

# Kongresni turizam grada Opatije u usporedbi sa kongresnim turizmom grada Dubrovnika

---

Šušak, Laura

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:568090>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-27**



*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**  
**Diplomski sveučilišni studij**

**LAURA ŠUŠAK**

**Kongresni turizam grada Opatije u usporedbi sa kongresnim  
turizmom grada Dubrovnika**

**Congress Tourism in Opatija compared to Congress Tourism in  
Dubrovnik**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

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

**Kongresni turizam grada Opatije u usporedbi sa kongresnim  
turizmom grada Dubrovnika**

**Congress Tourism in Opatija compared to Congress Tourism in  
Dubrovnik**

Diplomski rad

Kolegij: **Kongresni turizam**

Mentor: **Prof. dr. sc. Daniela Gračan**

Student: **Laura Šušak**

Matični broj: **3588**

Opatija, lipanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJKA  
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 DIPLOMSKOG RADA

Laura Šušak  
(ime i prezime studenta)

3588  
(matični broj studenta)

Kongresni turizam grada Opatije u usporedbi sa kongresnim turizmom grada Dubrovnika  
(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 diplomskog 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 diplomskim 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 diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 21.lipanj 2023.

Potpis studenta

## Sažetak

Kongresni turizam je specifičan oblik turizma u kojem je glavni motiv putovanja aktivno ili pasivno sudjelovanje na raznim skupovima i manifestacijama različitih karaktera. Ovakav oblik turizma podrazumijeva povremeno okupljanje velikog broja ljudi istog interesa, organiziranih u turističkim i urbanim centrima koji sadrže adekvatnu infrastrukturu te posebne tehničke sadržaje, ali i popratni sadržaj koji će upotpuniti njihovo slobodno vrijeme. Danas, kongresni turizam je ključan za produljenje turističke sezone i značajan za razvoj turističke destinacije. Svake godine broj sastanaka i kongresa raste što povećava prihode grada u kojem se odvija. Republika Hrvatska je privlačna kongresnim turistima zbog svoje povijesne baštine, prekrasne prirode, visokokvalitetnog smještaja, bogate ponude sadržaja i zabave. Vodeće kongresne destinacije u Hrvatskoj su Opatija i Dubrovnik čija će se usporedba obraditi u ovo radu. Zbog svog predivnog izgleda Opatija privlači brojne domaće, ali i međunarodne organizatore da svoje skupove organiziraju upravo u ovom gradu. Opatija trenutno raspolaže sa 53 kongresne dvorane koje su namijenjene za odvijanje srednjih i manjih poslovnih skupova. Uz grad Opatiju, Dubrovnik ima brojne mogućnosti za organizaciju jedinstvenih i nezaboravnih skupova i kongresa. Dubrovnik na raspolaganju ima 101 dvoranu u hotelskim objektima, a 2015. godine proglašen je jednom od tri najbolje kongresne destinacije Srednje i Jugoistočne Europe, po čemu vidimo da je Dubrovnik kvalitetna kongresno – turistička destinacija. Bez obzira što je Dubrovnik udaljenija i skuplja destinacije svakako može konkurirati Opatiji. Opatija ima dugu tradiciju u poslovnom turizmu koja svojim posjetiteljima može pružiti gotovo sve što im je potrebno za vrijeme boravka u ovoj destinaciji.

Ključne riječi: Kongresni turizam; produljenje turističke sezone; Opatija; Dubrovnik

## Summary

Congress tourism is a specific form of tourism in which the main motive of travel is active or passive participation in various gatherings and manifestations of different characters. This form of tourism implies the occasional gathering of a large number of people of the same interest, organized in tourist and urban centers that contain adequate infrastructure and special technical facilities, but also accompanying facilities that will complete their free time. Today, congress tourism is crucial for extending the tourist season and significant for the development of the tourist destination. Every year, the number of meetings and congresses increases, which increases the income of the city where it takes place. The Republic of Croatia is attractive to congress tourists because of its historical heritage, beautiful nature, high-quality accommodation, rich offer of facilities and entertainment. The leading congress destinations in Croatia are Opatija and Dubrovnik, the comparison of which will be discussed in this paper. Due to its beautiful appearance, Opatija attracts numerous local and international organizers to organize their gatherings in this city. Opatija currently has 53 congress halls that are intended for holding medium and small business gatherings. Along with the city of Opatija, Dubrovnik has numerous opportunities for organizing unique and unforgettable gatherings and congresses. Dubrovnik has 101 halls available in hotel facilities, and in 2015 it was declared one of the three best congress destinations in Central and Southeastern Europe, which shows that Dubrovnik is a high-quality congress and tourist destination. Regardless of the fact that Dubrovnik is a more distant and expensive destination, it can certainly compete with Opatija. Opatija has a long tradition in business tourism, which can provide its visitors with almost everything they need during their stay in this destination.

Key words: Congress tourism; extension of the tourist season; Opatija; Dubrovnik

# *Sadržaj*

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Uvod</b> .....   | <b>1</b>  |
| <b>1. Značaj i obilježja kongresnog turizma</b> .....   | <b>3</b>  |
| 1.1. Sudionici u kongresnom turizmu.....  | 4         |
| 1.2. Organizatori kongresnog turizma .....  | 7         |
| 1.3. Obilježja kongresnog turizma.....  | 9         |
| <b>2. Kongresni turizam u Republici Hrvatskoj</b> .....   | <b>11</b> |
| 2.1. Prednosti kongresnog turizma .....   | 14        |
| 2.2. Nedostaci kongresnog turizma.....  | 15        |
| 2.3. SWOT analiza kongresnog turizma u Republici Hrvatskoj .....  | 15        |
| <b>3. Kongresni turizam grada Opatije</b> .....   | <b>19</b> |
| 3.1. Opća obilježja grada Opatije .....   | 20        |
| 3.2. Kongresni centri .....   | 22        |
| 3.3. SWOT analiza kongresnog turizma u Opatiji .....  | 28        |
| <b>4. Kongresni turizam grada Dubrovnika</b> .....  | <b>31</b> |
| 4.1. Opća obilježja grada Dubrovnika.....   | 32        |
| 4.2. Kongresni centri .....   | 34        |
| 4.3. SWOT analiza kongresnog turizma u Dubrovniku .....   | 39        |
| <b>5. Analiza rezultata anketnog istraživanja o kongresnom turizmu grada Opatije i grada Dubrovnika</b> ..... | <b>42</b> |
| 5.1. Predmet istraživanja.....  | 42        |
| 5.2. Metodologija istraživanja .....  | 42        |
| 5.3. Rezultati istraživanja .....   | 42        |
| <b>6. Usporedba kongresnog turizma grada Opatije i grada Dubrovnika</b> .....                                 | <b>54</b> |
| 6.1. Razlike u kongresnom turizmu grada Opatije i grada Dubrovnika.....                                       | 54        |
| 6.2. Analiza prema časopisu Kongres Magazine za najbolje kongresne destinacije .....                          | 57        |
| <b>Zaključak</b> .....  | <b>59</b> |
| <b>Bibliografija</b> .....  | <b>62</b> |
| Popis ilustracija .....   | 65        |
| <b>PRILOG: ANKETNI UPITNIK</b> .....  | <b>67</b> |

## Uvod

Turizam kao jedna od najmasovnijih i najdinamičnijih pojava u ekonomskom i društvenom svijetu, obuhvaća širok spektar aktivnosti koje nastaju za vrijeme putovanja. Čovjek je oduvijek putovao, a motivi putovanja su bili odmor i relaksacija te stjecanje novih iskustava i doživljaja. U posljednje vrijeme sve je prisutniji trend turista motiviranih poslovnim obvezama, odnosno turisti koji putuju radi sudjelovanja na poslovnim skupovima, kongresima i dr. Kongresni turizam je rastući oblik turizma koji je svoj procvat doživio u posljednjih nekoliko godina. Kongresni turizam u današnje vrijeme od velike važnosti za razvoj destinacije, a razlog tome jest što takav oblik turizma stvara velike ekonomske učinke te može utjecati na produljenje turističke sezone što je izrazito važno za turizam Hrvatske.

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je analiza kongresnog turizma, opisuju se važni pojmovi i odrednice kongresnog turizma u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku. Svrha rada je objasniti samu definiciju kongresnog turizma te prikazati stanje kongresnog turizma u Republici Hrvatskoj posebno u gradovima Opatiji i Dubrovniku. Cilj rada jest istražiti posjeduju li gradovi Opatija i Dubrovnik sve potrebne elemente za kongresni turizam kao i način na koji kongresni turizam utječe na sezonalnost u navedenim gradovima.

Na temelju literature i provedene ankete postavlja se temeljna hipoteza:

H0: Važnost ulaganja u kongresnu ponudu i značajne razlike u kongresnom turizmu između grada Opatije i grada Dubrovnika.

U tu svrhu postavljene su i pomoćne hipoteze:

H1: Grad Opatija i grad Dubrovnik posjeduju smještajne kapacitete potrebne za razvoj kongresnog turizma.

H2: Grad Opatija i grad Dubrovnik posjeduju ostale sadržaje značajne za razvoj kongresnog turizma (prometna povezanost, kulturni i zabavni sadržaji...).

H3: Kongresni turizam čimbenik je produljenja turističke sezone u gradu Opatiji i Dubrovniku.



Metode istraživanja koje su korištene u radu su: metoda analize i sinteze, metoda klasifikacije, metoda deskripcije, metoda kompilacije, metoda usporedbe te metoda komparacije.

U šest poglavlja diplomskog rada obrađuju se pojmovi koji su navedeni u naslovu rada, a to su: „Kongresni turizam grada Opatije u usporedbi sa kongresnim turizmom grada Dubrovnika“. U uvodu su definirani predmet i problem istraživanja, svrha i cilj istraživanja te metodologija koja je korištena pri pisanju diplomskog rada. Nadalje, pojašnjena je struktura cjelokupnog rada po poglavljima. U prvom poglavlju definiran je termin kongresnog turizma te karakteristike kongresnog turizma – sudionici kongresnog turizma i organizacija kongresa koja je vrlo zahtjevna i složena aktivnost. U drugom poglavlju analizira se kongresni turizam u Republici Hrvatskoj i prikazana je SWOT analiza Hrvatske kao kongresne destinacije. Treće poglavlje pod nazivom „Kongresni turizam grada Opatije“ opisuje Opatiju kao jednu od hrvatskih najprepoznatljivijih kongresnih destinacija koja privlači brojne domaće i međunarodne organizatore da svoje skupove organiziraju u ovom gradu. Također se opisuju kongresni centri koje Opatija nudi te je prikazana SWOT analiza kongresnog turizma u Opatiji. „Kongresni turizam grada Dubrovnika“ naziv je četvrtog poglavlja u kojem se analizira kongresni turizam Dubrovnika, opisuju se kongresni centri koje Dubrovnik nudi poslovnim turistima te je prikazana SWOT analiza kongresnog turizma u Dubrovniku. Peto poglavlje pod nazivom „Analiza rezultata anketnog istraživanja o kongresnom turizmu grada Opatije i grada Dubrovnika“ analizira predmet istraživanja, metodologiju istraživanja i rezultate istraživanja. U šestom poglavlju rada uspoređuje se kongresni turizam grada Opatije i grada Dubrovnika te se navode razlike u kongresnom turizmu između ova dva grada. Završni dio ovog rada predstavlja sintezu cjelokupnog rada, istaknute su najbitnije spoznaje do kojih se došlo prilikom istraživanja i pisanja diplomskog rada.

# 1. Značaj i obilježja kongresnog turizma

Kongresni turizam specifičan je oblik turizma u kojem glavni motiv putovanja nije odmor već aktivno ili pasivno sudjelovanje na skupovima i manifestacijama različitih karaktera.<sup>1</sup> Riječ kongres nastao je od latinske riječi „*congressus*“ (skupština, skup, sastanak radi dogovora o zajedničkim poslovima).<sup>2</sup> Za ovaj oblik turizma koristi se izraz *business tourism* koji uključuje:<sup>3</sup>

- Kongrese, konferencije i sastanke
- Putovanja za zaposlenike
- Izložbe i trgovačke sajmove
- Individualna ili grupna poslovna putovanja
- *Outdoor events* (događanja i manifestacije).

U današnje vrijeme se za pojam kongresni turizam koristi skraćenica M.I.C.E (*Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions*). Ovaj dio turističkog tržišta predstavlja izuzetno važan dio poslovanja, posebno kada se govori o produživanju turističke sezone, povećanju stupnja atraktivnosti i o ekonomskim efektima koji se postižu razvojem ove vrste turizma. Ova skraćenica sastoji se od akronima M.I.C.E koji predstavlja:<sup>4</sup>

- M - sastanci
- I - poticajna putovanja
- C - konferencije
- E - izložbe

Kongresni turizam podrazumijeva povremeno okupljanje velikog broja ljudi istog interesa, organiziranih u turističkim i urbanim centrima koji sadrže adekvatnu infrastrukturu te posebne tehničke sadržaje, ali i popratni sadržaj koji će upotpuniti njihovo slobodno vrijeme. Zbog svog povoljnog djelovanja na destinaciju mnogi gradovi intenzivno razvijaju svoju kongresnu infrastrukturu i ponudu. Destinacije kojima su primarni proizvodi sunce i more vide priliku i

---

<sup>1</sup> Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 333.

<sup>2</sup> Ibid., str. 333.

<sup>3</sup> Ibid., str. 332.

<sup>4</sup> Swarbrooke J. and Horner S.: Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2013., Str.15.

pogodnosti za razvoj ove vrste turizma koja im može pomoći u produživanju turističke sezone i cjelogodišnje potražnje. Razvoj poslovnog turizma podrazumijeva značajne investicije i financijska ulaganja, pa tako podrazumijeva kvalitetnu turističku ponudu, kongresnu infrastrukturu i popratne sadržaje, od kojih su neki:

1. Kongresni prostor
2. Smještajni kapacitet
3. Tehnički uređaji i oprema
4. Prometna dostupnost
5. Kongresni uredi s kvalificiranim osobljem.

Kongresna ponuda turističke destinacije također obuhvaća djelatnosti u svrhu zadovoljavanja potreba sudionika poslovnih skupova, kao što su: prirodne ljepote, kulturno naslijeđe, klima, turističke atrakcije, gostoljubivost i dr. S obzirom na to, destinacije koje žele razvijati kongresni turizam kao primarni turistički proizvod, trebaju pratiti tržišne trendove i ponudu i na taj način donijeti odluke vezane za isplativost razvoja kongresnog turizma u destinaciji.

Putovanja u sklopu kongresnog turizma svrstavaju se u poslovna putovanja uvjetovana radnim mjestom, projektom ili zadatkom. Sve receptivne turističke zemlje „poslovne“ ljude ubrajaju u skupinu turista stoga sve prihode od kongresnog turizma pribrajaju ukupnim prihodima od turizma.

### **1.1. Sudionici u kongresnom turizmu**

Poslovni turizam je sve prisutniji u turističkim kretanjima i doprinosi ukupnom turističkom prometu zemlje.<sup>5</sup> Poslovni turizam se razlikuje od klasičnog turizma po raznim čimbenicima pa se tako i poslovni turisti tj. sudionici na kongresima razlikuju od klasičnih turista. Tablica 1. prikazuje razlike između klasičnog i poslovnog turizma.

---

<sup>5</sup> Gračan, D. i Črnjar, R.: Motivacijske karakteristike sudionika poslovnog turizma. Zbornik radova "In memoriam prof. dr. sc. Vjekoslav Šmid", Rab, 2014., str. 289-304.

**Tablica 1.** Razlika između klasičnog i poslovnog turizma

| <b>ČIMBENICI</b>                                      | <b>KLASIČNI TURIZAM</b>   | <b>POSLOVNI TURIZAM</b>  |
|---|---|--|
| <b>Sudionici</b>                                      | Turisti   | Profesionalci i poslovni ljudi                                       |
| <b>Motivacija putovanja</b>                           | Odmor, zabava, uroda  | Posao, učenje, povezivanje   |
| <b>Svrha putovanja</b>                                | Odmor   | Posao  |
| <b>Kupci usluga</b>                                   | Touropreatori i turističke agencije   | Kongresni planeri i PCO  |
| <b>Motivacija kupaca</b>                              | Provizije i naknade   | Uspješni i profitabilni sastanci                                     |
| <b>Kanali prodaje</b>                                 | Touropreatori, turističke agencije, rezervacijski sustavi   | Korporacije i udruženja, profesionalni kongresni organizatori        |
| <b>Dobavljači</b>                                     | Turistička industrija   | PCO, DMC, specijalni izvođači  |
| <b>Veličina grupe</b>                                 | Individualci ili male grupe   | Od deset do nekoliko tisuća sudionika                                |
| <b>Gospodarski učinak</b>                             | Direktna potrošnja  | Razvoj, trgovina, ulaganje   |
| <b>Financiranje putovanja</b>                         | Turist  | Poslodavac ili organizator događanja                                 |
| <b>Odluka o odabiru destinacije</b>                   | Turist  | Organizator događaja   |
| <b>Vrijeme putovanja</b>                              | Tijekom turističke sezone ili vikendima   | Tijekom cijele godine, od ponedjeljka do petka                       |
| <b>Vrsta putnika</b>                                  | Svatko tko ima dovoljno slobodnog vremena i novca   | Djelatnici čiji posao zahtjeva putovanje                             |
| <b>Vrijeme između odabira i realizacije putovanja</b> | Odmor isplaniran i rezerviran nekoliko mjeseci unaprijed, za kraći odmor dovoljno je i nekoliko dana ranije | Većina poslovnih putovanja mora biti realizirana u vrlo kratkom roku |

|                               |   |  |
|-------------------------------|---|--|
| <b>Turistička destinacija</b> | Sve vrste turističkih destinacija: gradovi, planine, obalne destinacije, seoske destinacije | Uglavnom gradovi industrijskih zemalja |
|-------------------------------|---|--|

Izvor: obrada autora prema: Davidson, R.: Business travel. England: Longman Group Limited, 1994., str. 4.

Postoje mnoge poveznice između poslovnog turizma i klasičnog turizma, kako na strani ponude tako i na strani potražnje. Poslovni turizam koristi mnogo elemenata ponude klasičnog turizma, ali iziskuje i dodatne usluge koje nisu potrebne turistima u klasičnom turizmu.

**Grafikon 1.** Potražnja u poslovnom i klasičnom turizmu



Izvor: obrada autora prema: Swarbrooke, J. i Horner, S.: Business Travel and Tourism. Great Britain: Butterworth-Heinemann, 2001., str. 10.

Kada je u pitanju potražnja u poslovnom i klasičnom turizmu, preklapanja su sljedeća:<sup>6</sup>

- Na kraju radnog dijela dana, poslovni turisti postaju klasični turisti
- Poslovna putovanja često u svoj program (između predavanja ili sastanaka) uključuju aktivnosti koje inače poduzimaju klasični turisti tijekom svojeg boravka u destinaciji
- Mnoga poslovna putovanja uključuju pratnju (supružnici ili djeca) koji veći dio vremena ili čak cijeli boravak u destinaciji provode kao klasični turisti.

<sup>6</sup> Swarbrooke, J. i Horner, S.: Business Travel and Tourism. Great Britain: Butterworth-Heinemann, 2001., str. 10.

Sudionici skupova sastaju se radi različitih motiva vezanih uz njihov posao, edukaciju, usavršavanje i dr. Organizirani skupovi su vrlo kratki, mogu trajati od jednog do najduže sedam dana što pokazuje da poslovni turisti borave kraće u destinaciji od klasičnih turista. Sudionici na kongresima su gosti koji očekuju visoku razinu usluge što podrazumijeva točnost, preciznost, pouzdanost, udobnost, kvalitetu, brzinu, fleksibilnost, inovativnost, kreativnosti i druge elemente vrhunske turističke usluge.

