

Kongresni turizam na primjeru grada Opatije

Bijelić, Laura

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:180133>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Preddiplomski sveučilišni studij

LAURA BIJELIĆ

KONGRESNI TURIZAM NA PRIMJERU GRADA OPATIJE

**CONGRESS TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF
OPATIJA**

Završni rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Preddiplomski sveučilišni studij

Menadžment u turizmu

KONGRESNI TURIZAM NA PRIMJERU GRADA OPATIJE

**CONGRESS TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF
OPATIJA**

Završni rad

Kolegij: Ekonomika turizma

Student: Laura Bijelić

Mentor: prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana

Matični broj: 19PO24753

Opatija, lipanj 2024.



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

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Laura Bijelić (19PO24753)

CONGRESS TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF OPATIJA

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

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

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

U Opatiji, 2024.

Potpis studenta

SAŽETAK

Završni rad ispituje strateški razvoj Opatije kao destinacije kongresnog turizma u Republici Hrvatskoj, sagledavajući njezine prednosti, poteškoće i područja za napredak. Bogata povijest, velik broj hotela s kapacitetima za održavanje kongresa i opremljenost najsuvremenijim sadržajima, čini Opatiju poznatom destinacijom za razne kongresne događaje. Prikazani su primjeri dobre prakse koje Opatija može implementirati za održavanje rasta turista i broja održanih kongresnih događanja, povećanje pristupačnosti i unapređenje infrastrukture, naglašavajući kako bi upravo ove inicijative izdvojile Opatiju od ostalih hrvatskih gradova i inozemnih turističkih destinacija. Provedena je i analiza kongresnih kapaciteta, odnosno hotela i ostalih mjesta pogodnih za održavanje ove vrste događaja. Kako bi se privuklo što više aktivnosti i gostiju, Opatija mora koristiti metode za nacionalnu integraciju, europsko partnerstvo i globalno širenje. Nadalje, daju se prijedlozi za budući razvoj i održivost kongresnog turizma, koji osiguravaju dugoročni gospodarski rast i globalnu prepoznatljivost. Rad obuhvaća SWOT analizu i prikazuje buduće smjernice koje bi omogućile daljnji razvoj i održivost kongresnog turizma u Opatiji, doprinoseći tako dugoročnom gospodarskom rastu i međunarodnoj prepoznatljivosti grada. Kroz rad se naglašava kako usmjerenim oglašavanjem, kreativnim pružanjem usluga i ekološkim pristupom, Opatija može učvrstiti svoju poziciju eminentne pozicionirane destinacije kongresnog turizma.

Ključne riječi: Opatija; kongresni turizam; održivi turizam; kongresni hoteli

SADRŽAJ

UVOD	1
Predmet rada	2
Svrha rada	2
Ciljevi rada.....	2
Metode istraživanja.....	3
Struktura rada.....	4
1. KONGRESNI TURIZAM.....	5
2. KONGRESNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ	10
3. OPATIJA – DESTINACIJA KONGRESNOG TURIZMA.....	16
3.1. Povijesni razvoj	16
3.2. Prednosti Opatije kao destinacije kongresnog turizma.....	19
3.3. Kongresni i insentiv ured Opatija	21
3.4. Kongresni kapaciteti Opatije	22
3.5. SWOT analiza kongresnog turizma Opatije	27
3.6. Izazovi i smjernice za daljnji razvoj kongresnog turizma Opatije	29
ZAKLJUČAK	31
POPIS ILUSTRACIJA.....	32
LITERATURA	33

UVOD

Kongresni turizam način je za spajanje posla i zadovoljstva kroz turizam, koji se zadnjih godina brzo širi. Kongresni turizam obuhvaća planiranje i sudjelovanje na formalnim događajima kao što su kongresi, seminari i konvencije. Ove skupove obično organiziraju udruge, tvrtke i druge organizacije s ciljem promicanja umrežavanja, razmjene informacija i profesionalne suradnje. Turistička komponenta kongresnog turizma uključuje ugostiteljske i putničke usluge potrebne za podršku tim skupovima, dajući gostima pristup smještaju, drugim turističkim ili ugostiteljskim uslugama i prijevozu.

Kroz završni rad najprije su opisani preduvjeti nastanka kongresnog turizma kako bi se razumio glavni predmet rada. Kongres predstavlja neki veći skup ili konferenciju koja se često saziva kako bi se raspravljalo o određenim temama, bilo da su stručne, akademske, znanstvene ili političke. Suprotno tome, turizam opisuje radnje pojedinaca koji odlaze i ostaju na lokacijama izvan svog uobičajenog okruženja iz užitka, posla ili nekih drugih razloga. Upravo spoj ovih karakteristika čini kongresni turizam koji je dakle specifična vrsta poslovnog turizma, a proizlazi iz presjeka ovih dviju ideja. Putovanje za poslovne ciljeve, kao što su sastanci, seminari, prezentacije, konferencije i izložbe, ono je što definira poslovni turizam u cjelini. Kongresni turizam koncentrira se na konferencije i kongrese, koji često imaju veliku posjećenost i unaprijed se planiraju. Ovaj završni rad posebno se bavi kongresnim turizmom u Republici Hrvatskoj, s fokusom na grad Opatiju kao poznatu destinaciju za konferencijska putovanja u tom području zemlje zbog svoje duge povijesti, prisutnosti mora i gostoprimstva. Moderne kongresne dvorane i sadržaji, prikladni i za konferencije manjeg i većeg opsega, privatnije događaje, mogu se pronaći u mnogim hotelima u gradu. Istaknuti opatijski hoteli poput Grand Hotela Adriatic, Hotela Ambassador, Grand Hotela 4 Opatijska Cvijeta i Hotela Kvarner nude širok raspon kongresnih sadržaja, uključujući velike sobe za sastanke, vrhunsku multimedijску opremu i stručne usluge koordinacije događaja. Spomenuto ne samo da čini grad poželjnijim kao konferencijsko odredište, već daje i veliki doprinos rastu lokalnog gospodarstva i turističke industrije. Prednosti održavanja događanja nisu jedini način na koji kongresni turizam utječe na Opatiju. Privlačeći širok raspon turista, povećava se ugled odredišta na međunarodnoj razini i potiče lokalno gospodarstvo. Tako će se kroz rad opisati strateški značaj kongresnih sadržaja i usluga za poboljšanje konkurentne prednosti grada na međunarodnom turističkom tržištu kroz ispitivanje kongresnog turizma u Opatiji.

Predmet rada

Završni rad fokusiran je na kongresni turizam, točnije na prostor Republike Hrvatske i grad Opatiju. Kongresni turizam svojevrsni je podrazred korporativnog odnosno poslovnog turizma, a predmet ovog rada su njegovi elementi, značaj i ostali učinci. U radu će se istražiti na koji način opatijska infrastruktura, posebice hoteli i kongresni centri, odnosno dvorane održavaju i unapređuju položaj grada kao visoko pozicionirane kongresne turističke destinacije.

Svrha rada

Koristeći Opatiju kao studiju slučaja, ovaj rad ispituje i naglašava strateški značaj kongresnog turizma za gospodarski i promotivni rast turističkih destinacija. Tako se nastoje prikazati načini na koje učinkovito upravljanje kongresnim turizmom može povećati privlačnost lokacije na svjetskoj razini i potaknuti gospodarsku ekspanziju. Osim toga rad ima za cilj pružiti savjete zainteresiranim stranama u turizmu i ugostiteljstvu o tome kako najbolje poboljšati svoju infrastrukturu i usluge kako bi privukli više kongresnih događaja. Time ovaj rad može poslužiti dionicima u kongresnom turizmu za jasnije preciziranje interesnih skupina, načina za vođenje kongresnog turizma i kasnijeg eventualnog širenja poslovanja kroz jasan teorijski prikaz i analizu kongresnih sadržaja grada Opatije.

Ciljevi rada

Jedan od primarnih ciljeva za kasnije što bolje razumijevanje cjelokupne tematike je definiranje pojma kongresnog turizma i objašnjenje po čemu se razlikuje od drugih vrsta poslovnih putovanja. Uz to nadovezuje se i analiza kongresnih hotela grada Opatije i obrazloženje zašto su među vodećima u Republici Hrvatskoj u ovoj vrsti turizma. Ova evaluacija će se baviti glavnim gradskim hotelima, ali i drugim sličnim mjestima, njihovim kapacitetima i sadržajima. Od sporednih ciljeva mogu se izdvojiti sljedeći:

- Povijesna i konceptualna analiza razvoja kongresnog turizma u Opatiji, s naglaskom na njegovo sadašnje stanje i smjerove za budući razvoj.
- Ekonomski utjecaj kongresnog turizma u smislu otvaranja radnih mjesta, stvaranja prihoda i jačanja lokalnih poduzeća i suradnje turističkih zajednica.

