

Analiza učinka turizma grada Dubrovnika

Vidović, Marija Magdalena

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Maritime Studies / Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:164:686480>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**

Repository / Repozitorij:

[Repository - Faculty of Maritime Studies - Split -
Repository - Faculty of Maritime Studies Split for
permanent storage and preservation of digital
resources of the institution](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

MARIJA MAGDALENA VIDOVIĆ

**ANALIZA UČINKA TURIZMA GRADA
DUBROVNIKA**

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2024.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

STUDIJ: POMORSKI MENADŽMENT

**ANALIZA UČINKA TURIZMA GRADA
DUBROVNIKA**

ZAVRŠNI RAD

MENTORICA:

doc. dr. sc. Antonija Mišura

STUDENTICA:

Marija Magdalena Vidović

(MB:0171270958)

SPLIT, 2024.

SAŽETAK

Dubrovnik je atraktivno turističko središte koje privlači brojne turiste iz cijelog svijeta, što dokazuje stalno rastući broj pristiglih gostiju. Grad pokazuje stalan uzlazni trend kao turistička destinacija, što rezultira određenim izazovima jer takav trend nosi i niz problema uz sve prednosti. Ovaj rad analizira učinak turizma grada Dubrovnika kroz statističke podatke i SWOT analizu, identificira razvojne probleme i društvene izazove te nudi prijedloge za poboljšanje turističke prakse i održivog razvoja grada. Svrha rada je pružiti temelj za razumijevanje trenutnog stanja i izazova u turizmu u Dubrovniku te predložiti strategije za održivi razvoj. Zaključci naglašavaju potrebu za holističkim pristupom koji uključuje poboljšanje javnog prijevoza, diversifikaciju turističke ponude i održivo upravljanje resursima kako bi se osigurala dugoročna održivost i prosperitet Dubrovnika kao turističke destinacije.

Ključne riječi: *Dubrovnik, turizam, održivost, razvoj, SWOT analiza*

ABSTRACT

Dubrovnik is an attractive tourist center that draws numerous visitors from around the world, as evidenced by the continuously increasing number of arrivals. The city shows a steady upward trend as a tourist destination, which brings certain challenges, as such growth entails a series of issues alongside its advantages. This paper analyzes the impact of tourism in Dubrovnik through statistical data and a SWOT analysis, identifies developmental problems and social challenges, and offers suggestions for improving tourism practices and the city's sustainable development. The purpose of this paper is to provide a foundation for understanding the current state and challenges of tourism in Dubrovnik, as well as to propose strategies for sustainable development. The conclusions emphasize the need for a holistic approach that includes improving public transportation, diversifying the tourist offer, and sustainable resource management to ensure the long-term sustainability and prosperity of Dubrovnik as a tourist destination.

Keywords: *Dubrovnik, tourism, sustainability, development, SWOT analysis*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. PREDMET RADA	2
1.2. CILJ RADA	2
1.3. METODE RADA	2
1.4. STRUKTURA RADA	2
2. OPĆENITO O TURIZMU	4
2.1. DEFINIRANJE POJMA TURIZMA.....	5
2.2. VRSTE TURIZMA.....	6
2.3. UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSTVO, ZAPOSŁJAVANJE I INFRASTRUKTURU	7
3. ANALIZA TRENDA RAZVOJA TURIZMA GRADA DUBROVNIKA	11
3.1. POVIJEST TURIZMA GRADA DUBROVNIKA	11
3.2. TURIZAM U DOBA COVID-A U DUBROVNIKU.....	14
3.3. TRENUTNO STANJE TURIZMA U DUBROVNIKU (BROJ POSJETITELJA, POPUNJENOST SMJEŠTAJNIH KAPACITETA, ITD.)	19
3.4. SWOT ANALIZA	29
4. BUDUĆI RAZVOJ TURIZMA GRADA DUBROVNIKA.....	32
4.1. PREDVIĐANJA I TRENDOVI U TURIZMU DUBROVNIKA	32
4.2. POTENCIJALNI IZAZOVI I PRILIKE ZA DALJNI RAZVOJ TURISTIČKE INDUSTRIJE U DUBROVNIKU.....	34
4.3. INOVACIJE I STRATEGIJE KOJE SE MOGU PRIMIJENITI KAKO BI SE OSIGURALA ODRŽIVOST TURIZMA U GRADU DUBROVNIKU	36
5. ZAKLJUČAK	42
LITERATURA.....	44
POPIS SLIKA	46
POPIS TABLICA.....	47
POPIS GRAFIKONA	48

1. UVOD

Dubrovnik je dio Dubrovačko-neretvanske županije, koja se odlikuje raznolikom turističkom ponudom. Ponuda uključuje smještajne kapacitete različitih kategorija, od luksuznih hotela i turističkih naselja do kampova, čime se zadovoljavaju potrebe različitih profila posjetitelja. Najistaknutiji dio Dubrovačko-neretvanske županije je upravo Dubrovnik koji se može pohvaliti dugom i bogatom poviješću koja seže unatrag stoljećima. Nekada važna pomorska sila, Dubrovnik je bio centar dubrovačke Republike koja je cvjetala u srednjem vijeku. Danas, ovaj grad odiše jedinstvenom atmosferom u svojoj dobro očuvanoj povijesnoj jezgri koja je pod zaštitom UNESCO-a. Dubrovnik je poznat po svojim impozantnim zidinama, koje su nekad služile kao obrambeni bedem, ali danas predstavljaju jednu od glavnih atrakcija grada [1]. Osim toga, grad obiluje povijesnim znamenitostima poput crkava, palača i muzeja koji svjedoče o bogatoj povijesti ovog mjesta te je upravo zato zanimljiv turistima. Turistički promet u Dubrovniku bilježi kontinuirani rast iz godine u godinu, s naglašenim povećanjem tijekom glavne turističke sezone, koja traje od ožujka do početka studenoga.

Dubrovnik je zračnim prijevozom povezan s gotovo pedeset europskih gradova što ga čini dostupnim velikom broju turista. Struktura posjetitelja uključuje goste iz Velike Britanije, Francuske, Španjolske, Njemačke te sve više turista iz Grčke, Turske i Skandinavije. Zbog svega navedenog Dubrovnik je postao jedno od deset najposjećenijih turističkih odredišta u Hrvatskoj.

U ovom radu, analiza turizma u Dubrovniku provest će se kroz SWOT analizu, koja je strateški alat korišten za identifikaciju snaga, slabosti, prilika i prijetnji organizacije ili projekta, s ciljem razvoja efektivnih strategija. SWOT analiza pomaže organizacijama da prepoznaju unutarnje snage i slabosti, kao i vanjske prilike i prijetnje, koje mogu utjecati na njihovo postizanje ciljeva. Ova metoda omogućuje bolje razumijevanje okruženja u kojem djeluju, olakšavajući strateško planiranje i donošenje odluka [1]. Razvojni izazovi s kojima se Dubrovnik suočava uključuju starenje populacije, neadekvatnu infrastrukturu te složene zahtjeve za očuvanjem kulturne baštine. Dodatno, nedovoljna diversifikacija turističke ponude predstavlja dugoročan problem za održivost destinacije. Društveni problemi proizlaze iz prekomjerne koncentracije turističkih aktivnosti što narušava kvalitetu života lokalnog stanovništva. Analiza utjecaja turizma u Dubrovniku ukazuje na potrebu za uravnoteženim pristupom razvoju turizma, pri čemu se istodobno moraju poštovati

ekonomski, sociokulturni i ekološki aspekti. Ovaj pristup uključuje održivo upravljanje turizmom, diversifikaciju turističke ponude te snažnu zaštitu kulturne i prirodne baštine grada.

1.1. Predmet rada

Predmet rada obuhvaća analizu turističkog prometa, razvojnih problema i društvenih izazova koji proizlaze iz turizma u gradu Dubrovniku.

1.2. Cilj rada

Cilj ovog rada je sagledati utjecaj turizma na grad Dubrovnik kroz analizu statističkih podataka, SWOT analizu, kao i identifikaciju razvojnih problema i društvenih izazova te ponuditi prijedloge za poboljšanje turističke prakse i održivog razvoja grada.

1.3. Metode rada

Metode rada ovog istraživanja obuhvatile su prikupljanje statističkih podataka o turističkom prometu, provođenje SWOT analize, te pregled literature i izvora kako bi se identificirali razvojni problemi i društveni izazovi Dubrovnika u kontekstu turizma.

1.4. Struktura rada

Ovaj rad sastoji se od pet poglavlja.

Uvod predstavlja kontekst istraživanja o učinku turizma grada Dubrovnika. Nakon uvoda, u drugom poglavlju, bit će izložen opći pregled turizma, uključujući definiciju i važnost turizma, različite vrste turizma te utjecaj turizma na gospodarstvo, zapošljavanje i infrastrukturu. Treće poglavlje predstavlja analizu trenda razvoja turizma grada Dubrovnika, a sastojat će se od nekoliko dijelova. Poseban fokus bit će stavljen na turizam u doba pandemije COVID-19, obuhvaćajući objašnjenje specifičnog razdoblja obilježenog nepredvidivim promjenama. Detaljno će se razmotriti kako su mjere ograničenja putovanja, promjene u ponašanju turista i globalna nesigurnost utjecale na turizam u Dubrovniku, uključujući broj posjetitelja, popunjenost smještajnih kapaciteta i druge relevantne pokazatelje. Istraživanje će se također baviti trenutnim stanjem turizma u Dubrovniku dok će četvrto poglavlje sadržavati pregled predviđanja i trendova za budući razvoj turizma u gradu. Analizirat će se potencijalni izazovi i prilike za daljnji razvoj turističke industrije, te

inovacije i strategije koje se mogu primijeniti kako bi se osigurala održivost turizma u Dubrovniku. Na kraju, zaključak će sažeti glavne nalaze istraživanja i ponuditi završne misli o budućnosti turizma u Dubrovniku, pružajući preporuke za unaprjeđenje i prilagodbu turizma u kontekstu postpandemijskog razdoblja.

2. OPĆENITO O TURIZMU

Turizam predstavlja vitalnu industriju koja ne samo da potiče ekonomski razvoj putem generiranja prihoda i zapošljavanja, već i promiče međukulturalno razumijevanje i razmjenu znanja diljem svijeta. Nastanak turizma je proizašao iz pojma ljudskih potreba, samim tim i turističkih potreba, nasuprot kojih su turistička dobra. Potrebe se definiraju kao zahtjev pojedinaca ili društvenih grupa za materijalnim dobrima ili uslugama radi postizanja određenog nivoa blagostanja [2]. Ljudi su prirodno znatiželjni u vezi sa svijetom u kojem žive. Oni žude saznati kako izgledaju druga mjesta - kakvi su ljudi, njihova kultura, životinje i biljni svijet te oblici reljefa drugdje. Danas su viši stupnjevi obrazovanja i utjecaj televizije i drugih komunikacijskih medija ujedinili kako bi stvorili mnogo veću svijest o cijelom našem svijetu. Sada su u globalnoj ekonomiji i njihove industrije moraju biti globalno konkurentne. Materijalno blagostanje u mnogim zemljama, s pratećim višim životnim standardom, omogućilo je putovanja stotinama milijuna njih. Iako se putovanja mogu poduzeti iz mnogih razloga, a najčešći su užitek, posao i studij [3].

Tema putovanja je uzbudljiva i fascinantna. Ljudi se kreću s mjesta na mjesto već oko milijun godina. Njihovi rani preci, Homo erectus, potječu iz istočne i južne Afrike. Ali ostaci ovih ranih oblika čovječanstva također su pronađeni u Kini i Javi (Indonezija). Procijenjeno je da su migracije ove vrste trajale oko 15.000 godina, ali to je kratko razdoblje u dugoj povijesti čovječanstva. Predložene su različite teorije o motivaciji za tako nevjerojatna putovanja. Prvenstveno je da su ta lutanja bila u potrazi za hranom i bijegom od opasnosti. Druga teorija je da su ljudi promatrali migracije ptica i željeli znati odakle ptice dolaze i kamo idu. Nedavno, u najdramatičnijem otkriću te vrste ikada, pronađeno je sačuvano tijelo čovjeka nazvanog „ledenjak,“ koji je umro prije 5.000 godina, u ledu na planinskom sjeveru Italije. Neki od znanstvenika koji proučavaju njegovo tijelo i opremu zaključili su da se vraćao kući u ono što je danas Švicarska s putovanja na jug onoga što je danas Italija [4].

Od vremena lutanja drevnih naroda, oni putuju u sve širim uzorcima diljem Zemlje. Od dana ranih istraživača kao što su Marco Polo, Ibn Batuta, Kristofor Kolumbo, Ferdinand Magellan i James Cook do danas, postoji stalan rast putovanja.

Turizam je jedna od najbrže rastućih svjetskih industrija. Velik dio njegovog rasta duguje se višim raspoloživim prihodima, povećanom slobodnom vremenu i opadajućim troškovima putovanja. Kako zračne luke postaju ugodnija mjesta za prolazak, kako usluge

turističkih agencija postaju sve više automatizirane i kako turistima postaje lakše dobiti informacije o mjestima koja žele posjetiti, turizam raste.

Internet je potaknuo rast turističke industrije pružajući mogućnosti za online rezervacije. Također je ljudima omogućio istraživanje odredišta i kultura iz svojih kućnih računala i donošenje informiranih odluka prije nego što finaliziraju planove putovanja. Sa svojim ogromnim izvorima informacija, Internet omogućuje turistima da pregledaju hotele, provjere vremenske prognoze, čitaju o lokalnoj hrani i čak razgovaraju s drugim turistima diljem svijeta o njihovim iskustvima za odabrano odredište [3].

2.1. Definiranje pojma turizma

Pojedinci postaju turisti kada dobrovoljno napuste svoje uobičajeno okruženje, gdje borave, kako bi posjetili drugo okruženje. Ovi pojedinci će se obično baviti različitim aktivnostima, bez obzira na to koliko je to okruženje (odredište) blizu ili daleko [5,6,7]. Stoga, turisti su posjetitelji, a ono što rade tijekom posjeta drugom mjestu može se smatrati turizmom. Još 1963. godine, Konferencija Ujedinjenih naroda o međunarodnim putovanjima i turizmu dogovorila je korištenje pojma 'posjetitelji' (osim rezidenata) za opisivanje pojedinaca koji posjećuju drugu zemlju. Ova definicija obuhvaćala je dvije kategorije posjetitelja: Turisti su klasificirani kao privremeni posjetitelji koji ostaju najmanje 24 sata na odredištu [3].

Ako turisti putuju radi rekreacije, zdravlja, sporta, odmora, studija ili vjerskih svrha, njihov posjet se može kategorizirati kao slobodno vrijeme. Alternativno, izletnici, uključujući putnike na krstarenju, mogu se smatrati privremenim posjetiteljima ako ostanu na odredištu manje od 24 sata. Međutim, ove definicije ne uzimaju u obzir domaće turiste. Godine 1976. Institut za turizam (koji je kasnije postao Društvo za turizam) predložio je da je turizam privremeno kratkotrajno kretanje ljudi do odredišta izvan mjesta gdje inače žive i rade. Stoga, turizam uključuje kretanje ljudi u sve svrhe, uključujući dnevne posjete ili izlete [6,8].

Ova šira definicija je malo preformulirana na Međunarodnoj konferenciji o slobodnom vremenu, rekreaciji i turizmu koju su organizirali Svjetska mreža turističkih stručnjaka (AIEST) i Društvo za turizam u Cardiffu, 1981. godine: „Turizam se može definirati u smislu određenih aktivnosti, odabranih po izboru, i poduzetih izvan kućnog okruženja. Turizam može, ali i ne mora uključivati noćenje izvan kuće.” Godine 1991. Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda izjavila je da „Turizam obuhvaća

aktivnosti osoba koje putuju i borave na mjestima izvan svog uobičajenog okruženja ne duže od jedne uzastopne godine radi slobodnog vremena, posla ili drugih svrha.” [9].

2.2. Vrste turizma

Vrste turizma su dinamične u vremenu i mnogo se mijenjaju. Vrste turizma prisutne u određenom razdoblju generirane su potrebama svojih ciljeva, razinom kulturnih i društvenih sadržaja te postojećim sredstvima prijevoza. Prostorna značajka turizma odnosi se na vrstu turizma koja proizlazi iz miješanja više vrsta unutar iste teritorijalne jedinice. Miješanje vrsta turizma, međutim, ima regionalnu ili lokalnu važnost kao faktor napretka proporcionalno njihovom broju, ali istovremeno je pod utjecajem sezone. U skladu s ciljevima, svaka vrsta turizma usmjerena je prema onim područjima gdje se cilj može postići ili putem potencijalnih sadržaja, ili zbog klime, ili specifičnih tradicija tog mjesta. Općenito, može se razlikovati šest vrsta turizma [10]:

- Turizam za opuštanje;
- Turizam za opuštanje i zdravstvenu njegu;
- Posjetiteljski turizam;
- Tranzitni turizam;
- Turizam na kratke udaljenosti;
- Profesionalni turizam.