Poslovni turisti osim što su došli obaviti svoje poslovne obveze, zainteresirani su i za samu destinaciju te ju žele upoznati i obići znamenitosti, restorane i dr. Kongresni turisti ostvaruju veću potrošnju zbog veće platežne moći i više raspoloživog novca s obzirom da putovanja u većini slučajeva plaća poslodavac. Poslodavac plaća smještaj u hotelima i na taj način povećava prihod od turizma u destinacijama. Zbog navedenog poslovni turisti su dobrodošli u svim destinacijama, a njihovi se prihodi ubrajaju u ukupne prihode od turizma u cijeloj državi.

## **1.2. Organizatori kongresnog turizma**

Organizacija predstavlja bitan uvjet i mjerilo kongresno-turističke razvijenosti neke zemlje, regije ili mjesta.<sup>7</sup> Organizacija kongresa je vrlo zahtjevna i složena aktivnost kojom se bave posebne kompanije, uključujući i specijalizirane turističke agencije.<sup>8</sup> Kako bi organizacija kongresa bila što lakša potrebno je na vrijeme krenuti sa pripremama. Kongres je potrebno početi pripremati najmanje šest mjeseci prije datuma izvođenja, a za veće kongrese potrebno je i do godinu dana unaprijed. Prije samog početka organizacije kongresa potrebno je definirati točan cilj i zadaću kongresa, a potom slijedi proces organizacije istog.

U nastavku su opisani koraci za organizaciju kongresa:<sup>9</sup>

1. **Inicijacija** - Razvoj ideje, postavljanje ciljeva, odabir teme važni su koraci koje je potrebno odrediti kako bi se moglo planirati ostale segmente.

---

<sup>7</sup> Lucianović L.: Kongresni turizam, IGKRO svjetlost, OOUR Zavod za udžbenike, Sarajevo, 1980., str 25.

<sup>8</sup> Rabotić B.: Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2012., str. 146.

<sup>9</sup> How to organise a conference, Step by step guide, <https://billetto.co.uk/l/how-to-organise-a-conference> 07.01.2023.

2. **Sastav organizacijskog tima** – Organizacijski tim čine ljudi koji preuzimaju odgovornosti za različite aspekte: planiranja, pregovora i promocije. Organizacijski tim se sastoji od: tima za planiranje, administrativnog tima, marketinškog tima, sponzorskog tima i volontera.
3. **Priprema proračuna** - Proračun je jedna od bitnijih stavki kod organizacije kongresa jer pomaže pri određivanju cijene za sudjelovanje na kongresu. U proračun se ubrajaju stavke: mjesto održavanja, smještaj, transport, ugostiteljske usluge, marketing itd.
4. **Pronalaženje sponzora** - Ključna stvar koju treba imati na umu prilikom traženja sponzora i sredstava su njihove vrijednosti koje trebaju biti u skladu s temom kongresa.
5. **Odabir datuma i trajanja kongresa** - Prilikom odabira datuma i duljine trajanja kongresa treba obratiti pažnju i o drugim mogućim konferencijama koji se održavaju u isto vrijeme. Duljina trajanja kongresa također je vrlo bitna stavka koja se treba na vrijeme odrediti. Kongresi obično traju dva dana, a veće i detaljnije konferencije mogu trajati i duže. Poželjni datumi za organizaciju kongresa su od ožujka do lipnja ili od rujna do studenog. Sudjelovanje na kongresu za većinu sudionika je dio njihovog posla stoga se trebaju održavati tijekom tjedna.
6. **Odabir lokacije i rezerviranje mjesta održavanja** - Mjesto održavanja od posebnog je značaja kod organizacije kongresa. Mjesta događanja mogu se svrstati u tri kategorije, a to su: sveučilišni kampus, hoteli i nezavisni prostori.
7. **Registracija sudionika** - U ovoj fazi najbolji izbor je profesionalna *web* stranica kongresa. Treba sadržavati sve bitne detalje o kongresu, kalendar i program kongresa, obrazac za prijavu putem kojeg se ljudi mogu prijaviti ili kupiti ulaznice.
8. **Promocija** - Održavanja kongresa nužno je promovirati putem svih dostupnih kanala. Jedna od opcija je *online* oglašavanje putem društvenih mreža. Tu su i forumi na kojima se potencijalni sudionici mogu družiti i raspravljati o događaju. Ako se promocija u većoj mjeri odvija na društvenim mrežama, treba osmisliti tzv. *hashtagove* koji se mogu koristiti svaki put kada se objavi nešto vezano uz nadolazeći događaj. Pozivanje novinara također je jedna od dobrih promocijskih kanala.
9. **Zatvaranje organizacije i projekta** - Završni je korak procesa organizacije poslovnog događaja, a podrazumijeva zatvaranje samog događaja na mjestu održavanja, završetak svih procedura i planova, izvještaj i ocjena uspješnosti događaja.

Osnovni cilj organizatorima kongresa je povećati profit, a to se može postići povećanjem broja sudionika. Kako bi se broj sudionika povećao važnu ulogu ima atraktivnost same destinacije u kojoj se odvija putovanje. Atraktivna destinacija sa mnoštvom sadržaja svakako će privući veći broj sudionika, ali je potrebno ulagati kako u kongrese tako i u samu destinaciju. Poslovni turisti koji sudjeluju u kongresima predstavljaju turiste sa većom platežnom moći za razliku od ostalih turista pa je njihova potrošnja puno veća od potrošnje uobičajenih turista. Kongresni turisti osim osnovnih sadržaja koji im se nude, traže i dodatne kao što su *spa* i *wellness*, zabavno-rekreacijski sadržaji, kulturni, gastronomski i slični sadržaji.

Svrha organizacije kongresa i poslovnih sastanaka je razmjena ideja, obuka, ostvarivanje poslovnih veza i kontakata. Socijalna uloga kongresa je susret poslovnih partnera, kolega i ostalih djelatnika istog područja, kako bi razmijenili svoja znanja i iskustva. Osim edukativnog i socijalnog aspekta, poslovni sastanci uključuju kulturni i zabavni aspekt, pa se tako za vrijeme trajanja kongresa i sastanaka organiziraju različite aktivnosti, od razgledavanja grada, posjeta prirodnim ljepotama do rekreacije. Na taj način, sudionicima kongresa daje se prilika da posjete destinaciju par dana ranije ili produže svoj boravak u destinaciji, čime ostvaruju dodatnu potrošnju. Profesionalni organizatori kongresa tako često organiziraju kongrese na atraktivnim lokacijama, kako bi potaknuli poslovne turiste da produže boravak u destinaciji.

### **1.3. Obilježja kongresnog turizma**

Da bi se kongresni turizam organizirao i održao neophodno je da destinacija u kojoj se skup održava ima i odgovarajuće karakteristike kao što su: ekonomska razvijenost, sigurnost, smještaj, prirodne atrakcije, gastronomsku ponudu i slično. Osnovni motiv kongresnog turizma su poslovni razlozi tj. sudjelovanje na raznim stručnim, političkim i drugim sastancima. Ovakva vrsta turizma objedinjuje profesionalni rad i razonodu.

Kongresni turizam je segment turizma koji je ključan za produljene turističke sezone kako u hotelima tako i u destinacijama. Kongresi i konferencijski susreti odvijaju se tijekom cijele godine, a time osiguravaju stalnu zaposlenost s punim radnim vremenom. Ovakva vrsta turizma nije isključivo vezana uz sezonu, nego produžuje sezonu jer se većina kongresa odvija tokom svibnja i



lipnja te listopada i studenog. Kongresni turizam omogućuje promoviranje destinacije u kojoj se kongres odvija te obogaćuje turistički sektor oslanjajući se na vanjsku infrastrukturu dovodeći posao u destinaciju što je posebno važno kod destinacija u priobalnom području koje inače ovise o ljetnoj sezoni.<sup>10</sup>

Ulaganje u destinaciju za potrebe *business turista* (hoteli, transport, restorani...) ostvaruju se prednosti od kojih koristi mogu imati i turisti koji dolaze na odmor, ali i domaće, lokalno stanovništvo.<sup>11</sup> Jedno od obilježja kongresnog turizma je i činjenica da na konferencije i kongrese poslovni ljudi dolaze u grupama i treba ih informirati te podučiti o mjestu u koje dolaze kako bi njihov boravak bio što produktivniji i ugodniji.

---

<sup>10</sup> Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 333.

<sup>11</sup> Ibid. str. 333.

## 2. Kongresni turizam u Republici Hrvatskoj

Hrvatska je u svijetu poznata prvenstveno kao odmorišna destinacija i to zahvaljujući svojoj predivnoj prirodi, čistom moru i bogatoj povijesti. Kao jedna od najpoželjnijih odmorišnih destinacija, posljednjih godina sve više se definira kao kongresna destinacija. Hrvatska se nalazi u središtu kongresne ponude Jugoistočne Europe pa se mnogi skupovi održavaju diljem Jadranske obale u gradovima: Opatija, Zadar, Split, Šibenik, Dubrovnik, a sve se češće održavaju i na nekim destinacijama u unutrašnjosti zemlje.

Glavni razlog razvoja kongresnog turizma čini uključivanje velikog broja sudionika. Većina sudionika u ovom obliku turizma je visokih platežnih moći i troše četiri do pet puta više od običnih turista. Poslovni turisti osim što su došli obaviti svoje poslovne obveze, zainteresirani su i za samu destinaciju te ju žele upoznati i obići razne restorane, dućane, rekreacijske i kulturne događaje koji se održavaju kako bi im bilo zanimljivo tijekom putovanja, stoga hotel s dobrom kongresnom ponudom nije nužno i dovoljan poslovnim turistima.

Za razvoj kongresnog turizma veoma značajna je prometna infrastruktura. Uspjeh na turističkom tržištu nije moguć bez dobro razvijene prometne povezanosti destinacije. Kao jedna od zemalja Mediterana, Hrvatska se nalazi na zahvalnom geografskom položaju. Prometni sustav treba zadovoljiti potrebe stanovništva, a posebno turiste kako bi im se omogućila integracija s okolnim područjima i zemljama koje graniče s Hrvatskom. Osim prometne infrastrukture vrlo važna značajka za ovu vrstu turizma je sigurnost destinacije. U današnje vrijeme sigurnost je jedan od ključnih faktora pri odabiru destinacije. Hrvatska je među najsigurnijim turističkim zemljama u svijetu, a njezina obveza je kako i svake države „koja ima turizam kao gospodarsku granu, analizirati stupanj prijete životu i zdravlju turista, vlasništvu i ekonomskim interesima turista u sklopu svog državnog teritorija, te razviti nacionalnu strategiju sigurnosti turizma koja uključuje i prevenciju rizika”.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> <https://hrcak.srce.hr/file/342989> 13.01.2023.

Dostupnost, sigurnost i ljepota destinacije te vrhunska kongresna ponuda samo su neki od razloga koji će privući organizatore da svoje poslovne sastanke, seminare, kongrese i *insentive* putovanja organiziraju u Hrvatskoj.<sup>13</sup> Za organizaciju i održavanje kongresa potrebno je uložiti puno novca, vremena i truda stoga je potreban jedan duži period kako bi se sve pripremilo te bilo na visokoj razini.

Republika Hrvatska donijela je "Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine »hoteli«" temeljem kojeg se provodi standardizacija ugostiteljskih objekata za hotele. Standardi određuju vrstu usluge koja će biti pružena i prikazuju se standardiziranim pločama s nazivima standarda kojeg posjeduju.<sup>14</sup>

Osnovni uvjeti hotela koji su standardizirani kao poslovni (*Business*) ili za sastanke (*Meetings*) trebaju ispunjavati: jedna prostorija za sastanke uz mogućnost zamračenja, minimalno 10% smještajnih jedinica s malim uredskim prostorom za 3 do 4 osobe te internet. Sve smještajne jedinice moraju imati radni stol, internet, telefon, faks, kompjuter i dr. Kako bi hotel realizirao standardizaciju mora pružiti i neke tehničke usluge i opremu kao naprimjer sustav ozvučenja, profesionalne video usluge, opremu za snimanje i dr. Jedina razlika između kongresnih hotela i hotela za sastanke je u kapacitetu dvorane, u kongresnom hotelu kapacitet mora biti za najmanje 250 ljudi.<sup>15</sup>

Posljednjih par godina u Hrvatskoj se izgradilo puno hotela visoke kategorizacije koji ulažu velike iznose u kongresne kapacitete. Jedan od najnovijih, a ujedno i najvećih kongresnih centara nedavno se izgradio u Istri. Vodeća turistička kompanija Valamar Riviera u Poreču izgradila je najveći hotelski event centar Pical Convention Center koji može zaprimiti i do 1.200 ljudi. Prilagodljiv je za sve vrste konferencija, seminara, sastanaka, izložbi i evenata. Tim centrom Hrvatska želi podići razinu kvalitete Porečkog turizma te osnažiti njegovo pozicioniranje kao jedne od najprestižnijih destinacija na Jadranu. Misija je pružanje najbolje usluge organizacije događanja i boravka u Poreču.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> <https://croatia.hr/hr-hr/poslovni-turizam> 13.01.2023.

<sup>14</sup> [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007\\_08\\_88\\_2723.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.html) 13.01.2023.

<sup>15</sup> [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007\\_08\\_88\\_2723.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.html) 13.01.2023.

<sup>16</sup> <https://pical-convention.com/> 13.01.2023.

Jedna od najvećih i najznačajnijih hotelskih investicija koja je dovršena tijekom 2021. godine je *Hilton Rijeka Costabella Beach Resort and Spa 5\**. Ovaj vrhunski hotel smješten je između Opatije i Rijeke uz samo more. Osim vrhunsko opremljenih soba i vila na raspolaganju ima prostorije za sastanke i događaje koji mogu ugostiti male grupe.<sup>17</sup> Na proljeće 2021. završeno je renoviranje luksuznog hotela Miramare smještenog na samoj obali mora u središtu Crikvenice. Na prvom katu hotela smješten je kongresni centar koji čini prostran i multifunkcionalan predprostor, konferencijska dvorana i dvorana za sastanke koje su odličan izbor za organizaciju poslovnih sastanaka, konferencija, stručnih skupova, prezentacija, radionica i poslovnih domjenaka.<sup>18</sup>

Dodatnu kvalitetu šibenskoj kongresnoj ponudi pruža jedinstveni novootvoreni kulturni centar Kuća umjetnosti Arsen, koji ima dvoranu kapaciteta do 300 stajaćih, odnosno do 150 sjedećih mjesta. Najveći kongresni hotel na splitskom području je hotel *Le Meridien Lav*. Hotel je obnovio 180 soba, kongresni dio te su otvoreni novi restorani i barovi u kojima gosti mogu uživati. *Le Meridien Lav* tako sada raspolaže s ukupno 12 kongresnih dvorana i prostorija za događanja, uz dvije manje dvorane za manje sastanke i prezentacije.<sup>19</sup> Ovo su samo neki od hotela i javnih prostora koje su izgrađene ili renovirane u Hrvatskoj tijekom posljednjih par godina.

Kao dokaz da je Hrvatska atraktivna destinacija za organizaciju poslovnih skupova pokazuje i to da je 2018. godine od britanskog magazina *Business Destinations* izabrana za najbolju destinaciju poslovnog turizma. Globalna zajednica i središte znanja za industriju sastanaka međunarodnih udruženja ICCA (*International Congress and Convention Association*) na svoju ljestvicu kongresnih destinacija za 2020. godinu Hrvatsku je smjestila na 35. mjesto u ukupnom poretku zemalja svijeta, što je pad za jedno mjesto u usporedbi s 2019. godinom. Na ljestvici svjetskih kongresnih gradova Zagreb se nalazi na 58. mjestu, Dubrovnik na 113. mjestu, Split na 161. mjestu, a Opatija na 1.024. mjestu. Na listi se nalazi još šest hrvatskih gradova, a to su: Šibenik (343. mjesto), Zadar (506. mjesto), Osijek (592. mjesto), Brijuni (876. mjesto), Pula (957. mjesto) i Rijeka (na posljednjem 1.040. mjestu).<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> <https://www.hilton.com/en/hotels/rjkochi-hilton-rijeka-costabella-beach-resort-and-spa/events/> 13.01.2023.

<sup>18</sup> <https://www.poslovniturizam.com/kompanije/hotel-miramare-novi-je-adut-mice-ponude-na-kvarneru/3882/> 13.01.2023.

<sup>19</sup> <https://croatia.hr/hr-hr/novi-konferencijski-kapaciteti-u-hrvatskoj-u-2021-godini> 14.01.2023.

<sup>20</sup> <https://www.poslovniturizam.com/brojke-trendovi/icca-2021-nova-ljestvica-kongresnih-destinacija-prema-indeksu-uspjesnosti/3826/> 14.01.2023.

## 2.1. Prednosti kongresnog turizma

Kongresni turizam donosi niz prednosti za destinaciju u kojoj se kongres održava stoga se sve veći broj hotela odlučuje na poboljšanje svoje ponude kongresnim sadržajem. Sve više manjih hotela se odlučuje upravo na ovaj oblik turizma zbog sve veće popularnosti organiziranih edukacija izvan tvrtke, radionica ili *teambuildinga*. Još jedna od prednosti ove vrste turizma je ulaganje u destinaciju (hoteli, restorani, transport) za potrebe poslovnih turista, ali i za domaće stanovništvo te turiste koji dolaze na klasičan odmor. Poslovni turizam simulira buduća ulaganja jer poslovni gosti mogu prepoznati svoj interes u valorizaciji atrakcija u destinaciji.<sup>21</sup>

U kongresnim destinacijama vrlo je bitno podizati kvalitetu smještajnih kapaciteta i usluga kako bi gosti bili što zadovoljniji i kako bi ispunili sva njihova očekivanja, ali i želje. Gosti su smješteni u jednokrevetne hotelske sobe u kojima se pružaju visokokvalitetne usluge koje čine preduvjet za razvoj ove vrste turizma. Gosti koji dolaze radi održavanja kongresa troše više od ostalih gostiju, što prikazuje koliki je značaj kongresnog turizma za destinaciju i upravo zato je važno ponuditi im razne dodatne sadržaje i usluge kojim bi mogli upotpuniti vrijeme prije i poslije kongresa.

Produljenje sezone, odnosno bolja popunjenost hotelskih kapaciteta, s obzirom da se kongresna sezona kreće od ožujka do svibnja i od rujna do studenog, jedna je od glavnih prednosti kongresnog turizma. Poslovni skupovi održavaju se izvan sezone i upravo je to najbolji pokazatelj da bi razvoj kongresnog turizma pridonio produljenju sezone u Hrvatskoj. Prednosti ove vrste turizma su i te da ukoliko se destinacija sviđa kongresnim gostima oni će se vratiti zajedno sa svojom obitelji, prijateljima, poznanicima zato su kongresi odlična promocija za destinaciju.

Kongresna djelatnost potiče zapošljavanje, otvara nova radna mjesta, zahtjeva visokoobrazovnu i sposobnu radnu snagu. Osim zapošljavanja kongresni turizam potiče kapitalna ulaganja, izgradnju kongresnih centara, uređenje dvorana i ostalih kapaciteta. Utječe na razvoj obrta i malog poduzetništva, kroz bitno povećanu potražnju za specifičnim proizvodima i uslugama. Navedene karakteristike utječu na stvaranje pozitivnog imidža destinacije.

---

<sup>21</sup> Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 36.

## **2.2. Nedostaci kongresnog turizma**

Kongresni turizam osim brojnih prednosti, nosi i neke nedostatke kao što je problem prikupljanja dovoljnog broja sudionika. Kako je u današnje vrijeme konkurencija među gradovima u kojima se održavaju kongresi sve veća, javlja se sve veća konkurencija između pružatelja usluga u destinaciji. Da bi Hrvatska bila još bolja kongresna destinacija potrebna je velika financijska ulaganja usmjeriti na izgradnju novih ili poboljšanje postojećih dvorana. Hrvatska ima ograničene kapacitete kad je riječ o kongresnim dvoranama koje mogu primiti nekoliko tisuća sudionika stoga su organizatori prisiljeni odbijati velike kongresne skupove. Danas su u Europi tražene višenamjenske konferencijske dvorane koje se mogu transformirati u sale za odvijanje sajмова.

Još jedan nedostatak kongresnog turizma javlja se u povećanju broja investicija kako bi se poboljšalo zadovoljstvo poslovnih turista što nije garancija da će se određene investicije isplatiti. Uvijek postoji rizik za neuspjeh poslovnog događanja što utječe na ekonomsku i političku sliku države.