- Promocija i brendiranje kroz kongresni turizam, što pomaže u promicanju i reklamiranju grada kao turističke destinacije, povećavajući njegovu izloženost i privlačnost globalnoj publici.

Metode istraživanja

Kako bi se što kvalitetnije pristupilo samoj izradi završnog rada, prikupljena je ključna znanstvena i stručna literatura, u vidu knjiga, znanstvenih i stručnih članaka, dokumenata i ostaloga, a koja se tiče turizma i njegovih vrsta, s naglaskom na poslovni i kongresni turizam. Za što kvalitetniju analizu podataka odabrane su prikazane znanstvene metode. Zasižno jedna od primarnih metoda koja se koristila je metoda analize. „Analiza je postupak raščlanjivanja složenih predmeta, pojava ili ideja na njihove sastavne elemente“ (Metzinger i Toth, 2020:11). Metoda se koristi kako bi se prvotno objasnili složeniji pojmovi, a zatim oni jednostavniji, zbog čega su ključne stavke poredane smislenim redom. Ovo se uočava kroz prvotno definiranje općenitijih i složenijih pojmova, kao što je turizam i kongres, a potom same vrste turizama s naglaskom na kongresni turizam.

Zatim, metoda sinteze, čiji je postupak obrnut od metode analize. Tako Žugaj i suradnici (2006) govore kako se ovdje kreće od jednostavnijih i apstraktnijih pojmova. Njihovim povezivanjem konstruiraju se ili rekonstruiraju cjeloviti objekti, pojave ili događaji. Kroz rad navedeno se uočava u vrstama turizama i kasnije u opisivanju ključnih karakteristika kongresnog turizma.

Sljedeća prisutna metoda istraživanja je usporedna metoda. Naziva se još i komparacijskom metodom zbog jasnijeg uspoređivanja i klasifikacije dvaju promatranih pojava, radnji ili predmeta istraživanja. „Komparativna metoda predstavlja postupak uspoređivanja istih ili sličnih činjenica, pojava, predmeta i utvrđivanja njihovih sličnosti i razlika“ (Metzinger i Toth, 2020:14). Ovdje će se navedeno ostvariti kroz usporedbu položaja Opatije kao kongresnog centra u Republici Hrvatskoj u odnosu na ponudu drugih gradova, ali i položaj Republike Hrvatske unutar europskog i svjetskog tržišta. Posljednja, ali ne manje važna metoda je induktivna. Zelenika (2000) smatra kako se induktivnom metodom dolazi od pojedinačnih ili posebnijih činjenica do općeg smislenog zaključka. Napisano je prisutno u poglavlju zaključka gdje će se obraditi svi prikazani podaci kako bi se stvorila jasna slika o razvijenosti kongresnog turizma grada Opatije i njezine konkurentnosti u odnosu na ostatak Hrvatske.

Struktura rada

S fokusom na grad Opatiju u Republici Hrvatskoj, ovaj rad nudi temeljito ispitivanje pregleda razvoja i značaja kongresnog turizma. U uvodu su osim predmeta rada, također istaknuti glavni ciljevi i svrha, dajući jasnu osnovu za analizu koja slijedi. Drugo poglavlje istražuje širu pozadinu turističke industrije i pruža ključne osnovne informacije o karakteristikama i veličini turističke industrije, postavljajući temelje za razumijevanje jedinstvene tržišne niše kongresnog turizma. Treće poglavlje usmjereno je isključivo na kongresni turizam. Tri su glavne komponente ovog poglavlja, počevši od povijesnog razvoja kongresnog turizma, kako na međunarodnoj sceni, tako i u Hrvatskoj. Ovdje se opisuju glavni razvojni trendovi koji su utjecali na turizam. Drugi odjeljak govori o obilježjima kongresnog turizma, a razmatra se sve ono što ovu vrstu turizma, uključujući vrste događaja koji se održavaju, demografiju sudionika te društvene i ekonomske učinke na gradove domaćine, čini jedinstvenom. Posljednji dio ovog poglavlja odnosi se na kongresni turizam Republike Hrvatske i popratnu infrastrukturu. Naglasak na Opatiju je u četvrtom poglavlju, u kojem je opisana atraktivnost grada kao turističke destinacije. Analiziran je geografski položaj i turistička ponuda grada kao osnovni preduvjeti za razvoj turizma. Uz to su također prikazani i osnovni podaci vezani uz smještajne kapacitete, kako bi se kasnije opisala opatijska infrastruktura s naglaskom na hotele i druge mogućnosti smještaja za posjetitelje konferencije. U petom poglavlju dan je opsežan pregled opatijske industrije konferencijskog turizma. U ovom poglavlju ocjenjuju se kongresne dvorane, mogućnosti smještaja s konferencijskim prostorima i druga relevantna infrastruktura u gradu. Sagledavaju se marketinški i ekonomski učinci održavanja kongresa, naglašavajući kako ti događaji unapređuju rast i ugled grada u inozemstvu. Završni rad zaokružuje sinopsis glavnih zaključaka i rasprava o utjecaju kongresnog turizma na Opatiju i ukupnu turističku strategiju Hrvatske. U nastojanju da se ojača konkurentna prednost grada na međunarodnom tržištu, daju se i prijedlozi za budući napredak u kongresnom turizmu.

1. KONGRESNI TURIZAM

Prije nego li se prijeđe na sam pojam kongresnog turizma i kasnije na glavnu tematiku rada, a to je analiza Opatije kao kongresne destinacije, ponudit će se jasnije razumijevanje pojma turizma.

Turizam se odnosi na „radnje i procese provođenja vremena izvan doma u potrazi za rekreacijom, opuštanjem i užitkom, uz korištenje komercijalnog pružanja usluga. Kao takav, turizam je proizvod modernog društvenog uređenja, koji počinje u zapadnoj Europi u 17. stoljeću, iako ima svoje korijene i u klasičnoj antici, navodi Walton (2024). Turizam se odnosi na sve aktivnosti i odnose koji nastaju iz putovanja i boravka posjetitelja na nekom mjestu radi odmora i uživanja, bez namjere stalnog prebivališta ili obavljanja gospodarskih aktivnosti. Također, turizam je gospodarska djelatnost koja uključuje turistička kretanja i sve povezane odnose navodi Hrvatska enciklopedija (2024).

Na turizam se može gledati kao „društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne odnosno profesionalne svrhe.“ (World Tourism Organization, 2024) Ti se ljudi nazivaju posjetiteljima, koji su u turističkom žargonu poznatiji kao turisti ili izletnici, a koji mogu biti rezidenti ili nerezidenti, a sami turizam ima veze s njihovim aktivnostima. Osnovne značajke turizma su zasigurno ekonomske, ali se izdvajaju i brojne neekonomske ili društvene. Najčešće vrste turizma uključuju; turizam u slobodno vrijeme, kulturni, avanturistički turizam, poslovni (kongresni), medicinski, sportski, vjerski, kulinarski, obrazovni, luksuzni ili pak seoski i eko turizam.

„Ekonomski učinci turizma podrazumijevaju djelovanje turizma na gospodarske ciljeve te ekonomske funkcije rezultiraju gospodarskim učincima. Kao temeljne ekonomske funkcije u turizmu ističe se multiplikativna funkcija s induciranim ekonomskim učincima, razvojna te konverzijska funkcija. Osim navedenog, u turizmu se javlja funkcija zapošljavanja te devizna funkcija.“ (Bartolucci, 2013:37)

Povećanje prihoda kroz turizam potiče ulaganja u javne usluge i infrastrukturu, potiče poslovanje u lokalnoj zajednici i stvara nova radna mjesta ističe Pillai (2011) i nadodaje kako su bolje prometne mreže, zdravstvene ustanove i rekreacijski prostori samo neki od primjera dobiti i pogodnosti koje može donijeti turizam i koristiti lokalnom stanovništvu.

Potrebno je razmotriti i ponekad presudan faktor, ekonomski. „Ekonomski učinak je zbroj učinaka koje aktivnost ili događaj ima na gospodarstvo određenog područja, dobiven mjerenjem ekonomskih atributa povezanih s aktivnošću ili događajem.“ (Bavuma, 2018:131) Ekonomske funkcije aktivnosti su koje su usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka kao što je turistička potrošnja, izvoz roba i usluga, izravne investicije, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje zaposlenosti, poboljšanje devizne bilance i razvoj nedovoljno razvijenih područja i mjesta. Razmatrano s perspektive poduzeća ili organizacija koje su direktno ili indirektno uključene u kreiranje turističke ponude, te na razini turističke destinacije (mjesto, regija ili država), odvijaju se različite faze turističke potrošnje.