Turizam za opuštanje obuhvaća putovanja koja su primarno motivirana potrebom za odmorom i rekreacijom. Ova vrsta turizma često uključuje posjete plažama, planinama, wellness centrima i sličnim odredištima koja nude mir i relaksaciju. Turizam za opuštanje i zdravstvenu njegu kombinira odmor s medicinskim tretmanima. Ova vrsta turizma privlači ljude koji žele poboljšati svoje zdravlje kroz različite terapije, spa tretmane ili medicinske zahvate u specijaliziranim centrima [10].

Posjetiteljski turizam odnosi se na putovanja s ciljem istraživanja novih mjesta, kultura i znamenitosti. Turisti koji prakticiraju ovu vrstu turizma često posjećuju muzeje, povijesne lokalitete, kulturne manifestacije i prirodne ljepote. Tranzitni turizam uključuje putovanja koja su samo prolazna, pri čemu odredište nije krajnji cilj. Ovi turisti se obično zadržavaju kratko vrijeme na određenoj lokaciji prije nego što nastave svoje putovanje. Turizam na kratke udaljenosti odnosi se na putovanja unutar blizine mjesta boravka. To su

često vikend izleti ili dnevni izleti u obližnje destinacije koje ne zahtijevaju dugo planiranje ili značajne troškove [10].

Profesionalni turizam usko je povezan s poslovnim aktivnostima i uključuje putovanja radi poslovnih sastanaka, konferencija, seminara i drugih profesionalnih događaja. Neki autori, poput Hunzikera i Krampfa, isključuju profesionalni turizam iz definicija turizma jer je vezan uz unosnu aktivnost, koja se razlikuje od klasičnih aktivnosti za slobodno vrijeme ili zdravstvenu njegu. Ipak, uključivanje profesionalnog turizma u opći okvir turizma rezultira širim konceptom „općeg turizma” koji se ne može isključiti iz bilo koje ozbiljne analize [11].

Što se tiče odabira turističkog odredišta, razlikuju se dva glavna tipa: dobrovoljni i prisilni turizam. Dobrovoljni turizam podrazumijeva da korisnik turističkih usluga slobodno bira svoje odredište. To uključuje turizam radi opuštanja, posjetiteljski turizam i turizam na kratke udaljenosti - sve aktivnosti koje se poduzimaju za slobodno vrijeme i užitak. Prisilni turizam, s druge strane, odnosi se na putovanja koja su određena vanjskim zahtjevima. To može uključivati putovanja radi zdravstvene njege po medicinskoj preporuci, tranzitni turizam zbog potrebe za prijevozom ili profesionalni turizam na zahtjev poslodavca. Za razliku od vrsta turizma, oblici turizma predstavljaju način provođenja turizma ovisno o uzrocima i vanjskim utjecajima. To uključuje različite modalitete kako ljudi pristupaju svojim putovanjima i kako se različite vrste turizma mogu ispreplitati i transformirati pod utjecajem društvenih, ekoloških i tehnoloških faktora [11].

2.3. Utjecaj turizma na gospodarstvo, zapošljavanje i infrastrukturu

Turizam je višestruka industrija koja obuhvaća razne aktivnosti, uključujući putovanja radi odmora, poslovna putovanja, kulturna istraživanja i rekreativne aktivnosti [12]. Postao je vitalna komponenta globalne ekonomije, značajno doprinoseći rastu i razvoju lokalnih ekonomija širom svijeta doprinoseći među ostalim rastu BDP-a, zaposlenosti i distribuciji prihoda. Turizam je doživio izvanredan rast posljednjih godina, potaknut čimbenicima poput povećanih raspoloživih prihoda, poboljšane transportne infrastrukture, tehnoloških napredaka i promjena u preferencijama potrošača. Kao rezultat toga, destinacije su svjedočile porastu dolazaka posjetitelja, što je dovelo do značajnih ekonomskih koristi [12].

Turizam ima značajan utjecaj na bruto domaći proizvod (BDP) lokalnih ekonomija. Troškovi koje turisti ostvaruju izravno i neizravno doprinose ukupnom ekonomskom

outputu destinacije. Turistička potrošnja izravno utječe na BDP kroz kupnju roba i usluga. Kada turisti troše novac na smještaj, prijevoz, hranu i piće, rekreaciju i kupovinu, to generira prihod za poduzeća koja posluju u tim sektorima. Prihodi koje ostvaruju hoteli, restorani, prijevozna poduzeća i druga poduzeća povezana s turizmom uključeni su u izračun BDP-a, odražavajući izravan utjecaj turističke potrošnje na ekonomski output [12].

Turistička potrošnja također ima neizravni utjecaj na BDP kroz svoj učinak na druge industrije. Kako potražnja za turizmom raste, poduzeća u sektorima poput poljoprivrede, proizvodnje, građevine i maloprodaje bilježe porast potražnje za svojim proizvodima i uslugama. Na primjer, povećani dolasci turista mogu dovesti do veće potražnje za lokalnim poljoprivrednim proizvodima, potičući poljoprivrednike da prošire proizvodnju. Prihodi generirani u tim neizravnim industrijama također doprinose BDP-u [12].

Jedan važan koncept u razumijevanju doprinosa turističke potrošnje BDP-u je multiplikacijski učinak. BDP, odnosno bruto domaći proizvod, je ukupna novčana vrijednost svih finalnih dobara i usluga proizvedenih unutar granica jedne zemlje u određenom vremenskom razdoblju, obično jednoj godini [9]. BDP se često koristi kao pokazatelj ekonomskog zdravlja zemlje i njenog gospodarskog rasta [12].

Multiplikacijski učinak odnosi se na fenomen pri kojem svaka jedinica turističke potrošnje generira dodatne krugove potrošnje dok cirkulira kroz ekonomiju. Na primjer, kada turist potroši novac u hotelu, hotel koristi dio tog prihoda za plaćanje svojih zaposlenika, koji zatim troše svoje plaće na razne robe i usluge, podržavajući tako druga poduzeća. Ovaj efekt valova umnožava početni utjecaj turističke potrošnje, rezultirajući većim ukupnim doprinosom BDP-u [12].

Mjerenje točnog doprinosa turističke potrošnje BDP-u može biti izazovno zbog ograničenja podataka i složenosti turističke industrije. Međutim, ekonomisti i statističari koriste različite metode, uključujući analizu input-output i turističke satelitske račune, kako bi procijenili izravne i neizravne učinke turizma na BDP. Ove metode pomažu donositeljima politika da razumiju ekonomsku važnost turizma i donose informirane odluke u vezi s razvojem i ulaganjem u turizam. Turizam je radno intenzivna industrija koja stvara prilike za zapošljavanje u širokom rasponu sektora.

Sposobnost sektora da generira radna mjesta ima značajne implikacije za lokalne ekonomije, posebno u područjima gdje su alternativne mogućnosti zapošljavanja ograničene. Ovaj odjeljak istražuje ulogu turizma u generiranju zaposlenja i njegov utjecaj na stvaranje radnih mjesta [12].

Turizam izravno stvara zaposlenje kroz radna mjesta unutar samog turističkog sektora. Ova radna mjesta uključuju pozicije u hotelima, restoranima, turoperatorima, turističkim agencijama, uslugama prijevoza, zabavnim objektima i atrakcijama za posjetitelje. Ova radna mjesta obuhvaćaju razne razine vještina, od početničkih pozicija do menadžerskih i specijaliziranih uloga.

Izravno zapošljavanje u turističkom sektoru pruža prihod i sredstva za život pojedincima i obiteljima, doprinoseći dobrobiti lokalne ekonomije. Turizam također generira neizravne prilike za zapošljavanje u povezanim industrijama. Kako potražnja za turizmom raste, poduzeća koja opskrbljuju robu i usluge sektoru doživljavaju rast i širenje. To uključuje dobavljače hrane i pića, poljoprivredne proizvođače, građevinske tvrtke, maloprodajne trgovine, obrtnike i proizvođače rukotvorina. Rast ovih industrija kao odgovor na potražnju za turizmom dovodi do stvaranja radnih mjesta u sektorima izvan samog turističkog sektora [13].

Slično multiplikacijskom učinku na BDP, turizam također ima multiplikacijski učinak na zapošljavanje. Kako turistička potrošnja cirkulira kroz ekonomiju, generira dodatne krugove prihoda i potrošnje, rezultirajući većom potražnjom za radnom snagom. Na primjer, prihod hotela od turističke potrošnje ne samo da podržava izravno zapošljavanje unutar hotela, već stvara dodatno zapošljavanje u industrijama poput dobavljača hrane i pića, praonica rublja i tvrtki za održavanje.

Ovaj multiplikacijski učinak doprinosi ukupnom potencijalu turizma za stvaranje radnih mjesta. Turizam ima potencijal promovirati inkluzivno zapošljavanje kroz beneficije za lokalne zajednice, uključujući one u ruralnim i udaljenim područjima. Razvoj turizma može pružiti prilike marginaliziranim grupama, kao što su žene, mladi i autohtono stanovništvo, da sudjeluju u turističkoj radnoj snazi. Uključivanjem lokalnih zajednica u turističke aktivnosti, sektor može doprinijeti smanjenju siromaštva, smanjenju nejednakosti prihoda i promoviranju socijalne inkluzije [13].

Iako turizam nudi prilike za zapošljavanje, potrebno je adresirati određene izazove. To uključuje sezonalnost turizma, koja može rezultirati privremenim ili skraćenim radnim vremenom, te potencijalne probleme vezane uz kvalitetu radnih mjesta, plaće i radne uvjete. Kako bi se maksimizirao pozitivan utjecaj turizma na zapošljavanje, važno je da se donositelji politika fokusiraju na razvoj vještina, obuku i inicijative za izgradnju kapaciteta kako bi se povećala konkurentnost lokalne radne snage [12].

Turizam može imati značajne implikacije za raspodjelu prihoda unutar lokalnih ekonomija. Ekonomske koristi generirane turističkim aktivnostima mogu utjecati na

raspodjelu prihoda među različitim grupama pojedinaca i poduzeća. Turizam doprinosi generiranju prihoda stvaranjem radnih mjesta i poslovnih prilika. Izravna i neizravna radna mjesta koja stvara turistički sektor pružaju pojedincima prihode i sredstva za život. To može biti posebno važno u područjima gdje su alternativni izvori prihoda ograničeni. Osim toga, turizam može potaknuti poduzetništvo, omogućujući lokalnim poduzećima, obrtnicima i malim poduzećima da generiraju prihode i sudjeluju u turističkim aktivnostima [12].

Slično svom utjecaju na zapošljavanje, multiplikacijski učinak turizma primjenjuje se i na raspodjelu prihoda. Kako turistička potrošnja cirkulira kroz ekonomiju, generira dodatni prihod za razne dionike. Na primjer, povećana turistička potrošnja u hotelima ne koristi samo vlasnicima hotela i zaposlenicima, već generira prihod i za lokalne dobavljače, poljoprivrednike, obrtnike i druga poduzeća. Ovaj multiplikacijski učinak može doprinijeti pravednijoj raspodjeli prihoda unutar lokalne ekonomije. Turizam ima potencijal promovirati inkluzivnu raspodjelu prihoda pružanjem ekonomskih prilika širokom rasponu pojedinaca i poduzeća [12].

Može podržati generiranje prihoda među marginaliziranim grupama, poput žena, mladih i ruralnih zajednica, koje se suočavaju s preprekama za sudjelovanje u drugim sektorima. Osnaživanjem lokalnih zajednica i poticanjem poduzetništva, turizam može doprinijeti smanjenju nejednakosti prihoda i promicanju socijalne uključenosti [12].

Iako turizam ima potencijal pozitivno utjecati na raspodjelu prihoda, potrebno je adresirati određene izazove. Curanje prihoda, koje se događa kada značajan dio prihoda od turizma napušta lokalnu ekonomiju zbog prisutnosti stranih poduzeća ili uvoznih roba i usluga, može otežati pravednu raspodjelu prihoda. Dodatno, nejednakosti u prihodima mogu nastati ako koristi od turizma prvenstveno pripadaju maloj grupi pojedinaca ili velikim korporacijama, umjesto da se dijele među širim stanovništvom [12].

Kako bi se osigurala pravednija raspodjela prihoda od turizma, kreatori politika mogu provoditi razne intervencije. To može uključivati promoviranje inicijativa za turizam temeljen na zajednici, podršku lokalnom poduzetništvu i malim poduzećima te olakšavanje sudjelovanja marginaliziranih grupa u turističkom lancu vrijednosti [12].

3. ANALIZA TRENDA RAZVOJA TURIZMA GRADA DUBROVNIKA

U ovom poglavlju analizirat će se povijest turizma grada Dubrovnika kao uvertira za razumijevanje njegove trenutne situacije. Posebna pažnja bit će posvećena utjecaju pandemije COVID-19 na turizam Dubrovnika, istražujući kako su se promijenile turističke dinamike i izazovi s kojima se grad suočavao. Nadalje, poglavlje će pružiti detaljan uvid u trenutno stanje turizma u Dubrovniku, analizirajući broj posjetitelja, popunjenost smještajnih kapaciteta i druge pokazatelje koji oblikuju turističku sliku grada.

3.1. Povijest turizma grada Dubrovnika

Trgovačka djelatnost Dubrovnika ponajprije je uvjetovana njegovim povoljnim zemljopisnim smještajem. Na ulasku u Jadransko more, to je prva točka zaštićena otocima na pomorskom putu od istoka prema zapadu, a dolinom Neretve najbrže je povezana s unutrašnjošću. Nova arheološka istraživanja pokazala su da je naselje na mjestu današnjeg Dubrovnika postojalo već u 6. stoljeću, a vjerojatno i ranije. Širenje naselja uslijedilo je dolaskom Hrvata nakon napuštanja antičkog Epidaura (današnjeg Cavtata) u 7. Stoljeću [14].

Pojačani promet između istoka i zapada tijekom i nakon križarskih ratova potaknuo je razvoj pomorsko-trgovačkih središta na Mediteranu i Jadranu, uključujući Dubrovnik, u 12. i 13. stoljeću. Oslobođanje od mletačkog utjecaja, koje je Dubrovnik postigao Zadarskim mirom 1358. godine, omogućilo je njegov daljnji razvoj. Ostali dalmatinski gradovi nisu uspjeli u tom nastojanju te su 1420. godine definitivno potpali pod vlast Mletačke Republike. Tijekom 14. i 15. stoljeća, Dubrovnik je, uz Veneciju i Anconu, postao jedno od najznačajnijih pomorsko-trgovačkih središta na Jadranu. Ugovorima i kupnjom Dubrovčani su proširili svoj teritorij od Kleka na sjeveru do Sutorine na ulazu u Bokokotorski zaljev, zajedno s otocima Mljetom, Lastovom, Elafitima i Lokrumom. U 15. stoljeću, Dubrovnik je uspostavio svoj državnopravni položaj, što je uključivalo samostalno biranje kneza i vijećnika, kovanje novca, državnu zastavu s likom sv. Vlaha, samostalno zakonodavstvo i pravo otvaranja konzulata u inozemstvu. Temelj državne vlasti činilo je Veliko vijeće dubrovačke vlastele koje je biralo Vijeće umoljenih i Malo vijeće kao izvršni organ. Knez se birao svaki mjesec kao nominalni simbol vlasti [14].

Već u 15. stoljeću Dubrovčani su dobro organizirali tranzitnu trgovinu s balkanskim zaleđem. Zbog jačanja turske osvajačke politike na Balkanu, Dubrovačka Republika je 1525.

godine prihvatila tursko pokroviteljstvo i plaćanje tributa, ali su zauzvrat dobili slobodu trgovanja po cijelom turskom carstvu uz carinu od samo 2 %. Bez vlastite vojske, Dubrovnik je dovršio svoj obrambeni sustav vještom diplomatskom službom i razgranatom konzularnom djelatnošću. Neutralnost u međunarodnim sukobima i pokroviteljstvo moćnih država poput Španjolske i Vatikana omogućili su očuvanje nezavisnosti. Jedini stalni konkurent i neprijatelj bila je Mletačka Republika. Zlatno doba Dubrovačke Republike nastupa u 16. stoljeću kada sjaj i moć Mletačke Republike jenjava. Temelj prosperiteta činila je pomorska trgovina. Dubrovačka trgovačka mornarica u 16. stoljeću, s kvalitetom i brojem od 180 do 200 brodova, dosegla je svjetsku razinu. Dubrovčani su postali svjetski poznati i traženi prijevoznici tereta, s vrlo razgranatim pomorsko-trgovačkim poslovanjem [14].