Kod organizacije velikih kongresnih događaja javljaju se i još neke negativne posljedice koje imaju utjecaj na okoliš, a to su: zagušenje prometnica, uništenje resursa, stvaranje buke te ispuštanje plinova. Bez obzira na postojeće negativne značajke, na kojima bi gradovi, regije i države trebali konstantno raditi, poslovni turizam je važna karika u ukupnim međunarodnim turističkim kretanjima.

## **2.3. SWOT analiza kongresnog turizma u Republici Hrvatskoj**

Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji nužna je za oblikovanje Hrvatske kao kvalitetne kongresne destinacije. SWOT analiza se koristi kao alat za analizu situacije, a putem analize istaknuti će se snage i slabosti koje će se usporediti s prilikama i prijetnjama sa kojima se Hrvatska susreće. Vrlo je važno pravovremeno uočiti situaciju u kojoj se nalazi, kako bi se znalo reagirati na slabosti i prijetnje, da se iste smanje ili izbjegnu, odnosno kako bi se maksimiziralo i iskoristilo snage i prilike na tržištu. U nastavku rada prikazuje se SWOT analiza Hrvatske kao kongresne destinacije.

Tablica 2. SWOT analiza Hrvatske kao kongresne destinacije

| SNAGE   | SLABOSTI  |
|---|---|
| <p><b>Destinacija</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Pozitivan imidž Hrvatske kao turističke destinacije</li> <li>◆ Prirodne ljepote i ekološka očuvanost</li> <li>◆ Međunarodne atrakcije (UNESCO, zaštićena prirodna baština)</li> <li>◆ Sigurnost destinacije</li> <li>◆ Blizina velikim emitivnim tržištima</li> <li>◆ Dobra cestovna povezanost</li> </ul> <p><b>Kongresna infrastruktura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Dobri kongresni hoteli</li> <li>◆ Novi manji centri i Arene</li> </ul> <p><b>Usluge</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Kvalitetno ugostiteljstvo/<i>catering</i></li> </ul> <p><b>Organizacija</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Kongresni uredi</li> <li>◆ Aktivne DMC (<i>Destination Management Company</i>) i PCO (<i>Professional Congress Organizers</i>)</li> </ul> | <p><b>Destinacija</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Imidž ljetne odmorišne destinacije</li> <li>◆ Nedovoljna sadržajnost destinacija</li> <li>◆ Ograničena dostupnost (direktni letovi)</li> <li>◆ Velik broj privatnih smještajnih kapaciteta</li> </ul> <p><b>Kongresna infrastruktura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Nekorištenje povijesnih i kulturnih prostora</li> <li>◆ Nedostatak brendiranih hotela</li> </ul> <p><b>Usluge</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Ograničenost raspoloživih usluga izvan sezone</li> <li>◆ Nedovoljna kvaliteta usluga</li> <li>◆ Nedostatak pratećih sadržaja</li> </ul> <p><b>Organizacija</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Ograničeni ljudski i financijski resursi kongresnih ureda</li> <li>◆ Nedovoljna promocija</li> <li>◆ Nedovoljno kvalitetno praćenje učinaka kongresne industrije i zastupanje interesa</li> </ul> |
| PRILIKE   | PRIJETNJE   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Rast M.I.C.E. potražnje u inozemstvu i u Hrvatskoj</li> <li>◆ Prisustvo Hrvatske na jedinstvenom EU tržištu</li> <li>◆ Interes za nove destinacije</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Visoka razina konkurencije na svjetskom tržištu</li> <li>◆ Brža inovacija proizvoda</li> <li>◆ Ograničen imidž Hrvatske kao isključivo 'sunce i more' destinacije</li> </ul>   |

- ◆ Rast potražnje za bližim destinacijama
- ◆ Rast udjela manjih skupova
- ◆ Dostupnost strukturnih fondova EU

Izvor: obrada autora: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001\\_170120\\_akc\\_p\\_kongres.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001_170120_akc_p_kongres.pdf) 15.01.2023.

Snage hrvatske kongresne ponude proizlaze iz atraktivnosti Hrvatske u cjelini, odnosno prepoznatljivih atributa poput ljepote, ekološke očuvanosti, prirodne i kulturne atrakcije. Važan preduvjet je svakako i sigurnost destinacije te njezina blizina velikim europskim emitivnim tržištima. Kongresni hoteli u Hrvatskoj su u velikoj mjeri relativno novi ili renovirani i dobro opremljeni te na odličnim lokacijama. Nova organizacijska jezgra koja je sastavljena od gradskih kongresnih ureda, DMC i PCO agencija predstavlja snagu iako će se njezini učinci vidjeti tek jačanjem kongresnog proizvoda u cjelini.<sup>22</sup> Kongresni ured iako djeluju na neprofitnoj razini, važni su za promoviranje Opatije kao Hrvatske kongresne i *insentiv* destinacije. Kongresni uredi postižu dugoročne pozitivne rezultate za partnere, destinaciju kao cjelinu i stanovništvo. Kongresni ured najčešće je prva stanica organizatorima događaja radi informiranja.<sup>23</sup>

Poslovne skupove u Hrvatskoj ograničava niz slabosti, jedna od njih je nepostojanje niti jednog suvremenog tzv. 'pametnog', kongresnog centra, pa se iz tog razloga Hrvatska ne može pozicionirati kao destinacija ozbiljno usmjerena na proboj kongresnog tržišta. U proteklih desetak godina stanje prometne infrastrukture se znatno poboljšalo što se odnosi na uspostavljenju mrežu autocesta, ali se Hrvatska još uvijek susreće s ograničenom avionskom dostupnosti gradova, posebno onih na Jadranu. Hrvatskoj nedostaje sadržajnost boravka, naročito izvan ljetne turističke sezone i još uvijek ima nedovoljno visoku razinu kvalitete usluga koje nudi. Na temelju SWOT analize možemo vidjeti kako Hrvatska ima potencijala za organiziranje međunarodnih skupova, ali nedostatak koji se javlja je nepostojanje zadovoljavajućih kongresnih centara. Ono što se želi postići je izgradnja multifunkcionalnih kongresnih centara i unaprjeđenje hotelskih kongresnih kapaciteta te ulaganja u brendiranje hotela i razvoj kvalitetnog 'kongresnog lanca vrijednosti'.

<sup>22</sup> [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001\\_170120\\_akc\\_p\\_kongres.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001_170120_akc_p_kongres.pdf) 15.01.2023.

<sup>23</sup> Reljić, S.: Repozicioniranje Hrvatske na međunarodnom tržištu kongresnog turizma, Magistarski rad, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2012., str 68.



Ulazak Hrvatske u Europsku uniju te interes za nove destinacije u sklopu vlastitog jedinstvenog tržišta otvara daljnje prilike za realan porast potražnje za hrvatskim kongresnim destinacijama.<sup>24</sup> Strukturni fondovi EU pružaju mogućnost za izgradnju kongresne infrastrukture koja je nužna za pozicioniranje Hrvatske među relevantnim ponuđačima kongresnih usluga.

Prijetnje za daljnji razvoj poslovnih skupova u Hrvatskoj proizlazi iz vlastitog nepoticajnog gospodarskog okruženja, ali i visokoj razini konkurencije koja vlada na europskom kongresnom tržištu. Izlaskom većine zapadnih zemalja iz recesije tržište poslovnih skupova se oporavlja te kongresni turizam predstavlja jedan od rastućih turističkih proizvoda. Hrvatska ukoliko želi biti konkurentna na tržištu M.I.C.E. industrije, treba poboljšati promociju i izbrisati trenutni imidž „ljetno-odmorišne“ destinacije. Iako kongresni turizam u Hrvatskoj zaostaje za onim u razvijenim turističkim zemljama svijeta, stalnim ulaganjima i razvijanjem može doseći njihovu razinu i na taj način će pozitivno utjecati na turizam, ali i na cjelokupno gospodarstvo zemlje.

---

<sup>24</sup> [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001\\_170120\\_akc\\_p\\_kongres.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001_170120_akc_p_kongres.pdf)  
15.01.2023.

### 3. Kongresni turizam grada Opatije

Opatija, obalni gradić na sjeveru Jadrana i najstarije turističko središte u Hrvatskoj, omiljena je destinacija domaćih i međunarodnih skupova. Nekoć je bila prepoznatljivo zimsko odredište te lječilište, a danas je jedno od vodećih turističkih, kongresnih i *wellness* destinacija.

Grad obiluje šarmantnim starim povijesnim izdanjima elegancije, kao i prekrasno uređenim parkovima, botaničkim vrtovima i fontanama. Opatija ima popularnu obalno šetalište Lungomare s pogledom na Kvarnerski zaljev, dugačku 10 kilometara koje spaja Opatiju s obližnjim mjestima opatijske rivijere.<sup>25</sup> Zbog svog predivnog izgleda Opatija je čest odabir kod organizatora događaja koji žele zadiviti svoje uzvanike, a mnogi od njih se ponovno vraćaju upravo u ovaj grad kao turisti. Opatija u svojoj ponudi ima razne opcije kvalitetnog hotelskog smještaja, od raskošnih povijesnih do modernih hotela koji oduševljavaju svojom arhitekturom te ponudom.

Uz gradove Zagreb i Dubrovnik, Opatija je jedna od najvećih hrvatskih kongresnih destinacija koja privlači brojne domaće, ali i međunarodne organizatore da svoje skupove organiziraju upravo u ovom gradu. Opatija trenutno raspolaže s 53 kongresnih dvorana koje su namijenjene za odvijanje manjih i srednjih poslovnih skupova koje mogu smjestiti ukupno 9.188 sudionika. Kongresne kapacitete većim djelom čine hotelska poduzeća, a neka od njih sa najvećim kapacitetom dvorane su: Hotel Royal, Hotel Kvarner te Grand Hotel Adriatic. Osim hotela, Opatija na raspolaganju ima i povijesne lokalitete namijenjene održavanju skupova, kongresa, sastanaka, a neki od njih su: Sportska dvorana Marino Cvetkovic, Ljetna pozornica i dr. Najveći broj sudionika i to čak 2.500 može primiti Ljetna pozornica koja je jedna od rijetkih otvorenih pozornica na Mediteranu. Opatija je zasigurno vodeće središte poslovnog turizma sjevernog Jadrana.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> <https://croatia.hr/hr-hr/poslovni-turizam/kvarner/opatija-kongresna-destinacija-s-tradicijom%2011.01.2023>  
20.01.2023.

<sup>26</sup> Radni, Alkier R., Herak I., Rudancic-Lugaric A.: Poslovni turizam u funkciji unaprjeđenja turizma grada Opatije, Ekonomski Vjesnik; Osijek Vol. 26, Iss. 2, (2013): 540-548.

### 3.1. Opća obilježja grada Opatije

Grad Opatija je prekrasni primorski grad na Jadranskom moru, popularna destinacija za turiste iz cijelog svijeta i središte rivijere s najdužom tradicijom u Hrvatskoj. Ugodna klima i bujna vegetacija jedni su od najvažnijih razloga intenzivnog i naglog razvoja turizma.<sup>27</sup> Velik broj nesvakidašnjih znamenitosti krasi grad Opatiju, a gradske ulice prošarane su kućama zanimljive arhitekture. Predivna priroda, parkovi, obalna šetnica i uređene plaže godinama privlače turiste iz Europe, ali i iz cijelog svijeta. U sljedećoj tablici prikazan je turistički promet grada Opatije u 2019., 2020. i 2021. godini.

**Tablica 3.** Turistički promet grada Opatije za 2019., 2020., i 2021. godinu

| GOSTI               | DOLASCI |         |         | NOĆENJA |         |           |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
|                     | 2021.   | 2020.   | 2019.   | 2021.   | 2020.   | 2019.     |
| <b>Domaći gosti</b> | 71.569  | 43.612  | 64.878  | 158.715 | 106.780 | 149.148   |
| <b>Strani gosti</b> | 166.024 | 91.685  | 357.723 | 689.793 | 383660  | 1.128.062 |
| <b>UKUPNO</b>       | 237.593 | 135.297 | 422.601 | 848.508 | 490.440 | 1.277.210 |

Izvor: obrada autora:

prema(<https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20%20god%C5%A1njeg%20programa%20rada%202021.pdf> 23.01.2023.)

Na području grada Opatije u 2021. godini boravilo je 237.593 gostiju, koji su ostvarili 848.508 noćenja, što je za 102.296 više gostiju i za 358.068 više noćenja u odnosu na isto razdoblje u 2020. godini. Po broju dolazaka i noćenja u 2021. godini prevladavaju strani gosti koji su ostvarili 689.793 noćenja što je za 306.133 više u odnosu na 2020. godinu. Domaći gosti ostvarili su 158.715 noćenja što je povećanje od 51.935 gostiju u odnosu na 2020. godinu.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> <https://opatija.hr/opci-podaci/o-opatiji/> 23.01.2023.

<sup>28</sup> <https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20%20god%C5%A1njeg%20programa%20rada%202021.pdf> 23.01.2023.

Osim znamenitosti, mora i neodoljivih plaža brojne turiste privlači i vrhunski smještaj. Opatija nudi razne vrste smještaja, od hotela koji se ističu svojom arhitekturom do privatnog smještaja u kojem se ističu ekskluzivne kuće za odmor i apartmani.<sup>29</sup>

Velik broj Opatijskih hotela smještena je uz samu obalu te pruža predivan pogled na more i obližnje otoke. To je jedan od glavnih razloga zašto gosti za svoj boravak biraju upravo hotele. Smještaj u hotelima vrlo je rasprostranjen kod poslovnih ljudi zbog njihove vrhunske opremljenosti kongresnim dvoranama te sadržajima poput bazena, *wellness* programa i raznih drugih mogućnosti kojima mogu popuniti svoje slobodno vrijeme.

**Tablica 4.** Hotelski smještajni kapacitet na području grada Opatije za razdoblje 2019., 2020. i 2021. godine

| Smještajni kapaciteti   | 2021        |              | 2020        |              | 2019        |              |
|-------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|                         | Broj hotela | Broj kreveta | Broj hotela | Broj kreveta | Broj hotela | Broj kreveta |
| <b>Hoteli</b>           |             |              |             |              |             |              |
| <b>5 zvjezdica</b>      | 7           | 922          | 7           | 922          | 7           | 922          |
| <b>4 zvjezdica</b>      | 18          | 3.374        | 18          | 3.374        | 18          | 3.474        |
| <b>3 zvjezdica</b>      | 5           | 715          | 5           | 715          | 5           | 615          |
| <b>Pansion standard</b> | 1           | 18           | 1           | 18           | 1           | 18           |
| <b>Integralni hotel</b> | 0           | 0            | 0           | 0            | 1           | 12           |
| <b>Lječilište</b>       | 1           | 110          | 1           | 110          | 1           | 110          |
| <b>Ukupno</b>           | 32          | 5.139        | 32          | 5.139        | 33          | 5.151        |

Izvor: obrada autora:

<https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/Izvrje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20%20god%C5%A1njeg%20programa%20rada%202021.pdf> 23.01.2023.

<sup>29</sup> <https://www.visitopatija.com/smjestaj-t181> 23.01.2023.

Smještajni kapacitet na području grada Opatije za 2021. godinu doseže brojku od 9.743 kreveta, od toga, 5.139 kreveta pripada hotelskom smještaju (53%) dok 4.604 kreveta pripadaju obiteljskom smještaju (47%). Obiteljski smještaj podrazumijeva kuće za odmor, obiteljske apartmane, sobe, koji mogu biti kategorizirani od jedne do pet zvjezdica.

**Tablica 5.** Obiteljski smještajni kapacitet na području grada Opatije za razdoblje 2019., 2020. i 2021. godine

| Smještajni kapaciteti | 2021          |              | 2020          |              | 2019          |              |
|-----------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                       | Broj objekata | Broj kreveta | Broj objekata | Broj kreveta | Broj objekata | Broj kreveta |
| <b>5 zvjezdica</b>    | 116           | 635          | 92            | 529          | 83            | 487          |
| <b>4 zvjezdica</b>    | 410           | 1.614        | 382           | 1.549        | 396           | 1.590        |
| <b>3 zvjezdica</b>    | 530           | 2.114        | 534           | 2.220        | 577           | 2.337        |
| <b>2 zvjezdica</b>    | 45            | 209          | 55            | 239          | 239           | 274          |
| <b>1 zvjezdica</b>    | 8             | 32           | 8             | 32           | 8             | 32           |
| <b>Ukupno</b>         | 1.109         | 4.604        | 1.071         | 4.569        | 1.303         | 4.720        |

Izvor: obrada autora:

<https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/Izvj%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20%20god%C5%A1njeg%20programa%20rada%202021.pdf> 23.01.2023.

Privatni smještaj bilježi rast kapaciteta (kreveta) u smještaju kategoriziranom s 5 zvjezdica i to za 20% u odnosu na 2020. godinu. U 2021. godini registrirano je 1 109 objekata namijenjenih obiteljskom smještaju koje sadrže 4 604 kreveta. Najviše objekata bilo je kategorizirano sa 3 zvjezdice, a najmanje ih je bilo kategorizirano sa 1 zvjezdicom.

### 3.2. Kongresni centri

Opatija kao jedna od hrvatskih najpoznatijih kongresnih centara godišnje ugosti više od 500 različitih poslovnih skupova. Široki raspon kongresnih kapaciteta omogućava održavanje više skupova istovremeno. Veliki broj kongresa u Opatiji je tradicionalan i nacionalnog značaja, a svake

godine raste broj kongresa međunarodnog karaktera.<sup>30</sup> Kongresni kapaciteti kojima raspolažu hoteli u gradu Opatiji prikazani su u sljedećoj tablici.

**Tablica 6.** Kongresni kapaciteti hotela na području grada Opatije

| <b>Hotel</b>                           | <b>Kategorizacija</b> | <b>Broj dvorana</b> | <b>Smještajne jedinice</b> | <b>Kapacitet najveće dvorane</b> |
|--|-----------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------------|
| <b>Hotel Ikador</b>                    | 5*                    | 1                   | 16                         | 16                               |
| <b>Design Hotel Navis</b>              | 5*                    | 1                   | 44                         | 40                               |
| <b>Hotel Milenij</b>                   | 5*                    | 2                   | 96                         | 220                              |
| <b>Hotel Ambassador</b>                | 5*                    | 8                   | 243                        | 515                              |
| <b>Hotel Mozart</b>                    | 5*                    | 2                   | 29                         | 120                              |
| <b>Hotel Royal</b>                     | 4*                    | 1                   | 54                         | 950                              |
| <b>Heritage Hotel Imperial</b>         | 4*                    | 1                   | 121                        | 400                              |
| <b>Hotel Lauras</b>                    | 4*                    | 1                   | 24                         | 150                              |
| <b>Hotel Kvarner</b>                   | 4*                    | 2                   | 82                         | 900                              |
| <b>Grand Hotel 4 Opatijska Cvijeta</b> | 4*                    | 10                  | 149                        | 450                              |
| <b>Hotel Palace Bellevne</b>           | 4*                    | 3                   | 221                        | 100                              |
| <b>Hotel Admiral</b>                   | 4*                    | 4                   | 200                        | 170                              |
| <b>Bristol Hotel Opatija</b>           | 4*                    | 2                   | 78                         | 150                              |
| <b>Grand Hotel Adriatic</b>            | 4*/ 3*                | 8                   | 315                        | 550                              |
| <b>UKUPNO</b>                          |                       | <b>46</b>           | <b>1.672</b>               | <b>4.731</b>                     |

<sup>30</sup> <https://www.opatija-convention.com/kongresne-dvorane/> 24.01.2023.

Izvor: obrada autora: <https://www.opatija-convention.com/kongresne-dvorane/> 24.01.2023.