Šilerova i suradnici (2013) navode kako se kongresni turizam smatra jednim od najisplativijih oblika turističkih kretanja jer su sudionici konferencija gosti s puno novca i očekuju usluge s oznakama točnosti, pouzdanosti, kvalitete, udobnosti, brzine, primjerenosti, fleksibilnosti, originalnosti, kreativnosti i inovativnosti. U društvenom smislu, turizam promiče ponos i uključenost u zajednicu. Mještani mogu poboljšati svoj osjećaj sebe i zajednice izlažući svoje podrijetlo i kulturu. Uz poticanje međukulturalnog dijaloga, turizam također pomaže lokalnom stanovništvu i posjetiteljima iz različitih sredina u komunikaciji, pišu Agarwal i suradnici (2023) smatrajući kako bi iz ove kulturne razmjene moglo proizaći društvo koje je uključivo i otvorenije. Hrvatska enciklopedija (2024) navodi kako društvene funkcije turizma doprinose humanističkim vrijednostima obogaćujući ljude novim znanjima, iskustvima i aktivnostima. Ove funkcije proizlaze iz osnovnih motiva putovanja koji nisu povezani s ekonomskim ciljevima. Dije se na funkcije s neposrednim djelovanjem, kao što su zdravstvene, rekreacijske i kulturne, te funkcije s posrednim djelovanjem, uključujući socijalne, obrazovne i političke. Dodatna odlika turizma je u kulturnom očuvanju regionalnih običaja, umjetnina i ruktvorina. Očuvanje i oživljavanje tradicionalnih običaja i povijesnih lokacija može biti potaknuto turističkim tržištem. Uz to, razvoj muzeja, kulturnih središta i festivala koji poštuju i čuvaju regionalnu kulturu često je olakšan turizmom. Dobrobiti za okoliš također mogu proizaći iz turizma, jer on često potiče inicijative za očuvanje prirodne raznolikosti. Prema Pillai (2021) metode održivog turizma mogu očuvati prirodne atrakcije, jamčeći da su obližnji ekosustavi zdravi i neoštećeni za sljedeće generacije. Uzimajući sve u obzir, turizam može poslužiti kao odskočna daska za sveobuhvatni razvoj zajednice, poboljšanje životnog standarda i promicanje društva koje je kohezivnije, bogatije i kulturno raznolikije. Nastavak rada donijet će više informacija o kongresnom turizmu, s obzirom na to kako će se ova vrsta detaljnije proučavati na primjeru grada Opatije.

Kongresni turizam dio je globalnog gospodarstva putovanja koji je neophodan za susrete stručnjaka, znanstvenika, profesora i poslovnih rukovoditelja i menadžera piše Gregorić i suradnici (2016). Ovo poglavlje ispituje mnoge aspekte kongresnog turizma, uključujući njegov doprinos inovacijama i razmjeni informacija, logističke izazove i naravno nezaobilazni ekonomski učinak na destinaciju. Poznavanje trendova, prepreka i najboljih praksi postaje ključno jer se lokacije i zajednice međusobno natječu za održavanje važnih konferencija i konvencija. Tako će se kroz ovo poglavlje ispitati koje točne odlike i karakteristike lokacije privlače velike događaje, naglašavajući uzajamno korisnu interakciju između turističke infrastrukture i kongresne industrije, konferencija i sličnih događaja koji su u zadnjih desetak godina u izrazitom procvatu. No kako bi se uopće moglo prijeći na glavni predmet rada, odnosno kongresni turizam, prvotno je potrebno definirati pojam „kongres“. Oxford English Dictionary (2024) navodi nekoliko različitih viđenja ovog pojma, a ona su sljedeća:

- veliki službeni sastanak ili niz sastanaka na kojima predstavnici različitih skupina raspravljaju o idejama i donose odluke,
- okupljanje društva,
- politička organizacija ili društvo,
- radnja okupljanja,
- susret u opoziciji,
- društveni odnos,
- razgovor ili
- naziv skupine ljudi koji su izabrani da donose zakone (primjer: Kongres Sjedinjenih Američkih Država koji se sastoji od Senata i Zastupničkog doma).

„Kongres je predviđen za razmjenu mišljenja i ideja, slanje konkretnih poruka, razmjenu znanstvenih mišljenja, otvorenu raspravu, davanje publiciteta određenoj temi ili području i slično. Dakle, kongres je vrsta poslovnih događaja koji okupljaju ljude iz različitih sfera društvenog života, raspravljati o raznim temama od interesa.“ (Šušić i Mojić, 2014:516) Bavuma (2018) navodi kako je poslovni turizam jedna je od najdinamičnijih i najbrže razvijajućih sfera u svjetskom gospodarstvu s obzirom na to da njegov uspjeh donosi razmjenu tehnologija, kontakata, informacija, izložbe, kongrese, poslovna putovanja i usklađene turističke aktivnosti. Sada kada je jasno kako kongres u svojoj osnovnoj srži uključuje okupljanje ljudi moguće je prijeći na samo definiranje pojma kongresnog turizma. Dakle, kao

potkategorija poslovnog turizma, kongresni turizam odnosi se na putovanja namijenjena službenim događajima poput konferencija i konvencija. Obično tvrtke, vlade i profesionalne grupe planiraju ova okupljanja kako bi potaknuli umrežavanje, razmjenu informacija i timski rad među sudionicima. Kongresni događaji pripadaju industriji sastanaka kao i samog turizma. „Kako bi se istaknule svrhe relevantne za industriju sastanaka, ako je glavna svrha putovanja poslovna/profesionalna, može se dodatno podijeliti na "sudjelovanje na sastancima, konferencijama ili kongresima, sajmovima i izložbama" i "ostale poslovne i profesionalne svrhe.“ (World Tourism Organization, 2024) Izraz kongresna industrija jasno navodi i Međunarodno udruženje kongresa i konvencija (ICCA), kao i Meeting Professionals International (MPI) i Reed Travel u odnosu na akronim MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) koji ne prepoznaje industrijsku prirodu takvih aktivnosti. Kongresni turizam, opisuje Geić (2011), je specifičan oblik turizma gdje glavni motiv putovanja nije odmor, već aktivno ili pasivno sudjelovanje pojedinaca na raznim skupovima i manifestacijama. Dakle riječ je zapravo o posebnoj vrsti turizma koji sa sajamskim turizmom i putovanjem u svrhu održavanja sastanaka s drugim postojećim ili potencijalnim poslovnim partnerima, ali motivacijskim nagradnim putovanjima pripada sferi poslovnog turizma, piše Gregorić (2011), nadodajući kako se kongresni turizam prepoznaje i pod nazivom insentiv turizam. Svaki kongresni organizator bilo koje vrste događanja, od lokalnih poslovnih sastanaka i seminara, do prezentacija, naći će veliku pomoć u vještini i iskustvu tvrtki koje su orijentirane za kongresni turizam. Tako se u engleskom jeziku za ovakav tip tvrtke pojavljuje skraćenica PCO (professional congress organizer) tvrtka koja je specijalizirana za organizaciju međunarodnih kongresa i skupova i koja se brine za sve praktične aspekte, od podrške ponudama do marketinga i od logistike do postkongresnih komunikacija. Ta se podrška proteže i na velika međunarodna okupljanja udruga. Kongresnim turizmom bave se i takozvane DMC (*Destination Management Company*) ili destinacijske menadžment kompanije, odnosno tvrtke za upravljanje odredištem. Ovakve tvrtke upravljaju nizom proizvoda i usluga na tržištu putovanja te omogućuju da iskustva putovanja funkcioniraju. Bilo da se traži netko tko će pružiti safari putovanje, izlete autobusom, krstarenja, catering ili bilo koju drugu putnu uslugu koju možete nazvati, DMC je taj koji to čini. Obično su to manje, lokalne organizacije koje godinama rade na odredištu. Putničkim tvrtkama donose ključno lokalno znanje i iskustvo, dajući međunarodnim partnerima uvid koji im je potreban za stvaranje proizvoda koji će privući turiste s različitim potrebama. Još neke od značajki kongresnog turizma su sljedeće:“

- Sudionici kongresa prisustvuju skupu koji je prethodno organiziran i objavljen na utvrđenu temu, mijenjajući svoje uobičajeno okruženje i djelovanje.
- Pokrovitelj i/ili organizator odlučuje o doprinosima prezentaciji i raspravama o temi.
- Kongresi imaju različitu učestalost, koja se utvrđuje unaprijed; mogu biti godišnji, dvogodišnji ili višegodišnji.
- Skupovi se mogu smatrati kongresima, osim javnih i vladinih skupova.“ (Rodriguez i Carretero, 2023:4)

