

# Planiranje i razvoj turizma grada Opatije

---

**Gudelj, Viktorija**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:055901>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-07**



*Repository / Repozitorij:*

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



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**

**VIKTORIJA GUDELJ**

**Planiranje i razvoj turizma grada Opatije**

**Planning and development of tourism in the city of Opatija**

Završni rad

Opatija, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Planiranje i razvoj turizma grada Opatije**

**Planning and development of tourism in the city of Opatija**

Završni rad

Kolegij: **Menadžment turističke  
destinacije**

Student: **Viktorija GUDELJ**

Mentor: **prof. dr. sc. Zrinka ZADEL**

Matični broj: **25161/20**

Opatija, travanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

**Viktorija Gudelj**

(ime i prezime studenta)

**PS25161/20**

(matični broj studenta)

Planiranje i razvoj turizma grada Opatije

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, \_\_\_\_\_ 1.5.2024.

\_\_\_\_\_  
Potpis studenta

## Sažetak

Opatija, poznata kao „kraljica Jadrana“, predstavlja jedno od najpoznatijih turističkih odredišta u Hrvatskoj. Upravljanje razvojem turizma u Opatiji je usredotočeno na očuvanje bogate kulturne i prirodne baštine, unapređenje turističke infrastrukture te promociju destinacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Grad Opatija kontinuirano radi na razvoju raznovrsnih turističkih sadržaja kako bi privukao turiste tijekom cijele godine. Osim tradicionalne turističke ponude koja uključuje lijepe plaže i blagu klimu, grad nudi brojne kulturne manifestacije, festivale hrane i vina, sportske događaje i wellness ponude. Upravljanje turizmom u Opatiji također uključuje održivi pristup razvoju, fokusiran je na zaštitu prirodnih resursa i očuvanje autentičnog identiteta grada. Inicijative za unapređenje održivog turizma obuhvaćaju energetska efikasnost, upravljanje otpadom i zaštitu morskog ekosistema. Ključni sudionici u upravljanju razvojem turizma u Opatiji uključuju lokalnu samoupravu, turističke organizacije, hotelsku industriju, kao i partnerske institucije na regionalnoj i nacionalnoj razini. Kroz suradnju i koordinaciju, grad nastoji ostvariti održivi turistički sektor koji će kontinuirano zadovoljiti potrebe posjetitelja i doprinijeti ekonomskom razvoju zajednice. Kroz rad prikazat će se preduvjeti kojima Opatija raspolaže te će se analizirati tržište što uključuje analizu turističke ponude i potražnje. Kroz SWOT analizu istaknute su prednosti, nedostaci, ali i prilike i prijetnje za grad Opatiju. Ova analiza naglašava sve nedostatke na kojima Opatija i njegova turistička zajednica te ostali dionici trebaju raditi, kao i sve dobre strane grada koje su prepoznate i treba ih s ponosom naglašavati. Cilj i svrha ovog rada je da se promiče održivi razvoj turizma kako bi se sačuvale prirodne ljepote i autentični identitet grada, privući što više posjetitelja te kako poticati i razvijati partnerstva i suradnje s različitim dionicima.

Ključne riječi: Opatija; razvoj turizma; strategija; upravljanje; turističko tržište

# Sadržaj

<b>UVOD.....</b>	<b>1</b>
<b>1. TEMELJNO ODREĐENJE DESTINACIJE.....</b>	<b>2</b>
1.1. DEFINIRANJE DESTINACIJE .....	2
1.2. PROCES PLANIRANJA .....	6
<b>2. UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURISTIČKE DESTINACIJE.....</b>	<b>10</b>
<b>3. PREDUVJETI RAZVOJA TURIZMA GRADA OPATIJE.....</b>	<b>11</b>
3.1. PRIRODNI I GEOGRAFSKI PREDUVJETI.....	12
3.2. KULTURNO – POVIJESNI PREDUVJETI .....	12
3.3. DEMOGRAFSKI PREDUVJETI.....	13
3.4. INTELEKTUALNI KAPITAL.....	15
<b>4. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA GRADA OPATIJE.....</b>	<b>17</b>
4.1. ŽIVOTNI CIKLUS TURISTIČKE DESTINACIJE OPATIJA .....	17
4.2. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE .....	19
4.3. ANALIZA TURISTIČKE POTRAŽNJE.....	22
<b>5. SWOT ANALIZA.....</b>	<b>26</b>
<b>6. STRATEŠKO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM GRADA OPATIJE.....</b>	<b>31</b>
6.1. ULOGA TURISTIČKIH ZAJEDNICA GRADA OPATIJE.....	32
6.2. STRATEŠKI DOKUMENTI RAZVOJA TURIZMA GRADA OPATIJE .....	34
<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>40</b>
<b>BIBLIOGRAFIJA .....</b>	<b>41</b>

## Uvod

Opatija, renomirano turističko odredište Jadranske obale, odlikuje se elegantnom arhitekturom, prostranim parkovima i čistim plažama. Grad je poznat po blagoj klimi koja ga čini privlačnim tijekom cijele godine. Opatija se ponosi bogatim kulturnim naslijeđem te nudi raznovrsne manifestacije poput Opatijskog karnevala, Festivala čokolade, Liburnia Jazz Festivala i druge. Osim toga, turisti mogu uživati u izvrsnoj gastronomskoj ponudi u uglednim restoranima te se aktivno rekreirati uz šetnje uz obalu, biciklizam ili planinarenje. Grad također nudi visoku turističku infrastrukturu s luksuznim hotelima, wellness centrima te širokim spektrom sportskih aktivnosti. Svojim atraktivnostima, Opatija privlači posjetitelje iz cijelog svijeta, pružajući im nezaboravno iskustvo odmora ili romantičnog bijega.

Predmet i svrha ovog završnog rada je analizirati razvoj i planiranje turizma u gradu Opatiji te razvoj novih strategija i spoznaja na temelju dobivenih rezultata.

Korištene metode u istraživanju su deskriptivna metoda koja se koristi za opisivanje činjenica, i metoda kompilacije, koja se temelji na preuzimanju rezultata znanstvenih istraživanja. Također su korištene metode komparacije i statističke metode za obradu podataka. Kompozicija rada je podjeljena u 6 cjelina. Prva cjelina bazira se na temeljnom određenju destinacije gdje se teorijski obrađuje pojam destinacije i proces planiranja. Druga cjelina govori o upravljanju razvojem turističke destinacije. Treća je posvećena preduvjetima razvoja turizma grada Opatije koji se dijele na: prirodne i geografske, kulturno-povijesne, demografske i intelektualni kapital. Četvrta cjelina analizira turističko tržište, tj. specifično životni ciklus destinacije i turističku ponudu i potražnju. U petom poglavlju predstavljena je SWOT analiza koja prikazuje prilike, prijetnje, snage i slabosti vezane uz turizam u Opatiji. Posljednja šesta cjelina je o strateškom upravljanju destinacijom i precizira koja je uloga turističkih zajednica u Opatiji i što sadrže strateški dokumenti razvoja turizma grada Opatije.

# 1. Temeljno određenje destinacije

Temeljno određenje destinacije obuhvaća njezinu identifikaciju, ciljeve i strategije razvoja. Opatija, kao turističko odredište, ističe se elegantnom arhitekturom, prirodnim ljepotama i bogatom kulturnom ponudom. Cilj je postići održivi turizam koji će privući posjetitelje tijekom cijele godine, unaprijediti kvalitetu iskustva turista te potaknuti ekonomski rast zajednice. Strategije razvoja uključuju diversifikaciju turističke ponude, promociju kulturnih događanja i prirodnih atrakcija te unapređenje turističke infrastrukture. Opatija teži postati prepoznatljiva i poželjna destinacija za sve vrste posjetitelja, osiguravajući dugoročnu održivost i prosperitet.

## 1.1. Definiranje destinacije

Izraz "destinacija"<sup>1</sup> postao je uobičajen u svim romanskim jezicima te je također široko prihvaćen u anglosaksonskim zemljama, posebno u turizmu, gdje je postao dio terminologije prometa, posebno zračnog prometa, koji koristi engleske izraze. Pojam "destinacija" počeo se koristiti i u istraživanjima u turizmu početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća, postupno postajući sinonim za turistički lokalitet, područje, regiju, skup zemalja pa čak i kontinent. Destinacija<sup>2</sup> se definira kao točka ili mjesto u koje ljudi putuju radi poslovnih, rekreativnih ili kulturnih aktivnosti. To može uključivati razne lokacije poput gradova, prirodnih atrakcija, ili kulturnih središta. S druge strane, turistička destinacija je specifično odredište koje privlači posjetitelje zbog ponude atrakcija, aktivnosti ili posebnosti. Povijest termina "destinacija" seže unatrag, a njegovo značenje se razvijalo s razvojem putovanja i turizma. U suvremenom kontekstu, termin "turistička destinacija" postao je ključan za industriju turizma, obuhvaćajući širok spektar destinacija koje nude različite doživljaje i usluge za posjetitelje. Ova definicija se kontinuirano prilagođava promjenama u turističkim trendovima i potrebama putnika. Turistička

---

<sup>1</sup> Magaš, Vodeb, Zadel, Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 9

<sup>2</sup> Magaš, Dragan, Turistička destinacija, str. 10



destinacija često ima razvijenu turističku infrastrukturu, poput hotela, restorana, turističkih atrakcija i aktivnosti, koje privlače posjetitelje iz različitih dijelova svijeta.

Turističko mjesto<sup>3</sup> i turistička destinacija često se koriste kao sinonimi, ali zapravo imaju određene razlike. Turističko mjesto obično se odnosi na određenu lokaciju koja privlači turiste zbog neke specifične atrakcije, znamenitosti ili aktivnosti. To može biti pojedinačna atrakcija, poput muzeja, povijesnog spomenika, plaže ili nacionalnog parka. Turističko mjesto može biti manje područje unutar veće destinacije ili nešto što privlači turiste na određenoj lokaciji. S druge strane, turistička destinacija obuhvaća šire područje koje privlači turiste svojom ukupnom ponudom atrakcija, aktivnosti, smještaja i usluga. To je kompleksniji entitet koji uključuje više turističkih resursa i infrastrukturu. Destinacija može uključivati više turističkih mjesta unutar sebe, kao i druge faktore poput ugostiteljskih objekata, trgovina, kulturnih manifestacija i turističkih ruta.

Model koncepcije razvoja<sup>4</sup> je dinamičan ciklus koji se kontinuirano ponavlja kako bi se osiguralo prilagođavanje promjenama okoline i postavljenim ciljevima. On predstavlja kvalitativan odgovor poduzeća ili određene destinacije na promjene na tržištu.

<sup>5</sup>Sastoji se od nekoliko ključnih elemenata:

1. Koncepcija razvoja: Definiranje vizije i ciljeva razvoja destinacije ili poduzeća, te identificiranje ključnih strategija za postizanje tih ciljeva.
2. Strategija razvoja: Razrada konkretnih strategija i planova akcija za ostvarenje postavljenih ciljeva. Ovo uključuje identifikaciju ključnih resursa, ciljnih tržišta i konkurentnu analizu.
3. Sustav razvoja: Organiziranje i implementacija sustava koji podržava ostvarenje strategija razvoja. To uključuje uspostavljanje operativnih procesa, upravljanje ljudskim resursima te financijsko upravljanje.
4. Poslovna politika: Definiranje politika i smjernica koje će usmjeravati aktivnosti i odluke unutar organizacije ili destinacije. To uključuje politike održivosti, upravljanja rizicima, komunikacije i drugo.

---

<sup>3</sup> Magaš, Vodeb, Zadel, Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 10

<sup>4</sup> Stipanović, Christian. Koncepcija i strategija razvoja u turizmu: sustav i poslovna politika, 21. str

<sup>5</sup> Stipanović, Christian. Koncepcija i strategija razvoja u turizmu: Sustav i poslovna politika, 22. str

Važno je uključiti sve relevantne dionike, uključujući lokalnu zajednicu, privatni sektor i vlasti, kako bi se osigurala podrška i sudjelovanje u procesu razvoja. Model koncepcije razvoja pomaže strukturirati planiranje i provedbu razvoja, pružajući okvir za uspješno postizanje postavljenih ciljeva i adaptaciju na promjenjive uvjete na tržištu.

