005(25):270-274
- Williams, E.**, (2004), Cultural Strategies and Sustainable development: Gardens as the new selling point for the North West A case study, European garden heritage network
- Williams, E.**, (2006), Sustainability Appraisal for Gardens Policies: Spatial garden Policy-A Toolkit. European garden heritage network.

Woolley, H., (2004), The value of public space: how high quality parks and public spaces create economic, social and environmental value. London: CABI Space

World Bank, (2005), Environmental fiscal reform, What should be done and how to achieve it, Washington.

Zagreb plan 2020, (2012), Razvojna strategija Grada Zagreba do 2020 godine, Grad Zagreb, gradski ured za strategijsko planiranje.

Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Narodne novine 69/1999.

Zakon o zaštiti okoliša Narodne novine 80/2013. i 153/2013.

Zakon o zaštiti prirode. Narodne novine 80/2013.

Zakon o sportu. Narodne novine 71/06.

Zakon o ustanovama. Narodne novine 76/93.

Zaninović, K., (1983), Bioklimatske karakteristike Zagreba. Hrvatski meteorološki časopis, 18, str. 17-27.

Zaninović, K., i Gajić-Čapka, M., (2008), Klimatske promjene i utjecaj na zdravlje. Infektološki glasnik, 28(1), str. 5-15.

Zaninović, K., Matzarakis, A., (2007), Biometeorological basis for tourism. U: A. Matzarakis, C. de Freitas i D. Scott, Developments in tourism climatology. Freiburg: Commission on Climate, Tourism and Recreation, International Society of Biometeorology, str. 24-28.

Zupan, I., (2012), Patterns of protected area designation in Croatia. A master thesis submitted for the degree of Master of science in Management of Protected Areas at the University of Klagenfurt, Klagenfurt.

Poveznice

<https://www.royalparks.org.uk/> (pristupano sustavno tijekom 2014. godine)

<http://pokretzaradost.hr/vijesti/istrazivanje-o-sportsko-rekreacijskim-navikama-hrvata/>
(pristupano 15. 11. 2015.)

www.croatia.panda.org (pristupano 15.2.2015.)

<http://unep-wcmc.org/> (pristupano tijekom rujna, 2014.)

www.dzrp.hr (pristupano tijekom rujna, 2014.)

www.park-maksimir.hr (pristupano tijekom rujna, 2014.)

www.royalparks.org.uk (pristupano tijekom 2014. i 2015.)

www.jadran.gfz.hr (pristupano 27. 10. 15.)

www.min-kulture.hr (pristupano tijekom 2014. i 2015.)

www.zastita-prirode.hr (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
<https://www.visitbritain.org/> (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
<https://jadran.gfz.hr/projekt.html/> (pristupano 27. 10. 15.)
<http://www.sportdevelopment.info/index.php/subjects/48-policy/61-game-plan-a-strategy-for-delivering-governments-sport-and-physical-activity-objectives> (pristupano 6.11.2014.)
<http://www.zagreb.hr/default.aspx?id=491> (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
<http://www.iztztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/> (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
http://www.dzs.hr/Hrv/Publication/stat_year.htm (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
<http://www.infozagreb.hr/> (pristupano travanj, 2015.)
www.min-kulture.hr (pristupano travanj, 2015.)
<https://www.visitbritain.com/gb/en> (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
www.dzpz.hr (pristupano tijekom 2014. i 2015.)
www.mzoip.hr (pristupano svibanj, 2015.)
www.natura2000.hr (pristupano ožujak, 2015.)
www.eea.europa.eu (pristupano travanj, 2015.)
www.iucn.org (pristupano kolovoz, 2015.)
www.unep.org (pristupano kolovoz, 2015.)
www.viennareview.net (pristupano 27.2.2016.)
www.hkv.hr (pristupano 27.2.2016.)
www.skyscrapercity.com (pristupano 27.2.2016.)
www.kulturaugrebu.hr (pristupano 8.6.2015.)
www.slideshare.net (pristupano 11.8.2015.)
www.inexibit.com (pristupano 21.10.2015.)
www.hnb.hr (pristupano 9.10.2015.)
ArcGIS Imagery (pristupano 1. 12. 2015.)
www.apio.hr (pristupano 5. 2. 2015.)
www.meteo.hr (pristupano 11.5.2013., 12.10.2013., 24.11.2013., 6.4.2014, 5.7.2014., 11.1.2015.)
www.ec.europa.eu (pristupano 17. 9. 2016.)
www.eur-lex.europa.eu (pristupano 17. 9. 2016.)
www.zagreb.hr/UserDocsImages/ZGPLAN_2020_radni%20materijal.pdf (pristupano 17.9. 2016.)
<http://www.tzgz.hr> (pristupano tijekom 2014., 2015. i 2016.)