S obzirom na ekonomsku prirodu događaja, takva okupljanja mogu biti komercijalna ili nekomercijalna, a u pogledu trajanja, mogu biti od nekoliko sati do čak tjedan dana, prema Šušić i Mojić (2014). Kongresni putnici često trebaju razne usluge, kao što su smještaj, prijevoz, hrana i rekreacijske mogućnosti, a sve to potiče regionalna gospodarstva. Osim što dobivaju više pozornosti i ugleda, mjesta domaćina dobivaju od većeg dolazaka turista i ekonomsku korist jer oni troše novac na proizvode i usluge lokalnih tvrtki i na atrakcije. Nadalje, kongresni turizam može potaknuti nadogradnju objekata i ulaganja u infrastrukturu, pospješujući dugoročni rast destinacije. Uzimajući sve u obzir, kongresni turizam bitan je dio putničkog poslovanja koji omogućuje upoznavanje novih destinacija uz ispunjenje poslovnih ciljeva. Geić (2011) kao najvažnije karakteristike kongresnog turizma ističe sljedeće:

- odvija se tijekom cijele godine, od stalnog zaposlenja do punog radnog vremena;
- oplemenjuje turizam oslanjajući se na vanjsku infrastrukturu i dovodeći poslove u odredišta poput atraktivnih područja koja bi se inače morala oslanjati na relativno kratku ljetnu sezonu;
- ulaganja u kongresni turizam dovode do razvoja turističkih gradova u unutrašnjosti;
- investicijske destinacije koje zadovoljavaju potrebe poslovnih turista, uključujući hotele, restorane, promet i komunikacije, prepoznale su brojne koristi;
- kongresni turizam potiče buduća nova poslovna ulaganja jer ljudi mogu prepoznati svoj interes u vrednovanju atrakcija u tom području;
- kongresni turizam nudi veću vrijednost s manje negativnih posljedica za okoliš od strane masovnog turizma;
- sudionici kongresa obično dolaze u grupama te se moraju informirati i upoznati s mjestom na koje dolaze kako bi im boravak bio ugodniji i učinkovitiji.

Objašnjenjem pojma kongresnog turizma, nastavak teksta donosi prikaz prednosti Republike Hrvatske i ključnih faktora za razvoj kongresnog turizma s naglaskom na pojedine gradove.

2. KONGRESNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Strateški položaj Hrvatske, bogato kulturno nasljeđe i najsuvremenija infrastruktura čine ju poželjnom destinacijom za konferencijski turizam. Hrvatska je popularno mjesto za strane izaslanike i predavače jer je izvrsno geografski locirana, točnije smještena na raskrižju srednje Europe i Mediterana, što je čini lako dostupnom iz velikih europskih gradova. Njezin atraktivan krajolik, koji uključuje jadransku obalu i drevne gradove poput Splita i Dubrovnika, čini idealno okruženje za događanja. Suvremena tehnologija i usluge omogućuju dobro razvijenim konferencijskim centrima u zemlji, poput onih u Zagrebu, Opatiji i Rovinju, prihvaćanje organizacije velikih kongresnih okupljanja. Za male i srednje kongresne skupove i organizacije, Hrvatska ima sve potrebne predispozicije jer nudi vrhunske kongresne sadržaje, uključujući konferencijske dvorane koje mogu primiti grupe i do tisuću ljudi. Kao dodatan motiv odabira Hrvatske kao kongresne destinacije, u prilog ide i povijesno bogatstvo lokacija, izvrsna gastronomija, ljubaznost i gostoprimstvo domaćina, ali i veliki hoteli svjetskih brendova. Hrvatska je također u pozitivnom omjeru dobivene usluge za vrijednost u novcu, stoga se može reći kako ima odličan omjer cijene i kvalitete. Tako su neki od glavnih razloga, odnosno prednosti za organizaciju kongresnih skupova prikazani u sljedećem tabličnom prikazu.

Tablica 1. Prednosti za razvoj kongresnog turizma u Hrvatskoj

Prednosti	Opis
Laka dostupnost	Najmlađa članica Europske unije, Hrvatska, idealna je destinacija za kongresni turizam zahvaljujući povoljnom geografskom položaju koji je čini podjednako srednjoeuropskom i mediteranskom zemljom. Lako je dostupna zračnim, željezničkim i cestovnim prijevozom. Tri najveće međunarodne zračne luke u Zagrebu, Splitu i Dubrovniku, s nekoliko srednjih i manjih zračnih luka, pružaju izvrsne mogućnosti za avioputnike. Hrvatska je također poznata po mreži suvremenih i kvalitetnih autocesta koje povezuju glavni grad Zagreb s ostatkom zemlje i susjednim državama, čime se olakšava dolazak i kretanje kongresnih sudionika.
Sigurnost i čistoća krajolika i mora	Hrvatska je poznata po visokoj razini osobne sigurnosti za boravak i putovanja, što posjetitelji često ističu kao jedno od

	<p>njenih glavnih obilježja. Tijekom izazova globalne pandemije koronavirusa, Hrvatska je dokazala da je sigurna destinacija, prioritizirajući zdravlje i sigurnost građana i gostiju. Nacionalna oznaka "<i>Safe stay in Croatia</i>", koju nose mnogi turistički subjekti, jamči pridržavanje svih sigurnosnih protokola i zaštitnih mjera u turizmu i ugostiteljstvu, u skladu s preporukama Svjetskog vijeća za putovanja i turizam te nacionalnih zdravstvenih tijela. Ova predanost sigurnosti čini Hrvatsku idealnom destinacijom za kongresni turizam.</p>
<p>Ljepota i raznolikost prirode</p>	<p>Prirodna raznolikost i ljepote Hrvatske čine je pogodnom destinacijom za kongresni turizam jer posjetitelji mogu doživjeti spoj kontinentalnog i mediteranskog stila života na tako malom prostoru. Hrvatska se može pohvaliti najljepšim zalascima sunca na svijetu, i izrazito čistim Jadranskim morem i razvedenom obalom s 1244 otoka pogodnih za jedrenje. Čak osam nacionalnih parkova i jedanaest parkova prirode pružaju idealno okruženje i priliku za dnevne izlete nakon napornih seminara. Sve to, ali i mnogo više doprinosi ukupnom dojmu o Hrvatskoj kao jedinstvenoj i atraktivnoj kongresnoj destinaciji.</p>
<p>Kulturna i povijesna baština</p>	<p>Naseljena od prapovijesnih vremena, Hrvatska se nalazi na raskrižju europskog Istoka i Zapada, između srednje Europe i Mediterana te je bogata povijesnom i kulturnom baštinom. Deset njenih spomenika nalazi se na UNESCO-ovu popisu svjetske baštine, uključujući svjetski poznate gradske zidine u Dubrovniku, Dioklecijanovu palaču u Splitu, Plitvička jezera te brojne bazilike i crkve. Ova bogata povijesna i kulturna baština daje dodatnu vrijednost kongresnom turizmu, omogućujući sudionicima uživanje u povijesnim znamenitostima i kulturnim iskustvima tijekom poslovnih događanja, čime se dodatno obogaćuje njihovo ukupno iskustvo i boravak u Hrvatskoj.</p>

<p>Gastronomija</p>	<p>Tijekom i nakon predavanja, seminara i radionica potrebno je dobro se okrijepiti, a hrvatska gastronomska scena ovdje je vrlo šarolika. Posjetitelji mogu uživati u raznim domaćim specijalitetima, morskim i kontinentalnim, od morskih riba, stonskih školjki kamenica, paškog sira i dalmatinskog pršuta, istarskih tartufa, pa do zagorskih štrukli, purice s mlincima i slavonske slanine, kulena i kobasice.</p>
<p>Sadržajna kongresna ponuda</p>	<p>Kongresna ponuda Republike Hrvatske izrazito je razvijena, a velike kongresne hotele moguće je pronaći od Istre i Kvarnera pa sve do krajnjeg juga i Dubrovnika. Naravno, ne treba izostaviti niti prijestolnicu Zagreb.</p> <p>Na istoku, u Slavoniji se ističe Osijek koji se u sveukupnu ponudu uključuje kroz kongresne dvorane hotela Osijek, kongresnu dvoranu u Vikarijatu, konferencijsku i prezentacijsku dvoranu u Edukativnom i informativnom turističkom centru za mlade „Stara pekara“, Centru za posjetitelje Tvrđa, kao i dvoranom u sklopu Građevinskog fakulteta, Ekonomskog fakulteta i Fakulteta agrobiotehničkih znanosti pri Sveučilištu u Osijeku.</p>
<p>Kreativnost u intenzivima</p>	<p>Hrvatska nudi kreativne incentive kroz sportske i adrenalinske aktivnosti u netaknutoj prirodi, otkrivanje Jadranskog podmorja, vrhunske eno-gastro doživljaje i obilazak povijesnih i kulturnih znamenitosti, pružajući nezaboravna iskustva koja dodatno obogaćuju kongresni turizam.</p>
<p>Gostoljubivost</p>	<p>Hrvati su u svijetu opće poznati po velikoj gostoljubivosti, uslužnosti i predanosti svojim korisnicima odnosno posjetiteljima, a navedeno posebno dolazi do izražaja u smještajnim objektima, koji su ove manire trajno ukomponirali u svoju poslovnu kulturu i etiku.</p>

Izvor: izrada autora prema podacima Hrvatske turističke zajednice (2024)

Sve opisano itekako je prepoznato od Hrvatske turističke zajednice koja je za ovaj vid turizma kreirala i poseban hashtag „*#CroatiaFullOfBusinessOpportunities*“.