**Grafikon 1 Model koncepcije razvoja**



Izvor: Izrada autora

Koncepcija razvoja je temeljni dokument koji pruža smjernice o tome kako određeno područje, regija ili industrija trebaju napredovati kako bi ostvarili svoje ciljeve i viziju. Uključuje identifikaciju prioriteta, resursa i koraka potrebnih za postizanje željenih rezultata. Primjerice, za grad Opatiju, koncepcija razvoja obuhvaća aspekte koji bi poboljšali kvalitetu života, poput infrastrukturnog razvoja (poput prometne povezanosti i izgradnje objekata) te poticanje gospodarskog razvoja (privlačenje investicija i podrška lokalnim poduzetnicima). Razvoj turizma također je važan, ne samo zbog povećanja broja turista, već i zbog stvaranja novih radnih mjesta.

<sup>6</sup>Koncepcija razvoja obuhvaća:

---

<sup>6</sup> Stipanović, Christian, Koncepcija i strategija razvoja, str. 108

1. **Analizu sadašnjeg stanja:** Procjenu trenutne situacije putem kvantitativne i kvalitativne analize kako bi se definirala pozicija destinacije na tržištu.
2. **Ciljeve:** Definirane rezultate koje treba postići kroz određene aktivnosti ili napore. Ciljevi služe kao smjernice za usmjeravanje napora prema željenim rezultatima.
3. **Strategiju:** Ključni segment za postizanje uspjeha i dugoročnih ciljeva. Strategija usmjerava napore i resurse prema prioritetnim aktivnostima, identificira ključne korake za postizanje ciljeva i rezultata te pruža operativni plan za njihovo ostvarenje.

Strategija razvoja<sup>7</sup> je usko povezana s koncepcijom te se koristi kao alat za postizanje ciljeva razvoja na različitim razinama. Nakon što se definira koncepcija razvoja, strategija razvoja identificira potrebne resurse i mehanizme za njihovu mobilizaciju te pruža konkretne korake za ostvarenje ciljeva. Poslovna politika predstavlja organizacijski okvir koji usmjerava aktivnosti poduzeća prema ostvarenju ciljeva razvoja. Ona obuhvaća sve aktivnosti, interakcije i resurse potrebne za provedbu strategije razvoja s ciljem postizanja poslovnih ciljeva.

Proces formiranja poslovne politike sastoji se od nekoliko faza:

1. Analiza sadašnjeg stanja: Procjena ekonomskih karakteristika poduzeća, SWOT analiza i identifikacija položaja poduzeća u industriji i gospodarstvu.
2. Predviđanje budućnosti: Istraživanje tržišta i definiranje varijanti budućih događaja s najvećom vjerojatnošću ostvarenja.
3. Utvrđivanje ciljeva: Postavljanje ciljeva za bližu i daljnju budućnost na temelju potreba tržišta, mogućnosti proizvodnje i osvajanja tržišta.
4. Strategije i planovi: Definiranje načina i sredstava za ostvarenje postavljenih ciljeva u uvjetima promjenjive okoline.
5. Realizacija poslovne politike: Provodi se kroz provedbu strategija i taktika kako bi se ostvarili zadani ciljevi.
6. Kontrola izvršenja zadataka: Provodi se putem kontrolnih programa kako bi se otkrilo koliko su ciljevi uspješno ostvareni.

Poslovna politika dijeli se prema različitim kriterijima:

---

<sup>7</sup> Stipanović, Christian. Koncepcija i strategija razvoja u turizmu: sustav i poslovna politika, 24. Str.

1. Područje djelovanja: Vanjska (prodajna i nabavna politika) i unutarnja (proizvodna, kadrovska i financijska politika).
2. Funkcija djelovanja: Opća poslovna politika i posebna poslovna politika (nabavna, proizvodna, prodajna, financijska i kadrovska politika).
3. Način donošenja odluka: Strateška i taktička poslovna politika.
4. Rokovi: Kratkoročna i dugoročna poslovna politika.

Poslovna politika ima zadaću razviti i integrirati stratešku cjelinu unutar poduzeća kako bi se postigli ciljevi poslovanja, prilagođavajući se svojstvima okoline i razvoju poduzeća.

## **1.2. Proces planiranja**

Upravljanje turizmom uključuje organiziranje različitih elemenata ponude radi upravljanja budućim događajima. Implementacija planova u praksi je ključna komponenta ovog procesa, a napredak tehnologije direktno utječe na izazove u planiranju i upravljanju. Kroz međudjelovanje lokalnih i vanjskih faktora, cilj je postići maksimalne rezultate uz minimalne troškove.

Metode i tehnike uključivanja dionika destinacije u proces odlučivanja i planiranja uključuju:<sup>8</sup>

1. Diseminacija informacija: Širenje relevantnih informacija o planovima i strategijama destinacije kako bi se dionicima omogućilo učešće u procesu.
2. Javni skupovi: Organiziranje javnih skupova i rasprava kako bi se omogućilo dionicima da izraze svoje stavove, ideje i prijedloge.
3. Uzimanje komentara u obzir: Aktivno prikupljanje i analiza povratnih informacija i komentara dionika kako bi se ti faktori uzeli u obzir prilikom donošenja odluka.
4. Upitnici: Korištenje upitnika kao sredstva za prikupljanje mišljenja, stavova i preferencija dionika u vezi s turističkim planiranjem i upravljanjem.

---

<sup>8</sup> Magaš, Vodeb, Zadel, Menadžent turističke organizacije i destinacije, str. 61

5. Obuka i tehnička podrška: Pružanje obuke i tehničke podrške dionicima kako bi im se omogućilo aktivno sudjelovanje u procesu planiranja i upravljanja.
6. Fokusne grupe: Organiziranje fokusnih grupa radi dubljeg razumijevanja potreba, želja i stavova različitih dionika destinacije.
7. Proces planiranja u velikim skupinama: Organizacija grupnih radionica ili sesija u kojima sudjeluju različiti dionici radi zajedničkog brainstorminga, planiranja i donošenja odluka.

Kombinacija ovih metoda i tehnika omogućuje inkluzivno i participativno planiranje i upravljanje turističkim destinacijama, što može rezultirati boljim rezultatima uz aktivno uključivanje svih relevantnih dionika.

Najčešći izazovi pri uključivanju različitih dionika u procese turističkog planiranja i održivog razvoja uključuju:<sup>9</sup>

1. Nerazumijevanje između skupina dionika: Često postoji nedostatak razumijevanja i komunikacije između različitih grupa dionika, što može otežati postizanje zajedničkih ciljeva.
2. Osiguravanje pravednosti i jednakopravnosti: Važno je osigurati da svaki dionik bude tretiran pravedno i jednako te da im se omogući aktivno sudjelovanje u procesima odlučivanja.
3. Problematika među institucijama: Suradnja između različitih institucija može biti izazovna zbog različitih interesa i prioriteta, što može usporiti procese planiranja i implementacije.
4. Manjak sredstava i vremena: Nedostatak financijskih resursa i ograničeno vrijeme često su prepreke koje otežavaju uključivanje dionika i provođenje planova u praksi.
5. Kompleksnost u mjerenju učinka

U procesu planiranja i održivog razvoja turizma, ključno je uključiti lokalnu zajednicu i integrirati koncept kvalitete. Uključenost lokalnog stanovništva osigurava da se uzmu u obzir

---

<sup>9</sup> Magaš, Vodeb, Zadel, Menadžment turističke organizacije i destinacije, str. 61

njihove želje i potrebe, što može pozitivno utjecati na turizam i dugoročni održivi razvoj destinacije. Zanemarivanje lokalne zajednice može imati negativne posljedice na daljnji razvoj destinacije i zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Integracija koncepta kvalitete u turističko planiranje, razvoj i upravljanje ključna je za uspjeh. Potrebno je razlikovati između kvalitetnog turizma, koji uzima u obzir okoliš i potrebe lokalnog stanovništva, i skupog turizma. Kvalitetan turizam treba imati dobar omjer vrijednosti i cijene te poštovati okoliš i zajednicu. Proces planiranja obuhvaća nekoliko koraka, uključujući pripremu, postavljanje ciljeva, analizu, formuliranje plana i politika te primjenu i nadgledanje. Priprema je ključna faza koja služi kao temelj za ostatak procesa, a smjernice su važan dio pripreme jer pomažu definirati detaljne planove i željene rezultate.

Smjernice trebaju obuhvatiti različite probleme na koje treba obratiti pažnju, uključujući ekonomska pitanja, zaštitu okoliša i sociokulturna pitanja. Osim toga, u ovom dijelu procesa trebaju se predstaviti i tehnike za implementaciju.

1. Ekonomska pitanja: Smjernice trebaju identificirati ekonomske izazove i prilike povezane s turističkim planiranjem i održivim razvojem. To uključuje analizu ekonomske koristi od turizma, upravljanje financijskim resursima te promicanje održivih ekonomskih modela.
2. Zaštita okoliša: Potrebno je naglasiti važnost zaštite okoliša i očuvanja prirodnih resursa u turističkim planovima i strategijama. Smjernice bi trebale uključivati mjere za smanjenje negativnih utjecaja turizma na okoliš, promicanje održivih praksi upravljanja resursima te poticanje svijesti o ekološkoj osviještenosti među dionicima.
3. Sociokulturna pitanja: Treba istaknuti sociokulturne aspekte turizma, uključujući utjecaj turizma na lokalnu zajednicu, kulturno naslijeđe i socijalnu koheziju. Smjernice bi trebale uključivati mjere za očuvanje kulturne baštine, poticanje socijalne inkluzije te osiguranje poštovanja i promicanja lokalnih običaja i tradicija.

Tehnike za implementaciju mogu uključivati:

1. Edukaciju i osvještavanje: Provoditi programe edukacije i osvještavanja o važnosti održivog turizma među dionicima i široj javnosti.

2. Partnerstva i suradnja: Poticanje suradnje između javnog, privatnog i nevladinog sektora te lokalnih zajednica radi zajedničkog djelovanja na održivom razvoju turizma.
3. Implementacija održivih praksi: Promicanje i implementacija održivih praksi u turističkim operacijama, kao što su upravljanje otpadom, energetska učinkovitost i zaštita prirodnih staništa.
4. Praćenje i evaluacija: Uspostava sustava praćenja i evaluacije kako bi se pratila provedba planova i strategija te mjerili njihovi učinci na ekonomiju, okoliš i sociokulturnu sferu.

Kroz sve ove aktivnosti, smjernice trebaju pružiti jasne smjernice i strategije za postizanje održivog turizma koji promiče ekonomski napredak, zaštitu okoliša i sociokulturnu dobrobit lokalnih zajednica.

## 2. Upravljanje razvojem turističke destinacije

Pojam turističke destinacije podložan je promjenama kroz povijest, usklađujući se s različitim potrebama, očekivanjima kupaca te razvojem tehnologije pružanja usluga. Današnja definicija turističke destinacije obuhvaća širi funkcionalni prostor koji može obuhvatiti jedno ili više turističkih mjesta, prilagođenih preferencijama tržišta.<sup>10</sup> U kontekstu koncepcije razvoja, svaki turistički razvoj zahtijeva jasno utvrđene strateške smjerove koji odražavaju interese svih dionika u turističkoj destinaciji. Turistička destinacija se sastoji od različitih elemenata koji su međusobno povezani u cjelinu ili sustav. Razvoj turističke destinacije odnosi se na kvalitativno unapređenje destinacije u odnosu na početnu poziciju i konkurenciju.<sup>11</sup> Upravljanje razvojem turističke destinacije je kontinuirani proces iskorištavanja postojećih resursa destinacije na održiv način kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi. Učinkovito upravljanje zahtijeva racionalno korištenje resursa kako bi bili dostupni sadašnjim i budućim generacijama. Stoga, pristup upravljanju razvojem turističke destinacije treba biti holistički, uzimajući u obzir sve relevantne faktore i interese dionika te osiguravajući održivost resursa za buduće generacije. Održivi razvoj turističke destinacije znači osiguravanje ravnoteže između ekonomskih, sociokulturnih i ekoloških aspekata kako bi se osiguralo trajno blagostanje destinacije i njenih stanovnika.