Slika 1. Slika grada Dubrovnika u prošlosti

Izvor: https://tzdubrovnik.hr/get/kratka_povijest_dubrovnika/1601/kratka_povijest_dubrovnika.html

Na slici 1. je prikazan stari grad Dubrovnik, kako je izgledao u prošlosti. Ovo je povijesna slika koja prikazuje grad s karakterističnim gradskim zidinama koje okružuju staru jezgru i po kojima je Dubrovnik prepoznat u cijelom svijetu. Na slici se vide brodovi u luci, što sugerira značaj Dubrovnika kao trgovačkog i pomorskog središta. Dubrovnik, povijesno poznat kao Republika Ragusa, bio je važan trgovački centar na Jadranskom moru. Gradske zidine, koje su danas prepoznatljivi simbol Dubrovnika, služile su za obranu grada od

neprijatelja. Na slici se također mogu vidjeti i druge značajne građevine, kao što su crkve i palače koje svjedoče o bogatoj povijesti i kulturnoj baštini grada.

Materijalno blagostanje, osjećaj sigurnosti i slobode formirali su kulturu življenja u humanističkom duhu te potaknuli kreativni stvaralački polet. Dubrovnik je postigao blistave domete u svom urbanističkom i graditeljskom razvoju, koji se zadržao do danas, u književnosti i pjesništvu (Marin Držić, Ivan Gundulić), znanosti (Ruđer Bošković) i mnogim drugim vidovima umjetnosti i kulture. Opća kriza pomorstva na Mediteranu u 17. stoljeću pogodila je i dubrovačku pomorsku trgovinu. Katastrofalni potres 1667. godine doveo je Dubrovačku Republiku u kritično razdoblje borbe za opstanak i političko očuvanje nezavisnosti. 18. stoljeće donijelo je Dubrovniku priliku za gospodarsku obnovu u pomorskoj trgovini pod neutralnom zastavom, do Napoleonovog ukinuća Dubrovačke Republike 1808. godine. Bečkim kongresom 1815. godine dubrovačka regija pripojena je ostatku Dalmacije i Hrvatske, dijeleći od tada zajedničku političku sudbinu. Nakon proglašenja neovisnosti Republike Hrvatske i srpske agresije, Dubrovnik je napadnut u listopadu 1991. godine. Dubrovački kraj bio je okupiran i znatno porušen, a grad je bio u osmomjesečnom potpunom okruženju, više puta bombardiran i najbrutalnije razaran, posebno 6. prosinca 1991. Godine [15].

Dubrovnik je prepoznat kao hrvatsko kongresno središte, s najviše organiziranih skupova, kongresa i posebnih "incentive" programa, te bilježi najbolje rezultate upravo u tom turističkom segmentu. Grad se predstavlja svijetu kao kulturna destinacija, obogaćena spomeničkim blagom, izvrsnim festivalima, prestižnim likovnim događanjima, koncertno-zabavnim mega projektima na otvorenome i vrhunskim umjetnicima. Posebno se ističu Dubrovačke ljetne igre, Festival rane glazbe, tradicionalne svetkovine poput Feste sv. Vlaha, operne gala večeri i maškare koje vraćaju u doba Njarnjaša. Kulturna ponuda grada se stalno obogaćuje kako bi zadovoljila goste koji tragaju za visokokvalitetnim doživljajima. Brojni turisti dolaze u Dubrovnik motivirani upravo bogatim kulturnim manifestacijama i neponovljivim iskustvima, poput večeri kad puni mjesec obasjava mirnu pučinu, a iz atrijske dubrovačkih palača dopiru božanstveni zvuci glazbenih virtuoza [14].

Osim kulturnih događanja, Dubrovnik je i destinacija za uživanje u odmoru, izuzetno dobro povezan zračnim linijama sa svim većim europskim centrima. To je grad koji očarava, u kojem se posjetitelji zaljubljuju i uvijek iznova vraćaju, istražujući njegove bezbrojne priče i jedinstvene doživljaje. Slika luksuznih krstaša ispred stare gradske luke svjedoči o važnosti Dubrovnika kao najsnažnije cruise destinacije u Hrvatskoj i pete luke Mediterana za ove brodove. Najjužniji hrvatski grad postao je nezaobilazan dio itinerara za kruzere. Posljednjih

godina, Dubrovnik se profilira i kao destinacija za kratke gradske odmore (City Break), zahvaljujući sve kvalitetnijoj zračnoj povezanosti tijekom cijele godine. Sve veći interes važnih emitivnih tržišta obećava još snažniju povezanost u budućnosti, što jamči postizanje cilja cjelogodišnjeg turističkog poslovanja kojem je Dubrovnik sve bliže, izlazeći iz okvira hrvatskog tržišta [15].

3.2. Turizam u doba COVID-a u Dubrovniku

Dubrovnik je dio Dubrovačko-neretvanske županije, koja se nalazi na krajnjem jugu Hrvatske. Županija obuhvaća raznolika geografska područja, uključujući obalni pojas s brojnim otocima poput Korčule, Mljeta i Lastova, kao i plodnu dolinu Neretve, poznatu po agrarnoj proizvodnji. Osim prirodnih ljepota, poput Nacionalnog parka Mljet, županija je bogata kulturno-povijesnim znamenitostima koje svjedoče o njejoj bogatoj povijesti i tradiciji. Međutim, Dubrovnik, sa svojom povijesnom jezgrom, zidinama i međunarodnim ugledom, predstavlja najistaknutiji turistički i kulturni centar županije, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta.

Dubrovnik, grad uz obalu Hrvatske na Jadranskom moru, i dalje je cijenjeno odredište za odmor, poznato po svojoj prekrasnoj arhitekturi, bogatoj povijesti i kulturnoj baštini, pa čak i u vrijeme pandemije izazvane virusom COVID-19, koja je zahvatila bez iznimke sve turističke destinacije i gospodarske sektore. Međutim, dolazak pandemije COVID-19 donio je značajne promjene Gradu, uključujući izmjene u iskustvu putovanja zbog primijenjenih zdravstvenih i sigurnosnih mjera. Osim što je pandemija izazvala privremeno zatvaranje granica i ograničenje putovanja, ona je također promijenila ponašanje i stavove putnika, te transformirala način na koji se turizam doživljava i provodi. Ova krizna situacija pokazuje da su turizam i putovanja izrazito osjetljivi na vanjske faktore koji se mogu brzo promijeniti, uključujući zdravstvene prijetnje poput pandemije. Događaji poput pandemije COVID-19 su neizbježni i iznenađujući, te van kontrole turističkih organizacija i destinacija. Unatoč tome, ova krizna situacija iznjedrila je određene odgovore i adaptacije u turističkoj industriji. Jedan od aspekata koji se ističe je da je turizam pod snažnim utjecajem različitih značajki iz okruženja, uključujući zdravstvene aspekte, promjene u potražnji i preferencijama putnika te promjene u pristupu sigurnosti i sigurnosti putnika [16].

Turističke destinacije i operateri su se morali prilagoditi novonastaloj stvarnosti, usvajajući nove standarde higijene, implementirajući socijalnu distancu i razvijajući digitalne alate za komunikaciju i rezervaciju kako bi osigurali sigurnost putnika. Osim toga,

ova situacija je potaknula inovacije u turizmu, poput razvoja virtualnih tura, ponude destinacijskih paketa s fokusom na izolirana iskustva te promoviranja lokalnog turizma kao odgovora na ograničenja putovanja. Također je naglasila važnost suradnje između različitih dionika u turističkom sektoru, uključujući vladine agencije, privatni sektor, lokalne zajednice i stručnjake, kako bi se zajednički suočili s izazovima i osmislili održiva rješenja za oporavak turizma [16].

Prije pandemije, Dubrovnik je bio popularna destinacija za masovni turizam, privlačeći tisuće posjetitelja svakog dana. No, pandemija je donijela značajan pad broja turista koji posjećuju Dubrovnik, transformirajući ga iz živahnog u mirnije i manje prepuno odredište. Ista situacija je zahvatila cijelu Hrvatsku pa je uočen pad broja dolazaka turista. Prema Državnom zavodu za statistiku Hrvatske (2021.), "u 2020. godini, zbog pandemije koronavirusa, ostvareno je 64,2% manje dolazaka turista i 55,3% manje noćenja turista nego u 2019. godini." Ovaj trend odražavao se i u Dubrovniku, što potvrđuju brojni podaci [16].

Dubrovnik je bio poznat i po problemima s prevelikim brojem turista koji su preplavljivali povijesne znamenitosti grada, što lokalne vlasti nisu uvijek uspjele adekvatno upravljati. Situacija se promijenila tijekom pandemije, smanjenjem velikih okupljanja zbog zdravstvenih mjera, što je rezultiralo manjim brojem turista i smanjenim problemom pretrpanosti [16].

Turistička 2019. godina, predpandemijska godina, bila je rekordna za Dubrovnik, s rastom od 13% u dolascima i 6% u noćenjima u usporedbi s prethodnom godinom, prema izvješću Turističke zajednice grada Dubrovnika. Najbrojniji turisti bili su Britanci, a slijedili su ih gosti iz SAD-a, Njemačke, Francuske, Španjolske, Hrvatske, Irske, Australije, Italije i Kanade. Prema sustavu eVisitor za prijavu i odjavu turista, Dubrovnik je od 1. siječnja do 31. prosinca 2019. godine zabilježio 1,44 milijuna dolazaka, što je 13% više nego 2018. godine, te 4,4 milijuna noćenja, što je 6% više nego prethodne godine. Od ukupnog broja turista, 815 tisuća njih odsjelo je u pedeset dubrovačkih hotela, što predstavlja porast od 18% u hotelskom smještaju u odnosu na 2018. godinu, uz 6% više noćenja nego prethodne godine.

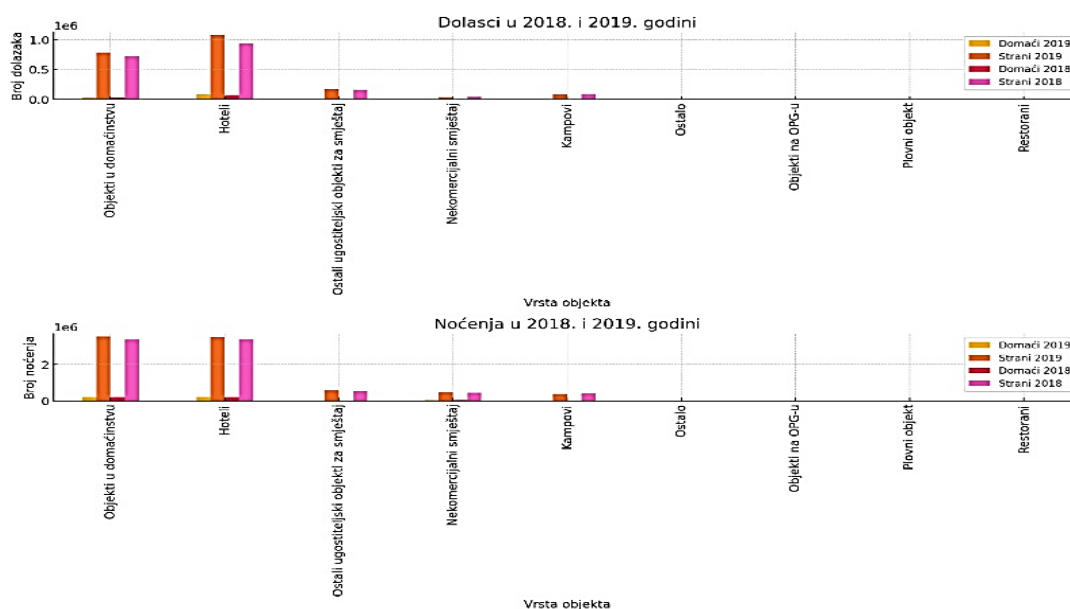
U privatnom smještaju tijekom 2019. godine odsjelo je 480 tisuća gostiju, što je porast od 10% u odnosu na 2018., uz 8% više noćenja. Turistička zajednica Dubrovnika istaknula je da je Novu godinu 2020. u Dubrovniku dočekalo 3.364 gosta, najviše iz BiH, Hrvatske, SAD-a, Njemačke, Japana, Austrije, Slovenije, Singapura, Italije i Ujedinjenog Kraljevstva. Turistički rezultati za prosinac 2019. bili su otprilike na razini prethodne godine za isto razdoblje. Navedeno potvrđuju Slika 2. i Slika 3.

Vrsta objekta	DOLASCI					NOCENJA				
	DOMAĆI	STRANI	2019	2018	Indeks	DOMAĆI	STRANI	2019	2018	Indeks
Objekti u domaćinstvu	33.694	784.504	818.198	755.752	108,26	207.850	3.520.696	3.728.546	3.559.900	104,74
Hoteli	83.612	1.073.514	1.157.126	1.004.553	115,19	215.310	3.494.093	3.709.403	3.572.738	103,83
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	8.571	173.076	181.647	169.769	107,00	28.096	568.873	596.969	590.478	101,10
Nekomercijalni smještaj	2.118	38.679	40.797	41.778	97,65	49.057	471.399	520.456	510.033	102,04
Kampovi	2.524	84.498	87.022	91.368	95,24	16.850	393.759	410.609	419.091	97,98
Ostalo	361	9	370	886	41,76	3.966	177	4.143	8.405	49,29
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	26	588	614	510	120,39	145	3.929	4.074	3.117	130,70
Plovni objekt	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0,00
Restorani	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0,00
Ukupno:	130.906	2.154.868	2.285.774	2.064.616	110,70	521.274	8.452.926	8.974.200	8.663.762	103,58

Slika 2. Prikaz tablice dolazaka 2018. i 2019. godine po objektima i kategoriji putnika

Izvor: <https://visitdubrovnik.hr/wp-content/uploads/2021/11/Pregled-dolazaka-i-nocenja-po-objektima-1-12-2019.pdf>

Slika 2. prikazuje tablicu koja sadrži broj gostiju u kategorijama „dolazaka“ i „noćenja“ za 2019. i 2020. godinu te usporedbu te dvije godine. Analizirajući Sliku 2. zaključuje se da su najveće promjene u 2019. u odnosu na 2018. u kategoriji „objekata na OPG-u“ gdje je povećan broj dolazaka turista za 20 % odnosno za 30 % pod stavkom noćenja. Grafički prikaz predstavljenih podataka prikazuje Slika 3.



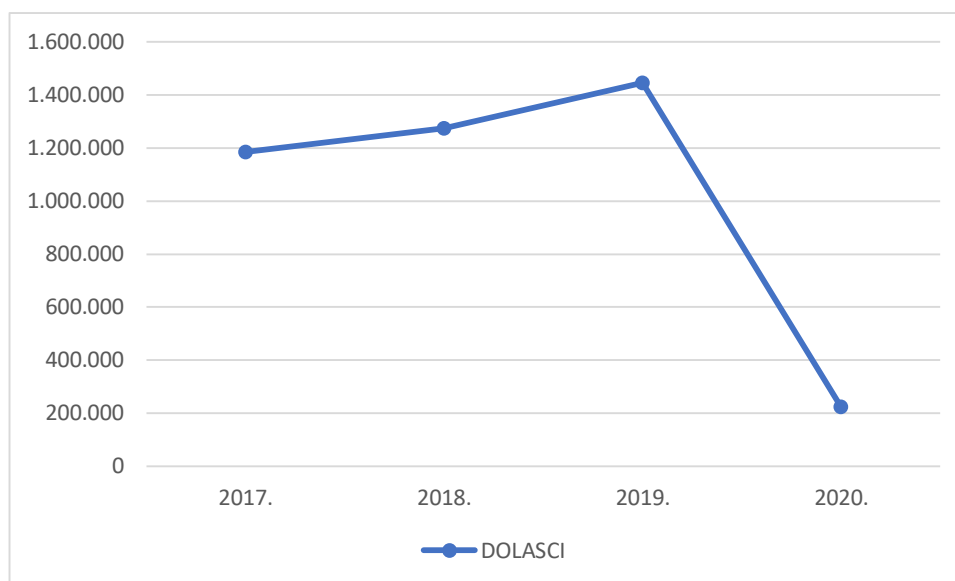
Slika 3. Prikaz grafa dolazaka 2019. godine u odnosu na 2018.godinu po objektima i kategoriji putnika

Izvor: <https://visitdubrovnik.hr/wp-content/uploads/2021/11/Pregled-dolazaka-i-nocenja-po-objektima-1-12-2019.pdf>

Slike 2. i 3. pružaju detaljan uvid u turističke dolaske i noćenja u Dubrovniku tijekom 2018. i 2019. godine, segmentirane prema različitim vrstama smještajnih objekata. Vidljiv je blagi porast stranih dolazaka u 2019. godini u odnosu na 2018. godinu (784.564 u 2019. naspram 818.198 u 2018.), uz indeks rasta od 106,28. Broj domaćih gostiju također bilježi porast sa 33.694 na 39.805, što ukazuje na popularnost ovog tipa smještaja među oba segmenta turista. Hoteli su najzastupljeniji smještajni objekt, posebno među stranim gostima. Broj stranih turista blago je porastao sa 1.075.314 u 2018. na 1.157.126 u 2019. godini, s rastom od 107,60. Hoteli su i dalje dominantna opcija među domaćim gostima, s rastom od 83.612 na 93.154. Kampovi su također zabilježili blagi porast, kako među stranim tako i domaćim gostima, no njihov udio u ukupnim dolascima je relativno nizak. Sličan trend je vidljiv i u noćenjima. Strani turisti ostvarili su više noćenja u 2019. (5.320.606) u odnosu na 2018. (5.059.506), s rastom od 105,16. Domaći turisti također bilježe blagi porast broja noćenja u istim razdobljima. Noćenja u hotelima pokazuju stabilan rast, posebno među stranim gostima (3.709.443 noćenja u 2019. naspram 3.499.493 u 2018.), s indeksom rasta od 105,76. Domaći gosti također bilježe rast broja noćenja u hotelima. Iako manje zastupljeni, kampovi bilježe blagi rast broja noćenja, osobito među stranim turistima (590.478 noćenja u 2019.). Podaci pokazuju stabilan rast u turističkom prometu, osobito među stranim turistima, gdje hoteli i objekti u domaćinstvu dominiraju kao najpoželjniji oblici smještaja. Kampovi bilježe manji, ali kontinuiran rast. Ukupni indeks rasta za dolaske i noćenja u svim kategorijama ukazuje na pozitivan trend u turističkom sektoru u 2019. godini u usporedbi s 2018.