ILUSTRACIJE

POPIS TABLICA

Tablica 1.	Kategorije zaštićenih površina	27 str.
Tablica 2.	Prostorna rasprostranjenost prema kategorijama zaštite	28 str.
Tablica 3.	Zaštićena područja Republike Hrvatske	32 str.
Tablica 4.	Matrica ciljeva upravljanja i kategorije zaštićenih područja	33 str.
Tablica 5.	Popis zaštićenih područja kojima upravlja Javna ustanova – Maksimir, za upravljanje zaštićenim područjima Grada Zagreba	38 str.
Tablica 6.	Financijska sredstva izdvojena za zaštitu prirode u državnom proračunu	53 str.
Tablica 7.	Usporedba broja stanovnika gradova i broja posjetitelja parkova	64 str.
Tablica 8.	Odnos broja posjetitelja Zoološkog vrta i broja posjetitelja parka Maksimir	65 str.
Tablica 9.	Pregled prihoda Javne ustanove Maksimir	71 str.
Tablica 10.	Cjenik korištenja parka Maksimir	72 str.
Tablica 11.	Prijedlog obračuna naplate naknade za obavljanje sportskih aktivnosti	73 str.
Tablica 12.	Korištenje javne površine bez postavljanja pokretnih naprava i privremenih građevina – usporedba cijena Grad Zagreb/ park Maksimir	77 str.
Tablica 13.	Korištenje javnih površina u svrhu snimanja – usporedba cijena Grad Zagreb – park Maksimir	78 str.
Tablica 14.	Rashodi poslovanja Javne ustanove - Maksimir	79 str.
Tablica 15.	Sistematizacija turističke resursne osnove parka Maksimir	82 str.
Tablica 16.	Analiza posjećenosti parka Maksimir	83 str.
Tablica 17.	Posjećenost atrakcija Grada Zagreba	85 str.
Tablica 18.	Popis i kapacitet javnih garaža u blizini parka Maksimir	98 str.
Tablica 19.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – iznajmljivanje bicikla	102 str.
Tablica 20.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ugostiteljska usluga restorana	102 str.
Tablica 21.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ugostiteljskog objekta Vidikovac	103 str.
Tablica 22.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – usluge ugostiteljskog objekta Švicarska kuća	103 str.
Tablica 23.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – kulturna ponuda Galerije u Haulikovom salonu	104 str.
Tablica 24.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – infocentar	105 str.
Tablica 25.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ostale aktivnosti	105 str.
Tablica 26.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – obrazovne	106 str.

	aktivnosti	
Tablica 27.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ponuda informativnih materijala	106 str.
Tablica 28.	Ocjena kvalitete korištene turističke aktivnosti – ponuda animiranih sadržaja za djecu	107 str.
Tablica 29.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – iznajmljivanje bicikla	109 str.
Tablica 30.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ugostiteljska ponuda restorana u parku Maksimir	109 str.
Tablica 31.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda cafe bar Vidikovac	110 str.
Tablica 32.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ugostiteljska ponuda ugostiteljskog objekta Švicarska kuća	110 str.
Tablica 33.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda infocentra	111 str.
Tablica 34.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda ostalih aktivnosti	111 str.
Tablica 35.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda obrazovanih aktivnosti	112 str.
Tablica 36.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda informativnih materijala	112 str.
Tablica 37.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda animiranih sadržaja	113 str.
Tablica 38.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – ponuda vožnje čamcima na Trećem jezeru	113 str.
Tablica 39.	Ocjena atraktivnosti turističke aktivnosti – prirodna baština	114 str.
Tablica 40.	Aktivnost - Šetnja	115 str.
Tablica 41.	Korištenje mogućnosti nordijskog hodanja	116 str.
Tablica 42.	Korištenje mogućnosti promatranja ptica	117 str.
Tablica 43.	Korištenje usluga vožnje čamcem	117 str.
Tablica 44.	Posjeta Galerije u Haulikovom salonu	118 str.
Tablica 45.	Vožnja biciklom	118 str.
Tablica 46.	Najam bicikla	119 str.
Tablica 47.	Korištenje ugostiteljskih usluga restorana	119 str.
Tablica 48.	Kupovina suvenira	120 str.
Tablica 49.	Posjet infocentru	120 str.
Tablica 50.	Ponuda dječjih igrališta	121 str.
Tablica 51.	Pregled aktivnosti u Hayd Parku	127 str.
Tablica 52.	Izjava o tijeku novca za godinu završenu 31. ožujka 2015.	134 str.
Tablica 53.	Prosječan broj stalnozaposlenih	134 str.
Tablica 54.	Administrativni i programski troškovi	135 str.
Tablica 55.	Pregled prihoda	136 str.
Tablica 56.	Ekološke funkcije parka Maksimir	138 str.
Tablica 57.	Broj i struktura ugostiteljskih objekata u parku Maksimir	141 str.
Tablica 58.	Kupljene ulaznice za Zoološki vrt, 2014.godina	142 str.