---

<sup>10</sup> Magaš, Vodeb., Zadel; Menadžment turističke organizacije i destinacije, str.46

<sup>11</sup> Galičić, Laškarin; Principi i praksa turizma i hotelijerstva, str.185



### 3. Preduvjeti razvoja turizma grada Opatije

Razvoj grada Opatije<sup>12</sup> predstavlja zanimljivu studiju slučaja koja ilustrira ključne aspekte uspješnog urbanog razvoja, posebno u kontekstu turizma i očuvanja prirodne i kulturne baštine. Ključni preduvjeti za razvoj turizma su: geografski, prirodni i povijesni resursi kao i demografska obilježja te treba izdvojiti infrastrukturu itd. Opatija, smještena na obali Jadranskog mora, obiluje bogatom poviješću i prekrasnom prirodom, što je čini atraktivnom turističkom destinacijom. Početci njenog turističkog razvoja sežu u 19. stoljeće, kada je postala popularno odredište europskih aristokrata, privučenih blagodatima mediteranske klime i ljepotom pejzaža. Taj rani razvoj postavio je temelje za kasniju izgradnju kvalitetne turističke infrastrukture, uključujući hotele, vile, parkove i šetnice, što je omogućilo nastavak prosperiteta kroz različite povijesne periode. Danas, Opatija predstavlja destinaciju koja nudi raznoliku turističku ponudu, od luksuznih hotela do obiteljskih apartmana, od mirnih šetnji uz more do aktivnih sportskih aktivnosti. Upravo diversifikacija turističke ponude čini ju privlačnom tijekom cijele godine, ne samo ljeti već i u razdobljima izvan glavne turističke sezone. Ključni čimbenik uspjeha razvoja Opatije leži u očuvanju njenog kulturnog i prirodnog naslijeđa. Grad je uspio balansirati između razvoja turizma i očuvanja svojih povijesnih znamenitosti, poput villi iz doba Belle Époque i prekrasnih parkova koji čine neizostavan dio njenog identiteta. Također, naglasak na održivom turizmu doprinosi dugoročnoj vitalnosti destinacije, osiguravajući da se prirodni resursi čuvaju za buduće generacije. Važno je istaknuti i ulogu lokalne zajednice u razvoju grada. Opatija je uspješno uključila svoje stanovnike u procese donošenja odluka, osiguravajući da se njihovi interesi i potrebe uzimaju u obzir. Kroz suradnju s lokalnim stanovništvom, grad je uspio izgraditi snažan osjećaj pripadnosti i zajedništva, što je ključno za održavanje autentičnosti destinacije. U konačnici, razvoj grada Opatije predstavlja primjer kako pametno upravljati turističkim potencijalom, njegovati kulturno i prirodno naslijeđe te uključiti lokalnu zajednicu u procese odlučivanja. Opatija nije samo turistička destinacija, već i dom svojim stanovnicima, čija je kvaliteta života jednako važna kao i privlačnost za posjetitelje.

---

<sup>12</sup>Visit Opatija, <https://visitopatija.croatia.hr/hr-hr/kultura-i-umjetnost/otkrijte-zanimljivu-i-bogatu-povijest-opatije> (učitano 14.3.2024.)

### **3.1. Prirodni i geografski preduvjeti**

Grad Opatija<sup>13</sup> prostire se na području Kvarnerskog zaljeva odnosno na Sjevernom Jadranu, u podnožju primorske planine Učka. Opatija ima vrlo povoljan geografski položaj s obzirom na to da je Kvarnerski zaljev duboko usječen u europski kontinentski trup stoga je dobro prometno povezana s velikim europskim gradovima. Veliku važnost za Opatiju imaju pomorski putovi koji prolaze kroz Vela i Srednja vrata te na taj način povezuju Riječki zaljev sa svjetskim morem. Grad okružuju jedinstvene prirodne ljepote (poput Učke, otoka Krka i Cresa) te se nalazi na sjecištu zelene istarske regije i primorja čime pruža sklad krajolika. Opatija ima tipičnu mediteransku klimu s blagim zimama i toplim ljetima. Prosječna temperatura zraka tijekom ljetnih mjeseci kreće se između 25°C i 30°C, dok zime obično nisu previše hladne, s prosječnim temperaturama oko 10°C. Ova ugodna klima privlači turiste tijekom cijele godine, što čini turizam ključnom gospodarskom granom grada. Uz klimu, toplo i čisto more je također jedan od važnijih prirodnih resursa Opatije, temperature mora i zraka definiraju kupališnu sezonu koja traje od lipnja pa sve do konca rujna. Opatijsku rivijeru krase bogata vegetacija koju dodatno oplemenjuje kvarnerska strana Učke koja je bogata mediteranskom vegetacijom. Isparavanjem navedene vegetacije uz obalu se oslobađaju eterična ulja koja se miješaju s morskim aerosolom što čini zrak ljekovitim za ljude s respiratornim problemima. Opatijski parkovi bogati su raznim vrstama drveća među kojima su kamelija (koja je ujedno i simbol Opatije), himalajski čempres, američki bor, marun, hrast medunac te brojne druge vrste zbog kojih su Opatijski parkovi proglašeni hortikulturnim spomenicima.

### **3.2. Kulturno – povijesni preduvjeti**

Opatija, idiličan primorski grad s bogatom poviješću i kulturom, ponosno nosi titulu najduže turističke tradicije u Hrvatskoj. Priča o turizmu u Opatiji započinje daleke 1844. godine, kada je ugledni riječki patricij, Iginio Scarpa, izgradio ljetnikovac poznat kao Vila Angiolina. Ta vila

---

<sup>13</sup> Turk, Hrvoje, Geografski položaj i prirodni resurski Opatijske rivijere, 1996.

ugostila je mnoge slavne povijesne ličnosti poput austro-ugarskog cara Franje Josipa, caricu Mariju Anu te bana Josipa Jelačića. Godine 1884., Opatija je postala domaćin prvog hrvatskog hotela na Jadranu, danas poznatog kao Hotel Kvarner. Od tada, grad se brzo razvijao iz malog ribarskog mjesta u svjetski poznato klimatsko lječilište, uspoređivano s Nicom. Taj ugled privukao je tadašnju aristokraciju, rezultirajući izgradnjom brojnih vila, hotela, ljetnikovaca, kupališta i parkova. Danas, Opatija nudi bogati kulturni program tijekom cijele godine, s događanjima u Švicarskoj kući, Vili Angiolini i Umjetničkom paviljonu Juraj Šporer.

Posjetitelji mogu istražiti raskošnu i zanimljivu povijest grada kroz različite kulturne atrakcije, uključujući:

- Park Angiolina: nagrađivani park koji je postao simbol Opatije.
- Švicarska kuća: važan izložbeni prostor.
- Amerikanski vrtovi: mirna zelena oaza.
- Šetalište Lungomare: obalno šetalište koje povezuje Volosko i Lovran.
- Crkva i park Sv. Jakova: ključni dio povijesti Opatije, po kojem je grad dobio ime.
- Djevojka s galebom: slavna statua koja je postala ikona grada.
- Hrvatska ulica slavnih: slična Hollywoodskoj ulici slavnih.
- Ljetna pozornica: domaćin koncerata i festivala tijekom ljetnih mjeseci.

Opatija također obiluje raznim manifestacijama poput RetrOpatije, Balinjerade, karnevala, festivala čokolade, adventa te "Carskog grada", privlačeći posjetitelje tijekom cijele godine i pružajući im nezaboravno iskustvo bogate kulture i zabave.

### **3.3. Demografski preduvjeti**

Prema posljednjem popisu stanovništva Hrvatske iz 2021. godine, Opatija je imala 10,619 stanovnika. Od tog broja, 5,685 osoba ili 53.54% su bile ženskog spola, dok je 4,934 osoba ili 46.46% bilo muškog spola. U usporedbi s popisom stanovništva iz 2011. godine, kada je Opatija imala 11,659 stanovnika, primjećuje se pad od 9.2% u broju stanovnika.

U sljedećoj tablici prikazana je struktura stanovništva grada Opatije (2021.) prema dobi i spolu.

**Tablica 1 Struktura stanovništva Opatije prema dobi i spolu prema Popisu 2021.**

	Uk.	0-6	0-14	0-17	0-19	Radno sposobno stanovništvo (15-64)	60 i više	65 i više	75 i više	Prosječna starost
Ukupno	10 619	620	1272	1489	1647	6080	4051	3267	1445	48,8
Muškarci	4934	306	619	738	808	2962	1712	1353	559	47,2
Žene	5685	314	653	751	839	3118	2339	1914	886	50,2

Izvor: Izrada autora prema podacima sa Državnog zavoda za statistiku

Iz priložene tablice vidljivo je da Opatija ima najmanji udio stanovništva u dobi od 0 do 6 godina (5.84%), dok najveći udio čini radno sposobno stanovništvo u dobi od 19 do 64 godine (57.26%). Prosječna starost stanovništva iznosi 48.8 godina, što ukazuje na to da je Opatija relativno stariji grad. Prosječna starost muškaraca je 47.2 godine, dok je prosječna starost žena nešto viša, iznoseći 50.2 godine. Ovi podaci ukazuju na to da žene u Opatiji imaju nešto dulji prosječni životni vijek u usporedbi s muškarcima.

**Tablica 2 Struktura stanovništva grada Opatije prema narodnosti prema popisu iz 2021. godine**

	Uk.	Hrvati	Srbi	Talijani	Slovinci	Albanci	Bošnjaci
Uk.	10 619	9483	208	151	114	79	76

Izvor: Izrada autora prema podacima sa Državnog zavoda za statistiku

Prema rezultatima popisa stanovništva iz 2021. godine, nacionalna struktura stanovništva Opatije prikazuje sljedeće udjele: Hrvati: 89.30%, Srbi: 1.96%, Talijani: 1.42%, Slovenaci: 1.07%, Albanci: 0.74%, Bošnjaci: 0.72%.

Ovi podaci pružaju uvid u raznolikost nacionalnih zajednica koje čine stanovništvo Opatije.

**Tablica 3 Struktura stanovništva Opatije prema vjeri prema popisu iz 2021. godine**

	Uk.	Katolici	Nisu vjernici i ateisti	Ostali kršćani	Pravoslavci	Muslimani

Uk.	10 619	7413	1142	359	219	155
-----	--------	------	------	-----	-----	-----

Izvor: Izrada autora prema podacima sa Državnog zavoda za statistiku

U skladu s posljednjim podacima popisa stanovništva iz 2021. godine, struktura stanovništva Opatije prema vjeri je sljedeća: Katolici čine najveći udio s 69.81%, dok je udio onih koji se ne izjašnjavaju kao vjernici ili su ateisti 10.75%. Ostali kršćani predstavljaju 3.38% stanovništva, pravoslavci 2.06%, a muslimani 1.46%. U pogledu demografskih karakteristika, Opatija ima najviše radno sposobnog stanovništva, s najvećim udjelom Hrvata i katolika među populacijom.

### 3.4. Intelektualni kapital

Opatija se ističe kao grad bogat intelektualnim preduvjetima, s posebnim naglaskom na kulturu, obrazovanje i inovacije. Kultura predstavlja temelj gradskog identiteta, a Opatija je poznata po svojoj dugoj i raznovrsnoj kulturnoj baštini, uključujući koncerte, kazališne predstave, izložbe i mnoge druge kulturne manifestacije. Ti događaji ne samo da obogaćuju život lokalnog stanovništva, već privlače i posjetitelje iz cijelog svijeta. Obrazovanje je također ključna komponenta intelektualnih preduvjeta Opatije, s raznovrsnom ponudom obrazovnih ustanova, uključujući škole i fakultete. Inovacija predstavlja treći ključni element, a Opatija se ističe kao centar inovacija u turizmu i ugostiteljstvu. Projekt Hubbazia, kao start-up inkubator, fokusira se na kreativna rješenja u turizmu, te ima za cilj pozicioniranje Opatije kao grada inovacija i novih projekata. Ulaganja u nove tehnologije i održivost doprinose globalnom ugledu grada, istovremeno spajajući tradiciju i inovaciju. Opatija nudi stanovnicima i posjetiteljima priliku da sudjeluju u raznovrsnim kulturnim događanjima, obrazuju se te budu dio inovacija koje oblikuju grad. Stoga, Opatija nije samo turistička destinacija, već i prepoznato intelektualno i kulturno središte.