Hoteli, kao najvažniji segment smještaja, također bilježe značajan porast dolazaka i noćenja. Posebno se ističe rast broja dolazaka stranih turista, što ukazuje na sve veću atraktivnost hotelskog smještaja u Dubrovniku. Broj noćenja također prati ovaj trend, što pokazuje da turisti ostaju duže u hotelima. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj i nekomercijalni smještaj također bilježe rast dolazaka i noćenja, iako nešto sporijim tempom. Ove kategorije pokazuju stalni interes posjetitelja za alternativne vrste smještaja. Kampovi, s druge strane, zadržavaju stabilan broj dolazaka i noćenja, uz manji pad, što može ukazivati na zasićenje tržišta ili promjenu preferencija turista. Grafički prikazi dodatno pojašnjavaju ove podatke, vizualizirajući trendove u dolascima i noćenjima kroz promatrane godine. Jasno je vidljiv rast u svim kategorijama smještaja, posebno u hotelima, što ukazuje na sve veću privlačnost Dubrovnika kao destinacije koja može ponuditi kvalitetan smještaj i raznovrsne turističke sadržaje. Međutim, trendovi se mijenjaju u 2020. godini i dolazi do

izvanredne situacije obilježene neočekivanom stagnacijom u turizmu što vjerno prikazuje Grafikon 1.



Grafikon 1. Broj dolazaka u periodu 2017. – 2020. u Dubrovniku

Izvor: Izradila autorica prema

https://tzdubrovnik.hr/lang/hr/user_files/novak/Izvjescje%20o%20radu%20za%202019.pdf

Analizom Grafikona 1. zaključuje se da je u razdoblju od 2017. do 2020. godine prisutan stalno rastući trend broja dolazaka turista u grad Dubrovnik s izraženim padom u 2020. godini uslijed pandemije COVID-19. U tom razdoblju je prisutan strmoglavi pad sa skoro nultim brojem dolazaka turista. Ovaj trend nije iznenađujući niti odstupa od ostalih turističkih destinacija.

U 2020. godini turizam u Dubrovniku je pretrpio značajan pad uslijed pandemije COVID-19, što je jasno vidljivo iz statističkih podataka. Na području Turističke zajednice grada Dubrovnika zabilježeno je 222.308 dolazaka, što predstavlja pad od 85% u odnosu na 2019. godinu. Od toga broja, 178.828 su bili strani turisti, što je pad od čak 87%, dok je domaćih turista bilo 43.480, s padom od 24%. Ovi podaci jasno ukazuju na veliki utjecaj globalne pandemije na dolazak međunarodnih turista [18].

Ukupno je ostvareno 823.023 noćenja, što je pad od 81% u usporedbi s 2019. godinom. Domaći posjetitelji ostvarili su 137.849 noćenja, što je relativno manji pad od 5%, dok su strani posjetitelji zabilježili 685.174 noćenja, s dramatičnim padom od 84%. Posebno je pogođen segment nautike, gdje je zabilježeno 8.225 dolazaka (-82%) i 63.586 noćenja (-79%) [18].

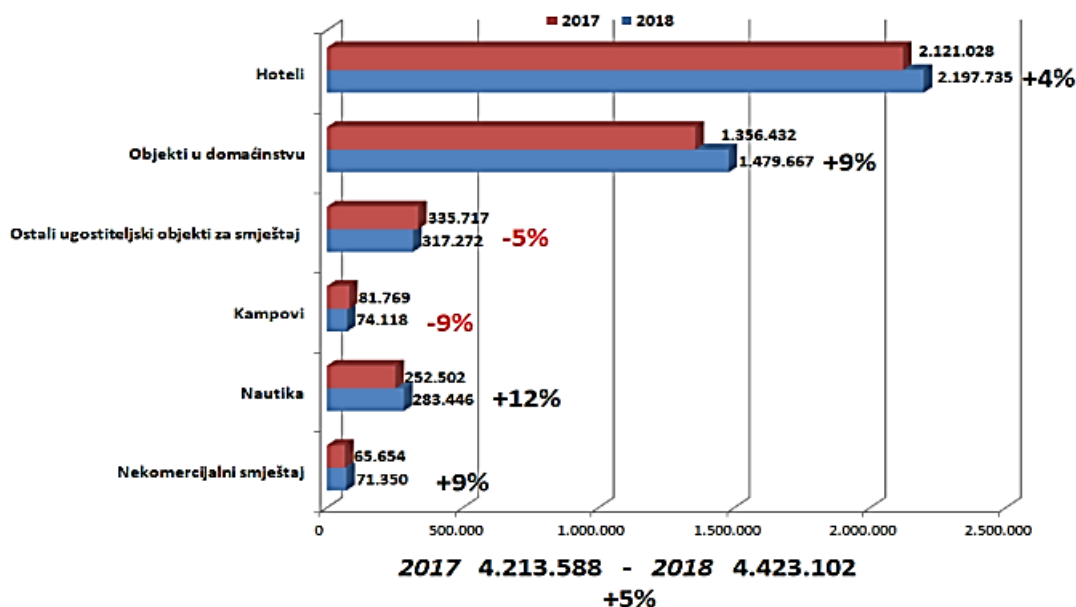
Turistički promet u Dubrovniku u 2020. godini zabilježio je ukupno 230.533 dolazaka i 886.609 noćenja. Posebno se ističe pad u hotelskom smještaju, gdje je odsjelo 125.504 gostiju, što je smanjenje od 85% u odnosu na prošlu godinu. U hotelima je ostvareno 390.610 noćenja, što predstavlja pad od 83%. Hosteli su također pogođeni s padom od 95% u dolascima i noćenjima, dok je u privatnim smještajima zabilježen pad od 84% u dolascima i 79% u noćenjima [18].

Pad turističkih dolazaka i noćenja bio je prisutan tijekom cijele godine, uz izuzetno oštre padove u travnju, gdje je zabilježeno 100% manje dolazaka i 98% manje noćenja. Kolovoz, inače jedan od vrhunaca sezone, zabilježio je pad od 70% u dolascima i 60% u noćenjima. U prosincu je zabilježeno 10% manje dolazaka i čak 80% manje noćenja [18].

Što se tiče turista po državama, najveći broj posjetitelja bio je iz Hrvatske, s 43.480 dolazaka (-24%) i 137.849 noćenja (-5%), dok su turisti iz Velike Britanije, Njemačke i Francuske zabilježili veliki pad dolazaka i noćenja. Britanski turisti su ostvarili 22.006 dolazaka (-89%) i 97.441 noćenja (-89%), a njemački turisti 27.073 dolazaka (-76%) i 87.364 noćenja (-70%). Poljska i SAD su također pretrpjeli padove, pri čemu su turisti iz Poljske ostvarili 12.423 dolazaka (-27%) i 52.083 noćenja (-11%), a iz SAD-a 8.674 dolazaka (-95%) i 41.053 noćenja (-91%) [18].

3.3. Trenutno stanje turizma u Dubrovniku (broj posjetitelja, popunjenost smještajnih kapaciteta, itd.)

Godina 2018. obilježena je izvanrednim rezultatima turističkog prometa u Dubrovniku prije pojave virusa COVID-19, kada je grad bio najprepoznatljiviji hrvatski turistički brend u svijetu. S ciljem prikaza porasta turizma u Dubrovniku uspoređuje je se s 2017. godinom. Značajno povećanje turističkog prometa zabilježeno je u mjesecima izvan glavne sezone, što je bilo potaknuto poboljšanom dostupnošću putem direktnih letova tijekom zimskog razdoblja. Brojne nagrade i priznanja dodijeljene Turističkoj zajednici grada Dubrovnika i samom Dubrovniku kao renomiranoj turističkoj destinaciji odražavaju spoj jedinstvenog povijesnog i kulturnog naslijeđa, visokokvalitetne hotelske ponude, kongresnih sadržaja, rastuće ponude privatnog smještaja, te raznolikih ugostiteljskih i kulturno-zabavnih sadržaja tijekom cijele godine [18]. Slika 4. vjerno prikazuje promjene u turizmu u Dubrovniku u 2018. u odnosu na 2017.



Slika 4. Prikaz grafa noćenja turista 2017. - 2018. u Dubrovniku

Izvor: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjescje-2018.pdf>

Prema statističkim podacima sustava eVisitor i Turističke zajednice grada Dubrovnika, 2018. godina je obilježena rekordnim rezultatima u svim vrstama smještaja. Ukupno je ostvareno 1.312.993 dolazaka i 4.423.588 (Slika 3.). Od toga, zabilježeno je 8% više stranih dolazaka, te 5% više noćenja u usporedbi s prethodnom godinom. Domaći turisti su ostvarili manje noćenja, dok su stranci povećali svoje brojke. U segmentu nautičkog turizma, zabilježeno je povećanje od 12% u dolascima i noćenjima. Hoteli su zabilježili 7% više dolazaka i 4% više noćenja, dok su hostelima bilježene manje brojke dolazaka i noćenja. Smještaj u domaćinstvima i seljačkim domaćinstvima doživio je značajan porast od 13% u dolascima i 9% u noćenjima. Hoteli su tradicionalno okosnica turističke ponude Dubrovnika. Broj dolazaka gostiju u hotele tijekom 2017. godine iznosio je 2.121.028, a već sljedeće godine bilježen je rast od 4%, što je rezultiralo s 2.197.735 dolazaka u 2018. godini. Ovaj trend pokazuje visoku potražnju za hotelskim smještajem, posebice među stranim turistima.

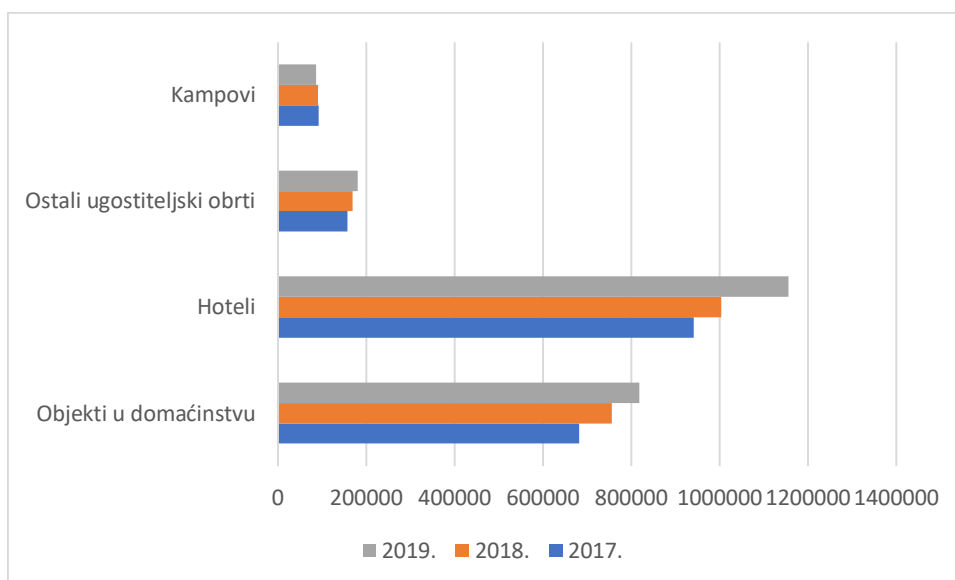
Objekti u domaćinstvu pokazali su snažan rast između 2017. i 2018. godine, s 1.356.432 dolazaka u 2017. na 1.479.667 u 2018., što predstavlja porast od 9% [20].

Nautički turizam, pokazuje izrazito pozitivne rezultate kao što je prikazano na slici 4. U 2017. godini zabilježeno je 252.502 dolazaka, dok je 2018. godina donijela rast od 12%, s ukupno 283.446 dolazaka. Iako za 2019. godinu nemamo precizne podatke o dolascima u ovoj kategoriji, dosadašnji trendovi sugeriraju da bi se rast mogao nastaviti, s obzirom na

sve veću popularnost nautike među turistima, kao i visoku potrošnju koju ovi gosti donose destinaciji [20].

Nekomercijalni smještaj također bilježi stabilan rast. U 2017. godini zabilježeno je 65.654 dolazaka, dok je u 2018. taj broj porastao na 71.350 (+9%). U 2019. godini broj dolazaka iznosio je 40.797, s indeksom rasta od 107, što ukazuje na stabilan trend rasta. Broj noćenja u ovoj kategoriji također je rastao, dosegnuvši 520.456 noćenja u 2019., s indeksom od 102,04 u odnosu na prethodnu godinu [20].

Tijekom 2019. godine, broj dolazaka u objekte u domaćinstvu dostigao je ukupno 818.198 (784.564 stranih i 33.694 domaćih), čime je potvrđen nastavak rasta. Ukupno ostvarena noćenja dosegla su 5.320.606, s indeksom rasta od 105,16 u odnosu na prethodnu godinu [20]. Grafikon 2 prikazuje kretanje prema vrsti objekta za period 2017. – 2019.



Grafikon 2. Broj turista prema vrsti objekta 2017. – 2019.

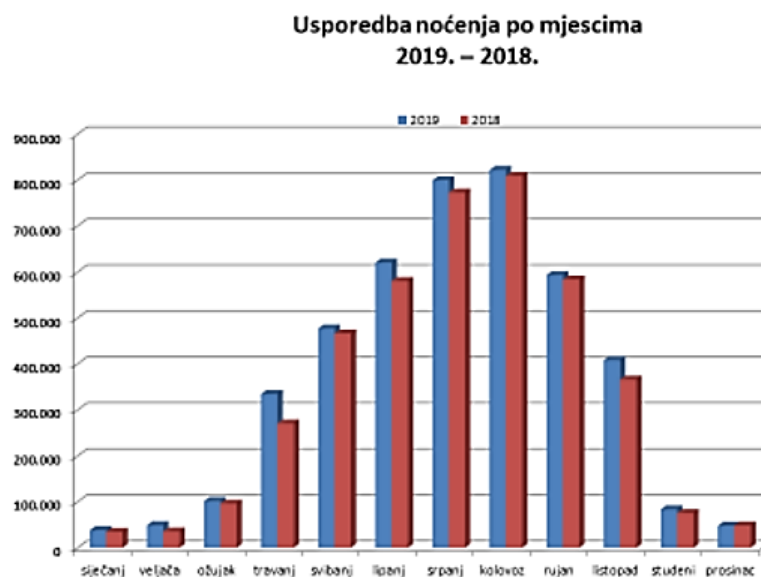
Izvor: https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvj%C5%A1%C4%87e%20o%20radu%202020.pdf

Kategorija ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj bilježi rast u broju dolazaka. U 2017. godini zabilježeno je 157.786 dolazaka, dok je 2018. godine taj broj narastao na 169.750. U 2019. godini rast se nastavlja, s ukupno 181.547 dolazaka. Ovaj trend ukazuje na to da turisti sve više biraju ovu vrstu smještaja, a mogući razlozi se mogu pronaći u promjeni preferencija gostiju.

Tijekom tri uzastopne godine zabilježen je pad broja dolazaka u kampove. U 2017. godini broj dolazaka iznosio je 92.911. Godinu kasnije, 2018., taj broj se smanjio na 91.368,

što predstavlja pad od približno 1,66% u odnosu na prethodnu godinu. Trend opadanja nastavio se i u 2019. godini, kada je zabilježeno 87.022 dolazaka, što je smanjenje od 4,76% u odnosu na 2018. godinu. Tako je u razdoblju od 2017. do 2019. godine ukupan pad broja dolazaka iznosio oko 6,34%.