Kongresna ponuda Opatije sadrži 53 dvorane različitih veličina, za organizaciju malih i srednjih skupova maksimalnog kapaciteta do 9.188 sudionika. Šest je velikih dvorana za više od 500 sudionika. Najveći kapacitet dvorane nudi Hotel Royal koji se nalazi u mirnom i intimnom dijelu grada. Kongresni kapacitet se sastoji od velike dvorane koja može primiti 950 osoba. Pogodan je za održavanje različitih vrsta poslovnih skupova i manifestacija te privatnih događanja. Uz dvoranu nalazi se otvorena terasa koja je idealna za popratne kongresne aktivnosti.<sup>31</sup>

**Slika 1.** Hotel Royal – kongresna dvorana



Izvor: <https://www.amadriapark.com/hr/amadria-park-royal-event-hall-2/> 24.01.2023.

Najmanji kongresni kapacitet ima ekskluzivni hotel Ikador koji je najnoviji hotel na Opatijskoj rivijeri. U sklopu hotela nalazi se dvorana koja je namijenjena za sastanke ili poslovne događaje. Dvorana ima mogućnosti odvajanja od ostalog prostora, a namijenjena je za 16 osoba. Ikador ima 16 predivnih soba, vrhunski *a la cart* restoran, *wellness* centar, vanjski bazen te privatnu plažu. Prostor je namijenjen za uživanje i relaksaciju uz luksuzne programe i tretmane.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> <https://www.opatija-convention.com/hotel-royal/> 24.01.2023.

<sup>32</sup> <https://www.opatija-convention.com/ikador/> 24.01.2023.

**Slika 2.** Hotel Ikador – kongresna dvorana



Izvor: <https://www.visitopatija.com/ikador-luxury-boutique-hotel-and-spa-5-p1928> 24.01.2023.

Hotel s najdužom tradicijom u kongresnom turizmu na hrvatskoj obali ima Grand Hotel Adriatic. Grand Hotel Adriatic godišnje ugosti više od stotinu domaćih i međunarodnih kongresa. Velika kongresna dvorana ima 550 sjedećih mjesta, a kongresni centar čini još sedam manjih dvorana i sala za sastanke koje mogu primiti od 15 do 150 osoba. 2020. godine završeno je uređenje nove moderne dvorane za svečana događanja. Grand dvorana s otvorenim pogledom na cijeli Kvarner nudi beskrajne mogućnosti za održavanja raznih svečanih večera i drugih događaja. Nakon poslovnih skupova gostima se nudi opuštajući *wellness* s pogledom na Kvarner te vanjski bazen.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> <https://www.opatija-convention.com/grand-hotel-adriatic-3/> 24.01.2023.



**Slika 3.** Grand Hotel Adriatic – kongresna dvorana



Izvor: <https://www.poslovniturizam.com/objekt/grand-hotel-adriatic/72/> 24.01.2023.

Svaka dvorana u kojoj se održavaju kongresi treba biti dobro opremljena. Treba imati odgovarajuću tehničku opremu u dvoranama i izvan njih. Ona uključuje LED projektor, platna, razglas, slušalice, prevoditeljske usluge, prijemnike, brz Internet te usluge hrane i pića na mjestu izvođenja kongresa. Osim gore navedenih kongresnih kapaciteta u hotelskim objektima, grad Opatija raspolaže i javnim kongresnim mjestima koji su vidljivi u tablici 7.

**Tablica 7.** Kongresni kapacitet javnih mjesta na području grada Opatije

| <b>Mjesta</b>                            | <b>Broj dvorana</b> | <b>Kapacitet najveće dvorane</b> |
|--|---------------------|----------------------------------|
| <b>Centar Gervais</b>                    | 3                   | 500                              |
| <b>Sportska dvorana Marino Cvetković</b> | 2                   | 1.217                            |
| <b>Kulturni dom Zora</b>                 | 1                   | 120                              |
| <b>Villa Antonio</b>                     | 1                   | 120                              |
| <b>Ljetna pozornica</b>                  | -                   | 2.500                            |
| <b>UKUPNO</b>                            | <b>7</b>            | <b>4.457</b>                     |

Izvor: obrada autora: <https://www.opatija-convention.com/kongresne-dvorane/> 24.01.2023.

Osim hotela Opatija nudi i pet javne prostore u kojima se mogu održati razni kongresi, sastanci, manifestacije, a to su: Sportska dvorana Marino Cvetkovic, Ljetna pozornica, Kulturni dom Zora, Villa Antonio te Centar Gervais, koji je jedan od najtraženijih lokacija za organizaciju raznih događanja i manifestacija. Centar Gervais otvoren je 2017. godine kao multifunkcionalni centar namijenjen održavanju konferencija, poslovnih i kulturnih događaja. Smješten je u užem centru grada, a u samo par minuta hoda može se doći do većine Opatijskih hotela. Centar Gervais ima veliku kazališnu dvoranu koja može zaprimiti 500 sudionika, a u prizemlju jednu manju dvoranu koja se može podijeliti na tri manja prostora. U objektu se nalaze ugostiteljski sadržaji u kojem posjetitelji mogu uživati i opustiti se nakon obavljenog posla.<sup>34</sup>

**Slika 4.** Centar Gervais – kongresna dvorana



Izvor: <https://www.fiuman.hr/centar-gervais-i-iducih-dana-nudi-vrlo-atraktivn-program-uz-predstave-i-filmove/> 24.01.2023.

Najveći broj sudionika i to čak 2.500 može primiti Ljetna pozornica kao jedna od rijetkih otvorenih pozornica na Mediteranu. Nalazi se na zelenom “poluotoku” znamenitog opatijskog parka Angiolina, odmah uz more.

---

<sup>34</sup> <https://www.opatija-convention.com/centar-gervais/> 24.01.2023.

**Slika 5.** Ljetna pozornica u Opatiji



Izvor: <https://www.visitopatija.com/ljetna-pozornica-u-opatiji-okupljaliste-ljubitelja-dobre-zabave-p483> 24.01.2023.

Ljetna pozornica ima veliku centralnu pozornicu kapaciteta 2.500 sjedećih tj. 5.000 stajaćih mjesta. Idealna je za razne scenske, glazbene ili kombinirane umjetničke forme. Uz centralnu pozornicu nalazi se i mala ljetna pozornica s 600 sjedećih mjesta. Publika stvara intimniji ugođaj, interakciju među prisutnima i veću koheziju. Cijeli prostor je pogodan i za domjenke, zabave, kongrese, *teambuilding* i slične događaje. Grad Opatija ima prednost što su kongresne dvorane smještene na različitim mjestima, pa istovremeno može biti veći broj kongresa u gradu na različitim lokacijama.<sup>35</sup>

### **3.3. SWOT analiza kongresnog turizma u Opatiji**

SWOT analiza je sredstvo za analizu i procjenu kvalitativnih pokazatelja trenutnog stanja sagledavajući vanjske i unutarnje čimbenike pomoću kojih bi se došlo do najboljeg načina za ostvarenja zadanih ciljeva. Tablica 8. prikazuje SWOT analiza trenutnog stanja kongresnog turizma grada Opatije.

---

<sup>35</sup> <https://www.visitopatija.com/ljetna-pozornica-u-opatiji-okupljaliste-ljubitelja-dobre-zabave-p483> 24.01.2023.

**Tablica 8.** SWOT analiza kongresnog turizma Opatije

| <b>SNAGE</b>  | <b>SLABOSTI</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dugogodišnja tradicija kongresnog turizma</li> <li>• Vodeća kongresna destinacija u Hrvatskoj</li> <li>• Prirodni resursi</li> <li>• Kulturno - povijesna baština</li> <li>• Hoteli visoke kategorije sadržajno prilagođeni potrebama gostiju</li> <li>• Ekološka očuvanost prostora</li> <li>• Sigurnost destinacije</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljni kongresni kapaciteti za više od 1000 osoba</li> <li>• Sezonalnost turizma</li> <li>• Slaba prometna povezanost</li> <li>• Zastarjela infrastruktura</li> <li>• Neiskorištenost kapaciteta tokom godine</li> <li>• Nekonkurentnost na međunarodnom tržištu</li> </ul> |
| <b>PRILIKE</b>  | <b>PRIJETNJE</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost poboljšanja turističke ponude</li> <li>• Mogućnost poboljšanja kongresne infrastrukture</li> <li>• Privlačenje investitora</li> <li>• Porast kvalitete usluga</li> <li>• Kreiranje novih sadržaja i aktivnosti</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastući broj konkurenata u susjednim gradovima</li> <li>• Slabo poduzetničko okruženje</li> <li>• Nemogućnost privlačenja investitora</li> </ul>  |

Izvor: obrada autora prema podacima Visit Opatija

Grad Opatija je turističko odredište sa dugogodišnjom kongresnom tradicijom i jakim turističkim potencijalom. Jedna je od vodećih kongresnih destinacija u Hrvatskoj, a kongresne usluge temelji na malim i srednjim konferencijama. Opatija obiluje prirodnim resursima te kulturno-povijesnom baštinom. Uz bogatu kulturno povijesnu i prirodnu baštinu Opatija nudi visokokategorizirane hotelske smještaje kako bi se posjetitelji osjećali ugodno i opušteno. Sukladno bogatoj prirodnoj baštini Opatija ulaže u očuvanjem te se nastoji odgovorno i održivo odnositi prema prirodi. U današnje vrijeme jedna od bitnijih elemenata kod putovanja je sigurnost, Opatija je sigurna destinacija budući da ima izrazito nisku razinu kriminala.

Budući da su hoteli orijentirani na male i srednje kongrese, Opatija nema razvijene kapacitete za održavanje većih, tj. nema kapacitete za prihvat više od 1.000 osoba. Problem hrvatskog turizma je sezonalnost koja obilježava masovnost, sunce, more i odmor. Jedna od slabosti s kojom se susreće Opatija je slaba prometna povezanost s hrvatskim i europskim gradovima, zastarjela infrastruktura te neiskorištenost kapaciteta tokom cijele godine, Opatiju ne čini konkurentnom na međunarodnom kongresnom tržištu. Tijekom sezone dolazi do zagušenosti glavnih prometnica u gradu. Slaba zračna povezanost tijekom cijele godine s europskim tržištem omogućuje Opatiji organiziranje skupova koji su dostupni samo najbližim emitivnim tržištima. Napredak na tom području moguć je uz investiranje u daljnji razvoj destinacije.

Opatija je izložena globalnoj konkurenciji poslovnoga turizma pa se mora suočiti s novim zahtjevima na tržištu. Kako bi bila konkurentna na tržištu poslovnoga turizma, mora iskoristiti svoje prilike i predvidjeti buduće događaje. Daljnja ulaganja u destinaciju omogućavaju Opatiji usavršavanje ponude za posjetitelje, mogućnost poboljšanja starih i otvaranje novih kongresnih kapaciteta, izgradnja i popravak prometne infrastrukture te stvaranje zanimljivijih i kvalitetnijih sadržaja.

Razvoj kongresnih destinacija u okolini grada predstavlja prijetnju kongresnom turizmu Opatije. Loša gospodarska situacija i slabe investicije su glavni čimbenik stagnacije razvoja kongresnog turizma Opatije. Nepovoljni uvjeti za ulagače i investitore te loša državna regulativa utječu na slabi odaziv međunarodnih i domaćih investitora.

## 4. Kongresni turizam grada Dubrovnika

Grad Dubrovnik jedan je od najljepših mediteranskih gradova i vodeća kongresna destinacija koja je domaćin raznim domaćim i međunarodnim skupovima. Dugogodišnje iskustvo i brojne mogućnosti za organizaciju jedinstvenih i nezaboravnih događaja čine Dubrovnik najvažnijim kongresnim odredište Hrvatske. 2015. godine proglašen je jednom od tri najbolje kongresne destinacije Srednje i Jugoistočne Europe uz Prag i Istanbul. Što prikazuje Dubrovnik kao kvalitetno kongresnu – turističku destinaciju.<sup>36</sup>

Kongresni turizam na području grada Dubrovnika odvija se najčešće tijekom proljeća i jeseni, kada Dubrovnik ugošćuje međunarodne skupove, konferencije i kongrese. Hoteli Dubrovnik Palace, Grand hotel Park, Grand Villa Argentina, Excelsior, Bellevue, Importanne Resort, Valamar Lacroma Resort samo su neki od domaćina najvećeg broja poslovnih seminara, kongresa i sastanaka.<sup>37</sup>

Dubrovnik na raspolaganju ima oko 8.000 kongresnih mjesta u hotelima i drugim objektima u kojima se održavaju kongresi kapaciteta od 100 do 700 sudionika. Kako bi ojačao svoju poziciju na svjetskoj kongresnoj i kulturnoj sceni planira se izgraditi multifunkcionalni kongresno-izložbeni centar koji će moći primiti od 2.500 do 3.000 sudionika.<sup>38</sup>

Osim u luksuznim hotelima poslovni susreti se mogu organizirati u povijesnim prostorima, srednjovjekovnim tvrđavama ili renesansnim palačama što čine dodatnu atrakciju za sudionike skupova i kongresa. Nakon poslovnih obveza gosti mogu uživati u vrhunskim ugostiteljskim objektima koje pružaju nezaboravan pogled na Jadransko more ili zalazak sunca.

---

<sup>36</sup> <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/dubrovnik/2/> 26.01.2023.

<sup>37</sup> Ibid. 26.01.2023.

<sup>38</sup> [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](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) 26.01.2023.

## 4.1. Opća obilježja grada Dubrovnika

Grad Dubrovnik smješten je na samom jugu Hrvatske i je jedan od najutjecajnijih hrvatskih turističkih destinacija. Na UNESCO-vu listu svjetske baštine smješten je 1979. godine, čime je Stari grad postao međunarodno prepoznat simbol Dubrovnika i glavni razlog posjeta mnogobrojnih turista.

Grad okružuje 1 940 metara duge zidine koje su očuvane još iz 17. stoljeća. Zidine su najprepoznatljiviji detalj Grada koji posjetitelje ostavlja bez daha pružajući predivan pogled na grad, luku, okolne otoke, Stradun i dr. Glavna i omiljena ulica Stradun nalazi se u samom srcu grada, a na njemu se odvijaju brojne manifestacije koje prikazuju povijest i kulturu grada. Dubrovnik tijekom ljeta vrvi turistima, koje privlače brojni događaji i festivali, od koji su najznačajnije: Dubrovačke ljetne igre, Festa Sv. Vlaha, Libertas film festival i brojni drugi.<sup>39</sup>

Tablica 9. Dolasci po tipu objekta za 2019., 2020. i 2021. godinu

| Smještajni kapaciteti                           | DOLASCI        |                |                  |
|---|----------------|----------------|------------------|
|   | 2021           | 2020           | 2019             |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | 206.428        | 76.500         | 480.293          |
| <b>Hoteli</b>                                   | 248.694        | 125.504        | 815.503          |
| <b>Nekomercijalni smještaj</b>                  | 3.854          | 2.135          | 5.294            |
| <b>Kampovi</b>                                  | 19.703         | 4.466          | 29.101           |
| <b>Ostali ugostiteljski objekti za smještaj</b> | 44.107         | 13.703         | 114.571          |
| <b>UKUPNO</b>                                   | <b>522.786</b> | <b>222.308</b> | <b>1 444.762</b> |

Izvor: obrada autora:

[https://tzdubrovnik.hr/user\\_files/novak/Izvj%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf](https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvj%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf) 26.01.2023.

<sup>39</sup> <http://www.meetdubrovnik.com/hr/dubrovnik-festivali-manifestacije/> 26.01.2023.



Na području grada Dubrovnika prema podacima iz sustava eVisitor i Turističke zajednice grada u 2021. godini ostvareno je 522.786 dolazaka, što je ukupno za 300.478 više dolazaka nego u 2020. godini. Od ukupnog broja turista, njih 468.791 su bili strani turisti, dok je 53.995 bilo domaćih turista.<sup>40</sup>

**Tablica 10.** Noćenja po tipu objekta za 2019., 2020. i 2021. godinu

| Smještajni kapaciteti                           | NOĆENJA   |         |           |
|---|-----------|---------|-----------|
|   | 2021      | 2020    | 2019      |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | 785.129   | 331.087 | 1 594.156 |
| <b>Hoteli</b>                                   | 893.648   | 390.610 | 2 321.621 |
| <b>Nekomercijalni smještaj</b>                  | 53.410    | 40.715  | 77.760    |
| <b>Kampovi</b>                                  | 46.487    | 10.721  | 71.092    |
| <b>Ostali ugostiteljski objekti za smještaj</b> | 146.297   | 49.890  | 313.134   |
| <b>UKUPNO</b>                                   | 1.924.971 | 823.023 | 4 377.763 |

Izvor: obrada autora:

[https://tzdubrovnik.hr/user\\_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf](https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf) 26.01.2023.

Posjetitelji grada Dubrovnika na raspolaganju imaju razne smještajne kapaciteti od hotela, vila, apartmana, kuća za odmor, hostela i kampova. Tijekom 2021. godine u svim smještajima ostvareno je 1.924.971 noćenja, dok je u 2020. godini ostvareno 823.023 noćenja. Domaći posjetitelji ostvarili su 155.542 noćenja, dok su stranci ostvarili 1.769.429 noćenja. Sveukupno ostvarenje turističkog prometa u 2021. godini je 522.786 dolazaka i 1.924.971 noćenja.<sup>41</sup>

<sup>40</sup>[https://tzdubrovnik.hr/user\\_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf](https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf) 26.01.2023.

<sup>41</sup>[https://tzdubrovnik.hr/user\\_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf](https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf) 26.01.2023.



Dubrovnik je popularno ljetno-odmorišna turistička destinacija kao i poznata kongresna destinacija. Jedan je od značajnijih oblika turizma na području Dubrovnika je upravo kongresni turizam koji utječe na turistički promet i uspješno produljuje turističku sezonu.

## 4.2. Kongresni centri

Dubrovnik kao kongresna i insentive destinacija nudi brojne mogućnosti za organizaciju jedinstvenih i doista nezaboravnih događanja. Njegova prednost ogledava se u bogatoj povijesnoj i kulturnoj baštini spojenoj s prekrasnom prirodom. U kombinaciji s visokokvalitetnom kongresnom i smještajnom infrastrukturom grad Dubrovnik čini nezaobilaznom destinacijom za organizatore događaja. U tablici 11. prikazani su najznačajniji kongresni kapaciteti hotela na području grada Dubrovnika.

Tablica 11. Kongresni kapacitet hotela na području grada Dubrovnika

| <b>Hotel</b>                         | <b>Kategorizacija</b> | <b>Broj dvorana</b> | <b>Smještajne jedinice</b> | <b>Kapacitet najveće dvorane</b> |
|--------------------------------------|-----------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------------|
| <b>Grand Villa<br/>Argentina</b>     | 5*                    | 8                   | 168                        | 200                              |
| <b>Sun Gardens<br/>Dubrovnik</b>     | 5*                    | 8                   | 408                        | 900                              |
| <b>Hilton Imperial<br/>Dubrovnik</b> | 5*                    | 9                   | 149                        | 234                              |
| <b>Hotel Bellevue<br/>Dubrovnik</b>  | 5*                    | 5                   | 91                         | 200                              |
| <b>Hotel Dubrovnik<br/>Palace</b>    | 5*                    | 10                  | 308                        | 750                              |
| <b>Hotel Excelsior<br/>Dubrovnik</b> | 5*                    | 6                   | 158                        | 650                              |
| <b>Hotel Kazbek</b>                  | 5*                    | 2                   | 13                         | 40                               |
| <b>Hotel More</b>                    | 5*                    | 2                   | 37                         | 60                               |

|   |    |            |              |              |
|---|----|------------|--------------|--------------|
| <b>Importane Hotels<br/>&amp; Resorts</b>                   | 5* | 14         | 371          | 500          |
| <b>Hotel Rixos<br/>Libertas</b>                             | 5* | 7          | 310          | 900          |
| <b>Valamar Collection<br/>Dubrovnik<br/>President Hotel</b> | 5* | 2          | 292          | 402          |
| <b>Hotel Valamar<br/>Argosy</b>                             | 4* | 2          | 308          | 80           |
| <b>Valamar Lacroma<br/>Dubrovnik</b>                        | 4* | 15         | 401          | 1.200        |
| <b>Hotel Lapad</b>  | 4* | 2          | 163          | 150          |
| <b>Hotel Lero</b>   | 4* | 2          | 180          | 120          |
| <b>Hotel Uvala</b>  | 4* | 2          | 51           | 50           |
| <b>Hotel Petka</b>  | 3* | 4          | 104          | 250          |
| <b>Hotel Komodor</b>  | 3* | 1          | 63           | 50           |
| <b>UKUPNO</b>   |    | <b>101</b> | <b>3.575</b> | <b>6.736</b> |

Izvor: obrada autora: <https://www.poslovniturizam.com/trazi/kongresni-prostori/regija/dalmacija-dubrovnik/grad/Dubrovnik/26.01.2023>.