Upravo je Hrvatska turistička zajednica (HTZ) ključna organizacija koja se bavi promocijom i razvojem turizma u Republici Hrvatskoj. Njezin osnovni cilj je promicanje Hrvatske kao turističke destinacije te poticanje održivog i kvalitetnog razvoja turizma na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Iz Hrvatske turističke zajednice (2023) navode nekoliko svojih glavnih uloga, uključujući promociju Hrvatske kao turističke destinacije, suradnju s različitim turističkim dionicima, razvoj turističke infrastrukture, poticanje održivog turizma, pružanje informacija turistima, sudjelovanje na međunarodnim sajmovima te provođenje istraživanja i analiza. „Turističke zajednice imaju vrlo važnu ulogu u promicanju i razvoju turizma na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. One predstavljaju organizacijske strukture zadužene za koordinaciju, promociju i poticanje turističkih aktivnosti u određenom području.“ (Aflić, Gržinić, 2019:115)

Turistički sustav organiziran je kroz destinacijski menadžment, uključujući lokalne turističke zajednice koje pokrivaju jednu ili više jedinica lokalne samouprave, otoka, rivijere ili sličnih prostornih cjelina. Regionalne turističke zajednice osnovane su za područja koja obuhvaćaju jednu ili više jedinica područne (regionalne) samouprave. Hrvatska turistička zajednica djeluje kao glavna organizacija na nacionalnoj razini, pod čijim se okriljem nalaze ostale turističke zajednice. Ove zajednice su organizirane na različitim razinama, uključujući regionalnu i lokalnu zajednicu, stoga postoje turističke zajednice na razini županija, gradova, općina, područja, mjesta i otoka pišu Obadić i Marić (2009). Nadalje, turističke zajednice djeluju kao zagovornici održivih turističkih praksi koje uspostavljaju ravnotežu između gospodarskog rasta, zaštite okoliša i društvene odgovornosti, navode Arana i suradnici (2015). Naime, nadodaje Arana i suradnici (2015), one potiču etično ponašanje u turizmu, smanjuju negativne utjecaje turizma na lokalne ekosustave i kulture te potiču pozitivne odnose između turista i zajednica domaćina kroz inicijative kao što su programi eko-certifikacije, kampanje odgovornog turizma i projekti angažmana zajednice. Nadalje, turističke zajednice imaju važnu ulogu u administraciji i rastu destinacije. One surađuju s lokalnim tvrtkama, vladinim agencijama i organizacijama zajednice kako bi upravljali projektima turističke infrastrukture, poboljšali sadržaje za posjetitelje i poboljšali cjelokupno iskustvo posjetitelja, navodi Muhunthan (2017). Dakle, to uključuje ulaganja u prijevoz, smještaj, atrakcije i rekreacijske sadržaje, kao i programe zaštite prirodnih i kulturnih mjesta za buduće generacije. Svi spomenuti elementi utječu na položaj određene države u kongresnoj ponudi svijeta.

Zanimljivo je kako organizacija Europske najbolje destinacije (2024) među najboljim kongresnim destinacijama u 2023. izdvaja Cavtat u Hrvatskoj na prvom mjestu, potom na

drugom mjestu Brussels u Belgiji, na trećem Ljubljani u Sloveniji, četvrtom Barcelonu u Španjolskoj i petom Bordeaux u Francuskoj. Potom slijedi gradovi kao što su Lisabon, Metz, Milan, Berlin i Luxembourg. U globalnom svijetu kongresa glavno i odgovorno tijelo je Međunarodno udruženje kongresa i konvencija (ICCA - International Congress and Convention Association), koje predstavlja međunarodnu zajednicu za industriju sastanaka. Osnovana 1963., ICCA je specijalizirana za sektor sastanaka međunarodnih udruga, nudeći podatke bez premca, obrazovanje, komunikacijske kanale, kao i mogućnosti poslovnog razvoja i umrežavanja. Ova zajednica pravi je globalni lider koji okuplja međunarodnu kongresnu industriju i isključivo je vezan uz ovaj oblik poslovnog turizma. Od ključne je važnosti za stvaranje industrijskih standarda i poticanje najbolje prakse, navodi Poljska turistička organizacija (2024), nadodajući kako u konačnici poboljšava kvalitetu i profesionalnost konferencija diljem svijeta. Nadalje, značajni istraživački i obrazovni resursi ICCA-e omogućuju kontinuirani razvoj i inovacije u sektoru sastanaka, podržavajući gospodarski rast i međukulturalnu razmjenu.

Kako bi određeni kongres uopće dospio na ICCA ljestvicu mora zadovoljiti određene uvjete, ističe International Congress and Convention Association (2024), a oni su sljedeći:

1. mora imati više od 50 sudionika,
2. mora se redovno održavati (svaku godinu, dvije ili četiri) i
3. sastanak mora biti održan svaki puta u drugoj državi.

Vizija ICCA-a je oblikovanje budućnosti i vrijednosti međunarodnih sastanaka udruženja, dok misija International Congress and Convention Association (2024) ističe kako nastoje biti vrhunska globalna zajednica i središte znanja za industriju međunarodnih sastanaka stvaranjem:

- konkurentске prednosti i poslovnih mogućnosti i
- uspješnim rezultatima za sastanke udruženja.

Danas je ICCA jedna od najistaknutijih organizacija koja zagovara svijet međunarodnih skupova. Novopokrenuta ICCA zajednica udruge nudi udrugama diljem svijeta obrazovanje, veze, alate i resurse koji im pomažu organizirati učinkovitije i uspješnije sastanke.

Gledano na svjetskoj razini po broju sastanaka po zemlji, prema International Congress and Convention Association (2022) Republika Hrvatska zauzima 33. mjesto prema podacima iz 2022., kojega dijeli sa susjednom Mađarskom s brojem od 79 održanih kongresnih sastanaka. Prve su Sjedinjene Američke Države sa 690 sastanaka, druga je Španjolska s 528 sastanaka, treća Italija s 522 sastanka, četvrta Njemačka s 484 sastanka i peta Francuska s 472 sastanka. Sljedeća po ljestvici je Ujedinjeno Kraljevstvo (449), Portugal (294), Nizozemska (253),

Belgija (234) te Kanada (233). Zanimljivo je za uočiti kako se u prvih deset zemalja svijeta, čak osam odnosi na zemlje Europe. International Congress and Convention Association (2022) donosi svjetsko rangiranje po broju sastanaka po gradu tijekom 2022., prvi je Beč sa 162 sastanka, drugi Lisabon sa 144 sastanka, a treći Pariz sa 134. Potom slijede gradovi Barcelona (133), Prag (129), Madrid (128), Berlin (113), Atena (109), Brusel (108) i London (106), kao prvih deset gradova. Na ovoj ljestvici, kao prvi od hrvatskih gradova ističe se Dubrovnik koji je zauzeo 66. mjesto s 29 održanih kongresnih sastanaka, dok je sljedeći Zagreb koji je zauzeo 78. mjesto s 26 održanih kongresnih sastanaka. Iz njih značajno zaostaje Split koji se našao tek na 326. mjestu s pet održanih kongresnih sastanaka. Nastavak rada donosi najuspješnije europske gradove. Tako International Congress and Convention Association (2022) piše kako je prva europska zemlja po broju sastanaka Španjolska s 528, druga Italija s 522, treća Njemačka s 484, četvrta je Francuska s 472, a na petom mjesto je Ujedinjeno Kraljevstvo s 449. Nakon njih slijedi Portugal (294), Nizozemska (253), Belgija (234), Austrija (232) i Grčka (185). Hrvatska se ovdje nalazi na dvadesetom mjestu, kojega dijeli s Mađarskom sa 79 kongresnih sastanaka, a iza sebe je ostavila susjede Slovence (23 mjesto) kao i Srbiju (26 mjesto) i Bosnu i Hercegovinu (36 mjesto). Prema podacima International Congress and Convention Association (2022), istaknut će se prvih pet gradova Europe po kongresnom turizmu i broju održanih sastanaka. Na prvom mjestu bio je Beč (162), potom Lisabon (144), Pariz (134), Barcelona (133) i na petom mjestu Prag (129). Gledano Hrvatsku, prvi po broju održanih sastanaka nalazi se Dubrovnik (29) koji je na europskoj ljestvici zauzeo 44. mjesto. Zagreb u Europi dijeli 51. mjesto s Thessalonikijem, Bukureštom i Antwerpom s održanih 26 kongresnih sastanaka. Split se na ljestvici europskih gradova nalazi na 187. mjestu. Opatija se na popisu iz 2022. godine nije našla u gradovima s najmanje pet održanih kongresnih sastanaka, prema uvjetima ICCA-a (2022). Dakle, prema izvješću International Congress and Convention Association (2022), Dubrovnik, Zagreb i Split prednjače po kongresnim sastancima i uvjetima ICCA-a, a općenito gledano položaj Republike Hrvatske na svjetskoj i europskoj razini može biti zadovoljavajuć s obzirom na brojne "gigante" u ovoj industriji. Nastavak rada donosi prikaz kongresnog turizma u gradu Opatiji, njezin povijesni razvoj, glavne prednosti, smještajne i kongresne kapacitete, SWOT analizu kao i izazove za budući rast i razvoj.