Slika 5. predstavlja prikaz usporedbe noćenja po mjesecima u 2019. u odnosu na 2018.



Slika 5. Usporedba noćenja po mjesecima 2019. – 2018.

Izvor: Izvjesce o radu za 2019.pdf (tzdubrovnik.hr)

Na slici 5. se vidi kako 2019. godina bilježi povećanje broja noćenja u gotovo svim mjesecima u odnosu na 2018. godinu. Najveći broj noćenja je zabilježen u razdoblju sezone s povećanjem broja noćenja u 2019. u odnosu na 2018. godinu. Promotivne aktivnosti usmjerene su na otvaranje i pozicioniranje cjelogodišnjih tržišta, s naglaskom na zimski turizam, putem direktne marketinške kampanje s avio kompanijama poput British Airways, Iberia i Turkish Airlines [18].

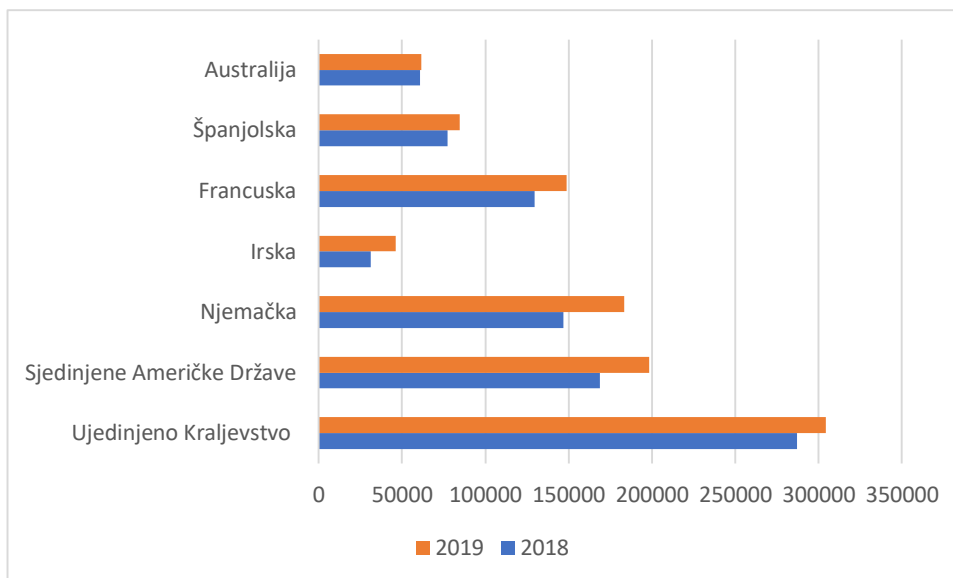
Prema podacima Hrvatske turističke zajednice, glavni grad Zagreb je bio najposjećeniji grad u Hrvatskoj, iako Dubrovnik privlači značajan broj turista. Na temelju statističkih podataka platforme Statista, Dubrovnik je 2018. godine primio gotovo 1,3 milijuna turista koji su u gradu i prenoćili, uz dodatne izlete i posjete putnika na krstarenjima tijekom sezone. Godine 2019. grad je primio gotovo 1,5 milijuna turista [20]. Većina turista

u Dubrovniku dolazi od ožujka do studenoga, pri čemu su posjetitelji uglavnom iz Velike Britanije, Francuske, Hrvatske, Španjolske i Njemačke, dok raste interes za taj grad na grčkom, turskom i skandinavskom tržištu (slika 5.)[19].

Predsezona 2018. je zabilježila izvanredne rezultate, posebice veljača, koja je zabilježila 92% više dolazaka i 38% više noćenja, dok je travanj donio 43% više dolazaka i 24% više noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Posezona je također bila uspješna, s posebnim naglaskom na studeni, koji je donio 34% više dolazaka i 11% više noćenja [20].

Marketinške aktivnosti usmjerene su na cjelogodišnji turizam, s naglaskom na zimski period i promociju Dubrovnika kao destinacije za sva godišnja doba. U tom kontekstu, uvođenjem direktnog leta American Airlinesa iz Philadelphije prema Dubrovniku, dodatno je proširena ponuda direktnih letova. Marketing kampanje s frekventnim zračnim prijevoznicima, poput British Airwaysa, Vuelinga, Iberie i American Airlinesa, osigurale su visoku vidljivost Dubrovnika na međunarodnoj razini. Za period 1.1.2019. do 31.12.2019. posebno su se istaknula tržišta Velike Britanije i Sjedinjenih Američkih Država, s Velikom Britanijom na čelu po broju dolazaka (197.365) i noćenja (916.320), što predstavlja 21% ukupnih noćenja u 2019. godini. Tržište SAD-a bilježi rast od 16% u dolascima (159.146) i noćenjima (442.256), što je čvrsto pozicioniralo američke turiste na drugo mjesto, odmah iza britanskih. Njemačko tržište zabilježilo je izniman rast dolazaka od 43%, dok su noćenja porasla za 8%, što je rezultat specifičnih zimskih programa usmjerenih na stariju populaciju [20].

Ostala emitivna tržišta, poput Francuske, Španjolske, Australije i Irske, također su pokazala snažne pozitivne trendove. Posebno se ističe Irska s povećanjem od 49% u dolascima i 39% u noćenjima, što potvrđuje jačanje interesa za Dubrovnik iz ovog dijela svijeta. Osim toga, Kina i Japan pokazuju rast u dolascima i noćenjima, potaknuti pojačanim marketinškim aktivnostima i predstavljanjem Dubrovnika na azijskim tržištima [20]. Grafikon 3. prikazuje rast broja turista prema spomenutim nacionalnostima.

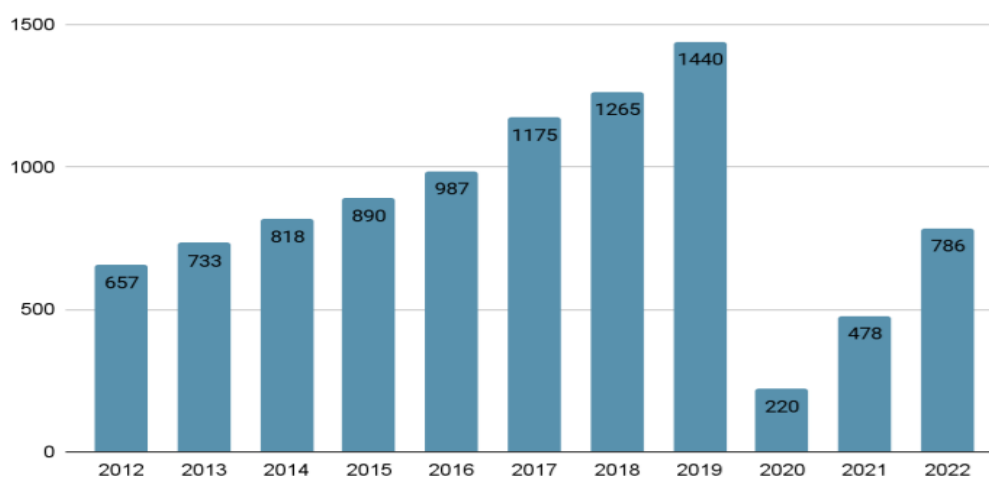


Grafikon 3. Rast broja turista prema nacionalnostima 2018. - 2019.

Izvor: <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/statistika/>

Analizom Grafikona 3. zaključuje se da Dubrovnik najviše posjećuju gosti iz Ujedinjenog Kraljevstva

Ukoliko se analizira kretanje broja turističkih posjeta Dubrovniku u duljem vremenskom periodu (2012. - 2022.) uočava se stalan rast s izuzetkom 2020. godine nakon koje opet dolazi do stalnog rasta broja dolazaka turista. Navedeno je prikazano na Slici 6.

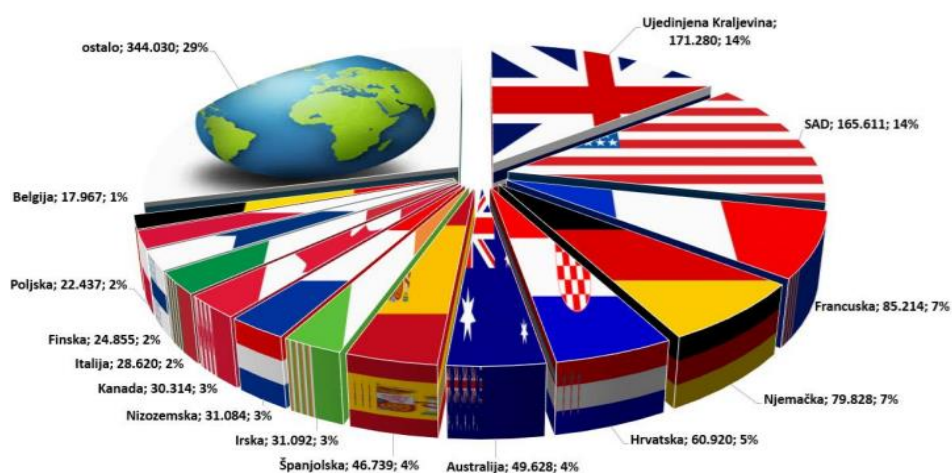


Slika 6. Broj turističkih posjeta Dubrovniku s noćenjima od 2012. do 2022. godine (u tisućama)

Izvor: <https://www.statista.com/statistics/886613/dubrovnik-tourist-arrivals/#:~:text=Overnight%20tourist%20arrivals%20in%20Dubrovnik,surpassing%201.4%20million%20in%202019.>

Slika 6. potvrđuje Dubrovnik kao stalno zanimljivu destinaciju kojoj je uzlazni trend brojki vezanih za turizam već učestala pojava, ali isto tako potvrđuje osjetljivost na nepredvidljive situacije kao što je pandemija COVID-19.

Slika 7. prikazuje podatke u svezi turizma u Dubrovniku za 2023. godinu. Godine 2023. Dubrovnik je zabilježio 4,5 milijuna noćenja, što predstavlja povećanje od 11% u odnosu na prethodnu godinu [20].



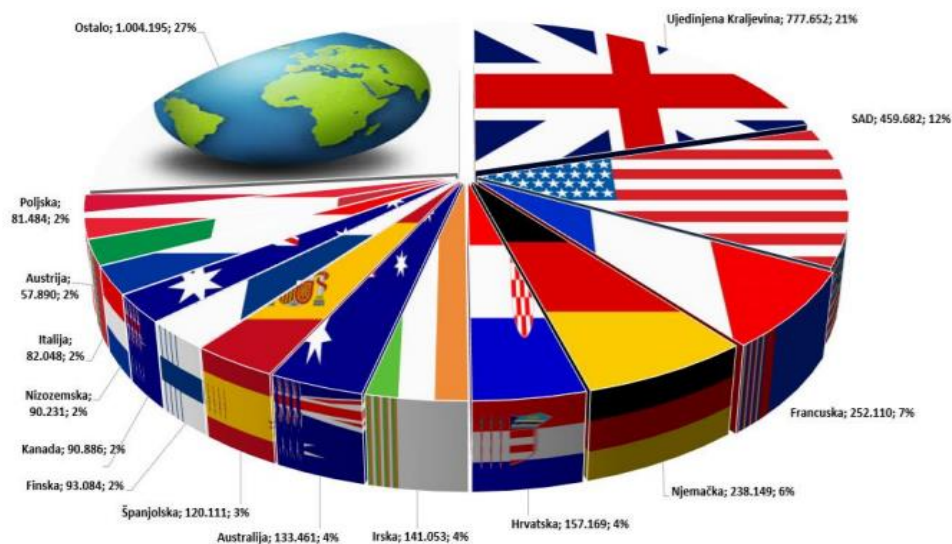
Slika 7. Dolasci po zemljama od 01.01. do 31.10.2023.godine

Izvor:

https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Godi%20C5%AInji%20program%20rada%20s%20financijskim%20planom%20TZ%20grada%20Dubrovnik%20za%202024.%20godinu%20.pdf

Analizom Slike 7. dobija se uvid u strukturu gostiju tijekom 2023. u Dubrovniku. Do kraja listopada 2023., turisti iz Velike Britanije su predvodili top listu država iz kojih dolaze stacionarni posjetitelji s 171.280 dolazaka, što je povećanje od 2% u odnosu na prethodnu godinu (slika 7.).

Slika 8. prikazuje strukturu gostiju po geografskom pripadnosti u kategoriji „noćenja“.



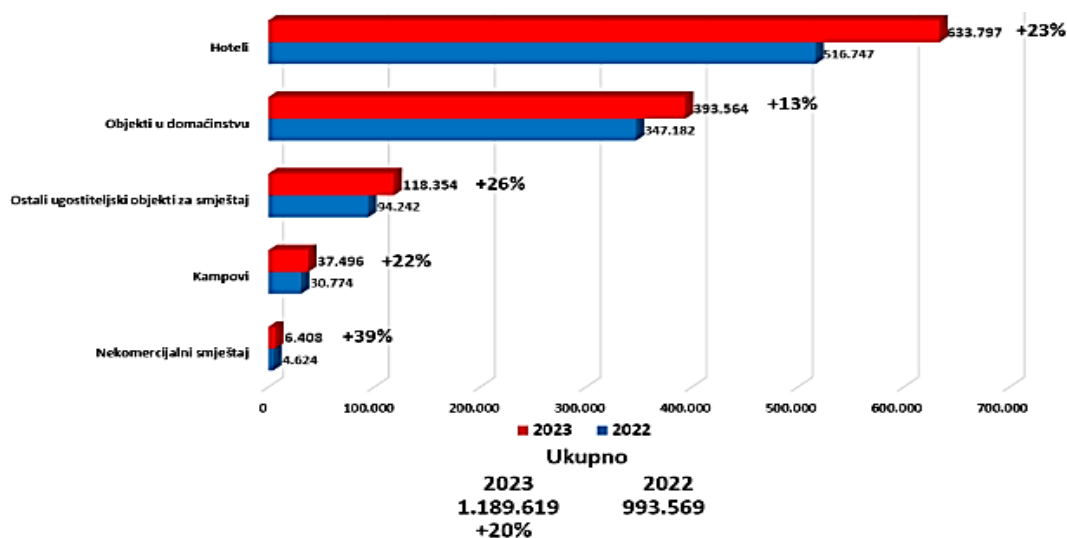
Slika 8. Noćenja po zemljama 01.01. do 31.10.2023.

Izvor:

https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Godi%20C5%A1nji%20program%20rada%20s%20financijskim%20planom%20TZ%20grada%20Dubrovnika%20za%202024.%20godinu%20.pdf

U razdoblju od 01.01. do 31.10.2023. ostvareno je 777.652 noćenja, što predstavlja smanjenje od 2% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Prednjače gosti iz Velike Britanije, a slijede turisti iz SAD-a s ostvarenih 165.611 dolazaka, što je porast od 34%, te 459.682 noćenja, što je povećanje od 29% u usporedbi s prvih deset mjeseci prošle godine. Francuski turisti su zabilježili 85.214 dolazaka, što je smanjenje od 2%, te 252.110 noćenja, što predstavlja pad od 10%. Njemački turisti su ostvarili 79.828 dolazaka, što je smanjenje od 8%, te 238.149 noćenja, što je također smanjenje od 10%. Domaći posjetitelji su ostvarili 60.920 dolazaka, što je na razini prošlogodišnjih brojki, dok je zabilježeno smanjenje od 7% u noćenjima, što iznosi 157.169 noćenja (slika 8) [20].

Slika 9. daje presjek turističkih kretanja po kategorijama smještaja i to za prvih deset mjeseci 2023. i 2022. godine.



Slika 9. Dolasci po tipu smještaja 01.01. do 31.10.2022. i 2023.g

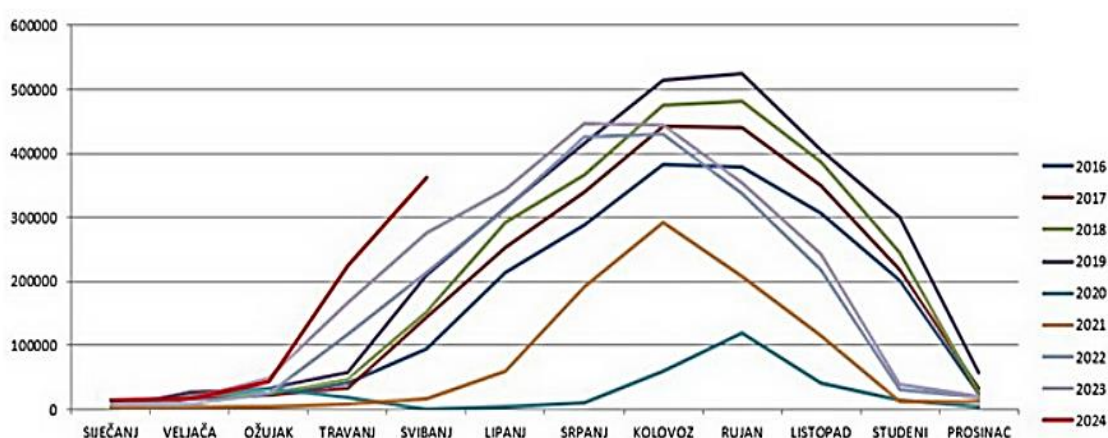
Izvor:

https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Godi%20C5%A1nji%20program%20rada%20s%20financijskim%20planom%20TZ%20grada%20Dubrovnika%20za%202024.%20godinu%20.pdf

Analizom slike 9. u prvih deset mjeseci u hotelima je boravilo 633.797 gostiju (+23%) koji su ostvarili 1.919.175 noćenja (+9%). U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 393.564 dolazaka (+13%) i 1.371.068 (+7%) noćenja (slika 10) [20].