Predvodnici kongresnog tuizma u gradu Dubrovniku su veliki hoteli i resorti, od kojih se najviše ističe hotel Valamar Lacrome Dubrovnik. To je najveći kongresni hotel u gradu koji je ujedno i nositelj prestižne nagrade "*World Travel Award*" kao vodeći poslovni hotel u Hrvatskoj. Smješten je u mediteranskom zelenilu poluotoka Babin kuk nedaleko od stare gradske jezgre Dubrovnika. Hotel Valamar Lacroma Dubrovnik ima bogat kongresni sadržaj koji će ostaviti izuzetan dojam na sudionike kongresa. Hotel se sastoji od glavne dvorane za 1.200 sudionika, nekoliko manjih dvorana, a tu je i stručno osoblje koje stoji na raspolaganju gostima.<sup>42</sup>

<sup>42</sup> <https://www.poslovniturizam.com/objekt/valamar-lacroma-dubrovnik/164/> 01.02.2023.

**Slika 6.** Valamar Lacroma Dubrovnik - kongresna dvorana



Izvor: <https://www.poslovniturizam.com/objekt/valamar-lacroma-dubrovnik/164/> 01.02.2023.

U posljednjih nekoliko godina ulagalo se u realizaciju velike investicije kako bi se kongresna ponuda i kongresni kapaciteta grada unaprijedili. Jedna od velikih investicija bila je izgradnja hotela *Royal Princess* koji se nalazi u sklopu *Importanne Hotels & Resorts*. Hotel se nalazi na samo nekoliko koraka od Jadranskog mora i najljepše šetnice u Dubrovniku.<sup>43</sup> Izgradnja luksuznog *Royal Princess* hotel sa svojom velikom kongresnom dvoranom te sedam manjih dvorana za sastanke, upotpunila je i podigla kongresnu ponudu Dubrovnik na veću razinu. Najveća dvorana u kongresnom centru može primiti do 500 sudionika s ukupno 14 polivalentnih dvorana opremljenih najsuvremenijom opremom.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> <https://www.fashion.hr/lifestyle/putovanja/kako-ce-izgledati-novi-dubrovacki-luksuzni-hotel-126796.aspx> 01.02.2023.

<sup>44</sup> <https://www.poslovniturizam.com/vijesti/importanne-resort-poslovna-dogadanja-uz-miris-mediterana-i-pogled-na-dubrovacke-grebene/1804/> 01.02.2023.

**Slika 7.** Hotel *Royal Princess* - kongresna dvorana



Izvor: <https://www.royaldubrovnik.com/hr/sastanci-i-dogadanja/> 01.02.2023.

Za potrebe skupova i kongresa Dubrovnik osim hotela ima i tzv. „posebne prostore“ u koje se ubrajaju kazališni i koncertni prostori, kina, prostori na fakultetima i sl. Neka od tih mjesta su: tvrđava Lovrijenac, palača Sponza, Vjećnica, Gradsko kazalište Marin Držić i dr. U tablici 12. navedeni su najznačajniji povijesni prostori grada Dubrovnika za kongresna okupljanja.

**Tablica 12.** Povijesni prostor grada Dubrovnika za kongresna okupljanja

| <b>Mjesta</b>                  | <b>Kapacitet najveće dvorane</b> |
|--------------------------------|----------------------------------|
| <b>Tvrđava Lovrijenac</b>      | 800                              |
| <b>Tvrđava Revelin</b>         | 500                              |
| <b>Palača Sponza</b>           | 100                              |
| <b>Knežev dvor</b>             | 120                              |
| <b>Kazalište Marina Držića</b> | 240                              |
| <b>Samostan svete Klare</b>    | 120 - 600                        |
| <b>Etnografski muzej</b>       | 150                              |
| <b>Umjetnička galerija</b>     | -                                |
| <b>UKUPNO</b>                  | <b>2.030 – 2.510</b>             |

Izvor: obrada autora prema: [https://tzdubrovnik.hr/sp/ku/lang/en/index\\_ku.html](https://tzdubrovnik.hr/sp/ku/lang/en/index_ku.html) 01.02.2023.

Jedan od najvećih posebnih prostora za organizaciju događanja je Klarisa, ugostiteljski prostor u sklopu samostana svete Klare iza Velike Onofrijeve fontane, koji može ugostiti ukupno 600 osoba na otvorenom i unutarnjem prostoru.<sup>45</sup>

**Slika 8.** Samostan sv. Klare



Izvor: <https://www.godubrovnik.com/hr/gastro/najbolje-od-dubrovacke-gastronomije/klarisa> 01.02.2023.

Tvrđava Lovrijenac je smještena izvan gradskih zidina, na hridi visokoj 37 metara te se smatra simbolom slobode Dubrovnika, a nerijetko se naziva i "dubrovački Gibraltar". Tvrđava može ugostiti do 500 ljudi koji mogu uživati uz neodoljiv pogled na grad Dubrovnik.<sup>46</sup>

**Slika 9.** Tvrđava Lovrijenac



<sup>45</sup> [https://tzdubrovnik.hr/sp/ku/lang/en/index\\_ku.html](https://tzdubrovnik.hr/sp/ku/lang/en/index_ku.html) 01.02.2023.

<sup>46</sup> <https://nikoo.eu/ad/tvrđava-lovrijenac-dubrovnik/> 01.02.2023.



Izvor: <https://dubrovnikevent.com/venues/lovrijenac/> 01.02.2023.

Veličanstvena palača Sponza, smještena u samom središtu dubrovačkog Starog grada. Jedna je od najpoznatijih dubrovačkih građevina koja je idealna za razne događaje. Danas je višenamjenski prostor u kojoj se nalazi gradski arhi, galerijski prostor za izmjenu umjetničkih izložbi, mjesto otvaranja Dubrovačkih ljetnih igara, ali i popularno mjesto za ekskluzivne gala večere i sastanke čiji je kapacitet 100 sudionika.<sup>47</sup>

**Slika 10.** Palača Sponza



Izvor: <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/krece-obnova-palace-sponza-u-dubrovniku-a-za-nju-je-prikupljeno-4-7-milijuna-kuna-20220412> 01.02.2023.

Gore navedeni povijesni prostori zanimljivi su zbog svog ambijenta i povijesnog šarma koji mogu uveličati svaki događaj od svečanih domjenaka i večera do raznih konferencija kongresa i drugih manifestacija.

### **4.3. SWOT analiza kongresnog turizma u Dubrovniku**

U nastavku slijedi SWOT analiza koja se odnosi na kongresni turizam grada Dubrovnika. U tablici 13. prikazane su najvažnije snage, slabosti, prilike i prijetnje vezane za kongresni turizam Dubrovnika.

---

<sup>47</sup> <https://kongres-magazine.eu/2021/03/special-venues-sponza-palace-dubrovnik/> 01.02.2023.

**Tablica 13.** SWOT analiza kongresnog turizma Dubrovnika

| <b>SNAGE</b>  | <b>SLABOSTI</b>   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturna i povijesna baština pod zaštitom UNESCO-a</li> <li>• Kvalitetna ugostiteljska i <i>catering</i> ponuda</li> <li>• Smještaj visoke kategorije sadržajno prilagođeni potrebama gostiju</li> <li>• Visokokvalitetni kongresni kapaciteti</li> <li>• Međunarodni imidž destinacije</li> <li>• Sigurna turistička destinacija</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sezonalnost turizma</li> <li>• Nedostatak manifestacija izvan sezone</li> <li>• Nema kongresne dvorane koja može primiti više od 1.200 sudionika</li> <li>• Loša prometna povezanost s ostatkom Hrvatske</li> <li>• Velike gužve tijekom sezone</li> <li>• Visoke cijene u ugostiteljstvu</li> </ul> |
| <b>PRILIKE</b>  | <b>PRIJETNJE</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastu trend organiziranja malih kongresa</li> <li>• Mogućnost korištenja EU fondova</li> <li>• Produljenje turističke sezone kongresnim turizmom</li> <li>• Izgradnji kongresnog centra koji će imati veće prihvatne kapacitete</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Učestala izmjena pravno - regulativnih okvira Hrvatskih zakonodavstava</li> <li>• Odlazak visokoobrazovno radno sposobne snage u inozemstvo</li> <li>• Rastući broj turista utječe na onečišćenje i zagađenje okoliša</li> <li>• Ograničenost imidža grada na „sunce i more“</li> </ul>              |

Izvor: obrada autora prema podacima Strateški plan Grada Dubrovnika 2018. - 2020.

Najveće prednosti Dubrovnika kao jedne od vodećih hrvatskih kongresnih destinacija vidi se u bogastvu kulturno-povijesne baštine koja se nalazi pod zaštitom UNESCO-a, a pogoduju mu i kvalitetna ugostiteljska, hotelska i *catering* ponuda. Grad Dubrovnik u svojoj ponudi ima smještajni kapacitet visoke kategorizacije koji mogu zadovoljiti sve potrebe svojih gostiju. Dvadesetak hotela raspolaže kvalitetnim kongresnim kapacitetima. Sigurnost grada je jedan od glavnih elemenata kod odabra destinacije za putovanje što Dubrovnik i je jer nema terorističkih napada ili nemira. Nakon poslovnih skupova ili kongresa Dubrovnik nudi svim posjetiteljima bogatu i raznovrsnu ponudu koja upotpunjuje slobodno vrijeme gostiju.

Jedna od slabosti grada Dubrovnika je izražena sezonalnost te nedostatak manifestacija izvan sezone. Dubrovnik u svojoj ponudi nema mogućnost organiziranja većih kongresnih skupova zbog nedostatka kongresnog kapaciteta, ne postoji kongresna dvorana koja može primiti više od 1.200 sudionika. Još jedna od slabosti s kojom se susreće Dubrovnik je ograničena cestovna dostupnost sa ostatkom Hrvatske. Prenapučenost grada tijekom ljetnih mjeseci i visoke cijene ugostiteljskih usluga još je jedna od slabosti Dubrovnika.

Najveće se prilike za daljnji razvoj kongresnog turizma u Dubrovniku vide u rastućem trendu organiziranja manjih kongresnih i poslovnih skupova te dostupnosti sredstava iz strukturnih fondova EU-a. Unatoč ekonomskoj krizi koja je zahvatila svijet zabilježen je postupni oporavak i rast kongresnih tržišta u svijetu. Povrh položaja Europe kao vodeće kongresne makro regije svijeta, najveće prilike daljnjeg razvoja kongresnog turizma Dubrovnika ogledaju se u izgradnji kongresnog centra koji će moći primiti od 2.000 do 3.500 sudionika.

Učestale izmjene pravno-regulativnih okvira hrvatskog zakonodavstva te visoka razina konkurentnosti na svjetskom i europskom tržištu najveće su prijetnje Dubrovniku kao kongresnoj destinaciji. Zbog trenutne situacije u Hrvatskoj sve više mladog i obrazovnog stanovništva odlazi u inozemstvo kako bi pronašli bolje uvijete za život što se negativno odražava na potrebu za profesionalnim i stručnim kadrovima u ovom segmentu turizma, a što također rezultira nedostatnim izravnim inozemnim investicijama i slabim poduzetničkim okruženjem. Daljnji razvoj kongresnoga turizma Dubrovnika osporavaju brza pojava i promjenjivost inovacija te ograničenost isključivo na sunce i more.

Unatoč svemu navedenome, Dubrovnik relativno dobro konkurira Opatiji, ali i ostalim hrvatskim gradovima koji imaju potencijala za razvoj ove vrste turizma. Dubrovnik se nalazi na odličnoj poziciji među svjetskim kongresnim destinacijama, prema dosad dostupnim podacima ICCA-e.



## **5. Analiza rezultata anketnog istraživanja o kongresnom turizmu grada Opatije i grada Dubrovnika**

U ovom poglavlju opisani su rezultati provedeni anketnim istraživanjem. Navedeno istraživanje odnosi se na analizu elemenata koji su važni za kongresni turizam te se analizira trenutno stanje kongresne ponude u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku.

### **5.1. Predmet istraživanja**

Anketni upitnik formiran je kako bi se ovaj diplomski rad obradio što kvalitetnije. Nakon prikupljanja podataka slijedila je obrada dobivenih odgovora. Predmet istraživanja bio je utvrditi stav ispitanika prema trenutnom stanju kongresnog turizma u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku.

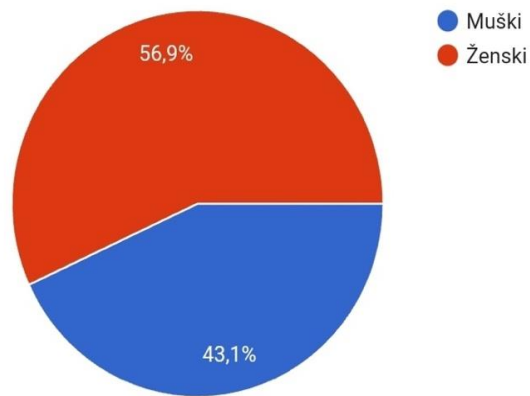
### **5.2. Metodologija istraživanja**

Korištena metoda ispitivanja u diplomskom radu je anketni upitnik. Anketni upitnik bio je postavljen na internetskoj platformi Google Forms i na taj način su prikupljeni stavovi ispitanika o kongresnoj ponudi grada Opatije i grada Dubrovnika. Svi ispitanici su dobili poveznicu kroz društvene mreže ili e-mail kako bi mogli pristupiti anketi.

### **5.3. Rezultati istraživanja**

Istraživanje koje je provedeno tijekom svibnja sudjelovalo je 109 ispitanika. Svi ispitanici su dobrovoljno sudjelovali te je istraživanje bilo anonimno. Cilj istraživanja bio je istražiti stavove i mišljenje o kongresnom turizmu s posebnim osvrtom na grad Opatiju i grad Dubrovnik. U nastavku rada biti će prikazani analizirani podaci dobiveni provedenom anketom, a započet će sa analizom sociodemografskih podataka o ispitanicima.

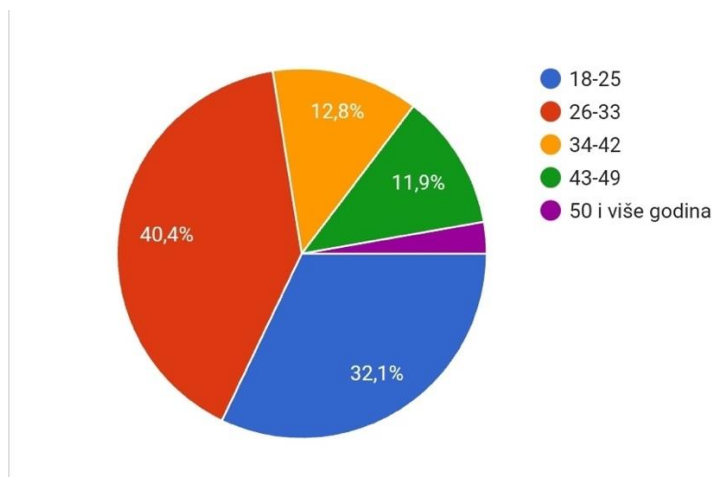
**Grafikon 2.** Spolna struktura ispitanika



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 2. prikazuje spolnu strukturu ispitanika, u kojem možemo vidjeti da veći broj ispitanika pripada ženskom spolu njih 56,9%, dok ispitanici muškog spola čine 43,1% uzorka.

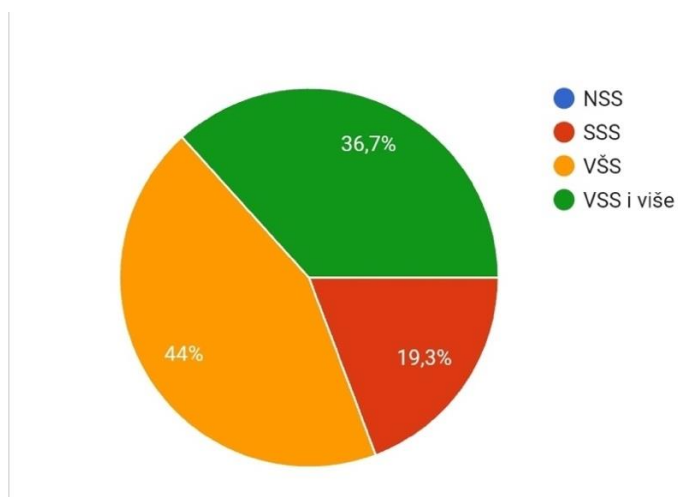
**Grafikon 3.** Struktura ispitanika prema dobi



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 3. prikazuje strukturu ispitanika prema dobi. Anketirani su pretežito bili sudionici u dobi od 26 do 33 godine (40,4%), zatim slijede ispitanici dobne skupine od 18 do 25 godina (32,1%). Ispitanika u dobi od 34 do 42 godine bilo je 14 (12,8%), a u dobi od 43 do 49 bilo je 13 (11,9%). Najmanji broj ispitanika bilo je od 50 i više godina (2,8%).

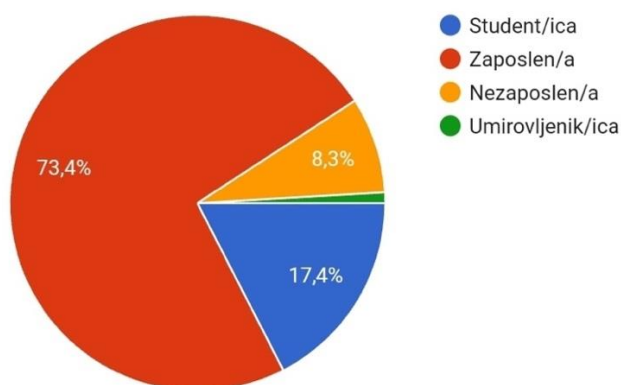
**Grafikon 4.** Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 4. prikazuje strukturu ispitanika prema završenom stupnju obrazovanja u kojem možemo vidjeti kako najveći broj ispitanika njih 44% ima VŠŠ, nešto manji postotak čine ispitanici koji imaju VŠŠ i više (36,7%). 19,3% čine ispitanici sa srednjom stručnom spremom.

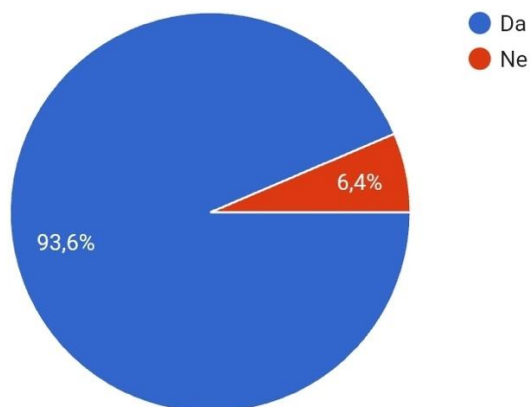
**Grafikon 5.** Struktura ispitanika prema statusu



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Iz grafikona 5. zaključujemo kako je najveći broj ispitanika zaposlen (73,4%), dok su sljedeća najzastupljenija kategorija studenti (17,4%). Nezaposlenih ispitanika ima 8,3%, dok je samo jedan ispitanik umirovljenik.

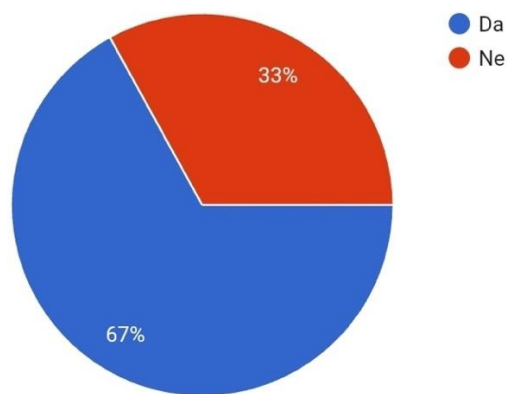
**Grafikon 6.** Pitanje: Jeste li ikad posjetili grad Opatiju?