Tablica 59.	Doprinos parkova na ljudsko zdravlje	153 str.
Tablica 60.	Utjecaj prirodne sredine na zdravlje čovjeka	153 str.
Tablica 61.	Broj prodanih ulaznica za Zoološki vrt po mjesecima u 2014. godini	155 str.
Tablica 62.	Broj ispitanika, službeni meteorološki podaci i osjet ugođe u danima anketiranja za postaju Zagreb – Maksimir u 13.00 sati	156 str.
Tablica 63.	Sociodemografska struktura ispitanika po danima anketiranja	157 str.
Tablica 64.	Struktura rekreativaca prema mjestu stanovanja	158 str.
Tablica 65.	Utjecaj meteoroloških prilika na rekreacijsku aktivnost	159 str.
Tablica 66.	Hi kvadrat test	160 str.
Tablica 67.	Procjena najugodnije temperature za bavljenje rekreacijom u Maksimiru	161 str.
Tablica 68.	Mišljenje o najugodnijoj temperaturi za bavljenje rekreacijom u Maksimiru	161 str.
Tablica 69.	Hi kvadrat test	162 str.
Tablica 70.	Rekreacijska infrastruktura kao motivacijski faktor	163 str.
Tablica 71.	Prosječna ocjena motivacijskog faktora	163 str.
Tablica 72.	Zastupljenost aktivne rekreacije	164 str.
Tablica 73.	Prosječna ocjena aktivne rekreacije	164 str.
Tablica 74.	Zastupljenost pasivne rekreacije	164 str.
Tablica 75.	Prosječna ocjena pasivne rekreacije	165 str.
Tablica 76.	Razlika u dnevnoj potrošnji	165 str.
Tablica 77.	Prosječna ocjena potrošnje	166 str.
Tablica 78.	Zadovoljstvo ugostiteljskom ponudom	166 str.
Tablica 79.	Prosječna ocjena zadovoljstva	166 str.
Tablica 80.	Struktura rekreativaca prema mjestu stanovanja u proljeće i jesen	167 str.
Tablica 81.	Hi kvadrat test	167 str.
Tablica 82.	Procjena ugodne temperature za rekreaciju	168 str.
Tablica 83.	T-test	169 str.
Tablica 84.	Prosječna ocjena optimalne temperature	169 str.
Tablica 85.	T-test frekvencije dolazaka	170 str.
Tablica 86.	Učestalost dolaska	170 str.
Tablica 87.	Prosječna dob ispitanika	170 str.
Tablica 88.	T-test dob ispitanika	171 str.
Tablica 89.	Hi kvadrat test	171 str.
Tablica 90.	Struktura ispitanika s obzirom na stručnu spremu za proljetnog i jesenskog kišovito dana (%)	171 str.
Tablica 91.	T-test	172 str.
Tablica 92.	Prosječna ocjena infrastrukture	173 str.
Tablica 93.	Prosječna ocjena prirodnih pogodnosti kao motivacijskog faktora	173 str.
Tablica 94.	Zastupljenost preferiranja oblika aktivne i pasivne rekreacije za proljetnog i jesenskog kišovito dana	174 str.
Tablica 95.	T-test	174 str.

Tablica 96.	Hi kvadrat test	175 str.
Tablica 97.	Struktura ispitanika s obzirom na to s kime dolaze u sunčanim i kišovitim danima u proljeće i jesen (% ispitanika)	175 str.
Tablica 98.	Utječu li meteorološke prilike na rekreacijsku aktivnost ispitanika u sunčanim i kišovitim danima u proljeće i jesen (% odgovora ispitanika)	176 str.
Tablica 99.	Hi kvadrat test	176 str.
Tablica 100.	Potrošački segmenti ambijentalnih prostora Grada Zagreba	194 str.

POPIS GRAFIKONA

Graf 1.	Zemlja porijekla stranih posjetitelja	87 str.
Graf 2.	Broj ostvarenih noćenja stranih posjetitelja	88 str.
Graf 3.	Način dolaska stranih posjetitelja	88 str.
Graf 4.	Način putovanja stranih posjetitelja	89 str.
Graf 5.	Smještaj stranih posjetitelja u destinaciji	89 str.
Graf 6.	Dobna struktura stranih posjetitelja	90 str.
Graf 7.	Spol stranih posjetitelja	91 str.
Graf 8.	Obrazovna struktura stranih posjetitelja	91 str.
Graf 9.	Dohodak kućanstva stranih posjetitelja	92 str.
Graf 10.	Turistička potrošnja stranih posjetitelja	92 str.
Graf 11.	Razlog dolaska stranih posjetitelja u park Maksimir	93 str.
Graf 12.	Korišteni oblici informacija o parku Maksimir	93 str.
Graf 13.	Prvi posjet parku Maksimir	94 str.
Graf 14.	Spol domaćih posjetitelja	95 str.
Graf 15.	Dobna struktura domaćih posjetitelja	95 str.
Graf 16.	Prvi posjet domaćih posjetitelja parku Maksimir	96 str.
Graf 17.	Učestalost dolaska domaćih posjetitelja	97 str.
Graf 18.	Oblik korištenog prijevoza domaćih posjetitelja	97 str.
Graf 19.	Potrošnja domaćih posjetitelja	98 str.
Graf 20.	Razlog dolaska domaćih posjetitelja	99 str.
Graf 21.	Vrijeme provedeno u Parku	99 str.
Graf 22.	Udaljenost rekreativaca od mjesta stanovanja od Parka	160 str.
Graf 23.	Utjecaj meteoroloških prilika na rekreacijsku aktivnost ispitanika u sunčanim danima u svim godišnjim dobima	162 str.
Graf 24.	Struktura rekreativaca	168 str.
Graf 25.	Struktura rekreativaca s obzirom na stručnu spremu za vrijeme proljetnog i jesenskog kišovitog dana	172 str.