Ne smije se zanemariti ni turiste koji dolaze u Dubrovnik brodovima za krstarenja. Dubrovnik je uspostavio partnerstvo s Međunarodnom udrugom tvrtki za krstarenja kako bi surađivao na inicijativama za održivo upravljanje krzerskim turizmom u gradu. To uključuje provedbu ocjenjivanja odredišta prema GSTC standardima radi utvrđivanja rizika za održivost, uključivanje dionika u osnivanje radne skupine za održivo upravljanje odredištem te donošenje i provođenje pravila Grada Dubrovnika o pristajanju krzera iz 2020. godine. GSTC je skraćenica za Globalno vijeće za održivi turizam (Global Sustainable Tourism Council). Ova organizacija postavlja globalne standarde za održivi turizam i pruža smjernice za promicanje održivih turističkih praksi širom svijeta. Također, razvija se obrazovna kampanja za posjetitelje pod nazivom "Poštujmo grad (Respect the City)". Nautički turizam predstavlja važan segment turističke ponude Dubrovačko-neretvanske županije i cijele Jadranske Hrvatske, s brzim rastom interesa, ali nedostatkom odgovarajuće infrastrukture. Županija ima samo 8 luka za nautički turizam, što je tek 5,7% ukupnog kapaciteta u Hrvatskoj, s Dubrovačkom-neretvanskom županijom koja ima najmanji broj luka u odnosu na druge obalne županije u zemlji [20].

S obzirom da većina turista do Dubrovnika stiže zračnim prijevozom, važno je spomenuti i promet zračne luke. Zračna luka Dubrovnik bilježila je stalni rast broja putnika od 2016. do 2019. godine. Ukupni promet putnika porastao je s 1.993.243 u 2016. na 2.896.227 u 2019. godini, pri čemu su ljetni mjeseci, posebice srpanj i kolovoz, bili najprometniji s više od 500.000 putnika. Međutim, pandemija COVID-19 drastično je smanjila broj putnika u 2020. godini, kada je ukupni promet iznosio samo 330.147 putnika. Ograničenja putovanja i mjere karantene rezultirale su minimalnim prometom tijekom proljeća i ljeta, koji su inače najprometniji mjeseci [21]. Prikaz broja putnika koji je prošao kroz zračnu luku u Dubrovniku predstavlja Slika 10.



Slika 10. Zračna luka Dubrovnik - Broj putnika

Izvor: <https://www.airport-dubrovnik.hr/en/business/statistics-s36>

Iz Slike 10. se vidi kako se u svim godinama, najveći promet ostvaruje se tijekom ljetnih mjeseci, posebice u srpnju i kolovozu, kada broj putnika doseže vrhunac. Ovaj obrazac ukazuje na sezonalnost turizma u Dubrovniku, gdje ljeto privlači najviše posjetitelja. Linija koja prikazuje promet za 2020. godinu (zelenkasta boja) pokazuje nagli pad u usporedbi s ostalim godinama, osobito od ožujka nadalje. Ovo je rezultat globalnih restrikcija i pandemije COVID-19, koje su imale snažan utjecaj na zračni promet. Srpanj i kolovoz su također značajno ispod normalne razine. Nakon drastičnog pada u 2020., može se vidjeti postupan oporavak u 2021. (narančasta linija), i još jači oporavak u 2022. i 2023. godini, gdje brojke za ove godine (svijetloplava i tamnoplava linija) dosežu slične razine kao prije pandemije. Projekcija za 2024. godinu (crvena linija) sugerira da bi promet mogao doseći ili nadmašiti razinu iz 2019. (plava linija), koja je bila jedna od najjačih godina.

Značajan rast primjetan je već od proljeća, što može ukazivati na pozitivan trend povratka turizma i rasta potražnje za putovanjima. Godine prije pandemije (2016. - 2019.) pokazuju relativno slične obrasce s postepenim rastom prometa u proljetnim mjesecima, vrhuncem tijekom ljeta te postepenim padom u jesen i zimu. To sugerira stabilan rast u zračnom prometu Dubrovnika prije pandemije.

Godine 2021. započeo je postupni oporavak broja putnika, s ukupno 927.934 putnika, iako je promet bio daleko ispod razina prije pandemije. Ljetni mjeseci ponovno su zabilježili značajan porast broja putnika. U 2022. i 2023. godini, oporavak se nastavio, s ukupno 2.149.181 putnikom u 2022. i 2.416.818 putnika u 2023. godini. Promet se gotovo vratio na razine prije pandemije, s ljetnim mjesecima koji su ponovno bili najprometniji periodi.

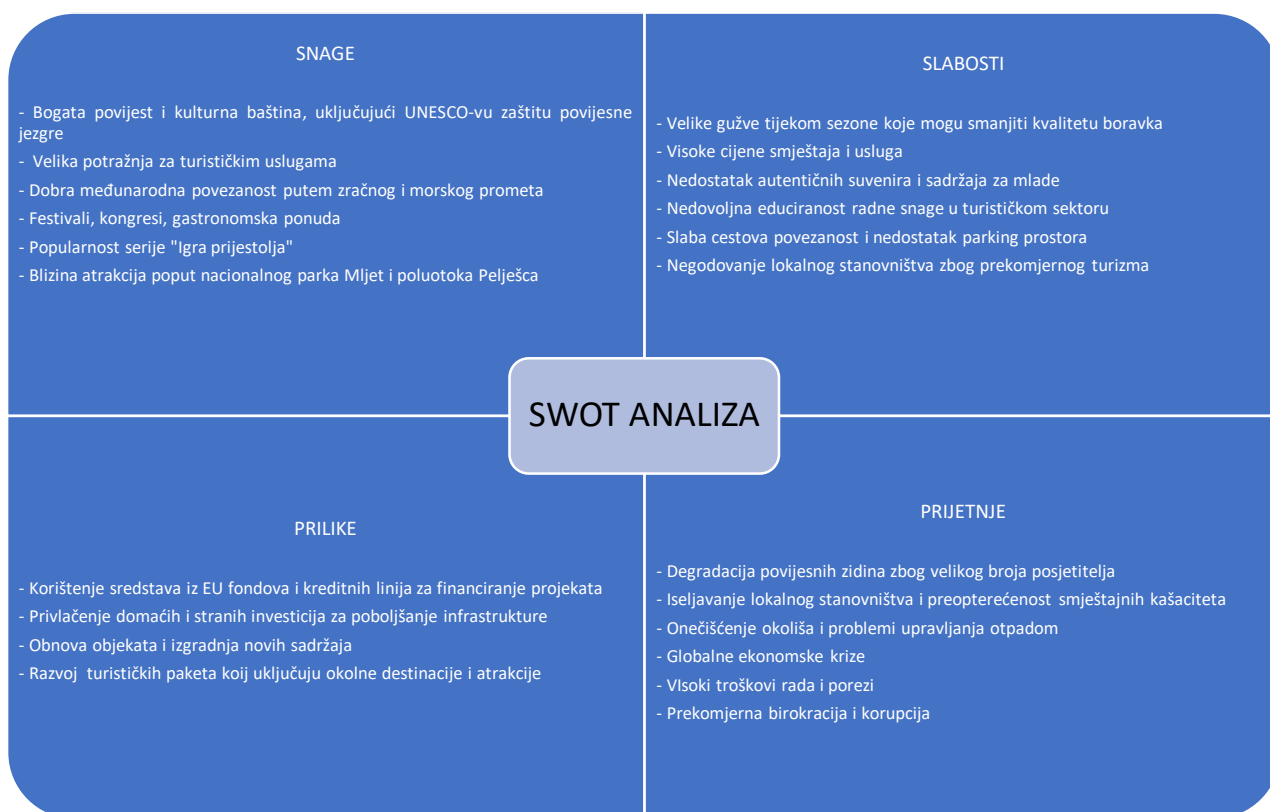
Prvi mjeseci 2024. godine nastavili su pozitivan trend, s prometom od 661.288 putnika do sada, što ukazuje na daljnji oporavak i potencijalni povratak na razine prije pandemije. Ovi podaci pokazuju kako se promet u Zračnoj luci Dubrovnik postupno oporavlja od drastičnog pada uzrokovanog pandemijom, te kako se turistička sezona polako vraća na svoje prethodne (slika 10.) [21].

Zaključuje se da je prisutan kontinuirani rast turizma u Dubrovniku, s rekordnim rezultatima u 2019. godini, kada je zabilježeno gotovo 1,5 milijuna dolazaka i preko 5 milijuna noćenja. Nakon pada uzrokovanog pandemijom COVID-19, 2021. i 2022. godine donose postupni oporavak turističkog prometa. Godina 2023. bilježi daljnji rast s 4,5 milijuna noćenja i povećanjem dolazaka iz tržišta poput Velike Britanije i SAD-a. Prognoze za 2024. sugeriraju mogućnost nadmašivanja rezultata iz 2019., uz nastavak rasta zračnog prometa i promocije Dubrovnika kao cjelogodišnje destinacije.

3.4. SWOT analiza

U ovom dijelu rada, detaljno će se obraditi SWOT analiza, koja je koristan alat za razumijevanje unutarnjih i vanjskih čimbenika koji utječu na razvoj turizma grada Dubrovnika. SWOT analiza se sastoji od četiri glavne komponente: snage, slabosti, prilike i prijetnje, a svaku od njih će detaljno objasniti i pružiti primjere. SWOT analiza je odabrana jer pruža jasnu i strukturiranu metodu za sagledavanje unutarnjih i vanjskih čimbenika koji utječu na turizam u Dubrovniku. Tablica 1. sadrži SWOT analizu turizma grada Dubrovnika.

Tablica 1. SWOT analiza turizma grada Dubrovnika



Izvor: Izradila autorica

Razvidno je da Tablica 1. sadrži razradu čimbenika koji se odnose na SWOT analizu turizma grada Dubrovnika.

Najistaknutija snaga turizma Dubrovnika je bogata povijesna i kulturna baština, uključujući UNESCO-vu zaštitu povijesne jezgre, što Dubrovnik čini atraktivnim turističkim odredištem. Velika potražnja za turističkim uslugama potvrđuje popularnost grada, dok dobra međunarodna povezanost putem zračnog i morskog prometa omogućuje lak pristup posjetiteljima. Dubrovnik je također poznat po raznim festivalima, kongresima i bogatoj gastronomskoj ponudi, a popularnost serije „Igra prijestolja“ dodatno je ojačala njegovu prepoznatljivost u svijetu. Blizina atrakcija poput nacionalnog parka Mljet i poluotoka Pelješca doprinosi turističkoj ponudi, nudeći posjetiteljima mogućnost istraživanja okolnih destinacija.

Međutim, kao sve turističke destinacije, i Dubrovnik se suočava s određenim slabostima. Jedna od najvećih slabosti Dubrovnika su velike gužve tijekom glavne turističke sezone, što može negativno utjecati na kvalitetu boravka turista. Visoke cijene smještaja i usluga također mogu biti prepreka za određene segmente posjetitelja. Nedostatak autentičnih suvenira i sadržaja za mlade dodatno umanjuje kvalitetu turističkog iskustva. Nedovoljno

educirana radna snaga u turizmu je također značajan problem, dok loša cestovna povezanost i manjak parking prostora kompliciraju mobilnost unutar grada. Lokalno stanovništvo često izražava nezadovoljstvo zbog prekomjernog turizma, što dodatno komplicira situaciju.

Dubrovnik ima brojne prilike za daljnji rast i razvoj turizma. Korištenje sredstava iz EU fondova i kreditnih linija može pomoći u financiranju projekata usmjerenih na poboljšanje infrastrukture. Privlačenje domaćih i stranih investicija može unaprijediti smještajne kapacitete i turističke sadržaje. Obnova objekata i razvoj novih sadržaja, kao i osmišljavanje turističkih paketa koji uključuju okolne destinacije poput Mljeta i Pelješca, pružaju velike mogućnosti za produženje turističke sezone.

Među najvećim prijetnjama za turizam u Dubrovniku su degradacija povijesnih zidina zbog prevelikog broja posjetitelja i prekomjerna urbanizacija, što dovodi do iseljavanja lokalnog stanovništva. Također, onečišćenje okoliša i upravljanje otpadom predstavljaju dugoročan problem. Globalne ekonomske krize, visoki porezi i troškovi rada te prekomjerna birokracija i korupcija dodatno kompliciraju razvojni potencijal Dubrovnika, dok prijetnje poput klimatskih promjena i prevelikog oslanjanja na sezonalnost turizma mogu imati dugoročne negativne posljedice.

Analizom Tablice 1. dobija se presjek osnove turizma grada Dubrovnika te ovakva analiza može poslužiti za daljnja istraživanja i predviđanja razvoja turizma grada Dubrovnika.

4. BUDUĆI RAZVOJ TURIZMA GRADA DUBROVNIKA

U poglavlju "Budući razvoj turizma grada Dubrovnika" analizirat će se predviđanja i trendovi u turizmu Dubrovnika, istražiti potencijalni izazovi i prilike za daljnji razvoj turističke industrije te razmotriti inovativne strategije koje se mogu primijeniti kako bi se osigurala održivost turizma u gradu [22].

4.1. Predviđanja i trendovi u turizmu Dubrovnika

Rastući kvalitativni i kvantitativni trendovi u turizmu Dubrovnika stvaraju novu perspektivu za raznoliku turističku ponudu, prilagođenu specifičnim potencijalima i interesima posjetitelja. Ovaj trend potiče razvoj novih proizvoda i usluga kako bi se odgovorilo na zahtjeve promjenjivih turističkih tržišta. S društveno-ekonomskim promjenama dolazi naglasak na ujednačavanje kvalitete turističkih proizvoda i rast kriterija u odabiru destinacija. Subjekti turističke ponude, svjesni tih promjena, nastoje prilagoditi svoje usluge i sadržaje kako bi ostali konkurentni na tržištu [22].

Analiza urbanističke prihvatljivosti potencijala klastera u Dubrovniku uzima u obzir različite faktore kao što su prostorni resursi, kvaliteta ljudskih resursa, prometna infrastruktura i geografski položaj. Turistička struktura Dubrovnika doživljava promjene, s novim proizvodima koji se razvijaju kako bi zadovoljili promijenjene potrebe turista. Osim tradicionalnog odmorišnog turizma, koji i dalje dominira globalnim tržištem, očekuje se rast proizvoda poput kruzing turizma, sportskog, kulturnog, poslovnog, enogastronomskog, manifestacijskog, kratkih odmora, ruralnog i ekološkog turizma. Suvremene promjene u preferencijama putnika, koje se prelamaju kroz različite motive putovanja poput bijega, obrazovanja, ekologije, zabave i uzbuđenja, potiču grad Dubrovnik da pronade svoje mjesto na globalnom turističkom tržištu. Osluškujući te promjene i prilagođavajući se novim trendovima, Dubrovnik će ostati konkurentna i atraktivna destinacija za različite vrste putnika. Ti trendovi uključuju nekoliko aspekata koji će biti od vitalnog značaja za daljnji razvoj turizma u ovom gradu. Prvo, rast novih značajnih emitivnih tržišta otvara nove mogućnosti za privlačenje turista u Dubrovnik. Ovo je važno s obzirom na potrebu za diverzifikacijom izvora turističkih dolazaka i smanjenjem ovisnosti o tradicionalnim tržištima poput EU. Širenje tržišta na zemlje izvan Europe pruža priliku za proširenje baze gostiju i smanjenje sezonske ovisnosti. Drugo, razvoj proizvoda u turizmu Dubrovnika ključan je za održavanje konkurentnosti na tržištu. Ovo uključuje unapređenje postojećih

turističkih atrakcija i stvaranje novih proizvoda koji će privući različite segmente tržišta. Primjerice, osim tradicionalnog "odmora na suncu i moru", razvoj kulturnog, poslovnog i "kreativnog turizma" može privući nove skupine posjetitelja i produžiti sezonu [22].