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 6. prikazuje odgovor na pitanje jesu li ikad posjetili grad Opatiju. 102 ispitanika (93,6%) odgovorilo je da su posjetili grad Opatiju, dok njih 7 (6,4%) nikada nije posjetilo Opatiju.

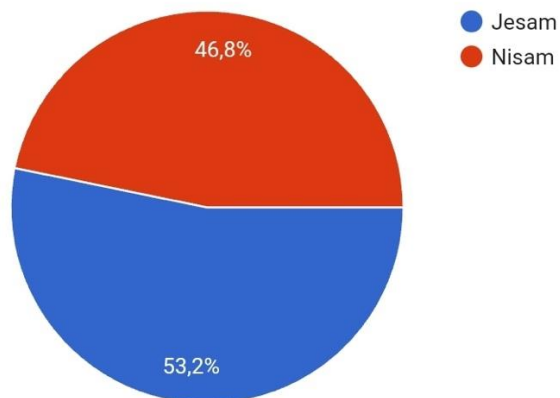
**Grafikon 7.** Pitanje: Jeste li ikad posjetili grad Dubrovnik?



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Iz grafikona 7. možemo vidjeti kako je većina ispitanika (67%) posjetilo grad Dubrovnik, dok njih 33% nikad nije bilo u Dubrovniku.

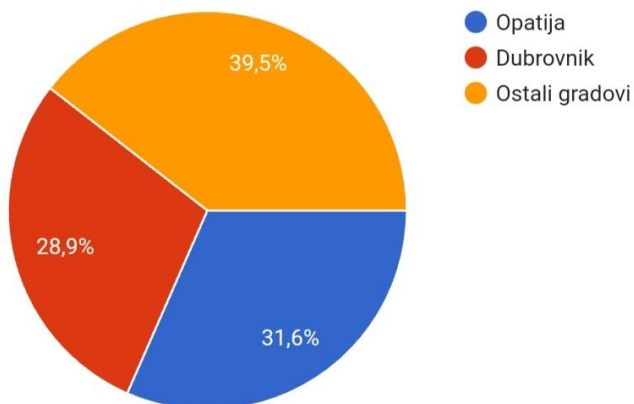
**Grafikon 8.** Pitanje: Jeste li sudjelovali na nekom kongresu?



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Iz grafikona 8. možemo vidjeti da od 109 ispitanika njih 58 sudjelovalo je na kongresu (53,2%), dok 51 ispitanik do sada nikad nije bio na kongresu (46,8%).

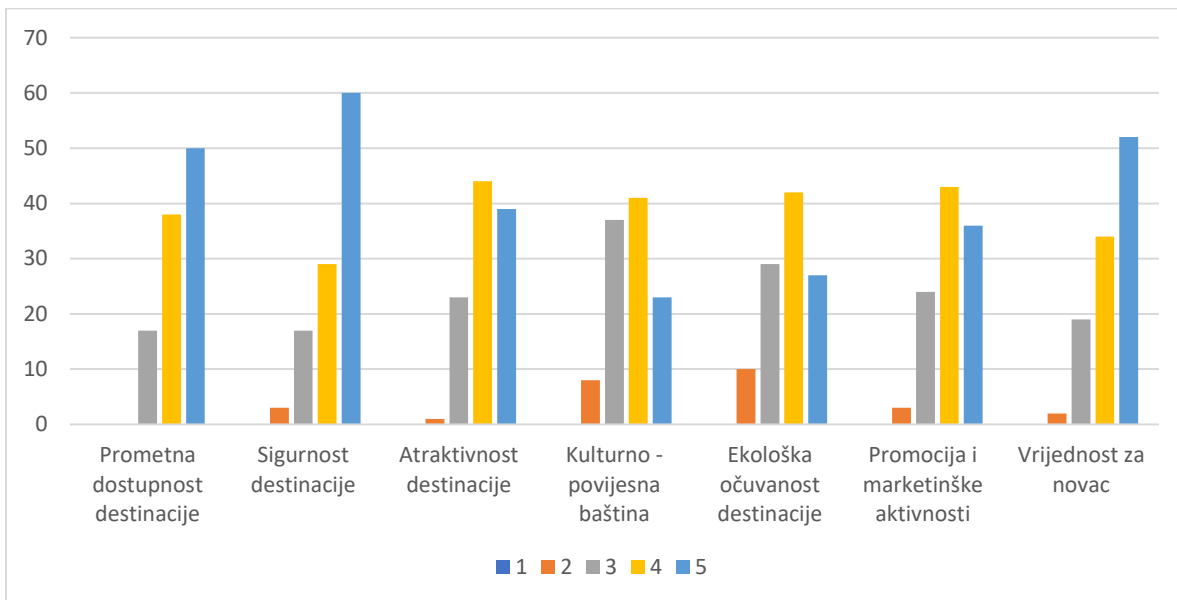
**Grafikon 9.** Pitanje: Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili sa jesam, molim Vas da na ovo pitanje odgovorite u kojem gradu se održavao kongres?



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Ispitanici koji su sudjelovali na kongresima pitalo se u kojem gradu se držao kongres na kojem su sudjelovali. 31.6% izjavilo je da se kongres održao u Opatiji, a 28,9% u Dubrovnik. Njih 39,5% navelo je da se kongres na kojem su sudjelovali održao u drugim gradovima Republike Hrvatske.

**Grafikon 10.** Stupanj važnosti za kongresni turizam

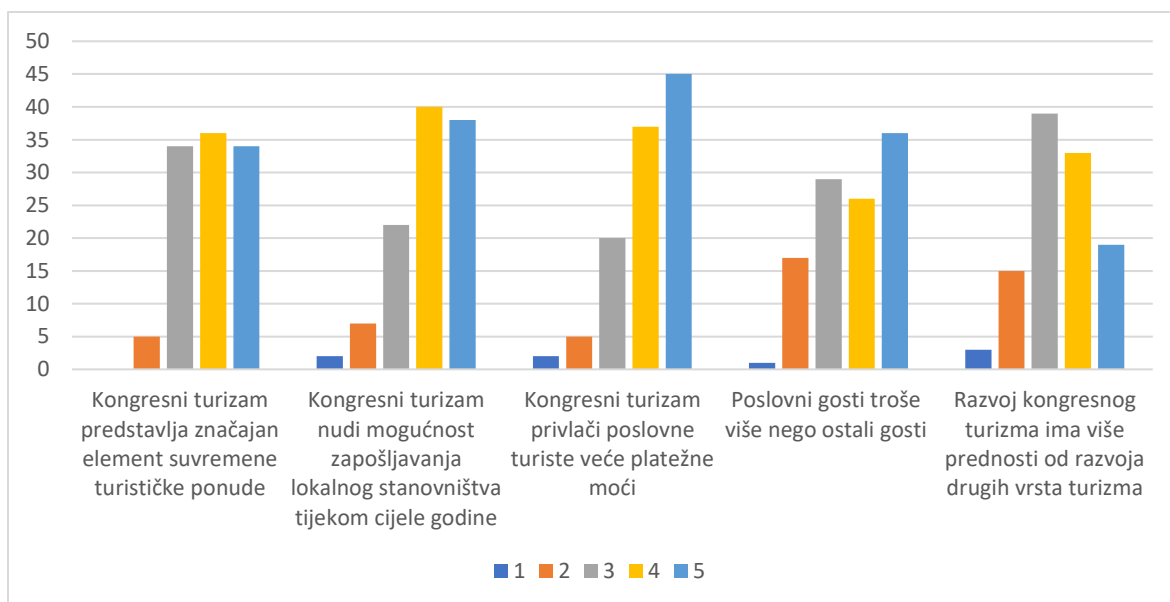


Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Slijedi skupina pitanja gdje se obrađuju elementi koji su važni za kongresni turizam, na ljestvici od 1 do 5. Broj 1 je predstavljalo opciju: uopće nije važno, 2: nije važno, 3: nije mi niti važno niti nevažno, 4: vrlo važno te 5: izuzetno je važno. Prema odgovorima, 50 ispitanika smatra da je prometna dostupnost destinacije izuzetno važan element za kongresni turizam. Njih 38 je odgovorilo kako smatraju da je prometna dostupnost destinacije vrlo važna, a 17 ispitanika odgovorilo je kako nije niti važna niti nevažna. Niti jedan odgovor nije zabilježen kao odgovor nije važno i uopće nije važno. Sigurnost destinacije sljedeći je element kongresnog turizma, a 60 ispitanika smatra da je sigurnost destinacije izuzetno važna, 29 ispitanika smatra da je vrlo važna, a 17 ispitanika je odgovorila kako nije niti važna niti nevažna. 3 ispitanika odgovorilo je kako sigurnost destinacije nije važna. Niti jedan ispitanik nije odgovorio da sigurnost destinacije uopće nije važna. Atraktivnost destinacije je element za koji 39 ispitanika smatra da je izuzetno važno za kongresni turizam, 44 ispitanika smatra da je vrlo važno, a 23 ispitanika smatra da nije niti važno niti nevažno. Jedan ispitanik je odgovorio da atraktivnost destinacije nije važna, niti jedan ispitanik nije odgovorio da uopće nije važna. Kulturno – povijesna baština je sljedeći element za koju su ispitanici morali dati odgovor. 23 ispitanika odgovorilo je kako je kulturno – povijesna baština izuzetno važna, 41 ispitanik je odgovorio da je vrlo važna, a 37 je odgovorilo da nije niti važna niti nevažna. Zabilježeno je 8 odgovora za koji su ispitanici odgovorilo da kulturno – povijesna baština

nije važna za kongresni turizam, a niti jedan ispitanik nije odgovorio da uopće nije važna. 27 ispitanika smatra da je ekološka očuvanost destinacije izuzetno važan element za kongresni turizam. Njih 42 odgovorilo je kako je ekološka očuvanost destinacije vrlo važna, a 29 ispitanika odgovorilo je kako nije niti važna niti nevažna. 10 ispitanika je odgovorilo da ekološka očuvanost nije važna, a niti jedan ispitanik nije odgovorio da uopće nije važna. Na element promocije i marketinška atraktivnost 36 ispitanika odgovorilo je kako smatra da je izuzetno važno. 43 ispitanika je odgovorilo kako je vrlo važna promocija i marketinška aktivnost, 24 ispitanika je odgovorilo da nije niti važno niti nevažno. Zabilježena su 3 odgovora za koji su ispitanici odgovorili da nije važno, niti jedan odgovor nije zabilježen da uopće nije važna promocija i marketinška aktivnost. Vrijednost za novac 52 ispitanika odgovara kako je izuzetno važan element. Njih 34 smatra da je vrlo važno, 19 da nije niti važno niti nevažno, a 2 kako nije važno. Niti jedan ispitanik nije odgovorio kako vrijednost za novac uopće nije važna.

**Grafikon 11.** Stupanj važnosti o tvrdnjama za kongresni turizam

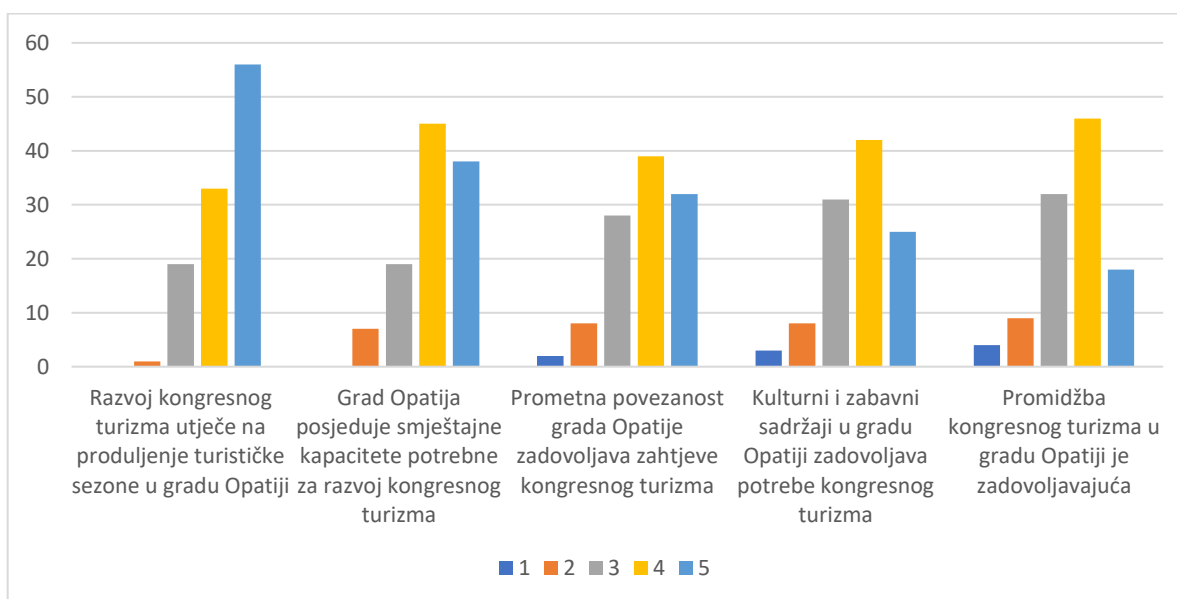


Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 11. prikazuje rezultate anketnog istraživanja o tvrdanja koje su važne za kongresni turizam na ljestvici od 1 do 5. Broj 1: u potpunosti se ne slažem, 2: ne slažem se, 3: niti se slažem niti se ne slažem, 4: slažem se, 5: u potpunosti se slažem. Tvrdnja: Kongresni turizam predstavlja značajan element suvremene turističke ponude skupila je 34 odgovora u potpunosti se slažem, a 36

odgovora slažem se. 34 ispitanika odgovorilo je da se sa navedeno tvrdnjom niti slaže niti ne slaže, njih 5 je odgovorilo da se ne slaže. Nitko od ispitanika za ovu tvrdnju nije odgovorio u potpunosti se ne slažem. Kongresni turizam nudi mogućnost zapošljavanja lokalnog stanovništva tijekom cijele godine je druga tvrdnja na koje je 38 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slažu, 40 da se slažu, a njih 22 niti se slaže niti ne slaže. 7 ispitanika je odgovorilo da se ne slaže, a dva ispitanika je odgovorila da se u potpunosti ne slažu. Tvrdnja s kojom se najviše ispitanika u potpunosti složilo je tvrdnja kongresni turizam privlači poslovne turiste veće platežne moći. Njih 45 je odgovorilo da se u potpunosti slaže, 37 da se slaže, a njih 20 niti se slaže niti ne slaže. 5 ispitanika je odgovorilo da se ne slaže i 2 ispitanika da se u potpunosti ne slažu. Poslovni gosti troše više nego ostali gosti je četvrta tvrdnja na koje je 36 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slaže, 26 ispitanika je odgovorilo da se slaže, a njih 29 niti se slaže niti ne slaže. Njih 17 odgovorilo je da se ne slaže, a jedan ispitanik je odgovorio da se sa navedenom tvrdnjom u potpunosti ne slaže. Zadnja tvrdnja glasi: Razvoj kongresnog turizma ima više prednosti od razvoja drugih vrsta turizma, na koje je samo 19 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slaže, 33 ispitanika se slaže, a njih 39 niti se slaže niti ne slaže. Njih 15 je odgovorilo da se ne slaže, a 3 ispitanika da se uopće ne slažu.

**Grafikon 12.** Stupanj slaganja o kongresnom turizmu u gradu Opatiji



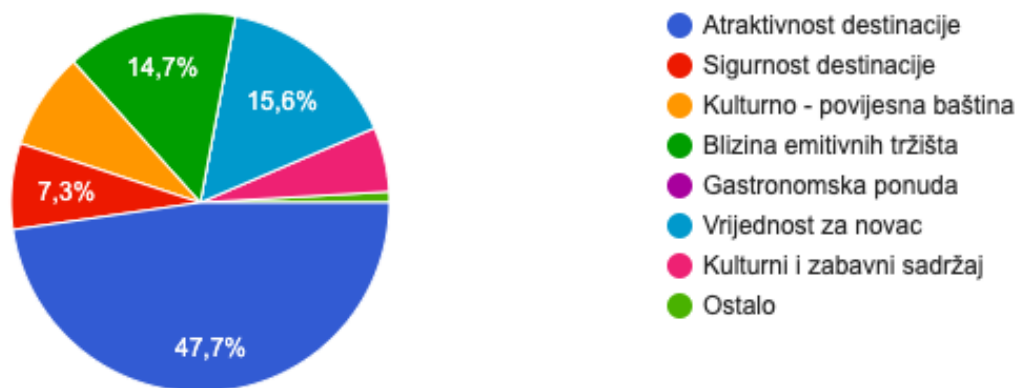
Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 12. prikazuje rezultate anketnog istraživanja o tvrdanja koje su važne za kongresni turizam u gradu Opatiji. Razvoj kongresnog turizma utječe na produljenje turističke sezone u gradu



Opatiji je prva tvrdnja na koje je najveći broj ispitanika njih čak 56 odgovorilo da se u potpunosti slaže. Njih 33 odgovorilo je da se slaže, 19 niti se slaže niti ne slaže. 1 ispitanik je odgovorio da se ne slaže, dok nitko od ispitanika za ovu tvrdnju nije odgovorio u potpunosti se ne slažem. Grad Opatija posjeduje smještajne kapacitete potrebne za razvoj kongresnog turizma je druga tvrdnja na koji je 38 ispitanika odgovorilo u potpunosti se slažem. 45 ispitanika je odgovorilo da se slaže, 19 niti se slaže niti ne slaže. 7 ljudi je odgovorilo da se ne slaže. Nitko od ispitanika za ovu tvrdnju nije odgovorio u potpunosti se ne slažem. Prometna povezanost grada Opatije zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma je treća tvrdnja na koje je 32 ispitanika odgovorilo u potpunosti se slažem, njih 39 se slaže sa navedenom tvrdnjom, a njih 28 niti se slaže niti ne slaže. 8 ispitanika odgovorilo je da se ne slaže, dok su 2 ispitanika odgovorila u potpunosti se ne slažem. Četvrta tvrdnja glasi: Kulturni i zabavni sadržaj grada Opatije zadovoljava potrebe kongresnog turizma na koje je samo 25 ispitanika odgovorilo u potpunosti se slažem, dok je njih 42 odgovorilo slažem se. Ispitanici koji niti se slažu niti ne slažu bilo je 31. 8 ispitanika odgovorilo je da se ne slaže, a njih 3 u potpunosti se ne slaže. Zadnja tvrdnja glasi: Promidžba kongresnog turizma u gradu Opatiji je zadovoljavajuća na koje je 18 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slaže, njih 46 je odgovorilo da se slaže, a njih 32 niti se slaže niti ne slaže. 9 ispitanika odgovorilo je da se ne slažu sa navedenom tvrdnjom, a njih 4 da se u potpunosti ne slaže.