POPIS SLIKA

Slika 1.	Distribucija zaštićenih područja u Europi	30 str.
Slika 2.	Zaštićene prirodne vrijednosti na području Grada Zagreba	36 str.
Slika 3.	Distribucija zaštićenih površina prema kategoriji zaštite	37 str.
Slika 4.	Distribucija zaštićenih površina kojima upravlja Javna ustanova - Maksimir	39 str.
Slika 5.	Park na Trgu Nikole Šubića Zrinskog	45 str.
Slika 6.	Park na Trgu Josipa Jurja Strossmayera	46 str.
Slika 7.	Park na Trgu kralja Tomislava	47 str.
Slika 8.	Struktura prihoda JU Nacionalni park Plitvička jezera, 2011	54 str.
Slika 9.	Ekonomska vrijednost ambijentalnih resursa	55 str.
Slika 10.	Ukupna površina planiranih i postojećih prirodnih vrijednosti na području Grada Zagreba	61 str.
Slika 11.	Prikaz posjećenosti edukativnih programa Javne ustanove - Maksimir	66 str.
Slika 12.	Prijedlog obrasca za dobivanje dozvole za fotografiranje	73 str.
Slika 13.	Prijedlog sadržaja obrasca za prijavu snimanja	74 str.
Slika 14.	Položaj Royal parkova u Londonu	122 str.
Slika 15.	Turistička karta Hayd Parka	126 str.
Slika 16.	Primjer Serpentine pavilion, Hayd Park	130 str.
Slika 17.	Usporedba zagrebačkog zoološkog vrta sa zoološkim vrtovima susjednih zemalja	143 str.
Slika 18.	Bunkeri kao potencijalni turistički resurs parka Maksimir	144 str.
Slika 19.	Hayd Park, prikaz valorizacije podzemnog tunela	144 str.
Slika 20.	Hayd Park, prikaz valorizacije obale jezera	145 str.
Slika 21.	Šetnja krošnjama u Hyde Parku	145 str.
Slika 22.	Srednje mjesečne temperature zraka i količine padalina za meteorološku postaju Zagreb-Maksimir (1985.-2014.)	155 str.

PRIVITCI

PRIVITAK 1

TABELA

ZAKUPNINA I NAKNADA ZA POSTAVLJANJE KIOSKA, POKRETNIH NAPRAVA, PRIVREMENIH GRAĐEVINA, KOMUNALNIH OBJEKATA, ORGANIZIRANJE MANIFESTACIJA, PODJELU PROMIDŽBENOG MATERIJALA IZ RUKU, KOMERCIJALNO FOTOGRAFIRANJE, SNIMANJE REKLAMNIH SPOTOVA I FILMOVA TE ORGANIZACIJU GRADILIŠTA

I. KIOSCI

u kunama - mjesečno po m ²					
R.br.	NAMJENA	I. ZONA	II. ZONA	III. ZONA	IV. ZONA
1.	Ugostiteljska djelatnost				
1a	kiosk u vlasništvu zakupca	110	90	60	45
1b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	170	130	100	70
2.	Trgovina mješovitom robom, voćem i povrćem				
2a	kiosk u vlasništvu zakupca	70	55	40	25
2b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	130	100	80	60
3.	Prodaja lutrije				
3a	kiosk u vlasništvu zakupca	80	60	45	25
3b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	150	130	100	60
4.	Trgovina cvijećem				
4a.	kiosk u vlasništvu zakupca	70	55	40	20
4b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	110	90	60	30
5.	Trgovina novinama i duh. prerađevina				
5a	kiosk u vlasništvu zakupca	70	55	40	20
5b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	150	130	100	60
6.	Zanatska djelatnost				
6a	kiosk u vlasništvu zakupca	65	50	35	20
6b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	100	75	55	30
7.	Trgovina prehrambenim proizvodima (mljekomat)				
7a	kiosk u vlasništvu zakupca	65	50	35	20
7b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	100	75	55	30
8.	Trgovina pekarskim proizvodima				
8a	kiosk u vlasništvu zakupca	65	50	35	20
8b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	100	75	55	30
9.	Uslužna djelatnost (osiguranje)				
9a	kiosk u vlasništvu zakupca	80	60	45	25
9b	kiosk u vlasništvu Grada Zagreba	150	130	100	60

II. POKRETNE NAPRAVE

u kunama - mjesečno po m ²					
R. br.	NAMJENA	I. ZONA	II. ZONA	III. ZONA	IV. ZONA
1.	Ugostiteljska djelatnost - kolica	550	450	320	210
2.	Prodaja sladoleda	460	400	300	200
3.	Prodaja napitaka iz rashladnih vitrina	1500	1300	1100	900
4.	Prodaja peciva, plodina	380	320	230	170
5.	Prodaja sezonskog voća	400	330	240	180
6.	Prodaja cvijeća, suvenira, slika, bankomati, automati za prodaju ulaznica i sl.	250	200	150	110

7.	Prodaja tiskovina (novine, knjige, stripovi i dr.)	140	120	80	60
8.	Sanduci za čišćenje cipela	50	40	25	20
9.	Specijalno vozilo za ugostiteljstvo	140	130	85	60
10.	Specijalno vozilo za prodaju peciva	130	120	80	60
11.	Postavljanje otvorenih terasa - godišnje	38	32	25	19
12.	Postavljanje otvorenih terasa - sezonski	52	43	34	26
13.	Prodaja borova - proizvođači božićnih drvaca	20	15	10	5
14.	Prodaja borova - trgovci	35	25	15	10
15.	Zabavne radnje - uređena površina	40	30	20	15
16.	Zabavne radnje - neuređena površina	25	15	10	5
17.	Ormarići za usluge dostave	1000	800	600	400
18.	Samoposlužni informativni ormarići	70	60	40	30

III. PRIVREMENE GRADEVINE

	Privremene građevina i pokretne naprave za potrebe sajмова i javnih manifestacija	kn
1.	1 m²/dan	20
2.	Za ugostiteljstvo 1m²/dan	35