**Tablica 4 Struktura stanovništva prema najvišoj završenoj školi prema popisu iz 2021. godine**

	Uk.	Bez škole	O.Š.	S.Š.	Stručni studij	Sveučilišni studij	Doktorat znanosti
Uk.	9347	19	762	5207	1113	2080	103

Izvor: Izrada autora prema podacima sa Državnog zavoda za statistiku

Prema najnovijim podacima popisa stanovništva iz 2021. godine, struktura stanovništva Opatije prema najvišoj završenoj školi pokazuje da je većina stanovništva završila neki oblik školovanja. Najveći udio stanovnika (55.71%) ima završenu srednju školu, dok se 22.25% može pohvaliti sveučilišnom diplomom. Stručni studij završilo je 11.91% stanovnika, dok je 8.15% završilo osnovnu školu. Manji postotak stanovnika (1.10%) posjeduje doktorat znanosti, dok je svega 0.2% osoba bez ikakvog formalnog obrazovanja. Ovi podaci jasno ukazuju na visoku razinu obrazovanosti stanovništva Opatije, što predstavlja važan faktor za daljnji uspješan razvoj grada u budućnosti.

## 4. Analiza turističkog tržišta grada Opatije

Analiza sadašnjeg stanja turističkog tržišta grada ključna je za daljnji razvoj destinacije. Ovaj proces ne samo da omogućuje razumijevanje trenutnog stanja turizma u gradu, već pruža i temelje za donošenje informiranih odluka i planova za budući razvoj. Kroz kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja, grad Opatija može dobiti cjelovitu sliku svoje turističke ponude i potražnje. Kvantitativna analiza obuhvaća objektivne podatke o turističkoj infrastrukturi i kretanjima posjetitelja. Na primjer, broj smještajnih objekata kao što su hoteli, apartmani i kampovi, te broj ugostiteljskih objekata poput restorana i kafića, pružaju uvid u kapacitete grada za smještaj i ugostiteljstvo. Analiza broja dolazaka turista, kako domaćih tako i stranih, te ukupni prihodi i rashodi od turizma, dodatno oblikuju sliku turističke aktivnosti u gradu. S druge strane, kvalitativna analiza istražuje subjektivne aspekte turističkog iskustva. Istraživanje zadovoljstva gostiju, percepcije destinacije i kvalitete usluga omogućuje gradskim vlastima dublji uvid u snage i slabosti turističke ponude. Kroz SWOT analizu, identificiraju se prilike za daljnji razvoj te potencijalne prijetnje koje bi mogle utjecati na turističku atraktivnost grada. Kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih podataka omogućuje kompleksnu analizu turističkog tržišta, pružajući gradskim vlastima jasnu sliku o tome gdje se nalazi grad u turističkom smislu i koje su mogućnosti za daljnji napredak. Ova analiza osigurava da strategije i planovi razvoja turizma budu usklađeni s stvarnim potrebama i preferencijama gostiju, te da grad Opatija nastavi prosperirati kao atraktivna turistička destinacija.

### 4.1. Životni ciklus turističke destinacije Opatija

Životni ciklus turističke<sup>14</sup> destinacije grada Opatije može se promatrati kroz nekoliko ključnih faza koje uključuju razvoj, zrelost i eventualni pad. Opatija je dugi niz godina bila popularna turistička destinacija koja je prošla kroz različite faze razvoja, a svaka faza je oblikovala njezinu turističku ponudu i privlačnost.

---

<sup>14</sup> Rujak, Naomi, Kulturna baština Opatije, 2019., <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:348466> (učitano 11.3.2024.)

1. Početna faza - Otkriće i razvoj: Opatija je započela svoju turističku priču u 19. stoljeću kao ekskluzivno odredište za visoku aristokraciju. Izgradnja prvih luksuznih vila i hotela, poput Ville Angiolina, svjedoči o početnoj fazi razvoja turizma u Opatiji. Prisustvo poznatih osoba poput austro-ugarskog cara Franje Josipa, koji je često ljetovao u Opatiji, svjedoči o reputaciji destinacije u to vrijeme.
2. Faza rasta: U drugoj polovici 19. stoljeća, Opatija je doživjela brzi rast turizma. Izgrađeni su novi hoteli, vile i parkovi kako bi se zadovoljile potrebe rastućeg broja posjetitelja. Opatija je postala popularno odredište za aristokraciju i imućne goste iz cijele Europe. Izgradnja poznatih hotela poput Hotela Kvarner, otvorenog 1884. godine, svjedoči o ovoj fazi rasta.
3. Faza zrelosti: U 20. stoljeću, Opatija je postala dobro etablirana turistička destinacija s raznolikom turističkom ponudom. Razvijene su različite vrste smještaja, restorani, kulturne atrakcije i aktivnosti kako bi se zadovoljile potrebe različitih gostiju. Pojava specifičnih kulturnih manifestacija poput RetrOpatije ili festivala čokolade svjedoči o bogatom kulturnom životu destinacije.
4. Faza zasićenja: U ovoj fazi, Opatija se suočava s izazovima zasićenja tržišta i standardizacije turističke ponude. Konkurencija na tržištu postaje jača, a destinacija može osjetiti pad u broju posjetitelja i prihoda. Smanjenje atraktivnosti destinacije za određene segmente tržišta može biti pokazatelj ove faze.
5. Diversifikacija i revitalizacija: U ovoj fazi, Opatija može poduzeti korake prema diversifikaciji turističke ponude kako bi privukla nove segmente tržišta. To može uključivati razvoj novih turističkih proizvoda ili usluga, obnavljanje starih dijelova grada ili ponuda novih doživljaja. Projekti poput Hubbazia start-up inkubatora ili ulaganja u održivost mogu biti primjeri revitalizacijskih napora.
6. Faza ponovnog otkrića: U ovoj fazi, Opatija može ponovno privući pažnju turista kroz inovativne marketinške kampanje i razvoj autentičnih doživljaja. Investicije u nove tehnologije, održivost i revitalizaciju kulturne baštine mogu pomoći u oživljavanju turizma. Fokus na očuvanje tradicije uz istovremeno unaprjeđenje ponude može rezultirati ponovnim porastom broja posjetitelja i prihoda. Svaka faza u životnom ciklusu turističke destinacije grada Opatije podržana je povijesnim podacima, arhitektonskim spomenicima, razvojem turističke infrastrukture i promjenama u turističkoj ponudi koja odražava promjene na tržištu i potrebama posjetitelja.



Grad Opatija, poznat kao jedno od najstarijih turističkih odredišta u Hrvatskoj, trenutno se može smatrati u fazi „zrelosti” ili „obnove” unutar životnog ciklusa turističke destinacije. Ovaj model, poznat kao Butlerov model životnog ciklusa turističke destinacije, identificira faze kroz koje destinacija prolazi: istraživanje, uključivanje, razvoj, konsolidacija, stagnacija, te konačno obnova ili pad. Opatija je već dugo uspostavljena kao turistička destinacija s bogatom poviješću koja seže još u 19. stoljeće. S obzirom na to da privlači veliki broj posjetitelja i da je dobro razvijena s obzirom na turističku infrastrukturu, može se reći da je u zreloj fazi. Međutim, zahvaljujući kontinuiranim naporima na obnovi, modernizaciji i proširenju turističke ponude, Opatija uspješno izbjegava fazu stagnacije koja često prati zrelu fazu. Napori koji se poduzimaju uključuju unaprjeđenje i diverzifikaciju smještajnih kapaciteta, organizaciju različitih kulturnih i zabavnih događaja tijekom cijele godine, te fokus na promociji zdravstvenog turizma. Također, Opatija radi na privlačenju različitih segmenata turista, uključujući mlade i međunarodne goste, što pridonosi njezinoj sposobnosti da ostane relevantna i atraktivna turistička destinacija.

## **4.2. Analiza turističke ponude**

Kvantitativni pokazatelji ponude u turizmu grada Opatije obuhvaćaju raznolike resurse i mogućnosti koje destinacija pruža svojim posjetiteljima. To uključuje broj smještajnih kapaciteta, kao što su hoteli visoke kategorije, boutique hoteli, privatni apartmani i obiteljske pansioni, koji su ključni za zadovoljenje potražnje za smještajem turista različitih preferencija i budžeta. Također, značajni su kapaciteti za wellness i rekreaciju, restorani s bogatom gastronomskom ponudom, kao i drugi ugostiteljski objekti koji pružaju raznolike opcije za uživanje u lokalnoj kuhinji i enološkim specijalitetima. Kulturni događaji, festivali, muzeji i galerije također čine važan dio turističke ponude Opatije, omogućujući posjetiteljima da istraže bogatu kulturnu baštinu i umjetničku scenu grada. Osim toga, kapaciteti za sportske aktivnosti na otvorenom, kao što su šetnje duž obalnog šetališta Lungomare, biciklističke staze i vodene aktivnosti na obližnjim plažama, dodatno obogaćuju turističku ponudu destinacije.

**Tablica 5 Kvantitativni pokazatelji ponude - broj postelja prema hotelskim smještajima u Opatiji**

Hotelski smještaj	2022.	2021.	2020.	2019.
	Broj postelja	Broj postelja	Broj postelja	Broj postelja
5*-6 objekata	864	922	922	922
4*-19 objekata	3514	3374	3136	3474
3*-5 objekata	631	715	953	615
Ostalo-2 objekta	128	128	128	140
<b>Ukupno-32 objekta</b>	<b>5137</b>	<b>5139</b>	<b>5139</b>	<b>5151</b>

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Opatija

**Tablica 6 Kvantitativni pokazatelji ponude - broj postelja prema obiteljskim smještajima u Opatiji**

Obiteljski smještaj	2022.	2021.	2020.	2019.
	Broj postelja	Broj postelja	Broj postelja	Broj postelja
5*	760	598	507	479
4*	1721	1594	1516	1553
3*	2165	2020	2113	2266
2*	173	187	178	234
1*	25	25	34	34
<b>Ukupno</b>	<b>4844</b>	<b>4424</b>	<b>4348</b>	<b>4566</b>

Izvor: Izrada autora prema podacima s TZ Opatija

U 2022. godini, Opatija je imala ukupno 9981 postelja, od kojih je hotelski smještaj činio 5137 postelja (51,47%), dok je obiteljski smještaj obuhvatio 4844 postelja (48,53%). To predstavlja najveći broj postelja u analiziranom razdoblju od 2019. do 2022. godine. U kontekstu hotelskog smještaja u 2022. godini, primjećujemo da su najzastupljeniji hoteli kategorije 4\*, koji čine čak 68,40% ukupnog broja postelja te godine.

Prema podacima Turističke zajednice Opatija, na prostoru Grada Opatije smješteni su sljedeći hoteli i vile:

**Tablica 7 Hoteli u gradu Opatiji**

Hotel Astoria	Hotel Paris	Hotel Miramar
Hotel Savoy	Hotel Mozart	Hotel Istra
Amadria Park Hotel Royal	Hotel Galeb	Hotel Gardenija
Hotel Kristal	Hotel Kvarner	Amadria Park Hotel Sveti Jakov
Hotel Domino	Ikador Luxury Boutique Hotel& Spa	Hotel Lungomare Opatija
Heritage Hotel Imperial	Hotel Villa Schubert	Hotel Palace Bellevue
Hotel Villa Ariston	Villa Dubrava	Boutique hotel Mali Raj
Hotel Bevanda	Amadria Park Hotel Agava	Hotel Admiral
Grand Hotel Adriatic	Hotel Bristol	Hotel Ambassador
Design Hotel Navis	Amadria Park Grand Hotel 4 opatijska cvijeta	Amadria Park Hotel Milenij

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Opatija

Opatija nudi raznoliku wellness ponudu koja obuhvaća gotovo sve hotele, a često se nude i promotivne cijene za te usluge. Primjeri uključuju Spa Navis, Spa centar u hotelu Miramar, Ikalia Spa u hotelu Ikador, Wellness & Spa Ambassador, Thallasso Wellness u Thalassoterapiji i Milenij Spa.

Kongresni kapaciteti grada uključuju više od 50 dvorana s kapacitetom do 900 sjedišta. Primjeri hotela s kongresnim dvoranama uključuju Grand Hotel Adriatic (3\*/4\*), Hotel Royal (4\*), Hotel Ambassador (5\*) i Hotel Kvarner (5\*).