**Grafikon 13.** Pitanje: Što smatrate glavnim razlogom zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Opatiji?

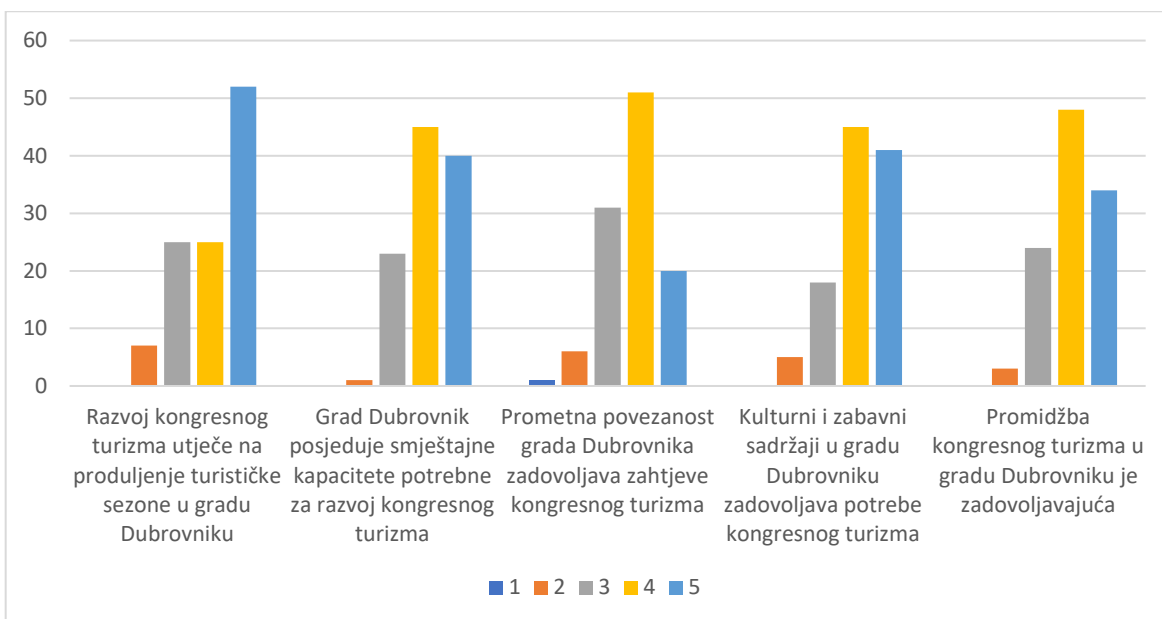


Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Iz grafikona 13. možemo vidjeti kako najveći postotak (47,7%) ispitanika smatra kako je glavni razlog organizacije kongresa u gradu Opatiji njena atraktivnost. Osim atraktivnosti 15,6%

ispitanika smatra kako je glavni razlog vrijednost za novac, a 14,7% ispitanika smatra da je razlog blizina emitivnih tržišta. 8,3% ispitanika smatra da Opatija privlači organizatore da svoje kongrese organiziraju u ovom gradu zbog kulturno - povijesne baštine, a 7,3% ispitanika misli da je razlog sigurnost destinacije. 5,5% ispitanika misli da je kulturni i zabavni sadržaj razlog zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Opatiji.

**Grafikon 14.** Stupanj slaganja o kongresnom turizmu u gradu Dubrovniku

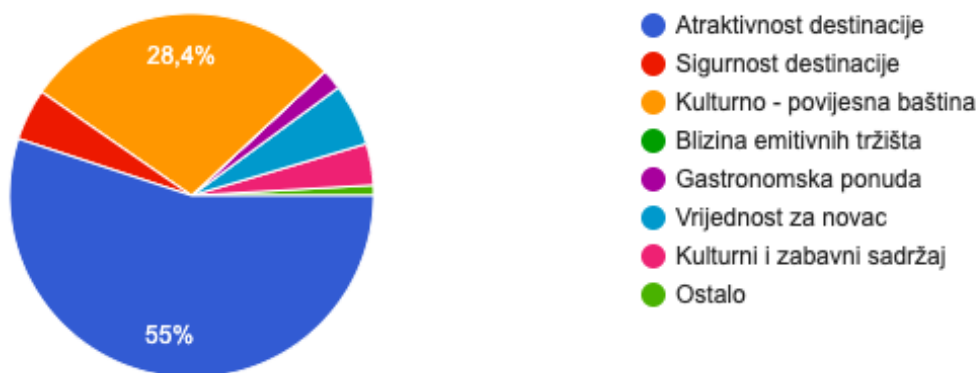


Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

Grafikon 14. prikazuje rezultate anketnog istraživanja o tvrdanja koje su važne za kongresni turizam u gradu Dubrovniku. Prva tvrdnja glasi: Razvoj kongresnog turizma utječe na produljenje turističke sezone u gradu Dubrovniku na koje je 52 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slaže. Njih 25 odgovorilo je da se slaže, a 25 ispitanika niti se slaže niti ne slaže. 7 ispitanika odgovorilo je da se ne slaže, dok nitko od ispitanika za ovu tvrdnju nije odgovorio u potpunosti se ne slažem. Grad Dubrovnik posjeduje smještaje kapacitete potrebne za razvoj kongresnog turizma je druga tvrdnja na koje je 40 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slaže, njih 45 se slaže, a njih 23 niti se slaže niti ne slaže. Jedan ispitanik je odgovorio da se sa navedenom tvrdnjom ne slaže, a niti jedan ispitanik nije odgovorio za ovu tvrdnju da se u potpunosti ne slaže. Treća tvrdnja glasi: Prometna povezanost grada Dubrovnika zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma na koje je 20

ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slaže, a njih 51 je odgovorio da se slaže. 31 odgovor je zabilježen niti se slaže niti ne slaže, dok je njih 6 odgovorilo ne slažem se. Jedan ispitanik je odgovorio da se u potpunosti ne slaže. Kulturni i zabavni sadržaj u gradu Dubrovniku zadovoljava potrebe kongresnog turizma je peto pitanje na koje je 41 ispitanik odgovorio u potpunosti se slažem, 45 ljudi se slaže, a njih 18 niti se slaže niti ne slaže. 5 ispitanika odgovorilo je da se ne slaže, dok nitko od ispitanika za ovu tvrdnju nije odgovorio u potpunosti se ne slažem. Zadnja tvrdnja na koje su ispitanici odgovorili je: Promidžba kongresnog turizma u gradu Dubrovniku je zadovoljavajuća na koje je njih 34 odgovorio da je izuzetno važna, 48 da je vrlo važna, 24 da nije niti važna niti nevažna, dok je njih 3 odgovorilo da nije važna. Nitko od ispitanika za ovu tvrdnju nije odgovorio da im uopće nije važna.

**Grafikon 15.** Pitanje: Što smatrate glavnim razlogom zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Dubrovniku?



Izvor: izrada autora prema anketnom istraživanju

U zadnjem pitanju anketnog upitnika ispitanici su dali svoje mišljenje o tome što smatraju glavnim razlogom organizacije kongresa u gradu Dubrovniku. Najviši postotak i to 55% ispitanika smatra da je glavi razlog atraktivnost grada Dubrovnika, nakon atraktivnosti, glavni razlog su naveli kulturno-povijesna baština. 5,5% ispitanika smatra da je vrijednost za novac glavni razlog, a 4,6% misli da je to sigurnost destinacije. Ispitanici smatraju da kulturni i zabavni sadržaj te gastronomska ponuda čini jako mali postotak (ispod 4%) razloga zašto se organizacija kongresa održava u gradu Dubrovniku. Među ponuđenim odgovorima navedena je bila blizina emitivnih tržišta no niti jedan ispitanik nije odgovorio da je to razlog organizacije kongresa u gradu Dubrovniku.

Slijedom navedenog može se zaključiti kako najveći broj ispitanika smatra da najveći utjecaj za kongresni turizam ima sigurnost destinacije, potom slijedi vrijednost za novac te prometna dostupnost destinacije. Što se tiče kongresnog turizma u gradu Opatiji ispitanici smatraju kako razvoj kongresnog turizma utječe na produljenje sezone. Nadalje velik broj ispitanika smatra kako Opatija posjeduje smještajne kapacitet potrebne za razvoj kongresnog turizma, a malo manje od polovice ispitanika smatra kako je atraktivnost Opatije glavni razlog organizacije kongres u ovom gradu. Osim za grad Opatiju ispitanici su odgovarali na pitanja vezana i za grad Dubrovnik. Najveći broj ispitanika odgovorilo je kako kongresni turizam utječe na produljenje turističke sezone u Dubrovniku te smatraju da grad posjeduje smještajne kapacitet koji su potrebni za razvoj ove vrste turizma. Nadalje velik broj ispitanika smatra kako bi promidžba kongresnog turizma u Dubrovniku trebala biti bolja. Više od polovice ispitanika odgovorilo je kako smatra da je atraktivnost grada glavni razlog organizacije kongresa baš u ovom gradu. Prema odgovorima ispitanika možemo zaključiti da su obje destinacije vrlo atraktivne za kongresni turizam, ali imaju elemente na kojima trebaju još poraditi.

## 6. Usporedba kongresnog turizma grada Opatije i grada Dubrovnika

Unutar Republike Hrvatske, kao poznate i uspješne kongresne destinacije izdvajaju se grad Opatija i grad Dubrovnik. Opatija i Dubrovnik dvije su popularne turističke destinacije koje već dugi niz godina privlače veliki broj turista. U nastavku rada opisane su razlike kongresnog turizma grada Opatije i grada Dubrovnika.

### 6.1. Razlike u kongresnom turizmu grada Opatije i grada Dubrovnika

Postoje razlike sa kojima se susreću poslovni turisti i organizatori pri organizaciji poslovnih događaja, odnosno kongresa i konferencija, a to su kongresni objekti i broj sudionika. Naime, Opatija na raspolaganju ima ukupno 14 hotelskih objekata i 5 javnih mjesta na kojima se mogu organizirati kongresi, dok grad Dubrovnik ima 18 hotelskih objekata i 8 javnih mjesta.

Shema 1. Broj kongresnih objekata u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku



Izvor: obrada autora

Opatija ima ukupno 53 dvorane različitih veličina koje su namijenjene za organizaciju malih i srednjih skupova. 46 dvorana nalaze se u hotelima visoke kategorije od kojih se posebno ističe Hotel Royal koji se sastoji od velike dvorane koja može primiti 950 osoba. Grad Opatija u ponudi ima 7 dvorana koje se nalaze na raznim javnim mjestima, a namijenjene su za organizaciju različitih kongresa, sastanaka i ostalih događaja. Jedna od najtraženijih lokacija za organizaciju kongres i raznih drugih manifestacija je Centar Gervais. Koji može ugostiti 500 sudionika, a najveći broj sudionika i to čak 2.500 može primiti Ljetna pozornica kao jedna od rijetkih otvorenih pozornica na Mediteranu. Opatija ima prednost što su kongresne dvorane smještene na različitim mjestima, pa istovremeno može biti veći broj kongresa u gradu na različitim lokacijama.

Dubrovnik ima ukupno 101 dvoranu u hotelskim objektima različitih veličina koje su namijenjene za održavanje kongresa. Od svih hotela najviše se ističe Hotel Lacroma Dubrovnik koji ima čak 15 dvorana i može ugostiti 1.200 osoba. Osim luksuznih hotela poslovni susreti mogu se organizirati u povijesnim prostorima od kojih se najviše ističe Tvrđava Lovrijenac čiji je najveći kapacitet dvorane 800 osoba.

Osim kongresnih kapaciteta jedna od važnijih razlika ove dvije destinacije je blizina emitivnih tržišta. Opatija ima prednost u svom centralnom položaju u regiji i dostupnost automobilom za samo par sati vožnje iz glavnih centara srednje i istočne Europe, Italije, Njemačke, Austrije, Slovenije, Srbije i kontinentalne Hrvatske. Ispitanici koji su ispunjavali anketu naveli su blizinu emitivnih tržišta kao jedan od bitnijih razloga zašto se kongresi organiziraju upravo u ovom gradu. Ovaj element daje Opatiji prednost u usporedbi sa Dubrovnikom koji je praktički odvojen od ostatka Republike Hrvatske stoga je Dubrovnik atraktivnija destinacija poslovnim turistima koji dolaze iz udaljenijih zemalja.

Prema odgovorima iz ankete može se vidjeti kako ispitanici smatraju da je atraktivnost Dubrovnika glavni razlog organizacije kongresa baš u ovoj destinaciji. Dubrovnik krasi titula jednog od najljepših mediteranskih gradova pod UNESCO-vo zaštitom, a osim toga nosi i titulu vodećeg kongresnog centra u Hrvatskoj. Velik broj kongres i seminara u posljednjih par godina organizirao se upravo u ovom gradu. Očuvana priroda, bogata kulturno – povijesna baština, visoko kvalitetna turistička ponuda svrstavaju Dubrovnik na sam vrh kongresnih destinacija na ovom djelu

Europe. Dubrovnik kao kongresna destinacija nudi brojne mogućnosti za organizaciju jedinstvenih i doista nezaboravnih kongresa. Kako je već navedeno prema ICCA-inoj ljestvici kongresnih destinacija za 2020. godinu Dubrovnik se nalazi na 113. mjestu, a Opatija na 1.024. mjestu.

Bez obzira što se Opatija prema ICCA-inoj ljestvici nalazi na 1.024 mjestu grad ima dugu tradiciju i veliki potencijal u poslovnomu turizmu. Opatija je bez sumnje ultimativno odredište za sastanke. Malo koja destinacija nudi tako bogatu ponudu luksuznog smještaja na tako malom prostoru. No ni Dubrovnik ne zaostaje za Opatijom što se tiče luksuznih smještaja. Obje destinacije nude posjetiteljima vrhunske hotele, vile, apartmane i ostale smještajne jedinice koje će zadovoljiti sve njihove želje i potrebe.

Opatija ima uvjete za održavanje cjelogodišnjih kongresnih događanja kojima pridonose brojne manifestacije i događanja koji se organiziraju tijekom cijele godine kao što su: Dani čokolade, Marunada, karneval, ljetni glazbeni program i dr. koji su svakako razlog više u odabiru Opatije za organiziranje svih vrsta događanja.

Dubrovnik je iznimno posjećen grad u Hrvatskoj i definitivno ekonomski ne ovisi o kongresnom turizmu. Uz svoju bogatu povijest i razne gradske atrakcije ova je turistička destinacija privlačna velikom broju turista. Kako je ranije navedeno u radu tijekom 2021. godine u svim smještajnim kapacitetima grada Dubrovnika ostvareno je 1.924.971 noćenja, a u 2022. godini ostvareno je 3.556.896 noćenja.<sup>48</sup> Iz navedenih podataka vidimo kako svake godine raste broj dolazaka i noćenja turista u ovom gradu, ukoliko se ovako nastavi moguće je da će doći i do prekapacitiranosti. U gradu Opatiji tijekom 2021. godine ostvareno je 848.508, dok podaci za 2022. godinu još nisu objavljeni. Prema navedenim brojkama može se vidjeti kako Dubrovnik ostvaruje veći broj noćenja u odnosu na grad Opatiju.

---

<sup>48</sup> <https://visitdubrovnik.hr/wp-content/uploads/2023/01/Pregled-dolazaka-i-no%C4%87enja-po-TZ-1-12-22.pdf>  
05.03.2023.

## 6.2. Analiza prema časopisu Kongres Magazine za najbolje kongresne destinacije

Specijalizirani časopis za poslovni turizam *Kongres Magazine* svake godine objavljuje listu najboljih kongresnih destinacija Srednje i Jugoistočne Europe. Svrstao je grad Opatiju i grad Dubrovnik u istu kategoriju, a to je M kategorija.

**Slika 11.** Pobjednici u M kategoriji za 2021. godinu



M – MEETING DESTINATIONS  
Destinations that can host up to 1,200 congress attendees

2021 M CATEGORY WINNERS

|     |            |      |
|-----|------------|------|
| 1.  | DUBROVNIK  | 4.41 |
| 2.  | SPLIT      | 4.17 |
| 3.  | PORTOROSE  | 4.16 |
| 4.  | SAALFELDEN | 4.15 |
| 5.  | OPATIJA    | 4.14 |
| 6.  | BLED       | 4.12 |
| 6.  | SCHLADMING | 4.12 |
| 7.  | ROVINJ     | 4.10 |
| 8.  | KLAGENFURT | 4.09 |
| 8.  | ŠIBENIK    | 4.09 |
| 9.  | VILLACH    | 4.07 |
| 10. | TIVAT      | 4.04 |

Izvor: <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/dubrovnik-proglasen-najboljom-kongresnom-destinacijom> 05.03.2023.

Objavio je listu najboljih kongresnih destinacija srednje i jugoistočne Europe „*Meeting Experience Index 2021*“ u kojoj je grad Dubrovnik proglasio najboljom kongresnom destinacijom s konačnom ocjenom 4,41, dok se Opatija smjestila na peto mjesto s ukupnom ocjenom 4,14.<sup>49</sup>

Obje destinacije su odličan izbor za organizaciju kongresa jer imaju kvalitetne i moderne kongresne dvorane, visokokvalitetni smještaj, predivnu prirodu, kulturno – povijesne znamenitosti koje privlači velik broj gostiju. Osim svega navedenog ove dvije destinacije imaju i neke razlike, a jedna od njih je geografski položaj grada. Grad Opatija je destinacija iz koje se u samo par sati

<sup>49</sup> <https://www.glasistre.hr/gospodarstvo/dubrovnik-medu-najboljim-kongresnim-destinacijama-u-regiji-752539> 05.03.2023.



vožnje automobilom može doći iz glavnih centara srednje Europe stoga ima prednost u odnosu na Dubrovnik koji je udaljeniji, ali je više atraktivan poslovnim turistima koji dolaze iz udaljenijih zemalja. Što se tiče kongresnog kapaciteta Dubrovnik ima više kongresnih dvorana i javnih mjesta na kojima se mogu održati razni poslovni skupovi. Kao prednost grada Opatije možemo navesti cijene koje su pristupačnije ne samo tijekom ljetne sezone nego tokom cijele godine u odnosu na Dubrovnik. Kako bi ojačao svoju poziciju na svjetskoj kongresnoj i kulturnoj sceni u Dubrovniku se planira izgraditi multifunkcionalni kongresno-izložbeni centar koji će moći primiti od 2.500 do 3.000 sudionika.

## Zaključak

Kongresni turizam je poseban dio M.I.C.E. industrije u kojem ljudi putuju radi sudjelovanja na kongresima, seminarima i sličnim događajima. Posjetitelji kongresnog turizma putuju u svrhe koje su često obvezne ili uvjetovanje njihovim radnim mjestom. Organizirani skupovi su vrlo kratki i mogu trajati od jednog do najduže sedam dana. Gosti koji dolaze na kongrese, jamče porast turističkih prihoda, no potrebno im je omogućiti vrhunsku uslugu.

Kongresni turizam zahtjeva kvalitetne karakteristike destinacije u kojoj se održava, kao što su sigurnosti, kulturno-povijesna baština, prirodna atraktivnost, adekvatna hotelska infrastruktura, gastronomska ponuda i slično. Ukoliko destinacija želi biti prepoznatljiva na turističkom tržištu kao destinacija kongresnog turizma, treba kontinuirano pratiti i biti u skladu sa najnovijim trendovima koji se pojavljuju u sklopu ovog specifičnog oblika turizma.

Kongresni turizam je danas uvelike razvijen u svijetu, pa tako i u Hrvatskoj koja postaje sve popularnija destinacija za organizaciju kongresa, ali zbog nedostatka kongresnog kapaciteta privlači manje skupine ljudi. U Hrvatskoj postoji velika razina sezonalnosti koja se može smanjiti upravo s ovim oblikom turizma stoga je važno ulagati u razvoj kongresnog turizma. Za organizaciju kongresa u Hrvatskoj najviše se ističe grad Opatija i Dubrovnik. Obje destinacije su odličan izbor za organizaciju kongresa jer imaju kvalitetne i moderne kongresne dvorane, visokokvalitetni smještaj, predivnu prirodu, kulturno-povijesne znamenitosti koji privlači velik broj gostiju. Obje destinacije raspolažu velikim brojem dvorana u kojima se kongresi mogu održati, ali nemaju dvoranu u kojoj se može održati neki veliki kongres. Uz sve nabrojano ove dvije destinacije imaju i neke razlike. Jedna od njih je položaj grada u kojem Opatija ima prednost u odnosu na Dubrovnik koji se nalazi na samom jugu Hrvatske. Još jedna od razlika ove dvije destinacije je broj kongresnih dvorana. Dubrovnik na raspolaganju ima više kongresnih dvorana od Opatije, ali obje destinacije rade na unaprijeđenju svoje ponude i u planu imaju izgraditi veće kongresni centre kojim će ojačati svoju poziciju na svjetskoj kongresnoj sceni.