IV. KOMUNALNI OBJEKTI

u kunama - mjesečno po m²

1.	Telefonska govornica	100
2.	Poštanski sandučić	50
3.	Samostojeći telekomunikacijski razvodni ormarić, agregat i sl.	300

V. ORGANIZIRANJE MANIFESTACIJA

A.	Izlaganje automobila	kn
1.	1 dan/1 automobil	2.000
2.	1 dan/1 automobil, do 7 dana	1.000
3.	1 dan/1 automobil, do 15 dana	700
4.	1 dan/1 automobil, do 30 dana	500
B.	Postavljanje pozornice	kn
1.	do 25 m²/dan	600
2.	do 50 m²/dan	1.000
3.	do 100 m²/dan	1.800
4.	više od 100 m²/dan	2.000
B1.	Postavljanje pozornice za propagandne sadržaje	kn
1.	1 m²/dan do 5 dana	200
2.	1 m²/dan više od 5 dana	250
C.	Postavljanje šatora, paviljona i sl.	kn
1.	do 25 m²/dan	1.000
2.	do 50 m²/dan	2.000
3.	do 100 m²/dan	3.000
4.	više od 100 m²/dan	5.000
C1.	Postavljanje šatora, paviljona i sl.	
	- promotivno-edukativni sadržaji	kn
1.	do 25 m²/dan	300
2.	do 50 m²/dan	600
3.	do 100 m²/dan	900
4.	više od 100 m²/dan	1.500
C2.	Postavljanje šatora, paviljon i sl. za propagandne sadržaje	kn

1.	1 m ² /dan do 5 dana	250
2.	1 m ² /dan više od 5 dana	300
D. Postavljanje štanda		kn
1.	1 štand do 2 m ² /dan	200
2.	Prigodna sezonska prodaja OPG/dan	80
D1. Postavljanje štanda za propagandne sadržaje		kn
1.	1 štand do 2 m ² /dan	1.000
E. Postavljanje ostalih naprava i instalacija		kn
1.	1 m ² /dan	100
E1. Postavljanje ostalih naprava i instalacija za propagandne sadržaje		kn
1.	1 m ² /dan	600
F. Sajam knjiga		kn
1.	do 25 m ² /dan	250
2.	do 50 m ² /dan	500
3.	do 100 m ² /dan	800
4.	100 m ² i više/dan	1.000

VI. KORIŠTENJE JAVNE POVRŠINE BEZ POSTAVLJANJA POKRETNIH NAPRAVA I PRIVREMENIH GRAĐEVINA

1.	Komercijalno fotografiranje	kn
	1 dan	2.000
2.	Podjela promidžbenog materijala iz ruke	kn
	1 dan po osobi	100

VII. KORIŠTENJE JAVNIH POVRŠINA U SVRHU SNIMANJA

A.	Snimanje filma	kn
1.	1 dan	2.000
B.	Snimanje reklamnog spota	kn
1.	1 dan	10.000

VIII. ORGANIZACIJA GRADILIŠTA

u kunama - mjesečno po m²

R. br.	Vrsta	I. ZONA	II. ZONA	III. ZONA	IV. ZONA
1.	građevinske fasadne skele i ograde gradilišta za sanaciju i rekonstrukciju ili zaštitu fasade	40	40	40	40
2.	smještaj kontejnera za potrebe gradilišta, istovar, smještaj i utovar građevinskog materijala i ograda gradilišta za gradnju objekata	10	10	10	10

PRIVITAK 2

ANKETNI UPITNICI

ANKETNI UPITNIK ZA STRANE POSJETITELJE

INTERNATIONAL VISITOR SURVEY

Author: Nika Dolenc

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
DOCTORAL STUDY: MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

1. Which country are you from? _____
2. Age
 - 16-25 age
 - 26-35 age
 - 36-45 age
 - 46-55 age
 - 56-65 age
 - > 65
3. Sex
 - Male
 - Female
4. Education
 - Primary school or lower
 - high school, vocational school
 - High school or college
 - Master's degree or Ph.D.
5. Number of overnight stays in Zagreb
 - No nights
 - 1-3 nights
 - 4-7 nights
 - More than 7 nights
6. Daily consumption per person in Zagreb
 - Less than 30 Euro
 - 30-50 EUR
 - 50-100 EUR
 - More than 100 EUR
7. Average monthly income of your family in EUR
 - Less than 500
 - 500-999
 - 1.000 to 1.999
 - 2.000 to 2.999
 - 3.000 to 4.999
 - 5.000 and more
8. How did you arrive in Zagreb?
 - By car
 - Bus
 - Train
 - Plane
 - Motorcycle / bicycle
9. The tourist travel you've come
 - Individually
 - Organized (through a travel agency)

10. Do you intend to revisit Zagreb?

- Yes
- No
- I do not know

11. Where are you located?

- In the hotel / motel
- In private
- Hostel

12. How did you decide to come to Zagreb?

- Recommendations of friends / relatives
- Travel Fair
- Internet
- Travel agencies
- Other

13. Motives of arrival in Maksimir Park

- Rest and relaxation
- Recommendations
 - Beauty of nature
 - Cultural content
 - Sports content
 - Health content
 - Good food and drink
 - Other

14. How do you rate your satisfaction with the offer Maksimir Park / City of Zagreb? 1-very dissatisfied, 5-very satisfied