**Tablica 8 Kongresne dvorane u Opatiji**

Naziv dvorane	Broj dvorana	Kapacitet
<b>Grand Hotel Adriatic</b>	8	550
<b>Hotel Ambassador</b>	8	515
<b>Grand Hotel 4 Opatijska cvijeta</b>	10	450
<b>Hotel Royal</b>	1	950
<b>Hotel Kvarner</b>	2	900
<b>Hotel Palace Bellevue</b>	3	100
<b>Heritage Hotel Imperial</b>	1	400
<b>Hotel Milenij</b>	2	220
<b>Hotel Admiral</b>	4	170

<b>Hotel Villa Kapetanović</b>	1	150
<b>Design Hotel Navis</b>	1	40
<b>Hotel Bristol</b>	2	150
<b>Hotel Mozart</b>	2	120
<b>Hotel Ikador</b>	1	16
<b>Centar Gervais</b>	3	500
<b>Kulturni dom Zora</b>	1	120
<b>Villa Antonio</b>	1	120
<b>Ljetna pozornica</b>	na otvorenom	2.500
<b>Sportska dvorana Marino Cvetković</b>	2	1217

Izvor: Izrada autora prema podacima sa TZ Opatija

Restorani i ugostiteljski objekti u Opatiji pružaju raznoliku gastronomsku ponudu. Neki od poznatih restorana uključuju Restoran Roko, fast food Veloce, Plavi Podrum, Restoran Vongola, Restoran Bevanda, Restoran Ružmarin, Trattoria Mandrač, Ostaria Veranda, kavanu Imperial i slastičarnu Kaokakao.

Kulturni događaji i manifestacije obogaćuju život grada tijekom cijele godine. To uključuje RetrOpatiju, Balinjeradu, karneval, Festival čokolade, Liburnia Jazz festival, koncerte na Ljetnoj pozornici, advent, izložbe u Umjetničkom paviljonu Juraj Šporer, Dora i mnoge druge. Ovi događaji ne samo da privlače turiste, već i doprinose bogatoj kulturnoj sceni Opatije.

### **4.3. Analiza turističke potražnje**

Analiza turističke potražnje obuhvaća istraživanje različitih aspekata ponašanja turista i trendova u industriji putovanja. Demografski podaci o turistima, poput dobi, spola, obrazovanja i prihoda, pružaju uvid u ciljnu publiku i preferencije. Sezonalnost turističke potražnje istražuje promjene u putovanjima tijekom godine, identificirajući najprometnije sezone i razloge za to. Analiza trendova putovanja otkriva popularne destinacije, vrste putovanja i preferirane načine putovanja, pružajući informacije o tome što turisti traže. Ekonomska situacija, kao što su stope nezaposlenosti i inflacija, igra važnu ulogu u oblikovanju turističke potražnje, dok tehnološki

napredak utječe na načine rezervacija putovanja i komunikaciju s turistima. Rastuća ekološka svijest potiče trend održivog turizma i ekološki osviještene putničke izbore. Politika, sigurnost i prirodne katastrofe također mogu značajno utjecati na turističku potražnju, posebno kada su u pitanju promjene u viznom režimu ili politička nestabilnost. Analizirajući marketinške strategije konkurencije, tvrtke mogu identificirati najbolje prakse i prilagoditi svoje strategije kako bi privukle i zadržale turiste.

**Tablica 9 Turistički promet prema vrsti smještaja u 2019., 2021. i 2022. godini**

Vrsta smještaja	Dolasci			Noćenja		
	Dolasci 2022.	Dolasci 2021.	Dolasci 2019.	Noćenja 2022.	Noćenja 2021.	Noćenja 2019.
Hoteli	277.576	184.582	352.372	792.012	551.307	911.430
Obiteljski smještaj	68.696	51.607	68.453	356.002	274.780	337.272
Vikendaši	674	617	756	11.532	10.907	15.534
Ostali nekomercijalni	767	788	1.020	13.461	11.516	12.974
<b>UKUPNO:</b>	<b>347.713</b>	<b>237.594</b>	<b>422.601</b>	<b>1.173.007</b>	<b>848.510</b>	<b>1.277.210</b>

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Opatija

Analizom tablice za 2022. primjećujemo da je zabilježeno ukupno 347,713 turističkih dolazaka, uz 1,173,007 noćenja. Većina dolazaka (79,83%) i noćenja (67,52%) dogodila se u hotelima. Usporedbom podataka kroz godine, zaključujemo da je 2019. godina bila najuspješnija, s najviše turističkih dolazaka i noćenja.

**Tablica 10 Prosječni broj dana boravka u 2019., 2021. i 2022. godini**

Prosječan broj dana boravka	Strani	Domaći	Ukupno
01.01.-31.12.2022.	3,7	2,1	3,4
01.01.-31.12.2021.	4,2	2,2	3,6
01.01.-31.12.2019.	3,2	2,3	3,0

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Opatija

U 2022. godini, prosječni boravak turista u Opatiji iznosio je 3,4 dana. Strani turisti su u prosjeku ostajali 3,7 dana, dok su domaći turisti boravili 2,1 dan. Najkraći prosječni boravak gostiju zabilježen je u 2019. godini, kada je iznosio 3,0 dana.

**Tablica 11 Države koje su ostvarile najveći turistički promet u Opatiji 2019., 2021. i 2022. godine**

Države	Dolasci			Noćenja		
	2022.	2021.	2019.	2022.	2021.	2019.
Austrija	66 276	38 668	65 024	239 122	146 224	229 258
Njemačka	43 622	36 182	44 874	236 376	195 469	218 683
Hrvatska	80 048	71 569	64 878	171 832	158 715	149 148
Mađarska	17 482	11 937	19 528	64 315	47 120	71 189
Slovenija	26 750	11 689	23 974	62 044	29 862	54 480

Izvor: Izrada autora prema podacima sa TZ Opatija

Na temelju podataka iz tablice, može se zaključiti da su u Opatiji najveći udio dolazaka ostvarili Hrvatski državljani sa 23,02% ili 80 048 tisuća, njih slijede Austrijanci s 66 276 dolazaka ili 19,06%. Najviše noćenja su ostvarili Austrijanci s 239 122 noćenja ili 20,39%, a zatim Slovenci s 236 376 noćenja ili 20,15%.

**Tablica 12 Noćenja i dolasci gostiju po mjesecima od 2019. do 2021. godine**

Mjesec	2021.		2020.		2019.	
	dolasci	noćenja	Dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
<b>Siječanj</b>	4.787	11.671	12.171	28.308	9.654	24.048
<b>Veljača</b>	7.018	14.176	16.785	35.791	14.510	30.636
<b>Ožujak</b>	8.217	19.687	4.325	11.907	25.476	56.752
<b>Travanj</b>	7.200	24.207	160	3.898	35.854	89.666
<b>Svibanj</b>	10.600	32.392	2.000	6.902	39.642	98.802
<b>Lipanj</b>	25.155	81.343	14.824	47.100	48.791	149.571
<b>Srpanj</b>	41.636	177.780	28.040	128.300	53.781	221.934
<b>Kolovoz</b>	45.757	230.360	29.913	145.611	62.901	262.475
<b>Rujan</b>	30.858	115.269	10.230	40.390	47.648	146.929
<b>Listopad</b>	26.222	72.992	8.226	21.454	46.233	107.206
<b>Studeni</b>	13.738	33.722	5.024	12.042	19.999	45.184
<b>prosinač</b>	16.406	34.911	3.599	8.737	18.112	44.007

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Opatija

Što se tiče mjesečne dinamike dolazaka i noćenja turista, primjećuje se sezonalnost destinacije. Većina turističkog prometa ostvaruje se tijekom ljetnih mjeseci - srpanj i kolovoz, dok je promet nešto slabiji u predsezoni (travanj, svibanj, lipanj) te posezoni (rujan i listopad). U zimskim mjesecima, promet je manji i većinom je usmjeren na kongresni i zdravstveni turizam te na

dogadanja poput Adventa, Božića i Uskrsa. Unatoč manjem udjelu ostvarenih noćenja u zimskom periodu u predpandemijskim godinama, Grad Opatija je bio među najuspješnijim destinacijama u Primorsko-goranskoj županiji i Hrvatskoj.

## 5. SWOT analiza

SWOT analiza je ključni alat koji omogućuje identifikaciju četiri ključna aspekta kako bi se razumjele dinamike poslovanja i usmjerile aktivnosti prema uspješnom razvoju. Ova analiza omogućuje promatranje unutarnjih i vanjskih faktora koji utječu na poslovanje destinacije. Unutarnji čimbenici SWOT analize odnose se na identifikaciju snaga i slabosti destinacije. Snage su inherentne sposobnosti i prednosti koje destinaciju čine konkurentnom i uspješnom na tržištu. To mogu biti resursi poput bogate kulturne baštine, prirodnih ljepota ili visokokvalitetne turističke infrastrukture. S druge strane, slabosti predstavljaju nedostatke i ograničenja s kojima se destinacija suočava. To mogu biti nedostaci u infrastrukturi, nedovoljno razvijene turističke atrakcije ili nedostatak stručnog osoblja. Vanjski čimbenici SWOT analize uključuju prilike i prijetnje s kojima se destinacija susreće u okolini. Prilike su vanjski uvjeti ili trendovi na tržištu koje destinacija može iskoristiti u svoju korist. To mogu biti, primjerice, rastući turistički trendovi, povećana dostupnost financijskih sredstava ili politička stabilnost u regiji. S druge strane, prijetnje su vanjski faktori koji predstavljaju potencijalne rizike ili izazove za destinaciju. To mogu biti prirodne katastrofe, ekonomske krize, promjene u zakonodavstvu ili negativni trendovi u turističkoj industriji. Kroz SWOT analizu, destinacija može bolje razumjeti svoje konkurentske prednosti, kao i izazove s kojima se suočava. Na temelju ovog razumijevanja, destinacija može identificirati strategije i aktivnosti koje će je učiniti konkurentnom i održivom na tržištu. Ovaj proces pomaže u usmjeravanju resursa prema područjima koja zahtijevaju poboljšanje i pruža smjernice za dugoročni razvoj destinacije.



Tablica 13 SWOT analiza turizma u Opatiji

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<b>Povoljan geoprometni položaj:</b> Smještena uz obalu Jadranskog mora i blizu emitivnih tržišta, Opatija je lako dostupna kao auto destinacija, što olakšava dolazak turista.	<b>Izražena sezonalnost poslovanja:</b> Opatija se suočava s izraženom sezonskom varijacijom posjećenosti, što može rezultirati neujednačenim prihodima i izazovima u održavanju stabilnosti poslovanja tijekom cijele godine.
<b>Bogata povijest i kultura:</b> Opatija je poznata po svojoj austrougarskoj arhitekturi i dugoj povijesti, što pruža jedinstveni kulturni doživljaj posjetiteljima.	<b>Nedostatak gastronomske ponude:</b> Opatija može osjetiti nedostatak raznolike i visokokvalitetne gastronomske ponude koja bi zadovoljila ukuse različitih posjetitelja.
<b>Meditranska klima:</b> Blaga mediteranska klima čini Opatiju privlačnom destinacijom tijekom cijele godine, pružajući ugodne temperature i sunčane dane.	<b>Zastarjeli turistički proizvod:</b> Tradicionalni fokus na sunce i more može ograničiti atraktivnost destinacije, posebno u kontekstu mijenjanja preferencija suvremenih putnika
<b>Ljekovitost mora i zraka:</b> Ljekovita svojstva mora i zraka doprinose zdravlju i wellnessu gostiju, potičući ih na opuštanje i revitalizaciju.	<b>Nedostatak sadržaja za mlade i noćni život:</b> Nedostatak raznolikih zabavnih sadržaja i noćnog života može rezultirati time da mladi turisti biraju destinacije koje nude veći spektar aktivnosti i zabave.
<b>Prirodne ljepote:</b> Okružena planinom Učkom, prekrasnim Jadranskim morem i šumama, Opatija nudi obilje prirodnih ljepota koje privlače ljubitelje aktivnog odmora i rekreativnih aktivnosti.	<b>Rad objekata tijekom zime:</b> Većina objekata u Opatiji ne radi ili radi skraćeno tijekom zimskih mjeseci, što može ograničiti potencijal za privlačenje turista izvan ljetne sezone.
<b>Zdravstveni turizam:</b> Razvijena infrastruktura za zdravstveni turizam privlači goste u potrazi za medicinskim tretmanima i wellness uslugama.	<b>Nedostatak uređenih gradskih plaža:</b> Opatija se suočava s nedostatkom uređenih gradskih plaža i ograničenom ponudom na postojećim plažama, što može utjecati na privlačnost destinacije za turiste koji traže plažni odmor.
<b>Imidž najduže turističke tradicije u Hrvatskoj:</b> Prepoznatljiv imidž Opatije kao destinacije s bogatom turističkom tradicijom stvara povjerenje kod posjetitelja.	<b>Mali broj poznatih hotelskih brandova:</b> Nedostatak prepoznatljivih hotelskih brandova može smanjiti privlačnost Opatije za turiste koji preferiraju boravak u poznatim i provjerenim hotelskim lancima.
<b>Raznovrsne manifestacije:</b> Brojne manifestacije poput RetrOpatije, karnevala, Dorine pjesme i festivala čokolade obogaćuju turističku ponudu i privlače posjetitelje tijekom cijele godine.	<b>Loša prometna povezanost:</b> Nedostatak taxi službi i javnog prijevoza može otežati mobilnost turista unutar destinacije i do nje, što može negativno utjecati na njihovo iskustvo boravka.
<b>Bolja prometna povezanost:</b> Prokopana druga cijev tunela Učka poboljšava prometnu povezanost Opatije, olakšavajući dolazak turista i mobilnost unutar destinacije.	<b>Slabo razvijen aerodrom na Krku:</b> Nedostatak razvijenog aerodroma na Krku može ograničiti dolazak avio-gostiju i otežati internacionalnu dostupnost destinacije.