Treće, kontinuirana briga za okoliš za održivi razvoj turizma u Dubrovniku. Implementacija "zelenih" koncepata na svim razinama organizacije omogućuje gradnju održivog turističkog modela koji minimizira negativne utjecaje na okoliš i lokalnu zajednicu. To može uključivati projekte energetske učinkovitosti, promicanje ekoloških aktivnosti i podizanje svijesti o važnosti očuvanja prirodnih resursa. Četvrto, razvoj novih komunikacijskih i prodajnih vještina ključan je za uspješno pozicioniranje Dubrovnika na globalnom tržištu. Korištenje digitalnih platformi, društvenih medija i tehnologija može poboljšati vidljivost destinacije i olakšati komunikaciju s potencijalnim posjetiteljima. Također, ulaganje u edukaciju i razvoj turističkih kadrova može osigurati visoku razinu usluge i zadovoljstvo gostiju [22].

Fleksibilnost, agilnost i sposobnost prilagođavanja novim trendovima karakteristike su uspješnih turističkih subjekata u Dubrovniku. To može uključivati partnerstva s lokalnim dionicima, diversifikaciju prihoda i kontinuirano praćenje tržišnih trendova radi pravovremene prilagodbe strategija. U cjelini, Dubrovnik ima bogatu turističku baštinu i potencijal za daljnji razvoj kao globalna turistička destinacija. Strateško opredjeljenje razvoja turizma u Dubrovniku temelji se na načelima održivog razvoja, što uključuje sklad okolišnih, ekonomskih i socijalnih elemenata. Osnovne smjernice su očuvanje prostornih vrijednosti i kulturno-povijesne baštine, pružanje visoke kvalitete turističkog proizvoda i usluga, raznovrsna ponuda za sve segmente potražnje te ravnomjeran razvoj turizma na cijelom području, uključujući pojedine klasterne [22].

Misija i vizija razvoja turizma Grada Dubrovnika su definirane u skladu s utjecajem brojnih makro-trendova u turističkoj potražnji, analizom stanja te ispitivanjem stavova lokalnih dionika o stanju i perspektivama razvoja turizma. Grad će biti poznat po raznovrsnoj materijalnoj i nematerijalnoj baštini, vrhunskoj smještajnoj i eno-gastronomskoj ponudi te posebnom doživljaju mediteranskog stila života. Održivi turistički razvoj će biti rezultat proaktivne suradnje, usmjeren na valorizaciju turističkog razvoja prilagođenog potrebama lokalnog stanovništva. Odgovorno upravljanje razvojem turizma podrazumijeva uravnoteženo korištenje prostora kako bi se smanjio pritisak turističke potražnje na uže gradsko područje te bolje turistički valorizirali ostali klasteri. To znači da će se pažnja posvetiti i manje poznatim dijelovima Dubrovnika kako bi se diversificirala ponuda i osigurala održivost razvoja turizma na širem području [22].

Grad Dubrovnik je globalno prepoznatljiva turistička destinacija koja je živa tijekom cijele godine, nudeći posjetiteljima jedinstveni turistički doživljaj koji interpretira svoje prirodno i kulturno nasljeđe te lokalni stil života. Prigradsko područje postaje lokalitet novih i inovativnih sadržaja za odmor i rekreaciju, koji ne samo da poštuju okoliš već ga i oplemenjuju. Elafitski otoci postaju eko-destinacija za aktivni odmor i relaksaciju, privlačeći turiste koji uživaju u prirodi, moru, nautici i eno-gastronomiji. Razvojem atraktivnih i novih autentičnih turističkih sadržaja te ravnomjernijim rasporedom smještajnih kapaciteta, kao i boljom vremenskom disperzijom turističkog prometa na cijelom području Dubrovnika i pojedinim klasterima, cilj je rasteretiti uže gradsko područje i bolje turistički valorizirati zaleđe i otoke. Očekuje se da će novi razvojni projekti, bolje korištenje turističkih kapaciteta te produljenje turističke sezone rezultirati povećanim turističkim prometom i smanjenom sezonalnošću. U skladu s ovim, definirana je i misija turističkog razvoja Grada Dubrovnika, koja predstavlja temeljne vrijednosti i smjernice ponašanja. Misija naglašava da turizam Grada Dubrovnika čini okosnicu razvoja, omogućujući održivi rast, visoki stupanj očuvanja i zaštite resursne atrakcijske osnove, unaprjeđujući doživljaj turista i kontinuirano poboljšavajući kvalitetu života lokalne zajednice uz očuvanje i razvoj društveno-kulturnog identiteta [15].

4.2. Potencijalni izazovi i prilike za daljnji razvoj turističke industrije u Dubrovniku

Potencijalni izazovi i prilike za daljnji razvoj turističke industrije u Dubrovniku naglašava mogu utjecati na budući turistički razvoj grada. Tri najveća izazova u razvoju dubrovačkog turizma [15]:

- Kvalitetni turistički proizvod uz zadovoljavanje visokih ekoloških i estetskih standarda/kriterija: Održavanje visokih standarda kvalitete u turističkoj ponudi, uključujući smještaj, atrakcije i usluge, dok istovremeno osigurava zaštitu okoliša i estetsku atraktivnost, predstavlja veliki izazov.
- Poboljšanje prometnog položaja Dubrovnika i prometnih prilika u gradu Dubrovniku: Problem prometnih gužvi, posebno tijekom turističke sezone, može negativno utjecati na iskustvo posjetitelja i otežati pristup turističkim atrakcijama.
- Smanjenje sezonalnosti: Dubrovnik se suočava s izraženom sezonalnošću u turističkom prometu, što može rezultirati preopterećenjem infrastrukture tijekom visoke sezone, dok u isto vrijeme može dovesti do pada aktivnosti i zaposlenosti izvan sezone.

Mjere koje bi lokalna vlast trebala poduzeti kako bi se privukla nova ulaganja u dubrovački turizam [15]:

- Uklanjanje birokratskih barijera: Simplificiranje administrativnih postupaka i smanjenje administrativnih prepreka može potaknuti investitore da ulože u turističke projekte.
- Poboljšanje procedura ishoda potrebnih dozvola: Osiguravanje brzih i učinkovitih procesa za dobivanje građevinskih dozvola i drugih potrebnih dozvola može potaknuti investitore na ulaganje.
- Uvođenje financijskih i poreskih olakšica: Različite financijske poticaje i olakšice, poput subvencija ili poreznih olakšica, mogu privući investitore i potaknuti ih da ulažu u turizam.
- Definiranje prostorno-planske dokumentacije: Jasno definiranje planova za razvoj turizma može pružiti sigurnost investitorima i olakšati proces planiranja i izgradnje turističkih objekata.
- Prilagodba komunalne infrastrukture: Investicije u poboljšanje komunalne infrastrukture, poput cesta, vodovoda i javnog prijevoza, mogu poboljšati turističku ponudu grada i stvoriti povoljnije uvjete za ulaganja.

Prilike za daljnji razvoj turističke industrije u Dubrovniku obuhvaćaju različite aspekte koji mogu potaknuti rast i unapređenje turizma u gradu. Evo nekoliko prilika [15]:

- Diversifikacija turističke ponude: Raznolikost turističkih proizvoda i iskustava može privući različite segmente tržišta i produžiti turističku sezonu. Dubrovnik ima bogatu kulturnu baštinu, prekrasne plaže, ali i potencijal za razvoj aktivnog odmora, kulturnog turizma, kongresnog turizma i drugih specijaliziranih oblika turizma.
- Održivost i ekološka svijest: Rastući trend održivog turizma otvara prilike za Dubrovnik da se pozicionira kao ekološki osviještena destinacija. Investicije u ekološki prihvatljive projekte, poput obnovljivih izvora energije, ekoloških tura i zaštite okoliša, mogu privući ekološki osviještene putnike i doprinijeti dugoročnoj održivosti destinacije.
- Digitalna transformacija: Integracija digitalnih tehnologija u turističku industriju može poboljšati korisničko iskustvo, olakšati rezervacije i promociju destinacije. Pametne aplikacije, virtualne ture i druge digitalne platforme mogu privući modernog putnika i pružiti im personalizirano iskustvo.

- Jačanje zračnih veza: Razvoj zračnih veza s drugim dijelovima svijeta može povećati pristupačnost Dubrovnika i privući veći broj međunarodnih posjetitelja. Povezivanje s novim tržištima i otvaranje novih letova može stimulirati rast turizma i stvoriti nove poslovne prilike.
- Investicije u infrastrukturu: Modernizacija infrastrukture, uključujući prometnu, komunalnu i turističku infrastrukturu, može poboljšati turističko iskustvo i stvoriti povoljnije uvjete za razvoj turizma. To uključuje poboljšanje prometnih veza, proširenje smještajnih kapaciteta i ulaganje u atrakcije i kulturne sadržaje.

Iskorištavanje ovih prilika za razvoj turizma u Dubrovniku zahtijeva suradnju različitih dionika, uključujući lokalne vlasti, poduzetnike, stanovništvo i nevladine organizacije, kako bi se osiguralo održivo i uravnoteženo turističko iskustvo.

4.3. Inovacije i strategije koje se mogu primijeniti kako bi se osigurala održivost turizma u gradu Dubrovniku

Dubrovnik treba odmah usmjeriti svoje napore na kreativnost, inovacije, poboljšanje kvalitete i učinkovitije poslovanje, uz ulaganje u razvojne projekte. Iako su mnogi projekti u različitim fazama pripreme ili tek trebaju biti odobreni, ostvarenje ovih projekata stvara i otvara nove stranice u turizmu grada Dubrovnika. Jedan od najvažnijih aspekata razvoja turizma odnosi se na smještajne kapacitete. Planirana izgradnja oko 4.000 novih postelja, uključujući i rekonstrukciju hotela te pretvaranje privatnog smještaja u difuzne i integralne hotele, korisna je za smanjenje sezonalnosti i podizanje kvalitete hotelske ponude [21].

Povezivanje Dubrovnika s ostatkom Republike Hrvatske putem Pelješkog mosta i izgradnja autoceste Ploče - Dubrovnik su vitalni projekti za poboljšanje prometnog položaja Dubrovnika. Također, izgradnja ceste visoke razine služnosti do zračne luke u Čilipima i uspostava novih zračnih veza s važnim emitivnim tržištima može značajno doprinijeti rastu turizma. Investicije u razvoj luke Gruž, uključujući izgradnju putničkog terminala i dodatne sadržaje poput hotela, trgovačkih centara i javnih garaža, poboljšat će turističku ponudu šireg dubrovačkog područja. Također, izgradnja novih luka i lučica za nautički turizam te multifunkcionalnog kongresno-izložbenog centra s koncertnom dvoranom dodatno će obogatiti turističku infrastrukturu Dubrovnika [21].

Plaže su neizostavan dio turističke ponude u Dubrovniku, budući da je "more i sunce" primaran turistički proizvod na čitavom području grada. Radi maksimalnog iskorištavanja

ovog resursa, plaže se moraju kategorizirati i tematizirati prema Nacionalnom programu uređenja i upravljanja morskim plažama, uz opremanje potrebnom infrastrukturom, uređajima i sadržajima poput aquaparkova. Uz postojeće kulturne i zabavne programe, potrebno je otvoriti nove događaje diljem grada Dubrovnika, posebno na području Lapada, Gruža i Srđa, kako bi se smanjio pritisak na Povijesnu jezgru. Razvoj novih događaja izvan glavne sezone, kao i posebna pozornost filmskoj industriji, mogu značajno pridonijeti produljenju turističke sezone [21].

Izgradnjom sportskih sadržaja u različitim dijelovima grada, poput Gospina polja, Glavice (Babin kuk), Montovjerne te uređenjem stadiona u Lapadu, moguće je značajno poboljšati sportski turistički proizvod. Ovo bi privuklo sportaše i sportske klubove na pripreme za velika natjecanja. Sustav vidikovaca, smještenih na lokacijama s najljepšim pogledom na more, otoke i okolicu Dubrovnika, također je važan dio turističke ponude. Opremanje vidikovaca suvremenom opremom poput dalekozora i panoramskih platformi, uz dodatne sadržaje poput ugostiteljskih objekata i trgovina, stvorilo bi nezaboravno iskustvo za posjetitelje. Kako bi se unaprijedio odmor i opuštanje, važno je urediti i izgraditi nove šetnice uz more koje bi povezivale dijelove naselja, vodile do plaža, šuma, zelenih površina i skrovitih mjesta. Ove šetnice bi trebale biti opremljene klupama, putokazima i informacijama za lakše snalaženje. Lokacije poput Lapada, Rijeke dubrovačke, Zatona, Koločepa, Lopuda i Šipana posebno bi trebale ponuditi takav ugođaj kako bi pridonijele višoj razini odmora i opuštanja. Turističke ture, raznovrsne po sadržaju i trajanju, predstavljaju važan segment turističke ponude. Uključivanje Elafita, Gornjih sela, zaštićenih prirodnih lokaliteta i autohtonih proizvoda u turističke ture dodatno bi obogatilo ponudu izvan grada Dubrovnika [15].

Pješačke i biciklističke staze su važne za aktivni odmor i rekreaciju u prirodi. Njihov razvoj treba nastaviti i proširiti, a postojeće staze treba urediti i međusobno povezati. Ove staze bi trebale voditi do vidikovaca i nuditi punktove za odmor s gastronomskim specijalitetima, pružajući posjetiteljima nezaboravno iskustvo u prirodnom ambijentu. Ruralni turizam se može razviti u Gornjim selima, poput Osojnika, Ljubača, Gromače, Mrčeva, Mravinjca i Dubrvice. Izgradnja apartmana, ruralnih kuća za odmor te malih obiteljskih hotela u ruralnom ambijentu može potaknuti rast ovog oblika turizma. Ekopark bi mogao biti izvrsna mogućnost za obitelji s djecom koje žele istražiti okoliš na zabavan i interaktivan način te naučiti o održivosti i zaštiti okoliša. Tematske zone u ekoparku, poput tržnica domaće hrane, restorana s lokalnim specijalitetima i prodavnica suvenira, mogle bi pružiti obilje zabave i edukacije. Ova vrsta parka može biti smještena na području od

Osojnika do Gromače. Da bi se Dubrovnik bolje pozicionirao na turističkom tržištu, nužno je unaprijediti kvalitetu turističke ponude, posebno u smještajnim kapacitetima i izvan njih. To podrazumijeva izgradnju novih smještajnih objekata, proširenje postojećih, modernizaciju, inovacije te obogaćivanje destinacijske ponude. U najvažnijem strateškom dokumentu „Strategija razvoja turizma“ planira se povećanje ukupnih smještajni kapaciteta Dubrovnika s naglaskom na hotele i difuzne hotele, apartmane, pansionate i slično kao i brzi rast ponude u klasterima Prigradsko područje i Elafiti [15].

Uz povećanje smještajnih kapaciteta, planira se i ulaganje u razvoj i kvalitetu turističke ponude na cijelom području grada Dubrovnika, kako bi se postigao ravnomjerniji razvoj turizma i produljila turistička aktivnost tijekom cijele godine. Ruralni turizam, posebno u Gornjim selima poput Osojnika, Ljubača, Gromače, Mrčeva, Mravinjca i Dubravice, također se prepoznaje kao važan segment razvoja. Planira se iznajmljivanje apartmana, izgradnja malih obiteljskih hotela te obnovljenih starih građevina u ruralnom ambijentu kako bi se obogatila ponuda ruralnog turizma. Strategija razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije također predviđa razvoj smještajnih kapaciteta u okviru objekata ruralnog turizma, kao što su agroturizam, ruralni bed & breakfast objekti, ruralni obiteljski hoteli te ruralni resorti, s ciljem revitalizacije postojećih napuštenih građevina u autentičnim ruralnim okruženjima [20].

Predviđa se usporavanje rasta obiteljskog smještaja uz podizanje kvalitete i transformaciju dijela kapaciteta u obiteljske male hotele, pansionate, difuzne i integralne hotele. Razvoj difuznih hotela ističe se kao prioritet u Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine. Difuzni hoteli predstavljaju poseban oblik udruživanja većeg broja jedinica obiteljskog smještaja iste kvalitativne razine u kućanstvima različitih vlasnika u istoj destinaciji. To uključuje jedinstvenu uslugu prodaje i prihvata gostiju te tržišnu prepoznatljivost. Podizanjem ukupne kvalitete i udruživanjem, privatni smještaj postići će bolju prepoznatljivost na tržištu i veću zauzetost kapaciteta. Difuzni hoteli nude personaliziranu uslugu i pridonose autentičnosti doživljaja destinacije. Uz ulaganja u nove smještajne kapacitete i podizanje kvalitete postojećih, planirana su ulaganja i u ostale turističke ponude. To uključuje razvoj izložbeno-kongresnog centra, eko parkova, vidikovaca, tematskih parkova, tematskih plaža, šetnica uz more, sportsko-rekreacijskih centara te interpretaciju kulturno-turističkih lokaliteta. Razvoj novih turističkih proizvoda poput tematskih parkova, tematskih plaža, informacijskih centara za putnike te raznovrsnih sadržaja poput trgovačkih centara i zabavnih aktivnosti mogao bi produžiti turističku sezonu te doprinijeti održivom razvoju destinacije. Produljenjem turističke sezone, očekuje se veća

iskorištenost hotela na području Dubrovnika u 2025. godini, s predviđenih 185 dana (u klasteru Uže gradsko područje čak 200 dana potpune zauzetosti). Obiteljski smještaj bi trebao ostvariti oko 20% iskorištenosti (u Užem gradskom području do 25%), dok se za kampove očekuje iskorištenost od 70 dana. Procjenjuje se da će Dubrovnik u 2025. godini ostvariti između 4,5 i 4,7 milijuna noćenja [20].