CLIMATE	1 2 3 4 5
FRIENDLINESS OF POPULATION	1 2 3 4 5
COURTESY OF EMPLOYEES IN TOURISM	1 2 3 4 5
HELPFULNESS	1 2 3 4 5
TRANSPORT ACCESSIBILITY	1 2 3 4 5
LOCAL TRAFFIC	1 2 3 4 5
PARKING LOT	1 2 3 4 5
INFORMATION BEFORE THE ARRIVAL AT THE DESTINATION	1 2 3 4 5
INFORMATION IN	1 2 3 4 5
TOURIST SIGNS IN	1 2 3 4 5
EVENTS	1 2 3 4 5

SOUVENIRS	1 2 3 4 5
HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE	1 2 3 4 5
FACILITIES FOR CHILDREN	1 2 3 4 5
SENSE OF SECURITY AND PROTECTION	1 2 3 4 5
CATERING FACILITIES	1 2 3 4 5
CULTURAL FACILITIES	1 2 3 4 5
ENTERTAINMENT FACILITIES	1 2 3 4 5
SPORTS FACILITIES	1 2 3 4 5
LOCAL CUISINE	1 2 3 4 5
THE RATIO OF PRICE AND QUALITY	1 2 3 4 5
TOTAL RATING OFFER MAKSIMIR PARK	1 2 3 4 5

ANKETNI UPITNIK ZA DOMAĆE POSJETITELJE

Anketa za domaće posjetitelje u Parku Maksimir

Autor ankete: mr. sc. Nika Dolenc

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

Poslijediplomski studij: Menadžment održivog razvoja

Poštovani,

Molim Vas da mi pomognete u prikupljanju podataka vezanih za znanstveno istraživanje za potrebe izrade doktorskog rada pod nazivom: Ekonomski aspekti upravljanja zaštićenim gradskim površinama. Podaci dobiveni anketom u potpunosti su anonimni i koristit će se isključivo u znanstvene svrhe. Unaprijed Vam zahvaljujem na suradnji.

Datum ispunjavanja.....

Vrijeme i mjesto ispunjavanja.....

1. **Spol** M Ž **starosna dob**.....

2. **Da li ste prvi put u parku Maksimir** da ne

kako često dolazite.....

3. **Kako ste došli do parka:**zaokružite!

- ☐ autom,
- ☐ javnim gradskim prijevozom
- ☐ biciklom
- ☐ pješice

4. **Tijekom vašeg posjeta kojim ste se turističkim uslugama, materijalima ili infrastrukturom koristili (više odgovora) zaokružite!**

- ☐ iznajmljivanje bicikala,
- ☐ restoran
- ☐ caffe bar Vidikovac,
- ☐ Švicarska kuća caffe bar,
- ☐ Haulikov salon -galerija
- ☐ Infocentar/suveniri
- ☐ ostale aktivnosti
- ☐ obrazovne aktivnosti
- ☐ Info materijali,
- ☐ obilježene staze
- ☐ Animiranim sadržajima za djecu
- ☐ Mjesta za piknik
- ☐ zoo
- ☐ Ostalo _____

5. **Bodujte kvalitetu turističke aktivnosti i infrastrukture koju ste koristili (x)**

	nizak	srednji	visok
iznajmljivanje bicikala			
restoran			
caffe bar Vidikovac			
Švicarska kuća caffe bar			
Haulikov salon galerija			
infocentar			
ostale aktivnosti			
obrazovne aktivnosti			
info materijali			
markirane staze			
animirani sadržaji za djecu			

6. Koji su najatraktivniji elementi tur. Ponude ovog parka (zaokružite)

- ☐ iznajmljivanje bicikala,
- ☐ restoran,
- ☐ caffe bar Vidikovac,
- ☐ Švicarska kuća caffe bar,
- ☐ Haulikov salon galerija
- ☐ infocentar,
- ☐ ostale aktivnosti,
- ☐ obrazovne aktivnosti
- ☐ info materijali
- ☐ markirane staze
- ☐ animirani sadržaji
- ☐ čamci na 3 jezeru
- ☐ netaknuta priroda
- ☐ mogućnost različitih aktivnosti

7. Što po vašem mišljenju može poboljšati tur. ponudu parka

.....

.....

8. Koje aspekte turističke ponude i ostalih aspekata treba popraviti-zaokružite!

- ☐ iznajmljivanje bicikala,
- ☐ restoran,
- ☐ caffe bar Vidikovac,
- ☐ Švicarska kuća caffe bar,
- ☐ Haulikov salon galerija,
- ☐ infocentar,
- ☐ ostale aktivnosti,
- ☐ obrazovne aktivnosti,
- ☐ info materijali,
- ☐ markirane staze

9. Koliko ste spremni potrošiti na suvenire/topli obrok/piće/kartu za zoo/najam

.....

10. Kojim ste se aktivnostima bavili na odmoru i koje bi vam bile zanimljive drugi put-(X)

	Trenutno	drugi put
Šetnje		
Treking/nord hodanje		
Promatranje ptica		
Vožnja čamcem		
Posjet galeriji		
Vožnja biciklom		
Najam bicikla		
Restoran		
Kupnja suvenira		
Posjet infocentru		
Dj.igrališta		
Ostalo		

11. Bodujte kvalitetu mobilne infrastrukture u parku i okolici (X)

	Niska	srednja	visoka
Ceste koje vode parku			
Staze u sj djelu			
biciklističke staze			
pješačke staze			

12. Što ste očekivali od Vašeg odmora prije polaska (3 odgovora max)-zaokružite!