<b>Nautički turizam:</b> Marina Ičići nudi mogućnosti za nautički turizam, privlačeći ljubitelje plovidbe i morskih aktivnosti.	<b>Niska potrošnja turista zbog nedostatka ponude:</b> Nedovoljna raznolikost turističke ponude može rezultirati niskom potrošnjom turista i smanjenjem ekonomske koristi od turizma.
<b>Kruzing turizam:</b> Mogućnost organiziranih kruzing tura omogućuje gostima istraživanje obližnjih otoka i obale Jadranskog mora.	<b>Nedovoljno iskorištenje nekadašnjeg poznatog kupališta Lido (danas Angiolina):</b> Opatija se suočava s izazovima u adekvatnom iskorištavanju turističkih resursa poput nekadašnjeg poznatog kupališta Lido, koje danas nije dovoljno dobro valorizirano.
<b>Kongresna ponuda:</b> Razvijena infrastruktura za kongresni turizam, s organizacijom brojnih kongresa godišnje, privlači poslovne putnike i sudionike konferencija.	<b>Nepostojeći marketing autohtonih proizvoda:</b> Nedostatak promocije autohtonih proizvoda i kulturne baštine može ograničiti mogućnosti razvoja turističke ponude i privlačenja interes turista za autentična iskustva.
<b>Incentivne ponude:</b> Aktivnosti poput jedrenja, posjeta Parku prirode Učka i sea kayakinga pružaju dodatne mogućnosti za aktivni odmor i avanture.	
<b>Visoka kvaliteta hotelskih usluga:</b> Opatija nudi visoku kvalitetu hotelskih usluga, osiguravajući udoban i luksuzan boravak gostiju.	
<b>Advent uz more:</b> Adventske manifestacije uz more pružaju posebno čarobno iskustvo tijekom zimskih mjeseci, privlačeći posjetitelje koji traže blagdansku atmosferu i zabavu.	
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<b>Izgradnja ili preuređenje Opatijske luke i restorana Yacht Club:</b> Opatijska luka i restoran Yacht Club imaju potencijal postati atraktivno odredište za nautički turizam. Njihova obnova ili izgradnja mogla bi privući veći broj nautičara i gostiju te doprinijeti razvoju turizma u Opatiji	<b>Pad kupovne moći uzrokovane inflacijom:</b> Inflacija može rezultirati smanjenjem kupovne moći turista, što može utjecati na njihovu potrošnju tijekom boravka u Opatiji. To može dovesti do smanjenja prihoda turističkih tvrtki i usporavanja oporavka turističkog sektora
<b>Bolje iskorištavanje Ljetne pozornice:</b> Povećanje broja događanja i koncerata na Ljetnoj pozornici omogućilo bi Opatiji da postane još poželjnije odredište za posjetitelje koji traže kulturne i zabavne aktivnosti tijekom ljetnih mjeseci.	<b>Masovna izgradnja novih stambenih jedinica koje se ne uklapaju u infrastrukturu Opatije:</b> Neusklađenost između masovne izgradnje novih stambenih jedinica i postojeće infrastrukture može rezultirati preopterećenjem prometnih i komunalnih sustava, što može negativno

	utjecati na kvalitetu života lokalnog stanovništva i turističko iskustvo.
<b>Pozicioniranje kao elitno turističko odredište:</b> Opatija bi se mogla promovirati kao elitno turističko odredište s naglaskom na visoku kvalitetu usluga, luksuzni smještaj te ekskluzivne sadržaje i aktivnosti, privlačeći tako goste iz visokoplatežnih segmenata.	<b>Gubitak domaćih poslovnica (Kraš) zbog visokih najamnina prostora:</b> Visoke cijene najma prostora mogu prouzročiti gubitak domaćih poslovnica, poput Kraša, što može smanjiti raznolikost i autentičnost ponude te utjecati na lokalnu ekonomiju i zapošljavanje.
<b>Povećanje gastronomskih manifestacija:</b> Raznolike gastronomske manifestacije mogu privući gurmane i ljubitelje hrane te promovirati lokalne specijalitete i kulinarsku baštinu Opatije.	<b>Privatizacija obala zbog izgradnje plaža hotela:</b> Privatizacija obala radi izgradnje plaža hotela može smanjiti dostupnost javnih plaža za lokalno stanovništvo i posjetitelje, što može negativno utjecati na kvalitetu turističke ponude i zadovoljstvo gostiju.
<b>Bolja promocija zdravstvenog turizma:</b> Zdravstveni turizam ima veliki potencijal u Opatiji zbog ljekovitih svojstava mora i zraka te raznolike wellness ponude. Bolja promocija zdravstvenih programa mogla bi privući goste koji traže opuštajući i revitalizirajući odmor.	<b>Uvođenje eura:</b> Uvođenje eura može rezultirati boljim razumijevanjem cijena od strane turista, što može izložiti previsoke cijene u odnosu na kvalitetu usluga i proizvoda. To može dovesti do smanjenja konkurentnosti destinacije i negativno utjecati na turističku potrošnju.
<b>Uređenje plaža Slatina i dio Pančere:</b> Uređenje plaža Slatina i dio Pančere moglo bi poboljšati turističku ponudu i privući više posjetitelja koji traže kvalitetno vrijeme na plaži.	<b>Upitna kvaliteta mora na Slatini (ispod hotela Milenij):</b> Problemi s kvalitetom mora na određenim plažama, poput one ispod hotela Milenij, mogu rezultirati smanjenjem atraktivnosti tih lokacija za turiste, što može utjecati na broj posjeta i zadovoljstvo gostiju.
<b>Više sadržaja za djecu:</b> Raznoliki sadržaji i aktivnosti za djecu mogu privući obitelji s djecom te produžiti boravak turista u Opatiji.	<b>Odljev kadrova i zapošljavanje needucirane i jeftine radne snage:</b> Odljev kvalificirane radne snage i zapošljavanje needucirane i jeftine radne snage može dovesti do smanjenja kvalitete usluga u turizmu, što može negativno utjecati na ugled destinacije i zadovoljstvo gostiju.
<b>Iskorištavanje potencijala neiskorištenih hotela:</b> Potencijal neiskorištenih hotela poput Operete, hotela Opatija, hotela Belveder i Vile Munz treba iskoristiti kroz obnovu i revitalizaciju kako bi ponudili visokokvalitetan smještaj i dodatne sadržaje gostima.	<b>Razvoj novih turističkih destinacija:</b> Razvoj novih turističkih destinacija u okolici može predstavljati konkurenciju za Opatiju i privući dio turističkog prometa, što može utjecati na smanjenje broja posjeta i prihoda u Opatiji.
<b>Promocija outdoor aktivnosti:</b> Opatija bi trebala promovirati bogatstvo outdoor aktivnosti poput planinarenja u Parku prirode Učka, šetnji duž šetališta Lungomare i Carmen Sylva te vodenih aktivnosti u moru,	

kako bi privukla ljubitelje prirode i aktivnog odmora.	
--	--

Izvor: Samostalna izrada autora prema podacima sa "Analiza stanja (U sklopu pripreme Plana razvoja grada Opatije za razdoblje 2022.- 2027. godine)

Snage Opatije leže u već ustaljenom i prepoznatom imidžu grada, bogatoj povijesti i kulturi te izvanrednoj prirodnoj ljepoti. Njezin povoljan geoprometni položaj dodatno olakšava pristup posjetiteljima, što je važan faktor privlačnosti. Posebno treba istaknuti zdravstveni i kulturni aspekt ponude, koji privlači brojne turiste. Manifestacije poput RetrOpatije i adventa uz more dodatno obogaćuju turističku ponudu i privlače veliki broj posjetitelja. Osim toga, usmjerenjem na poslovni turizam, posebice kongrese i incentive putovanja, Opatija uspješno privlači turiste i izvan turističke sezone.

Međutim, nedostatak Opatije leži u sezonalnosti poslovanja, iako ona više nije tako izražena kao ranije. Nadalje, prisutnost zastarjelog turističkog proizvoda, poput sunca i mora, više nije toliko atraktivna za turiste koji traže nove i inovativne ponude. Nedostatak lijepo uređenih gradska plaža u centru grada također predstavlja izazov za turiste. Ponuda koja bi bila usmjerena na mlade je gotovo nepostojeća, a nedostatak promocije autohtonih proizvoda dodatno oslabljuje turističku privlačnost grada.

Kako bi postala konkurentnija, Opatija bi mogla iskoristiti prilike poput uređenja plaža Slatine i Pančere te preuređenja luke i restorana Yacht Club. Renovacija lokacija poput Operete, hotela Belveder i Vile Munz također bi mogla doprinijeti razvoju turizma. Unaprjeđenje gastronomske ponude Kvarnera kroz organizaciju više manifestacija također bi moglo biti korisno.

No, postoje i prijetnje za razvoj Opatije, uključujući sveprisutnu inflaciju koja može ograničiti mogućnosti putovanja, masovnu izgradnju stambenih objekata koji narušavaju infrastrukturu grada, gubitak domaćih poslovnica zbog visokih cijena najмова te odljev kadrova koji može utjecati na kvalitetu usluga.

## 6. Strateško upravljanje destinacijom grada Opatije

Strateško upravljanje destinacijom grada Opatije ima ključnu ulogu u oblikovanju dugoročne poslovne politike i funkcioniranja turističke zajednice. Opatija kao renomirana turistička destinacija koristi strateško upravljanje kako bi postigla svoje dugoročne ciljeve i održala konkurentnost na turističkom tržištu. Strateško upravljanje<sup>15</sup> u destinaciji Opatija podrazumijeva proces uključivanja, određivanja i oblikovanja strategija, ciljeva te nadzor provođenja istih. Turistička zajednica grada Opatije igra ključnu ulogu u vođenju ovog procesa, zajedno s ostalim relevantnim dionicima u turizmu, kao što su hotelske tvrtke, ugostiteljski objekti, turističke agencije i lokalna samouprava.

Ključni elementi strateškog upravljanja destinacijom Opatije uključuju:

1. Analiza tržišta: Praćenje trendova na turističkom tržištu, identificiranje ciljanih tržišnih segmenata i procjena konkurentske pozicije destinacije.
2. Postavljanje ciljeva: Definiranje jasnih i mjerljivih ciljeva koji odražavaju viziju i misiju destinacije te usmjeravaju razvoj turizma u Opatiji.
3. Razvoj strategija: Formuliranje strategija i planova djelovanja za postizanje postavljenih ciljeva, uključujući marketing, razvoj proizvoda, upravljanje destinacijom i održivost.
4. Implementacija planova: Provođenje akcijskih planova u skladu sa strategijama, mobiliziranje resursa i angažiranje dionika kako bi se ostvarili ciljevi destinacije.
5. Praćenje i evaluacija: Redovito praćenje provedbe strategija, procjena rezultata i prilagodba planova prema potrebi kako bi se osiguralo postizanje ciljeva.

Uz turističku zajednicu i Upravni odjel za strateški razvoj, europske fondove i gospodarstvo, važnu ulogu u strateškom upravljanju destinacijom Opatija igraju i ostali dionici u turizmu, lokalna samouprava, akademska zajednica te poslovni sektor. Njihova suradnja i koordinacija ključni su za uspješno vođenje destinacije prema održivom i prosperitetnom razvoju turizma.