Planirano povećanje broja noćenja usko je povezano s produljenjem turističke sezone, ravnomjernijim prostornim turističkim razvojem, povećanjem raznolikosti i kvalitete turističke ponude te otvaranjem novih tržišta. Autori ističu potrebu za maksimalnim poštivanjem načela održivog razvoja i ostvarivanjem ravnomjernijeg turističkog razvoja na cijelom području Dubrovnika putem razvoja novih turističkih proizvoda i autentičnih sadržaja. Naglašava se potreba za stvaranjem većeg interesa za antropogene i prirodne atrakcije na širem prostoru Dubrovnika, kako bi se turistička potražnja otvorila i za manje posjećene lokalitete. Autori projekta "Heritage - Driver of Development Dubrovnik and Boka kotorska Region" ističu važnost kreativnog turizma temeljenog na vjekovnoj kulturi života i rada na ovim prostorima.

Za sve projekte koji bi mogli utjecati na prostor ili okoliš, potrebno je provesti zakonom propisane studije utjecaja kako bi se donijele pravovaljane odluke. Također, važno je pridržavati se smjernica održivog nosivog kapaciteta za povijesnu jezgru Dubrovnika koja je tijekom vršne sezone izložena velikom pritisku turističke potražnje. Rješenje problema prometnog položaja Dubrovnika se vidi u povezivanju s mrežom hrvatskih autocesta, što bi se postiglo izgradnjom autoceste od Ploča do Dubrovnika uz spojne ceste prema potrebama. To bi značajno približilo Dubrovnik ostalim dijelovima Hrvatske i Europe. Glavni dio toga plana je izgradnja mosta kopno – Pelješac. Uz to, uspostavljanje direktnih zrakoplovnih linija s emitivnim tržištima, posebice u razdoblju studeni – travanj, je također važno. Povezivanje grada s zračnom lukom u Čilipima cestom visoke razine služnosti je investicijski prioritet. Iako će poboljšanje cestovnih veza olakšati pristup Dubrovniku, zračni promet će i dalje biti ključan za turizam, pa je potrebno dalje razvijati zračnu luku za veći obujam putnika i robe [15].

Investicije od oko 200 milijuna € koje su u tijeku će riješiti dio problema, ali treba nastaviti osposobljavati zračnu luku kako bi bila regionalno konkurentna i mogla udovoljiti svim zahtjevima. Dugoročno gledajući, treba razmišljati o izgradnji poletno–slijetne staze koja ne bi bila osjetljiva na vjetar. Prometna politika EU-a se fokusira na prestrukturiranje prometne potražnje kako bi se ublažili negativni utjecaji prometa, pa bi trebalo poticati prihvatljivije prometne grane. Više pozornosti bi trebalo dati i brodskim vezama na

dužobalnom pravcu. Što se tiče željeznice, trenutačno usporavanje realizacije europske politike ne znači da će tako ostati, pa bi Dubrovnik trebao razmotriti željezničku vezu u budućnosti [15].

Za rješavanje problema prometa u gradu, moguće je koristiti inteligentne prometne sustave (ITS). ITS mijenja dosadašnju dominantnu paradigmu rješavanja prometnih problema, nudeći drugačiji pristup i nova rješenja. ITS je kibernetička ili informacijsko-komunikacijska nadogradnja prometnog sustava, koja stvara nove vidike i prostore u rješavanju prometnih problema. Klasične funkcije prometnog sustava nadograđuju se ITS funkcionalnostima, što omogućava prikupljanje i obradu istovremenih informacija te njihovo integriranje i kombiniranje. Za inteligentno postupanje prometnog sustava, potrebno je primijeniti BUILD + ITS pristup umjesto klasičnog BUILD ONLY pristupa. ITS uključuje različite tehničke komponente i podsustave te zahtijeva primjenu modela životnog ciklusa sustava kako bi efikasno funkcionirao. S obzirom na ograničene mogućnosti proširenja gradskih prometnica i izgradnje novih parkirališnih mjesta, usmjeravanje korisnika individualnog prometa na javni gradski prijevoz pokazalo se kao učinkovito rješenje u mnogim gradovima. Sustavi poput Park & Ride (parkiraj i koristi javni prijevoz) mogli bi značajno smanjiti broj vozila u gradskim zonama, a kombinacija ovakvih sustava s biciklističkim sustavima poput "Ride a Bike" mogla bi dodatno poboljšati mobilnost u gradu [15].

Jedan od načina ublažavanja prometnih problema na gradskom području je koncept "carpooling" ili zajedničkog dogovornog prijevoza, koji proizlazi iz svakodnevnih potreba za prijevozom. U razvijenim zemljama Sjeverne Amerike i Europe, ovaj pristup je dao zadovoljavajuće rezultate, smanjujući broj automobila u prometu i pridonoseći rješavanju problema zagušenosti, parkiranja, ugrožavanja okoliša i potrošnje energije. Osnova ovog koncepta je volja susjeda, prijatelja ili poznanika da se naizmjenično prevoze svojim automobilima, smanjujući tako broj vozila na cestama i parkiralištima. Integrirani ili intermodalni prijevoz putnika također može doprinijeti rješavanju prometnih problema. Ovaj model prometa podrazumijeva korištenje različitih prometnih sredstava (uključujući i bicikle) u sustavu, s jedinstvenom prijevoznom kartom ili pametnom karticom. Potrebno je prilagoditi infrastrukturu i prometna sredstva kako bi se omogućio nesmetan prijevoz putnika. Planiranje prometa i prometna politika mogu biti uspješni ako se temelje na valjanom modeliranju putovanja, uključujući različite faktore kao što su vrijeme, tehnički aspekti, psihološki i socijalni faktori te financijski i statusni elementi. Napredak je postignut

primjenom kognitivno-biheviorističke paradigme, koja uvažava kompleksno ponašanje korisnika prometa i doprinosi donošenju utemeljenih odluka [15].

Također, organizacija mirujućeg prometa može biti poboljšana boljom organizacijom parkiranja. Bitno je da službe koje upravljaju parkiralištima učinkovito gospodare tim resursima, uzimajući u obzir potrebe stanovnika pojedinih zona. Naplata parkiranja treba biti usmjerena na korisnike, a prikupljeni novac treba ulagati u nova parkirališta, opremu i infrastrukturu, čime se postiže primjerenije rješenje gradskog prometa u cjelini [20].

Prometna prekapacitiranost, zagušenja gradskih prometnica, zastoji, konflikti prometa i pješaka, kao i prometne nezgode, predstavljaju stalnu izazovnu stvarnost, posebno tijekom turističke sezone. Prijedlozi za rješavanje ovih problema uključuju poboljšanje javnog gradskog prometa, poticanje pješačkog prometa izgradnjom sigurnih pješačkih staza, razvoj pomorskog prometa gdje je to moguće te poticanje biciklizma uz izgradnju biciklističkih staza. Također, ističe se potreba za izgradnjom višetažnih garaža i parkirališta kako bi se riješio problem parkiranja u gradu. S obzirom na činjenicu da automobili veći dio vremena provode u mirovanju, potražnja za parkirališnim prostorom je velika. Izgradnja garaža i parkirališta može pomoći u rješavanju ovog problema, ali je važno temeljito razmotriti lokacije, veličinu i tipove garaža te osigurati ekonomičnost i rentabilnost takvih projekata. Osim toga, naglasak je i na razvoju ljudskih potencijala u turizmu kao čimbeniku za unaprjeđenje kvalitete turističkih usluga i konkurentnosti Dubrovnika kao turističke destinacije. Uvođenje turizma u obrazovni program osnovnih škola, jačanje obrazovnih institucija te promicanje cjeloživotnog učenja su neki od prijedloga za postizanje ovog cilja [20].

5. ZAKLJUČAK

Analiza učinka turizma grada Dubrovnika otkriva dinamičnu sliku koja obuhvaća različite aspekte turističke aktivnosti i njezin utjecaj na grad. Kroz pregled dolazaka i noćenja stacionarnih posjetitelja iz različitih država, možemo uočiti varijacije u turističkim trendovima i preferencijama tijekom različitih razdoblja. Primjetno je da su turisti iz Velike Britanije i SAD-a ostvarili značajne poraste u dolascima i noćenjima, dok su turisti iz drugih zemalja, poput Francuske i Njemačke, bilježili smanjenje tijekom 2018. godine.

Održivi pristup turizmu ključan je za očuvanje kulturne baštine i okoliša, dok se istovremeno osigurava pozitivan ekonomski učinak i poboljšava kvaliteta života lokalnog stanovništva. Dubrovnik, sa svojom bogatom poviješću i jedinstvenom arhitekturom, mora se fokusirati na očuvanje svojih kulturnih znamenitosti i prirodnih ljepota. To uključuje pažljivo planiranje i upravljanje turističkim tokovima kako bi se spriječilo preopterećenje infrastrukture i resursa.

Ovaj analitički pregled ukazuje na potrebu za pažljivim praćenjem promjena u turističkim trendovima i prilagodbom marketinških strategija kako bi se zadovoljile promjenjive potrebe turista. Osim toga, naglasak treba staviti na diverzifikaciju turističke ponude kako bi se privukla raznovrsna publika i smanjila ovisnost o određenim tržištima.

Preporuke iz ove analize uključuju poboljšanje javnog gradskog prijevoza, razvoj učinkovitog i pristupačnog sustava javnog prijevoza koji može smanjiti prometne gužve i olakšati kretanje turista i lokalnog stanovništva. Poticanje alternativnih oblika transporta poput pješaćenja, biciklizma i pomorskog prometa može smanjiti ovisnost o osobnim automobilima i smanjiti prometna zagušenja. Izgradnja potrebne prometne infrastrukture, uključujući višeetažne garaže i druge prometne objekte, može zadovoljiti rastuće potrebe za parkirališnim prostorom bez dodatnog opterećenja javnih površina. Diversifikacija turističke ponude razvijanjem novih atrakcija i aktivnosti može privući širu publiku i smanjiti ovisnost o određenim tržištima.

Zaključno, holistički pristup koji uzima u obzir ekonomske, socijalne i ekološke čimbenike neophodan je za održivi razvoj turizma u Dubrovniku. Samo kroz koordinirane napore svih dionika - uključujući lokalne vlasti, turističku industriju i zajednicu - moguće je osigurati dugoročne koristi od turizma za grad Dubrovnik i njegove stanovnike. Održivi razvoj turizma mora biti temelj buduće strategije kako bi Dubrovnik ostao atraktivna i održiva destinacija za buduće generacije. Kroz uspostavljanje balansiranih i pažljivo

planiranih turističkih politika, Dubrovnik može postići održivi rast, očuvati svoju jedinstvenu kulturnu baštinu i prirodne ljepote te osigurati visoku kvalitetu života za svoje stanovnike.

LITERATURA

- [1] Airport Dubrovnik [Internet]. 2023. Dostupno na: <https://www.airport-dubrovnik.hr/en/business/statistics-s36>, (pristupljeno 12.4.2024.).
- [2] Aynalem S, Kassegn B, Sewnet T. Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors. *Journal of Tourism & Hospitality*. 2016;5(10):10.4172/2167-0269.1000257.
- [3] Camilleri MA. The Tourism Industry: An Overview. In: *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*. Cham, Switzerland: Springer Nature; 2018. p. 3-27.
- [4] Cooper C. *Tourism: Principles and practice*. London: Pearson Education; 2008.
- [5] Državni zavod za statistiku [Internet]. 2021. Dostupno na: <https://dzs.gov.hr/en>, (pristupljeno 15.4.2024.).
- [6] Gee C, Dexter JL, Marans JC. *The Travel Industry*. Westport, CT: AVI Publishing.
- [7] Global Sustainable Tourism Council. Destination assessment, Dubrovnik, Croatia [Internet]. 2019. Dostupno na: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13938/Dubrovnik-2019-Report-final-low-res.pdf>, (pristupljeno 29.5.2024.).
- [8] Global Sustainable Tourism Council. Dubrovnik [Internet]. 2023. Dostupno na: https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/17634/Dubrovnik-Re-Assessment-2023---v1.0_HRV.pdf, (pristupljeno 7.6.2024.).
- [9] Hall CM. *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. London: Pearson Education; 2008.
- [10] Holloway JC, Taylor N. *The Business of Tourism*. 7th ed. London: FT/Prentice Hall; 2006.
- [11] Izvješće Dubrovnik 2018 [Internet]. Dostupno na: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjesce-2018.pdf>, (pristupljeno 12.8.2024.).
- [12] Jafari J, editor. *Encyclopedia of tourism*. Oxford: Routledge; 2002.
- [13] Konakoglu KS, Kurdoglu B. Tourism and Tourist Types in Urban Tourism. In: *Recent Advances in Social Sciences*. Cambridge Scholars Publishing; 2018. p. 177-93.

- [14] Potter K, Frank L. The Economic Impact of Tourism on Local Economies: A Comprehensive Analysis of Tourist Spending's Contribution to GDP, Employment Generation, and Income Distribution. *Tourism and Hospitality*. 2024.
- [15] Strategija razvoja turizma i odredbe u kruzing turizmu na području grada Dubrovnika (I. faza) [Internet]. Dostupno na: https://www.dubrovnik.hr/uploads/20180709/Strategija_razvoja_turizma_i_odredbe_u_kruzing_turizmu_na_podru%C4%8Dju_grada_Dubrovnika_%5BI.faza%5D_2017_-_finalna_verzija.pdf, (pristupljeno 7.6.2024.).
- [16] Tureac C. Types and Forms of Tourism. *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*. 2008.
- [17] Turistička zajednica grada Dubrovnika. Kratka povijest Dubrovnika [Internet]. 2024. Dostupno na: https://tzdubrovnik.hr/get/kratka_povijest_dubrovnika/1601/kratka_povijest_dubrovnika.html, (pristupljeno 12.8.2024.).
- [18] Turistička zajednica grada Dubrovnika. Izvješće Turističke zajednice grada Dubrovnika. Izvješće o radu turističkog ureda s financijskim izvješćem za 2020. godinu.
- [19] Turistička zajednica grada Dubrovnika. Program rada Turističke zajednice grada Dubrovnika za 2024. Godinu. https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20radu%202020.pdf, (pristupljeno 14.6.2024.).
- [20] Visit Dubrovnik. *Statistika*. 2024. <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/statistika/>, (pristupljeno 29.4.2024.).
- [21] Watkins M. SWOT Analysis: A Practical Guide. *Harvard Business Review*. 2007.
- [22] Yuksel A. Shopping experience evaluation: A case of domestic and international visitors. *Tourism Management*. 2004;25(6):751-9.

POPIS SLIKA

Slika 1. Slika grada Dubrovnika u prošlosti.....	12
Slika 2. Prikaz tablice dolazaka 2018. i 2019. godine po objektima i kategoriji putnika.....	16
Slika 3. Prikaz grafa dolazaka 2019. godine u odnosu na 2018. godinu po objektima i kategoriji putnika.....	16
Slika 4. Prikaz grafa noćenja turista 2017. - 2018. u Dubrovniku.....	20
Slika 5. Usporedba noćenja po mjesecima 2019. – 2018.....	22
Slika 6. Broj turističkih posjeta Dubrovniku s noćenjima od 2012. do 2022. godine u tisućama.....	24
Slika 7. Dolasci po zemljama od 01.01. do 31.10.2023. godine.....	25
Slika 8. Noćenja po zemljama 01.01. do 31.10.2023.....	26
Slika 9. Dolasci po tipu smještaja 01.01. do 31.10.2022. i 2023.g.....	27
Slika 10. Zračna luka Dubrovnik - Broj putnika.....	28

POPIS TABLICA

Tablica 1. SWOT analiza turizma grada Dubrovnika.....	30
---	----

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj dolazaka u periodu 2017. – 2020. u Dubrovniku.....	18
Grafikon 2. Broj turista prema vrsti objekta 2017. – 2019.....	21
Grafikon 3. Rast broja turista prema nacionalnostima 2018. - 2019.....	24