- ☐ Kontakt s prirodom
- ☐ Posjećivanje prirodne/kulturne baštine
- ☐ Uživanje u lokalnoj gastronomiji
- ☐ Odmaranje
- ☐ Hodanje/trčanje
- ☐ Sportovi na otvorenom
- ☐ Samovanje
- ☐ Zabava
- ☐ Potraga za avanturom
- ☐ Ostalo _____

13. Bodujte elemente s obzirom na važnost prilikom izbora posjeta parku (ocjena od 1-5)

- ☐ Dodir s prirodom
- ☐ Bogatstvo flore/faune
- ☐ Kulturološko bogatstvo
- ☐ Gastronomska ponuda
- ☐ Mogućnost raznih aktivnosti
- ☐ Zaštićeno područje
- ☐ Ostalo _____

14. Koliko dugo ćete se zadržati u parku

ANKETNI UPITNIK ZA REKREATIVCE

Anketa o utjecaju bioklime na aktivnosti rekreativaca u Parku Maksimir

Autor ankete: mr. sc. Nika Dolenc

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

Poslijediplomski studij: Menadžment održivog razvoja

Poštovani,

Molim Vas da mi pomognete u prikupljanju podataka vezanih za znanstveno istraživanje za potrebe izrade doktorskog rada pod nazivom: Ekonomski aspekti upravljanja zaštićenim gradskim površinama. Podaci dobiveni anketom u potpunosti su anonimni i koristit će se isključivo u znanstvene svrhe. Unaprijed Vam zahvaljujem na suradnji.

Spol M Ž **Godina rođenja:** _____

Stručna sprema: NSS SSS VŠS VSS Mr. sc. Dr. sc.

Mjesto/kvart prebivališta: _____

1. S kime najčešće dolazite u Maksimir?

1. Sam / sama
2. S partnerom / partnericom
3. S obitelji (djecom)
4. S prijateljima
5. Nešto drugo _____

2. Utječu li meteorološke prilike na vašu rekreacijsku aktivnost?

1. da
2. Ne

3. Procijenite vaš osjet ugone s obzirom na trenutne vremenske prilike (1 – izrazito neugodan, 5 – izrazito ugodan)

1 2 3 4 5

4. Koja je, po vašem mišljenju, najugodnija temperatura za bavljenje rekreacijom u Maksimiru?

1. < 5 °C
2. 5 – 15 °C
3. 15 – 25 °C
4. > 25 °C

5. U kojima se od navedenih rekreacijskih zona Zagreba najčešće rekreirate? (3 odgovora – rangirati)

_____ Maksimir

_____ Jarun

_____ Bundek

_____ savski nasip

_____ Medvednica

_____ Ribnjak

_____ Zrinjevac

_____ Cmrok

_____ park četvrti u kojoj stanujete

_____ neka druga

6. Koliko često posjećujete Maksimir?

1. Svaki dan

2. Dva do tri puta tjedno

- 3.Jednom tjedno
- 4.Jednom mjesečno
- 5.Nekoliko puta godišnje
- 6.Jedanput godišnje

7.Navedite tri vaše omiljene rekreacijske aktivnosti i rangirajte ih prema važnosti.

8.Koliko se u prosjeku zadržavate u Maksimiru radi rekreacije ?

- 1. Manje od 1 sata 2. 1-2 sata 3.nekoliko sati

9.Kroz koji ulaz najčešće ulazite u Maksimir?

- 1. Glavni ulaz
- 2. Ulaz iz Bukovačke ceste
- 3. Ulaz iz Svetošimunske ceste
- 4. Ulaz kod potoka Bliznec
- 5. Ulaz kod Prvog jezera
- 6. Ulaz kod kapelice sv. Jurja

10. U kojem dijelu Maksimira provodite najviše vremena?

11.Koji su glavni razlozi vašeg dolaska u Maksimir? (3 odgovora, potrebno ih je rangirati)

_____ uređene staze

_____ blizina stanovanja

_____ šuma

_____ jezera

_____zoološki vrt

_____dječja igrališta

_____rekreacijski sadržaji

_____ugostiteljska ponuda

_____ostalo _____

12.Na što trošite najviše novaca za vrijeme posjeta Maksimiru?

13.Koliko ste novaca potrošili/namjeravate potrošiti prilikom današnjeg posjeta Maksimiru?

1. 0 kuna

2. < 20 kuna

3. 20-50 kuna

4. 50-100 kuna

5. > 100 kuna

14.U kojoj ste mjeri zadovoljni postojećom ugostiteljskom ponudom u Maksimiru (1 – izrazito nezadovoljan, 5 – izrazito zadovoljan)

1 2 3 4 5

15.U kojoj ste mjeri zadovoljni Maksimirom kao rekreacijskom zonom Zagreba (1 – izrazito nezadovoljan, 5 – izrazito zadovoljan)