3. OPATIJA – DESTINACIJA KONGRESNOG TURIZMA

U ovom je poglavlju opisan povijesni razvoj Opatije, ali ne samo iz općenite turističke perspektive, već i s aspekta poslovnog i kongresnog turizma. Istaknuti su smještajni kapaciteti odnosno hoteli koji su u svoje objekte implementirali kongresni aspekt kroz izgradnju specijaliziranih dvorana i koji su prvi kongresni događaji uopće održani u ovom „biseru Jadrana“. Osim toga, dio poglavlja donosi i prikaz glavnih prednosti i snaga Opatije za razvoj regionalne i globalne kongresne destinacije. Iznosi se i sistematički prikaz svih kongresnih hotela, ali i drugih mjesta u Opatiji koji pružaju mogućnost organizacije ove vrste događanja. Kao poseban dio poglavlja, govora će biti i o Kongresnom i insentiv uredu Opatija.

3.1. Povijesni razvoj

Opatija, nekada vodeća destinacija Austro-Ugarske Monarhije, služila je kao mjesto liječenja i odmora za careve, kraljeve, grofove i markize. Od početka svoje bogate turističke povijesti, grad je svoje sadržaje također stavio na raspolaganje tadašnjoj turističkoj industriji. „Blagodati Opatije prvi je još u 19. stoljeću otkrio riječki patricij Iginio Scarpa. Godine 1844. u Opatiji je sagradio Villu Angiolinu posvetivši je preminuloj supruzi, čime je otvorio put budućem razvoju turizma. Već 1884. godine se otvara hotel Kvarner.“ (Kongresni i insentiv ured Opatija, 2024) Nakon toga otvaraju se brojni drugi hoteli, pansioni, ville i drugi oblici smještaja, što dodatno razvija Opatiju na turističkoj sceni. Tako je grad ugostio i brojna poznata imena poput Čehova, James Joycea, Gustava Mahlera, kralja Franju Josipa I. i brojna druga. Promjena u turističkoj strategiji Opatije dogodila se nakon završetka Drugog svjetskog rata, kada je jedan od primarnih zadataka postalo da se od Opatije napravi cjelogodišnja destinacija, koja će svojih posjetiteljima pružati izvrsne smještajne objekte s brojnim relaksirajućim sadržajima, zabavnim i kulturnim događanjima, izvrsnu gastronomsku ponudu i kongresne sadržaje. Najvažniji povijesni događaji izdvojeni su i prikazani u donjem tabličnom prikazu. Svi spomenuti prioritetni ciljevi iz druge polovice 20. stoljeća, su, može se s pravom potvrditi, danas i postignuti jer Opatija, osim svoje iznimne ljepote uz uobičajeni ljetni odmor nudi i razne wellness i spa programe, idealna je za vikend ili kratka putovanja, kao i organizaciju raznih kongresnih događanja, uključujući prezentacije, seminara i predavanja.

Tablica 2. Povijesni tijek razvoja kongresnog turizma Opatije

Godina	Opis događaja
---------------	----------------------

1884.	Otvorenje prvog hotela – Kvarner
1885.	Održan prvi kongres liječnika – balneologa na inicijativu Friedricha Schulera i Južnih željeznica
1894.	Susret austrougarskog cara Franje Josipa I. i njemačkog cara Vilima II.
1904.	Susret austrougarskog cara Franje Josipa I. i švedskog kralja Oscara II.
1904.	Kongres austrijskih balneologa
1908.	IV. Međunarodni kongres za talasoterapiju
1914.	Potpisivanje pakta Njemačke, Austro-Ugarske i Italije u Opatiji
1933.	Nacionalni kongres hotela i turizma Italije
1954.	Međunarodni kongres o hidroklimi i talasoterapiji
1954.	Kongres Međunarodne rukometne federacije (IHF)
1960-e	Sjedište Meditercongressa
1971.	Izgrađena kongresna dvorana u Adriatic hotelu za kongres Međunarodne skijaške federacije (FIS)

Izvor: izrada autora prema podacima Kongresnog i insentivnog ureda Opatija (2024). *Povijest kongresnog turizma*. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/povijest/>

Danas je Opatija pozicionirana kao najbolja kongresna destinacija Republike Hrvatske, a isto potvrđuje i nagrada odnosno priznanje. Na tradicionalnom godišnjem okupljanju turističke struke, Danima hrvatskog turizma, održanom u Rovinju, Opatija je u 2023. osvojila nagradu kao „*Kongresna destinacija s tradicijom*“ u kategoriji poslovnog turizma. Turistička zajednica grada Opatije prepoznala je važnost održivog pristupa u poslovnom turizmu, potičući mjere energetske učinkovitosti, korištenje obnovljivih izvora energije te smanjenje otpada u kongresnim prostorima i hotelima. Cilj ovih mjera je smanjenje ekološkog otiska poslovnih događanja, a Opatija se izdvojila zbog svoje posvećenosti održivosti. Nagradu je svečano uručio potpredsjednik Vlade i ministar prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, Branko Bačić, direktorici Turističke zajednice grada Opatije, Suzi Petričić, koja je navodi Grad Opatija (2023), tom prilikom izjavila kako se Opatija može pohvaliti dugom tradicijom kongresnog turizma koja datira još od 1885. godine, gotovo jednako dugo kao i sam turizam u ovom gradu. Opatija je poznata kao kongresna destinacija, s tradicionalnim skupovima koji se održavaju već više od 30 godina, što potvrđuje njezinu privlačnost i kvalitetu. Cjelogodišnje poslovanje, značajno potaknuto kongresnim turizmom, predstavlja ključni cilj za razvoj Opatije.

Slika 1. Dani hrvatskog turizma - Opatija kongresna destinacija s tradicijom



Izvor: Grad Opatija (2023). *Opatiji nagrada „Kongresna destinacija s tradicijom“*. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://opatija.hr/opatiji-nagrada-kongresna-destinacija-s-tradicijom/>

Svojevrsni zalog za budućnost vidljiv je i u sjedištu Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, a koji u novoizgrađenom aneksu vrlo često organizira znanstvene i stručne događaje i skupove za od 150 sudionika. Nove generacije studenata koji se ciljano obrazuju za rad u turizmu, vizija su budućeg napretka i promocije Opatije kao vodeće turističke destinacije, s naglaskom na kongresni turizam. Dakako, veliku ulogu u promociji Opatije kao kongresne destinacije ima Kongresni ured Turističke zajednice Grada Opatije, koji sudjeluje na raznim međunarodnim sajmovima. Od posljednjih treba istaknuti sudjelovanje na kongresnoj burzi IMEX 2024, održanoj od 14. do 16. svibnja 2024. u Frankfurtu na kojoj se predstavilo više od tri tisuće izlagača iz čak 170 zemalja. Hrvatska turistička zajednica također je imala vlastiti štand s čak 28 suizlagača, a osim Turističke zajednice grada Opatije aktivno našli su se i predstavnici Katarina Line DMC, Liburnia Hotels & Villas i Amadria Park Hotels & Resorts. Uz to, potrebno je spomenuti i sudjelovanje na hrvatskoj kongresnoj burzi MEETEX u Zagreb Westin hotelu krajem ožujka 2024. Na ovoj kongresnoj burzi sudjelovalo je više od pedeset hrvatskih izlagača, održano više od tisuću sastanaka s više od šezdeset klijenata iz sedamnaest zemalja. Uz predstavnike Turističke zajednice Grada Opatije, prisutni su bili i predstavnici Liburnia Riviera Hotela d.d., Amadria Park Hotela i agencije Katarina Line.

3.2. Prednosti Opatije kao destinacije kongresnog turizma

Razloga za odabir Opatije kao kongresne destinacije uistinu ima mnogo, a u sljedećem tabličnom prikazu navedene su one ključne.