---

<sup>15</sup> Upravljanje, TZ Opatija, <https://www.visitopatija.com/tz-opatija/upravljanje-c281>

## 6.1. Uloga turističkih zajednica grada Opatije

Turističke zajednice, kako u Hrvatskoj tako i u drugim zemljama, igraju ključnu ulogu u upravljanju razvojem turističke destinacije. One su odgovorne za poticanje razvoja turističkih proizvoda, promoviranje destinacije te razvijanje svijesti o važnosti turizma i očuvanja okoliša. U Hrvatskoj, turističke zajednice postoje na lokalnoj i regionalnoj razini. Lokalne turističke zajednice osnivaju se na području određene lokalne samouprave, dok su regionalne turističke zajednice osnovane na području regionalne samouprave. Ovaj sustav omogućuje učinkovito upravljanje turističkim aktivnostima na lokalnoj i regionalnoj razini te promicanje turizma na svim razinama. Ciljevi turističkih zajednica uključuju poticanje razvoja i promociju turističkog proizvoda, jačanje lokalnih/regionalnih interesa, poboljšanje uvjeta boravka turista te razvijanje svijesti o važnosti turizma i očuvanja okoliša. Tijela turističkih zajednica, poput Skupštine, Turističkog vijeća, Nadzornog odbora i Predsjednika, odgovorna su za provođenje ovih ciljeva. Skupština, kao najveće tijelo, donosi programe rada i poslovanja na temelju kojih se provode aktivnosti. Turističke zajednice u Hrvatskoj provode svoje aktivnosti uzimajući u obzir načela održivog razvoja, težeći dobrobiti svih koji su uključeni u njihov rad i postizanju općeg dobra.

Turistička zajednica grada Opatije<sup>16</sup> osnovana je 1994. godine, sa sjedištem na adresi Vladimira Nazora 3 u Opatiji. Tijela Turističke zajednice čine predsjednik, Skupština, Turističko vijeće i Nadzorni odbor. Dužnost predsjednika Turističke zajednice grada Opatija obavlja gradonačelnik Opatije, gospodin Fernando Kirigin. Predsjednik ima ključne zadaće kao što su predstavljanje zajednice, sazivanje i predsjedanje Skupštini te sazivanje i predsjedanje Turističkom vijeću. Skupština turističke zajednice je najviše tijelo upravljanja u Turističkoj zajednici. Čine je članovi ili predstavnici članova, a njeni zadaci uključuju donošenje statuta i poslovnika o radu, odlučivanje o izboru i razrješenju članova Turističkog vijeća te donošenje godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju programa. Skupština također nadzire vođenje poslova, materijalno i financijsko poslovanje te izvršenje programa rada turističke zajednice. Uz to, donosi odluke i rješava druga pitanja koja su predviđena zakonom ili propisima.

---

<sup>16</sup> Visit Opatija, Upravljanje, <https://www.visitopatija.com/tz-opatija/upravljanje-c281> (učitano 15.3.2024.)

Turističko vijeće je izvršno tijelo Skupštine turističke zajednice i odgovorno je Skupštini. Njegove odgovornosti i zadaci uključuju:

- Provođenje odluka i zaključaka Skupštine turističke zajednice.
- Predlaganje Skupštini godišnjeg programa rada turističke zajednice te izvješća o izvršenju programa rada.
- Podnošenje Skupštini izvješća o svom radu zajedno s izvješćem o izvršenju programa rada.
- Upravljanje imovinom turističke zajednice u skladu sa zakonom, statutom i programom rada.
- Donošenje općih akata za rad i djelovanje stručne službe turističke zajednice.
- Imenovanje direktora turističke zajednice putem javnog natječaja te razrješavanje direktora.
- Utvrđivanje granica ovlasti za zastupanje i raspolaganje financijskim sredstvima turističke zajednice.
- Davanje ovlaštenja za zastupanje turističke zajednice u slučaju spriječenosti direktora.
- Donošenje poslovnika o svom radu.
- Obavljanje i drugih poslova utvrđenih zakonom ili drugim propisima.

Za razvoj turizma u Gradu Opatiji ključnu ulogu imaju Turistička zajednica grada Opatije (TZGO) i Turistička zajednica mjesta Ičići. TZGO osnovana je s ciljem poboljšanja uvjeta za turiste, promocije turističkih proizvoda te podizanja svijesti o važnosti turizma za gospodarstvo, društvo i okoliš. Njihove aktivnosti usmjerene su prema smjernicama "Strateškog marketinškog plana turizma Hrvatske" s fokusom na povećanje broja dolazaka i noćenja izvan glavne turističke sezone. Glavne strategije razvoja turizma uključuju poslovni (kongresni) turizam, wellness i zdravlje, kulturni turizam, eno i gastro turizam te outdoor aktivnosti, uz organizaciju prepoznatljivih manifestacija koje su medijski eksponirane. Osim toga, posljednjih godina sve veća važnost pridaje se održivom turizmu, ekološki osviještenim turističkim sadržajima te općenito održivom turističkom razvoju koji dugoročno doprinosi gospodarskom razvoju tog područja.

## 6.2. Strateški dokumenti razvoja turizma grada Opatije

Strateški dokumenti razvoja turizma<sup>17</sup> Grada Opatije predstavljaju ključne smjernice i planove koji usmjeravaju turistički razvoj ovog poznatog odmarališta. Ovi dokumenti obuhvaćaju strategije, programe i planove koji su osmišljeni kako bi unaprijedili turističku ponudu, potaknuli održiv razvoj te povećali konkurentnost destinacije na turističkom tržištu.

Neki od ključnih strateških dokumenata u turističkom razvoju Grada Opatije uključuju:

**Strateški plan razvoja turizma Grada Opatije:** Ovaj dokument postavlja dugoročne ciljeve i smjernice za turistički sektor, identificira ključne resurse i potencijale te definira strategije za unaprjeđenje turističke ponude i infrastrukture.

**Marketinški plan turizma:** Ovaj plan detaljno opisuje marketinške strategije i aktivnosti koje se provode kako bi se promovirala turistička destinacija Opatija na nacionalnom i međunarodnom tržištu. To uključuje oglašavanje, promocije, sudjelovanje na turističkim sajmovima i događajima te digitalni marketing.

**Operativni planovi:** Operativni planovi detaljnije razrađuju konkretne aktivnosti i projekte koji se provode kako bi se ostvarili ciljevi postavljeni u strateškim dokumentima. To može uključivati razvoj turističkih atrakcija, infrastrukture, događanja i druge inicijative. **Plan održivog razvoja turizma:** Ovaj plan naglašava važnost očuvanja okoliša, kulture i zajednice u kontekstu turističkog razvoja. On identificira mjere za zaštitu prirodnih i kulturnih resursa, upravljanje turističkim tokovima te potiče odgovorno ponašanje svih dionika u turističkoj industriji.

---

<sup>17</sup> Grad Opatija, Dokumenti i strategije grada Opatije, <https://opatija.hr/grad-opatija/strateski-dokumenti/> (učitano 15.3.2024.)



Financijski planovi i investicijski programi: Ovi planovi detaljno opisuju financijske potrebe za provedbu različitih projekata i inicijativa u turističkom sektoru te identificiraju izvore financiranja, uključujući javna sredstva, privatne investicije i EU fondove. Analize tržišta i istraživanja: Redovita analiza tržišta i istraživanja potreba i preferencija turista ključni su dijelovi strateškog planiranja u turizmu. Ovi dokumenti pružaju uvid u trendove, potražnju, konkurenciju i potencijalne prilike za razvoj turističke destinacije. Kombinacija ovih strateških dokumenata pruža sveobuhvatan okvir za upravljanje turističkim razvojem Grada Opatije, osiguravajući da se turistički potencijali maksimalno iskoriste uz istovremeno očuvanje okoliša i društvene zajednice

Osvrnuvši se na razvojne projekte iz strateškog dokumenta „Provedbeni program Grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine koje je objavila TZ Opatija, prikazano je da će grad prvobitno raditi na revitalizaciji Ville<sup>18</sup> Angioline, revitalizaciji Amerikanskih parkova i Rasadnika u Perivoju Angiolina, uspostavi poduzetničkog inkubatora Grada Opatije – HUBBAZIA, izgrade garaže u Volosku, izgradnja Gradskog bazena uređenje trga Slatina, rekonstrukcija plaže Slatina s Pančerom i rekonstrukcija Lungomare.

U „Godišnjem programu rada i financijskom planu TZ Opatija za 2024. godinu“ opisani su svi projekti na koje se Opatija fokusira i želi raditi na njima i ulagati u njih. Jedan od njih je i projekt „Feel & Taste“.<sup>19</sup>

Projekt Feel & Taste predstavlja izvanredan primjer inovativne inicijative koja stavlja fokus na valorizaciju autohtonih proizvoda i kulturne baštine zaleđa Opatijske rivijere. Opatijsko zaleđe, koje je dugi niz godina bilo pomalo zanemareno u turističkoj ponudi, konačno dobiva zaslužno mjesto u turističkoj priči grada Opatije. Ideja ovog projekta je stvoriti autentično iskustvo za posjetitelje, omogućavajući im da istraže bogatu povijest, kulturu i gastronomiju ovog područja. Kroz Feel & Taste projekt, lokalni proizvođači autohtonih proizvoda postaju ključni sudionici u turističkoj ponudi, pružajući gostima priliku da se upuste u jedinstveno iskustvo i okuse tradicionalne namirnice. Ovaj projekt nije samo o hrani i piću, već o stvaranju veza između ljudi, otkrivanju lokalnih priča i običaja te promicanju održivog turizma. Nagrada koju je Feel & Taste projekt osvojio na Sustainable Tourism Awards 2022. svjedoči o njegovoj izuzetnosti

---

<sup>18</sup> Provedbeni program grada Opatije, Opatija, prosinac 2021., str. 38,39

<sup>19</sup> Godišnji program rada i financijski plan TZ grada Opatija za 2024. godinu, TZ Opatija

i prepoznatljivosti na međunarodnoj razini. Ova priznanja potvrđuju važnost projekta ne samo za lokalnu zajednicu već i za globalnu turističku industriju. Suradnja s turističkim agencijama i nositeljima oznake kvalitete Feel & Taste dodatno će unaprijediti projekt, otvarajući nove mogućnosti za integraciju turističkih proizvoda u cjelovite turističke aranžmane. Planirana sredstva za daljnji razvoj projekta osigurat će kontinuiranu podršku i održavanje kvalitete ponude. Ukupno, Feel & Taste projekt predstavlja primjer uspješne suradnje između lokalnih dionika, turističkih organizacija i nositelja kvalitete, te potvrđuje da je održiv turizam ključan za dugoročni uspjeh destinacija poput Opatije. Ovaj projekt ne samo da obogaćuje turističku ponudu grada, već i promiče lokalnu kulturu, tradiciju i identitet, čineći ga poželjnom destinacijom za posjetitelje iz cijelog svijeta.

Turistička zajednica grada Opatije (TZGO) proaktivno pristupa optimizaciji svojih marketinških strategija kroz ugovaranje istraživanja razine svijesti austrijskih građana o Opatiji kao turističkoj destinaciji. Ovaj korak je ključan za bolje razumijevanje potreba i interesa ciljane publike te prilagođavanje marketinških aktivnosti kako bi se postigla maksimalna učinkovitost. U 2023. godini,<sup>20</sup> TZGO je sklopila ugovor o provedbi istraživanja koje će se provesti tijekom prvog dijela 2024. godine. Istraživanje će koristiti kombinaciju online i offline alata kako bi se dosegnule ciljane skupine austrijskih građana, posebno u gradovima Beču i Grazu te njihovoj okolini. Cilj istraživanja je prikupiti relevantne podatke o svijesti i percepciji austrijskih građana o Opatiji kao turističkoj destinaciji. Ovaj proces omogućit će TZGO-u dublje razumijevanje stavova, preferencija i očekivanja potencijalnih posjetitelja iz Austrije. Na temelju prikupljenih podataka, TZGO će moći prilagoditi svoje marketinške kampanje kako bi bolje odgovarale potrebama austrijskog tržišta i povećale privlačnost Opatije kao destinacije za austrijske turiste. Ukupno, ovo istraživanje predstavlja korak naprijed u strategiji promocije Opatije na austrijskom tržištu te će omogućiti TZGO-u da usmjeri svoje marketinške resurse na najučinkovitije načine, ostvarujući tako veći broj dolazaka austrijskih turista u Opatiju.