Dubrovnik je prenapučen grad tijekom ljetnih mjeseci i ima izrazito visoke cijene stoga je Opatija privlačnija destinacija za organizaciju kongresa. Ovo su samo neke od razlika između ove dvije kongresne destinacije čime se potvrđuje hipoteze kako je važno ulagati u kongresnu ponudu i kako postoje značajne razlike u kongresnom turizmu između grada Opatije i grada Dubrovnika.

Korištena metoda ispitivanja u diplomskom radu je anketni upitnik koji je bio postavljen na internetu platformu Google Forms. Na ovakav način prikupili su se stavovi ispitanika vezani za kongresni turizam u gradovima Opatiji i Dubrovniku. Istraživanje je bilo dobrovoljno te je u njemu sudjelovalo 109 ispitanika.

Najveći broj ispitanika smatra kako je sigurnost destinacije važan element za kongresni turizam, nakon sigurnosti destinacije odgovorili su da je važna vrijednost za novac. Najmanji broj ispitanika odgovorilo je kako smatraju da kulturno-povijesna baština nije toliko važan element za kongresni turizam. U anketi su bile navedene tvrdnje o kongresnom turizmu na koje je najveći broj ispitanika odgovorio kako se slažu da kongresni turizam privlači poslovne turiste veće platežne moći. Dok se najmanji broj ljudi složio da razvoj kongresnog turizma ima više prednosti od razvoja drugih vrsta turizma. Sljedeća skupina pitanja odnosi se na kongresni turizam u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku.

Ispitanici smatraju kako infrastruktura u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma i kako ovi gradovi posjeduju kongresne kapacitete i smještajne kapacitete za razvoj ove vrste turizma. Time je potvrđena prva pomoćna hipoteza kako grad Opatija i grad Dubrovnik posjeduju potrebne smještajne kapacitet za razvoj kongresnog turizma. Ispitanici smatraju kako prometna povezanost Opatije zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma te kako prometna povezanost grada Dubrovnika zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma. Osim prometne povezanost ispitanici su naveli i da kulturno zabavni sadržaji ova dva grada zadovoljavaju potrebe kongresnih turista čime se potvrđuje druga pomoćna hipoteza koja glasi: grad Opatija i grad Dubrovnik posjeduju ostale sadržaje značajne za razvoj kongresnog turizma (prometna povezanost, kulturni i zabavni sadržaji...).

Ispitanici smatraju da razvoj kongresnog turizma utječe na produljenje turističke sezone u Opatiji i Dubrovniku, time je potvrđena i treća pomoćna hipoteza kako je kongresni turizam čimbenik produljuje sezonu u gradu Opatiji i Dubrovniku. Najveći broj ispitanika smatra kako je glavni razlog organizacije kongresa u Opatiji njegova atraktivnost koja je uistinu privlačna i jedinstvena. Što se tiče kongresnog turizma u Dubrovniku ispitanici su kao glavni razlog organizacije kongresa naveli atraktivnost destinacije koja privlači turiste iz cijelog svijeta.

Nakon provedenog istraživanja i empirijske analitike kongresnog turizma može se zaključiti kako je važno ulagati u kongresu ponudu grada Opatije i grada Dubrovnika te kako ova dva grada imaju značajne razlike u razvoju kongresnog turizma te se time može prihvatiti temeljan hipoteza. Nadalje, Opatija i Dubrovnik imaju brojne hotele i turističke objekte koji posjeduju kongresne smještajne kapacitete kao i kulturne i zabavne sadržaje koji će upotpuniti boravak gostiju, a time se prihvaćaju prva i druga pomoćna hipoteza. Opatija i Dubrovnik imaju izraženu sezonalnost, a kongresni turizam u ovim gradovima produljuje turističku sezonu čime je potvrđena i treća pomoćna hipoteza.

Slijedom navedenog može se zaključiti kako kongresni turizam predstavlja unosan oblik turističkog kretanja današnjice. U ovu vrstu turizma potrebno je ulagati i pratiti trendove na tržištu kako bi destinacija bila konkurentna. Grad Opatija i Dubrovnik trebaju iskoristiti svoje potencijale, sagledati prilike i gostima ponuditi raznoliku ponudu kongresnih usluga koje će zadovoljiti njihove potrebe i zahtjeve. Time će obogatiti doživljaj u destinaciji, a gosta učiniti zadovoljnim i lojalnim.

## Bibliografija

### Popis knjiga i članaka:

1. Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
2. Gračan, D. i Črnjar, R.: Motivacijske karakteristike sudionika poslovnog turizma. Zbornik radova "In memoriam prof. dr. sc. Vjekoslav Šmid", Rab, 2014.
3. Lucianović L.: Kongresni turizam, IGKRO svjetlost, OOUR Zavod za udžbenike, Sarajevo, 1980.
4. Radošević B.: Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2012.
5. Radni, Alkier R., Herak I., Rudancic-Lugaric A.: Poslovni turizam u funkciji unaprjeđenja turizma grada Opatije, Ekonomski Vjesnik; Osijek Vol. 26, Iss. 2, (2013)
6. Reljić, S.: Repozicioniranje Hrvatske na međunarodnom tržištu kongresnog turizma, Magistarski rad, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2012.
7. Swarbrooke, J. i Horner, S.: Business Travel and Tourism. Great Britain: Butterworth-Heinemann, 2001.

### Internet stranice:

1. How to organise a conference, Step by step guide, <https://billetto.co.uk/1/how-to-organise-a-conference> 07.01.2023.
2. <https://lider.media/aktualno/tvrtke-i-trzista/poslovna-scena/deset-globalnih-trendova-u-mice-industriji/> 10.01.2023.
3. <https://www.poslovniturizam.com/savjeti/njemacka-trendovi-u-kongresnoj-i-event-industriji/1420/> 10.01.2023.
4. [https://www.poslovniturizam.com/savjeti/infografika-trendovi-kongresne-industrije-u-2016-godini/2048%20\(04.08.2016.\)](https://www.poslovniturizam.com/savjeti/infografika-trendovi-kongresne-industrije-u-2016-godini/2048%20(04.08.2016.)) 10.01.2023.
5. <https://hrcak.srce.hr/file/342989> 13.01.2023.
6. <https://croatia.hr/hr-hr/poslovni-turizam> 13.01.2023.
7. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007\\_08\\_88\\_2723.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.html) 14.01.2023.
8. <https://pical-convention.com/> 13.01.2023.

9. <https://www.hilton.com/en/hotels/rjkochi-hilton-rijeka-costabella-beach-resort-and-spa/events/> 13.01.2023.
10. <https://www.poslovniturizam.com/kompanije/hotel-miramare-novi-je-adut-mice-ponude-na-kvarneru/3882/> 13.01.2023.
11. <https://croatia.hr/hr-hr/novi-konferencijski-kapaciteti-u-hrvatskoj-u-2021-godini> 14.01.2023
12. <https://www.poslovni.hr/hrvatska/business-destinations-hrvatska-najbolja-destinacija-za-poslovni-turizam-u-2018-351286> 14.01.2023.
13. <https://www.poslovniturizam.com/brojke-trendovi/icca-2021-nova-ljestvica-kongresnih-destinacija-prema-indeksu-uspjesnosti/3826/> 14.01.2023.
14. [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001\\_170120\\_akc\\_p\\_kongres.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi/001_170120_akc_p_kongres.pdf) 15.01.2023.
15. <https://croatia.hr/hr-hr/poslovni-turizam/kvarner/opatija-kongresna-destinacija-s-tradicijom%2011.01.2023> 20.01.2023.
16. <https://opatija.hr/opci-podaci/o-opatiji/> 23.01.2023.
17. <https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20%20god%C5%A1njeg%20programa%20rada%202021.pdf> 23.01.2023.
18. <https://www.visitopatija.com/smjestaj-t181> 23.01.2023.
19. <https://www.opatija-convention.com/kongresne-dvorane/> 24.01.2023.
20. <https://www.opatija-convention.com/hotel-royal/> 24.01.2023.
21. <https://www.opatija-convention.com/ikador/> 24.01.2023.
22. <https://www.opatija-convention.com/grand-hotel-adriatic-3/> 24.01.2023
23. <https://www.opatija-convention.com/centar-gervais/> 24.01.2023.
24. <https://www.visitopatija.com/ljetna-pozornica-u-opatiji-okupljaliste-ljubitelja-dobre-zabave-p483> 24.01.2023.
25. <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/dubrovnik/2/> 26.01.2023.
26. [https://www.dubrovnik.hr/uploads/20180709/Strategija\\_razvoja\\_turizma\\_i\\_odredbe\\_u\\_krizing\\_turizmu\\_na\\_podru%C4%8Dju\\_grada\\_Dubrovnika\\_%5BI.\\_faza%5D\\_2017\\_-\\_finalna\\_verzija.pdf](https://www.dubrovnik.hr/uploads/20180709/Strategija_razvoja_turizma_i_odredbe_u_krizing_turizmu_na_podru%C4%8Dju_grada_Dubrovnika_%5BI._faza%5D_2017_-_finalna_verzija.pdf) 26.01.2023.
27. <http://www.meetdubrovnik.com/hr/dubrovnik-festivali-manifestacije/> 12.01.2023.

28. [https://tzdubrovnik.hr/user\\_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf](https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20izvr%C5%A1enju%20programa%20rada%20za%202021%20.pdf) 26.01.2023.
29. <https://www.poslovniturizam.com/objekt/valamar-lacroma-dubrovnik/164/> 01.02.2023.
30. <https://www.fashion.hr/lifestyle/putovanja/kako-ce-izgledati-novi-dubrovacki-luksuzni-hotel-126796.aspx> 01.02.2023.
31. <https://www.poslovniturizam.com/vijesti/importanne-resort-poslovna-dogadanja-uz-miris-mediterana-i-pogled-na-dubrovacke-grebene/1804/> 01.02.2023.
32. [https://tzdubrovnik.hr/sp/ku/lang/en/index\\_ku.html](https://tzdubrovnik.hr/sp/ku/lang/en/index_ku.html) 01.02.2023.
33. <https://nikoo.eu/ad/tvrdava-lovrijenac-dubrovnik/> 01.02.2023.
34. <https://kongres-magazine.eu/2021/03/special-venues-sponza-palace-dubrovnik/> 01.02.2023.

## Popis ilustracija

### Tablice

|   |    |
|---|----|
| <b>Tablica 1.</b> Razlika između klasičnog i poslovnog turizma.....   | 5  |
| <b>Tablica 2.</b> SWOT analiza Hrvatske kao kongresne destinacije.....  | 16 |
| <b>Tablica 3.</b> Turistički promet grada Opatije za 2019., 2020., i 2021. godinu.....                                    | 20 |
| <b>Tablica 4.</b> Hotelski smještajni kapacitet na području grada Opatije za razdoblje 2019., 2020. i 2021. godine.....   | 21 |
| <b>Tablica 5.</b> Obiteljski smještajni kapacitet na području grada Opatije za razdoblje 2019., 2020. i 2021. godine..... | 22 |
| <b>Tablica 6.</b> Kongresni kapaciteti hotela na području grada Opatije.....  | 23 |
| <b>Tablica 7.</b> Kongresni kapacitet javnih mjesta na području grada Opatije.....  | 26 |
| <b>Tablica 8.</b> SWOT analiza kongresnog turizma Opatije.....  | 29 |
| <b>Tablica 9.</b> Dolasci po tipu objekta za 2019., 2020. i 2021. godinu.....   | 32 |
| <b>Tablica 10.</b> Noćenja po tipu objekta za 2019., 2020. i 2021. godinu.....  | 33 |
| <b>Tablica 11.</b> Kongresni kapacitet hotela na području grada Dubrovnika.....   | 34 |
| <b>Tablica 12.</b> Povijesni prostor grada Dubrovnika za kongresna okupljanja.....  | 37 |
| <b>Tablica 13.</b> SWOT analiza kongresnog turizma Dubrovnika.....  | 40 |

### Grafikoni

|  |    |
|--|----|
| <b>Grafikon 1.</b> Potražnja u poslovnom i klasičnom turizmu.....  | 6  |
| <b>Grafikon 2.</b> Spolna struktura ispitanika.....  | 43 |
| <b>Grafikon 3.</b> Struktura ispitanika prema dobi.....  | 43 |
| <b>Grafikon 4.</b> Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja.....   | 44 |
| <b>Grafikon 5.</b> Struktura ispitanika prema statusu.....   | 44 |
| <b>Grafikon 6.</b> Pitanje: Jeste li ikad posjetili grad Opatiju?.....   | 45 |
| <b>Grafikon 7.</b> Pitanje: Jeste li ikad posjetili grad Dubrovnik?.....   | 45 |
| <b>Grafikon 8.</b> Pitanje: Jeste li sudjelovali na nekom kongresu?.....   | 46 |
| <b>Grafikon 9.</b> Pitanje: Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili sa jesam, molim Vas da na ovo pitanje odgovorite u kojem gradu se održavao kongres?..... | 46 |
| <b>Grafikon 10.</b> Stupanj važnosti za kongresni turizam.....   | 47 |
| <b>Grafikon 11.</b> Stupanj važnosti o tvrdnjama za kongresni turizam.....   | 48 |
| <b>Grafikon 12.</b> Stupanj slaganja o kongresnom turizmu u gradu Opatiji.....   | 49 |
| <b>Grafikon 13.</b> Pitanje: Što smatrate glavnim razlogom zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Opatiji?.....                                     | 50 |
| <b>Grafikon 14.</b> Stupanj slaganja o kongresnom turizmu u gradu Dubrovniku.....  | 51 |
| <b>Grafikon 15.</b> Pitanje: Što smatrate glavnim razlogom zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Dubrovniku?.....                                  | 52 |



## **Slike**

|   |    |
|---|----|
| <b>Slika 1.</b> Hotel Royal – kongresna dvorana .....               | 24 |
| <b>Slika 2.</b> Hotel Ikador – kongresna dvorana.....               | 25 |
| <b>Slika 3.</b> Grand Hotel Adriatic – kongresna dvorana.....       | 26 |
| <b>Slika 4.</b> Centar Gervais – kongresna dvorana.....             | 27 |
| <b>Slika 5.</b> Ljetna pozornica u Opatiji .....                    | 28 |
| <b>Slika 6.</b> Valamar Lacroma Dubrovnik - kongresna dvorana ..... | 36 |
| <b>Slika 7.</b> Hotel Royal Princess - kongresna dvorana.....       | 37 |
| <b>Slika 8.</b> Samostan sv. Klare .....                            | 38 |
| <b>Slika 9.</b> Tvrđava Lovrijenac.....                             | 38 |
| <b>Slika 10.</b> Palača Sponza .....                                | 39 |
| <b>Slika 11.</b> Pobjednici u M kategoriji za 2021. godinu.....     | 57 |

## **Shema**

|   |    |
|---|----|
| <b>Shema 1.</b> Broj kongresnih objekata u gradu Opatiji i gradu Dubrovniku ..... | 54 |
|---|----|

## **PRILOG: ANKETNI UPITNIK**

Poštovani,

Ova anketa se provodi za potrebe izrade diplomskog rada na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Iki. Cilj ovog anketnog upitnika je usporediti kongresni turizam grada Opatije sa gradom Dubrovnikom. Anketa je u potpunosti anonimna te će se rezultati ovog istraživanja koristiti isključivo u svrhu izrade diplomskog rada. Ljubazno Vas molim da ispunite upitnik te date svoj doprinos u daljnjem razvoju ovog istraživanja.

Zahvaljujem na suradnji i Vašem vremenu!

### **Spol:**

- a) Muški
- b) Ženski

### **Dob:**

- a) 18-25
- b) 26-33
- c) 34-42
- d) 43-49
- e) 50 i više godina

### **Završen stupanj obrazovanja:**

- a) NSS
- b) SSS
- c) VŠS
- d) VSS i više

**Trenutni status:**

- a) Student/ica
- b) Zaposlen/a
- c) Nezaposlen/a
- d) Umirovljenik/ica

**Jeste li ikad posjetili grad Opatiju:**

- a) Da
- b) Ne

**Jeste li ikad posjetili grad Dubrovnik:**

- a) Da
- b) Ne

**Jeste li sudjelovali na nekom kongresu:**

- a) Jesam
- b) Nisam

**Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili sa jesam, molim Vas da na ovo pitanje odgovorite u kojem gradu se održavao kongres:**

- a) Opatija
- b) Dubrovnik
- c) Ostali gradovi

**Molim Vas da na ljestvici od 1 do 5 označite u kojoj se mjeri slažete sa sljedećim elementima koji su važni za kongresni turizam. (od 1 – uopće nije važno do 5 – izuzetno je važno)**

| Elementi:                       | Stupanj važnosti |   |   |   |   |
|---------------------------------|------------------|---|---|---|---|
| Prometna dostupnost destinacije | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sigurnost destinacije           | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Atraktivnost destinacije        | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |

|                                    |   |   |   |   |   |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Kulturno – povijesna baština       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ekološka očuvanost destinacije     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Promocija i marketinške aktivnosti | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Vrijednost za novac                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Molim Vas da na ljestvici od 1 do 5 označite u kojoj se mjeri slažete sa svakom od navedenih tvrdnji. (od 1- u potpunosti se ne slažem do 5 - u potpunosti se slažem)

| U kojoj se mjeri slažete sa sljedećim tvrdnjama?   | Stupanj slaganja |   |   |   |   |
|--|------------------|---|---|---|---|
| Kongresni turizam predstavlja značajan element suvremene turističke ponude                 | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kongresni turizam nudi mogućnost zapošljavanja lokalnog stanovništva tijekom cijele godine | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kongresni turizam privlači poslovne turiste veće platežne moći                             | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Poslovni gosti troše više nego ostali gosti  | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Razvoj kongresnog turizma ima više prednosti od razvoja drugih vrsta turizma.              | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |

Molim Vas da na ljestvici od 1 do 5 označite u kojoj se mjeri slažete sa svakom od navedenih tvrdnji za grad Opatiju. (od 1- u potpunosti se ne slažem do 5 - u potpunosti se slažem)

| U kojoj se mjeri slažete sa sljedećim tvrdnjama?                                   | Stupanj slaganja |   |   |   |   |
|--|------------------|---|---|---|---|
| Razvoj kongresnog turizma utječe na produljenje turističke sezone u gradu Opatiji  | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Grad Opatija posjeduje smještajne kapacitete potrebne za razvoj kongresnog turizma | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Prometna povezanost grada Opatije zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma          | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| Kulturni i zabavni sadržaji u gradu Opatiji zadovoljava potrebe kongresnog turizma | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Promidžba kongresnog turizma u gradu Opatiji je zadovoljavajuća                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**Što smatrate glavnim razlogom zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Opatiji?**

- a) Atraktivnost destinacije
- b) Sigurnost destinacije
- c) Kulturno - povijesna baština
- d) Blizina emitivnih tržišta
- e) Gastronomska ponuda
- f) Vrijednost za novac
- g) Kulturni i zabavni sadržaj
- h) Ostalo

**Molim Vas da na ljestvici od 1 do 5 označite u kojoj se mjeri slažete sa svakom od navedenih tvrdnji za grad Dubrovnik.** (od 1- u potpunosti se ne slažem do 5 - u potpunosti se slažem)

| U kojoj se mjeri slažete sa sljedećim tvrdnjama?                                      | Stupanj slaganja |   |   |   |   |
|---|------------------|---|---|---|---|
| Razvoj kongresnog turizma utječe na produljenje turističke sezone u gradu Dubrovniku  | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Grad Dubrovnik posjeduje smještajne kapacitete potrebne za razvoj kongresnog turizma  | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Prometna povezanost grada Dubrovnika zadovoljava zahtjeve kongresnog turizma          | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kulturni i zabavni sadržaji u gradu Dubrovniku zadovoljava potrebe kongresnog turizma | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Promidžba kongresnog turizma u gradu Dubrovniku je zadovoljavajuća                    | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |

**Što smatrate glavnim razlogom zbog kojeg se organizacija kongresa održava u gradu Dubrovniku?**

- a) Atraktivnost destinacije
- b) Sigurnost destinacije
- c) Kulturno - povijesna baština
- d) Blizina emitivnih tržišta
- e) Gastronomska ponuda
- f) Vrijednost za novac
- g) Kulturni i zabavni sadržaj
- h) Ostalo