Tablica 3. Prednosti Opatije za kongresni turizam

Prednosti	Opis
Epicentar događanja	Opatija je simbol prestiža i dugogodišnji centar za elitna događanja, bilo poslovna, umjetnička ili zabavna. Još 1885., Opatija je bila domaćin kongresa austrijskih balneologa. Danas, s preko 25 hotela, većinom s četiri ili pet zvjezdica te raznovrsnim restoranima, rekreacijskim sadržajima i zabavnim programima, Opatija može zadovoljiti i najzahtjevnije poslovne skupove i njihove sudionike.
Lako dostupna	Opatija ima povoljni geoprometni položaj i najbliži izlaz na toplo more za Srednju Europu. Lako je dostupna modernom cestovnom infrastrukturuom, unutar 5 sati vožnje od ključnih gradova centralne Europe poput Milana, Venecije, Münchena, Salzburga, Beča i Budimpešte. Također, pet međunarodnih zračnih luka omogućuju dolazak u Opatiju za najviše dva sata transfera.
Klima	Opatija ima umjerenu mediteransku klimu s blagim zimama i ugodnim ljetima. Grad godišnje ima 2.157 sunčanih sati, od čega 767 od studenog do travnja, te prosječno 1.570 mm oborina. Ljetne temperature prosječno iznose 21,9 °C (71,4 °F), a zimske 7 °C (44,6 °F). Ljeti nema nenasosnih vrućina, a snijeg zimi rijetko pada.
Kapaciteti i iskustvo	Ponosi se brojnim vilama i hotelima koji mogu primiti do 9.000 gostiju, a brojni od njih imaju velike kongresne dvorane. Tako se tijekom godine u Opatiji organizira više oko 500 poslovnih skupova.

Izvor: izrada autora prema podacima Kongresnog i insentivog ureda Opatija (2024). *Kongresna destinacija s tradicijom*.

Preuzeto: svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/>

Danas Opatija predstavlja središnju poveznicu cijele regije Alpe – Jadran. Sukladno razvijenoj cestovnoj infrastrukturi, odnosno autocestama i koridorima E61 i E65, do Opatije je moguće doći kroz pet sati vožnje osobnim automobilom iz najvećih središta centralne i jugoistočne Europe i gradova poput, Ljubljane, Venecije, Milana, Münchena, Salzburga, Beča, Budimpešte, Beograda i hrvatskih gradova poput Zagreba, Varaždina, Splita ili Osijeka.

Slika 2. Cestovna povezanost Opatije



Izvor: Kongresni i insentiv ured Opatija (2024). *Položaj i dolazak*. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/polozaj-i-dolazak/>

Još jedna pogodnost u svezi dolazaka je prisutnost zračnih luka koje se nalaze svega dva sata vožnje od Opatije. Tako se može istaknuti čak pet međunarodnih zračnih luka, a one su: zračna luka Marco Polo u Veneciji, zračna luka Trst, zračna luka Ljubljana Jože Pučnik, zračna luka Rijeka, zračna luka Pula i zračna luka Franjo Tuđman Zagreb.

Slika 3. Zrakoplovna povezanost Opatije



Izvor: Kongresni i insentiv ured Opatija (2024). *Položaj i dolazak*. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/polozaj-i-dolazak/>

Osim cestovnog i zračnog prometa, ne treba zaboraviti i na onaj željeznički jer se vlakom u Opatiju iz Zagreba može doći preko željezničke stanice Rijeka, duljine petnaest kilometara, a iz smjera Ljubljane preko stanice Opatija – Matulji duljine šest kilometara. Kao što je već prikazano u prethodnom dijelu teksta, Opatija ima umjerenu mediteransku klimu što je čini pogodnom za kongresna okupljanja i ovaj oblik poslovnog turizma.

Tablica 4. Klimatska obilježja Opatije

Mjesec	Prosječna temperatura	Sunčani sati po danu	Prosjek oborina (mm)
Siječanj	5,9	3,5	135
Veljača	6,4	4,7	85
Ožujak	9	5	95
Travanj	12,3	5,6	140
Svibanj	17,1	7,3	90
Lipanj	20,7	8,1	80
Srpanj	23,5	9,5	70
Kolovoz	23,8	9	80
Rujan	18,5	6,5	165
Listopada	14,5	4,9	220
Studeni	10,1	3,5	230
Prosinac	6,7	3,2	180

Izvor: Kongresni i insentiv ured Opatija (2024). *Položaj i dolazak*. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/polozaj-i-dolazak/>

3.3. Kongresni i insentiv ured Opatija

Ključnu ulogu u razvoju i širenju kongresnog turizma Opatije ima i Turistička zajednica Grada Opatije, ali i njezin Kongresni i insentiv Ured. Riječ je o neprofitnoj organizaciji koja kao glavnu nit vodilje ima promociju Opatije kao odredišta za kongrese i insentiv destinacije. Jedna od osnovnih aktivnosti i zaduženja ovog Ureda je stalna komunikacija s raznim pružateljima gradskih usluga, organizatorima raznih vrsta događanja i potencijalnim korisnicima, ali i klijentima.

Ured pruža podršku događanjima u gradu osiguravanjem relevantnih informacija i promocijom putem internetskih stranica. Njegov rad uključuje promociju kongresne i insentiv ponude Opatije na međunarodnom tržištu kroz specijalizirane kongresne burze i radionice. Kongresni i insentiv ured Opatija član je organizacije ECM – European Cities Marketing, odnosno Marketinga europskih gradova.

Kongresni i insentiv ured Opatija također daje besplatne informacije organizatorima događanja u Opatiji, a osnovne usluge uključuju: (Kongresni i insentiv ured Opatija, 2024)“

- predlaganje i pronalaženje mjesta događanja,
- ugošćivanje studijskih grupa i inspekcijskih posjeta,
- prijedloge za društvene programe te izlete prije i poslije događanja,
- opskrbliivanje promotivnim materijalom,
- pomoć kod izbora profesionalnih kongresnih organizatora i pomoć kod izrade ponuda.“

3.4. Kongresni kapaciteti Opatije

Opatija je kongresna destinacija koja spaja šarm i sve prednosti velike kongresne lokacije. Sa svojim iskustvom i tradicijom u organizaciji ovakvih i sličnih događanja te modernim i kvalitetnim kapacitetima, idealna je za skupove svih vrsta i veličina. Svake godine Opatija ugosti više od 500 poslovnih skupova, navodi Kongresni ured Opatija (2024), a raznolikost kongresnih kapaciteta omogućuje održavanje više događanja istovremeno. Mnogi od ovih kongresa su tradicionalni i nacionalnog značaja, dok se broj međunarodnih kongresa stalno povećava. Jedna od lokacija koja je posebno prilagodljiva i ima dovoljno konferencijskog prostora je Grand Hotel Adriatic****/****. Hotel ima osam dvorana za sastanke, uključujući Grand dvoranu (895 m²) i Kongresnu dvoranu (750 m²), koje sve skupa mogu primiti više od tisuću osoba. Grand Hotel Adriatic primjeren je za velika događanja jer može primiti 1125 osoba za konferencije i 315 osoba za smještaj. To je popularna opcija za važne poslovne sastanke i konferencije zbog svoje jedinstvene kombinacije modernih sadržaja i povijesnog šarma samog grada. Dodatni poznati izbor je Hotel Ambassador*****. U ovom luksuznom hotelu nalazi se osam dvorana za sastanke, od kojih je jedna velika Kongresna dvorana A+B+C (514 m²) koja može primiti 515 osoba. Njegovi prostori za sastanke mogu primiti ukupno 958 ljudi, a također ima 243 dobro uređene smještajne jedinice. Vrhunske konferencije i

međunarodni poslovni sastanci mogu se održavati u Hotelu Ambassador zahvaljujući renomiranim konferencijskim sadržajima dvorane Mangolia (136 m²) i Kamelia (124 m²). Ovi su prostori poznati po svojoj fleksibilnosti i profinjenosti. Čak deset dvorana za sastanke izdvaja Grand Hotel 4 Opatijska Cvijeta**** koji nudi razne mogućnosti za organizatore događanja. S površinom od 338 m², 1A+B+C je najveća konfiguracija dvorana i može primiti 450 osoba. Ovaj hotel ima 149 smještajnih jedinica i 1220 konferencijskih kapaciteta, što ga čini pogodnim za srednje do velike sastanke. Njegov središnji položaj i opsežni sadržaji doprinose njegovoj atraktivnosti kao fleksibilnom mjestu za niz poslovnih događaja. Istaknut će se i Hotel Royal**** koji nudi Royal Hall od 950 m², koja je idealna za velika događanja i može primiti do 950 gostiju, za one koji traže povijesno elegantnu lokaciju. Među vodećima se ističe i Hotel Kvarner**** s kongresnim kapacitetom dvorana od 900 ljudi. U nastavku rada nalazi se tablični prikaz kongresnih kapaciteta i njihovih karakteristika.