Projekt "Opatija - oaza zdravlja i wellnesa" predstavlja sveobuhvatan pristup promociji zdravog načina života i wellness turizma u ovom poznatom primorskom gradu. S dubokim korijenima u stoljetnoj tradiciji zdravstvenog turizma, Opatija danas nudi suvremene zdravstvene ustanove i wellness centre koji su idealni za potpunu relaksaciju i rješavanje zdravstvenih tegoba. Projekt se temelji na misiji promicanja zdravlja, ljepote, opuštanja i

---

<sup>20</sup> Godišnji program rada i financijski plan TZ grada Opatija za 2024. godinu, TZ Opatija

rekreacije, pretvarajući Opatiju u oazu zdravog života kroz različite aktivnosti. Organizirane pješačke, sportske i rekreativne ture pružaju posjetiteljima priliku da uživaju u aktivnom odmoru i istraživanju prirodnih ljepota Opatijskog kraja. Posebno se ističu besplatne aktivne šetnje subotom, koje TZ grada Opatija nudi tijekom proljeća i jeseni, kao i SUP Experience tečajevi tijekom ljetnih mjeseci. Uz ove aktivnosti, brojni wellness centri i poliklinike u Opatiji nude posebno osmišljene tretmane i usluge. Ponude uključuju masaže, tretmane uljepšavanja, medicinske procedure i tradicionalne tretmane istočnjačke medicine, pružajući posjetiteljima potpuni doživljaj opuštanja i obnove. Nositelji ovog projekta su Turistička zajednica grada Opatija u suradnji s KŠR Gorovo, VOP SUP timom i ostalim partnerima. Projekt se provodi kontinuirano tijekom 2024. godine, a za njegovu realizaciju planirana su sredstva u iznosu od 8.000,00 €. Ovaj sveobuhvatni pristup zdravlju i wellnesu dodatno će ojačati poziciju Opatije kao destinacije koja nudi potpun odmor za tijelo i dušu, te će privući posjetitelje iz različitih dijelova svijeta koji traže autentična iskustva i brigu o vlastitom zdravlju.

U 2024. godini<sup>21</sup>, Turistička zajednica grada Opatija planira niz aktivnosti s ciljem poboljšanja kvalitete boravka gostiju i stvaranja atraktivnog turističkog okruženja. Jedna od ključnih inicijativa je prigodno uređenje grada, parkova i šetnica za Valentinovo i razdoblje oko Uskrsa. Opatija će se pretvoriti u romantično i blagdansko odredište zahvaljujući prigodnim dekoracijama, rasvjetom i glazbenom podlogom koju će stvarati TZ grada Opatija. Ova inicijativa ne samo da će unaprijediti iskustvo gostiju, već je i donijela prestižno priznanje, s Opatijom proglašenom jednom od najromantičnijih destinacija u Europi od strane Best European Destinations in Europe i časopisa Forbes. Uz to, planira se nabava i podjela sadnica privatnim iznajmljivačima, čime se potiče uređenje okoliša i očuvanje zelenih površina. Također, bit će omogućen besplatan pristup internetu i praćenje panorame Opatije putem web kamere, pružajući gostima dodatnu praktičnost i informacije. Uz to, upravljanje audio opremom omogućit će gostima da svakodnevno uživaju u atraktivnoj glazbenoj kulisi na popularnim lokacijama poput šetnice Lungomare, Portića i oko Umjetničkog paviljona Juraj Šporer. Ove aktivnosti provodi Turistička zajednica grada Opatija s ciljem poboljšanja turističke ponude i iskustva gostiju. Njihova provedba je kontinuirana tijekom godine, a za njih je planirano 16.983,56 € sredstava. Ove inicijative doprinose očuvanju i promociji Opatije kao jedne od

---

<sup>21</sup> Godišnji program rada i financijski plan TZ grada Opatija za 2024. godinu, TZ Opatija

najprivlačnijih turističkih destinacija u Europi, osiguravajući gostima nezaboravna iskustva i ugodan boravak u ovom prekrasnom primorskom gradu.

Turistička zajednica grada Opatija aktivno sudjeluje u razvoju i upravljanju turističkim informacijskim sustavima kako bi unaprijedila kvalitetu usluga i iskustva gostiju. Posebno se ističe angažman u implementaciji sustava eVisitor i mVisitor, u skladu s smjericama Hrvatske turističke zajednice. Jedna od ključnih inicijativa TZ grada Opatija je omogućavanje praćenja turističkog prometa hotelskim kućama putem sučelja koje je posebno kreirano za tu svrhu. Ova inicijativa rezultat je inicijative članova turističkog vijeća i omogućuje hotelskim kućama dijeljenje podataka o turističkom prometu unutar destinacije, uz prethodnu suglasnost.

Uz to, TZ grada Opatija ugovorila je korištenje sustava mVisitor<sup>22</sup>, koji olakšava proces prijave turista i komunikaciju između turističkih zajednica i iznajmljivača. Sustav omogućuje iznajmljivačima jednostavniju prijavu svojih gostiju putem mobilne aplikacije, što značajno ubrzava proces i eliminira potrebu za tradicionalnim prijavama putem TAN liste u sustav eVisitor. Ova inicijativa provodi se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Kvarnera te tvrtkom Intersoft, a kontinuirano se primjenjuje uz planirana sredstva od 3.000,00 €. Ovakav pristup omogućuje unaprjeđenje operativne učinkovitosti, digitalizaciju procesa te bolju kontrolu i praćenje turističkog prometa, što sve doprinosi razvoju turizma i poboljšanju ukupnog turističkog iskustva u gradu Opatiji.

Turistička zajednica grada Opatija kontinuirano radi na unaprjeđenju svojih web platformi kako bi gostima pružila najkvalitetnije informacije i iskustva tijekom planiranja njihovog boravka. Glavni fokus je na web portalu [www.visitOpatija.com](http://www.visitOpatija.com), koji se redovito ažurira novim informacijama, kalendarima događanja te osvježnim foto i video materijalima na šest jezika: hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom, mađarskom i slovenskom. Posjetitelji mogu pronaći raznolike sadržaje, uključujući virtualne šetnje Opatijskom rivijerom, video materijale o destinaciji te informacije o Feel&Taste projektu, autohtonim proizvodima i lokalnim umjetnicima. Redovito se objavljuju relevantne informacije za goste i gospodarstvo. Osim toga, TZ grada Opatija upravlja i web stranicom kongresnog ureda [www.opatija-convention.com](http://www.opatija-convention.com), koja predstavlja kongresnu ponudu destinacije te pruža informacije o kongresnim kapacitetima.

---

<sup>22</sup> Visit Opatija, mVisitor, <https://www.visitopatija.com/tz-opatija/sustav-e-visitor-za-prijavu-gostiju-c287> (učitano 14.3.2024.)

Stranica je namijenjena organizatorima poslovnih skupova i sudionicima, a kalendar kongresa koristan je za sve gospodarske subjekte u gradu. TZ grada Opatija također održava zajedničku stranicu turističkih zajednica Opatijske rivijere [www.opatija-riviera.info](http://www.opatija-riviera.info), na kojoj su osim kontakata svih turističkih zajednica objavljene virtualne šetnje i outdoor karte Opatijske rivijere.

Na društvenim mrežama TZ grada Opatija aktivno upravlja profilima Visit Opatija na Facebooku, Twitteru, Instagramu i YouTubeu, te Facebook stranicama RetrOpatija, Opatija Advent i Feel & Taste. Kroz kreiranje kvalitetnih i zanimljivih sadržaja, ističu se svi segmenti turističke ponude, kao i komparativne prednosti Opatije, poput blizine važnim tržištima, spoja mora i gorja te mogućnosti za aktivni odmor u prirodi i zdravstvenog turizma s bogatom tradicijom. Ove aktivnosti provode se kontinuirano uz planirana sredstva od 6.000,00 €, što ukazuje na predanost TZ grada Opatija u pružanju vrhunske turističke usluge i promociji destinacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

## Zaključak

Upravljanje razvojem turizma u gradu Opatiji ključno je za održavanje i unaprjeđenje statusa destinacije te stvaranje pozitivnih učinaka na gospodarstvo, društvo i okoliš. Kroz implementaciju strateških planova i programa te aktivno vođenje turističkih inicijativa, grad Opatija uspješno se pozicionira kao atraktivno turističko odredište, pružajući bogatu ponudu i visokokvalitetno iskustvo posjetiteljima. Jedan od ključnih aspekata uspješnog upravljanja turizmom u Opatiji jest usklađivanje s dugoročnim ciljevima i vizijom razvoja, što osigurava održivost i kontinuirani napredak destinacije. Kroz aktivno praćenje trendova u turizmu, analizu potražnje i potreba gostiju te reagiranje na promjene na tržištu, Opatija se prilagođava dinamičnom okruženju te se kontinuirano unaprjeđuje ponuda i usluge. Značajna uloga pripada Turističkoj zajednici grada Opatije koja koordinira turističke aktivnosti, promovira destinaciju na nacionalnoj i međunarodnoj razini te potiče suradnju između dionika u turističkom sektoru. Kroz partnerske odnose s lokalnim poduzetnicima, institucijama i zajednicom, postiže se sinergijski učinak te se osigurava podrška za provedbu različitih turističkih inicijativa. Ključni naglasak stavljen je na održiv turizam, što uključuje zaštitu prirodnih i kulturnih resursa, promicanje odgovornog ponašanja gostiju te poticanje ekološki osviještenih praksi u turističkoj industriji. Održiv razvoj turizma osigurava dugoročnu vitalnost destinacije te pridonosi kvaliteti života lokalnog stanovništva. U zaključku, upravljanje razvojem turizma u gradu Opatiji odlikuje se strateškim pristupom, kontinuiranom prilagodbom i održivim praksama. Kroz suradnju, inovacije i posvećenost kvaliteti, Opatija nastavlja ostvarivati uspješne rezultate te zadržava svoj status jedne od vodećih turističkih destinacija u Hrvatskoj.

# Bibliografija

## Knjige

Galičić, V., Laškarin, M. Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Sveučilišta u Rijeci, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2016.

Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., Menadžment turističke organizacije i destinacije. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018.

Magaš, Dragan. Turistička destinacija. Opatija: Hotelijerski fakultet, 1997.

Magaš, Dragan. Destinacijski menadžment : Modeli i tehnike. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2008.

Stipanović, Christian. Konceptija i strategija razvoja u turizmu : Sustav i poslovna politika. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2006.

## Internetske stranice

Općenito o Opatiji, Grad Opatija <https://www.opatija.hr/hr/o-opatiji/>

Stranica TZ Opatija, Visit Opatija, <https://www.visitopatija.com/hr>

Poslovni turizam grada Opatija, <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/opatija/1/>

Državni zavod za statistiku, <https://podaci.dzs.hr/hr/>

Provedbeni program Grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine,

<https://opatija.hr/wp-content/uploads/2022/04/Grad-Opatija-PLAN-PROVEDBE.pdf>

## Ostali izvori

Šantić, I. (2022.). Perspektive za razvoj turizma grada Opatije ( Završni rad), Karlovac; Veleučilište u Karlovcu. Preuzeto sa <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:592559>

Rujak, N. (2019). Kulturna baština Opatije (Završni rad). Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:348466>



## Popis ilustracija

### Tablice

Tablica 1	Struktura stanovništva Opatije prema dobi i spolu prema Popisu 2021. ....	14
Tablica 2	Struktura stanovništva grada Opatije prema narodnosti prema popisu iz 2021. godine .....	14
Tablica 3	Struktura stanovništva Opatije prema vjeri prema popisu iz 2021. godine .....	14
Tablica 4	Struktura stanovništva prema najvišoj završenoj školi prema popisu iz 2021. godine.....	15
Tablica 5	Kvantitativni pokazatelji ponude - broj postelja prema hotelskim smještajima u Opatiji .....	20
Tablica 6	Kvantitativni pokazatelji ponude - broj postelja prema obiteljskim smještajima u Opatiji .....	20
Tablica 7	Hoteli u gradu Opatiji .....	21
Tablica 8	Kongresne dvorane u Opatiji.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tablica 9	Turistički promet prema vrsti smještaja u 2019., 2021. i 2022. godini .....	23
Tablica 10	Prosječni broj dana boravka u 2019., 2021. i 2022. godini.....	23
Tablica 11	Države koje su ostvarile najveći turistički promet u Opatiji 2019., 2021. i 2022. godine .....	24
Tablica 12	Noćenja i dolasci gostiju po mjesecima od 2019. do 2021. godine.....	24
Tablica 13	SWOT analiza turizma u Opatiji .....	27

### Grafikoni

Grafikon 1	Model koncepcije razvoja .....	4
------------	--------------------------------	---