1 2 3 4 5

16. Navedite prijedloge za poboljšanje rekreacijske ponude Maksimira_____

GLOSAR

AMBIJENT	Ambijent (od lat. <i>ambiens</i> , genitiv <i>ambientis</i> : koji okružuje). 1. Sredina, okoliš, okolina (prirodni, društveni, kulturni ambijent)
AZO	Agencija za zaštitu okoliša
BALUSTRADE	Balustrade su betonske ograde za balkone i sl. Primjenu nalaze u eksterijeru i interijeru. Pored funkcije rukohvata, balustrade imaju redovito dekorativni karakter. Zbog svoje estetske vrijednosti prisutne su u graditeljstvu niz stoljeća
BIOLOŠKA RAZNOLIKOST	Biološka raznolikost je sveukupnost svih živih organizama koji su sastavni dijelovi ekoloških sustava (kopnenih, morskih i ostalih vodenih ekosustava), a uključuje raznolikost unutar vrsta, između vrsta, životnih zajednica, te raznolikost između ekoloških sustava
DCMS	The Department for Culture, Media & Sport
DHMZ	Državni hidrometeorološki zavod
DIREKTIVA	Direktiva je pravni akt Europske unije koji zahtijeva od država članica određene rezultate no ne daje točne odredbe kako postići određeni rezultat. Može se razlikovati od Uredbi EU koje su samo-izvršne i ne zahtijevaju dodatne mjere provedbe. Direktive ostavljaju državama članicama određenu slobodu u načinu provedbe određenih pravila. Razlika između direktiva i uredbi je i u tome što se odredbe, odnosno ciljevi direktiva moraju ugraditi u nacionalno zakonodavstvo, dok kod uredbi to nije slučaj već one stupaju na snagu danom ulaska zemlje članice u EU
DODANA VRIJEDNOST	Pojam dodane vrijednosti vezan je uz iskustvo i doživljaj. Tzv. potrebe višeg reda - interesantan život, pun iskustava i zabavan na ugodan način. Turisti traže mnogo više od samog proizvoda ili usluge, oni traže iskustvo koje će im taj proizvod ili usluga donijeti, jer njega će pamtiti. Upravo su to iskustvo i doživljaj dodana vrijednost u turizmu (prema Vrhovski, 2012)
DZS	Državni zavod za statistiku

DZZP	Državni Zavod za zaštitu prirode
EKOLOŠKA FISKALNA REFORMA	Pojam ekološke fiskalne reforme (environmental fiscal reform, EFR) odnosi se na spektar instrumenata oporezivanja ili određivanja cijena kojima se mogu povećati prihodi, istovremeno unapređujući ciljeve zaštite okoliša. Takvo što ostvaruje se osiguravanjem ekonomskih poticaja za ispravljanje podbačaja tržišta u upravljanju prirodnim resursima i kontrolu onečišćenja (Svjetska banka, 2005)
EKOLOŠKA MREŽA	Ekološka mreža je sustav međusobno povezanih ili prostorno bliskih ekološki značajnih područja, koja uravnoteženom biogeografskom raspoređenošću značajno pridonose očuvanju prirodne ravnoteže i biološke raznolikosti koju čine ekološki značajna područja za Republiku Hrvatsku, a uključuju i ekološki značajna područja Europske unije NATURA 2000
EKOSUSTAV	Ovaj izraz sadrži dvije različite riječi - ekološki i sustav, a odnosi se na sve biotičke i abiotičke elemente, i njihove međusobne interakcije, u određenom području bez obzira na njegovu veličinu
IUCN	Međunarodna unija za očuvanje prirode
MZOIP	Ministarstvo zaštite okoliša i prirode
NATURA 2000	Mreža morskih i kopnenih područja od europske važnosti, izdvojenih za očuvanje rijetkih i ugroženih prirodnih staništa i biljnih i životinjskih vrsta, zaštićenih Direktivama Europske unije. Mreža NATURA 2000 sastoji se od Posebnih područja zaštite - SAC (područja izdvojenih na temelju Direktive o staništima) i Područja posebne zaštite - SPA (područja izdvojenih na temelju Direktive o pticama)
PLAN UPRAVLJANJA	Detaljni plan za određeno NATURA 2000 područje koji u skladu s Člankom 6. Direktive o staništima određuje potrebne mjere zaštite za to područje. Plan mora uzeti u obzir ekološke potrebe vrsti i staništa. Temeljem članka 6. nije obvezna izrada plana upravljanja već samo mjere zaštite

REGISTAR KULTURNIH DOBARA REPUBLIKE HRVATSKE	Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske javna je knjiga kulturnih dobara koju vodi Ministarstvo kulture. Sastoji se od tri liste: Liste zaštićenih kulturnih dobara, Liste kulturnih dobara nacionalnog značenja i Liste preventivno zaštićenih dobara (čl. 14. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN 69/99, NN 151/03; NN 157/03 Ispravak, NN 87/09, NN 88/10, NN 61/11 , NN 25/12, NN 136/12)
UNDP	Program Ujedinjenih naroda za razvoj
UNEP	Okolišni program Ujedinjenih Naroda
UNWTO	Svjetska turistička organizacija
WCMC	World Conservation Monitoring Centre
WWF	Svjetski fond za zaštitu divljine
ZAGREBAČKA ZELENA POTKOVA	Drugi naziv za Zelenu potkovu je Lenucijeva potkova, naziv je dobila po arhitektu i urbanistu Milanu Lenuciju (1849.-1924.). Svojim smještajem i rasporedom trgovi: Trg Nikole Šubića Zrinskog, Trg Josipa Jurja Strossmayera, Trg kralja Tomislava, Trg Ante Starčevića, Botanički vrt, Trg marka Marulića, Mažuranićev trg i Trg Maršala Tita daju izgled potkove