Tablica 5. Kongresni kapaciteti Opatije

KONGRESNI HOTELI					
Hotel	Broj dvorana	Nazivi i veličine dvorana	Kapacitet najveće dvorane	Ukupni kapacitet kongresnih dvorana	Broj smještajnih jedinica
Grand Hotel Adriatic *****/***	8	Bellavista (50 m ²), Collegium (39 m ²), Camelia I (55 m ²), Camelia II (170 m ²), Grand dvorana (895 m ²), Kongresna dvorana (750 m ²)	550 – Kongresna dvorana	1 125	315
Hotel Ambassador *****	8	Ružmarin (33m ²), Palma (37 m ²), Mangolia (136 m ²), Mimosa I (45 m ²), Mimosa II (45 m ²), Lavor (106 m ²), Kamelia (124 m ²), Kongresna dvorana A+B+C (514 m ²)	515 – Kongresna dvorana	958	243
Grand Hotel 4 Opatijska Cvijeta ****	10	0A (138 m ²), 0B (30 m ²), 1A (203 m ²), 1B (70 m ²), 1C (70 m ²), 2A (177 m ²), 2B (30 m ²), 2C (36 m ²), 2D	450 – 1A+B+C	1 220	149

		(36 m ²), Salon Olendar (290 m ²)			
Hotel Royal ****	1	Royal Hall (950 m ²)	950 – Royal Hall	950	54
Hotel Kvarner ****	2	Kristalna dvorana (655 m ²), Žuti salon (65 m ²)	900 – Kristalna dvorana	950	82
Hotel Palace Bellevue ****	3	Maria (96 m ²), Sisi (41 m ²), Zita (78 m ²)	100 - Maria	210	221
Heritage Hotel Imperial ****	1	Zlatna dvorana (319 m ²)	400 - Zlatna dvorana	400	121
Hotel Milenij *****	2	Milenij (173 m ²), Opatija (43 m ²)	220 - Milenij	300	96
Hotel Admiral ****	4	Galija (121 m ²), Leut (94 m ²), Liburnija (81 m ²), Nava (169 m ²)	200 – Nava	368	200
Hotel Laurus ****	1	Kongresna dvorana (246 m ²)	150 – Kongresna dvorana	150	24
Design Hotel Navis *****	1	Dvorana za sastanke (64 m ²)	40 – Dvorana za sastanke	40	44
Bristol Hotel Opatija ****	2	Glavna sala (217 m ²), Salon 1 (29 m ²)	150 – Glavna sala	175	78
Hotel Mozart *****	2	Fontana (100 m ²), Piano (56 m ²)	120 - Fontana	180	29

Hotel Ikador ****	1	Dvorana (64 m ²)	16 - Dvorana	16	16
OSTALA MJESTA					
Centar Gervais	3	Dvorana prizemlje (319 m ²), Glavna dvorana+balkon+stage, Suteren (628 m ²)	500 – Glavna dvorana	800	/
Kulturni dom Zora	1	Kongresna dvorana A (96 m ²)	120 – Kongresna dvorana A	120	/
Villa Antonio	1	Kongresna dvorana (152 m ²)	120 – Kongresna dvorana	120	/
Ljetna pozornica	1	Gala sala (217 m ²), Stakleni salon (25 m ²)	2 500 – Ljetna pozornica	2 500	/
Sportska dvorana Marino Cvetković	2	Dvorana s tribinom (1650 m ²), Mala dvorana (200 m ²)	1 500 – dvorana s tribinom	1 650	/

Izvor: izrada autora prema podacima Kongresnog i insentivnog ureda Opatija (2024). *Kongresne dvorane*. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/kongresne-dvorane/>

Temeljem tabličnog prikaza iznad, može se zaključiti kako Opatija u okviru svoje turističke ponude raspolaže s brojnim kongresnim kapacitetima, od manjih, pa do većih. Ističe se Kongresni park 25/7, koji se nalazi u sklopu Amadria Park Grand Hotela 4 Opatijska cvijeta je objekt s oko 1.500 četvornih metara višenamjenskog prostora za događanja i devet multifunkcionalnih dvorana koje mogu primiti do 1.000 osoba i zasigurno se ističe u kongresnoj ponudi Opatije. Hotel Ambasador, dio Liburnia Hotela, raspolaže bogatim konferencijskim sadržajima, uključujući dvoranu kapaciteta do 515 osoba i niz manjih dvorana za sastanke. Drugo značajno mjesto je stari hotel Kvarner koji ima veliku dvoranu koja može primiti do 900 ljudi u teatarskom rasporedu. Nadalje, Hotel Imperial, sa svojom prekrasnom Zlatnom dvoranom, nudi moderne sadržaje za do 200 osoba.

3.5. SWOT analiza kongresnog turizma Opatije

Kao i svaka turistička destinacija, tako i Opatija ima svoje prednosti, nedostatke, prilike, ali i prijetnje. U ovome dijelu rada će se stoga detaljnije objasniti svaka stavka pojedinačno, kako bi se još jasnije dobio uvid u kongresni koncept Opatije.

Tablica 6. SWOT analiza kongresnog turizma Opatije

Prednosti	Nedostatci
<ul style="list-style-type: none"> • Povijesni aspekt • Moderna infrastruktura i tehnologija • Ugodna klima • Povoljan geoprometni položaj • Laka dostupnost • Raznolikost usluga • Kultuno nasljeđe • Obalni grad 	<ul style="list-style-type: none"> • Prevelika ovisnost o obližnjim zračnim lukama • Sezonalnost • Ograničenost smještajnih kapaciteta • Izostanak stranih ulagača • Nedovoljna aktivacija lokalnih turističkih zajednica • Neadekvatna evidencija turističkog prometa
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj poduzetničkog okruženja • Razvoj na domaćem tržištu • Razvoj na međunarodnom tržištu • Implementacija ekoloških i održivih inicijativa • Diverzifikacija usluga i proizvoda • Razvoj marketinga i promocije (influencer marketing) • Održavanje konferencija i kongresnih burzi • Poticaji i programi Europske unije 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomske neprilike i krize • Razvoj konkurencije i kongresnog turizma u okolnim gradovima • Ratovi (rat u Ukrajini ili na Bliskom Istoku) • Pojava pandemije poput COVID - 19 • Negativan utjecaj na okoliš

Izvor: izrada autora prema Grad Opatija (2021)

Kao što je navedeno, Opatija ima dugogodišnju reputaciju turističke destinacije za kongrese i elitna okupljanja, što seže još iz doba Austro-Ugarske. Osim povijesne tradicije, ukupnoj poželjnosti destinacije pridonosi i ljepota grada i ugodna mediteranska klima, održavani parkovi i šetnice. Ponos grada su i brojni luksuzni hoteli koji imaju implementiranu najnoviju

tehnologiju za kongresni turizam i konferencijske sadržaje. Inicijative koje su usmjerene prema energetske učinkovitosti, točnije korištenju obnovljivih izvora energije, kao i smanjenju otpada u kongresnim objektima i dvoranama, dodatan su adut daljnjem razvoju. Spomenuti razvoj olakšan je i lakom dostupnosti jer je s većim gradovima Europe kao i hrvatskim gradovima povezana do pet sati vožnje osobnim automobilom. Svaka turistička destinacija mora imati raznolikost i bogatstvo ponude i usluga kako bi privukli razne ciljane skupine.

Tako se Opatija ističe kroz razne smještajne kapacitete, bogatu gastronomiju, rekreacijske aktivnosti, spa i wellness programe, kulturne i povijesne atrakcije, šetnice i plaže. Od glavnih nedostataka moguće je spomenuti kako Opatija kao manji grad, ima određena ograničenja u pogledu održavanja iznimno velikih događaja u usporedbi s nekim drugim obalnim gradovima Hrvatske, poput Rijeke ili Splita. Naravno, kao i ostali gradovi uz more, sezonalnost zna biti čest problem, a gradska infrastruktura i usluge često su aktivnije i usmjerenije tijekom ljetnih mjeseci i vrhunca turističke sezone u srpnju i kolovozu, što može negativno utjecati na kongresna događanja izvan sezone. Iako se u blizini Opatije nalazi čak pet međunarodnih zračnih luka, Opatija nema svoju, što predstavlja logistički nedostatak, kojeg ipak ublažuje dobra prometna povezanost iz zračnih luka. Uz sve veću globalnu potražnju za prepoznatljivim i privlačnim kongresnim destinacijama, Opatija ima priliku povećati svoj tržišni udio.

Također širenje održivih praksi moglo bi privući ekološki osviještene tvrtke i događaje, dok bi s druge strane diverzifikacija podrazumijeva povećanje raspona događaja, uključujući "hibridne" i virtualne formate, kako bi se privukla veća publika. Korištenje digitalnog marketinga, društvenih medija i međunarodne suradnje može poslužiti za povećanje vidljivosti Opatije u svjetskoj industriji kongresnog turizma, a stvaranje novih i uvjerljivih programa poticaja za privlačenje poslovnih događaja i sastanaka. Globalna gospodarska nestabilnost može utjecati na troškove poslovnih putovanja i sudjelovanje na kongresima, što eventualno može smanjiti potrebu za održavanjem ovakvog tipa događaja. Konkurencija je također sve veća s drugih etabliranih i rastućih konferencijskih mjesta u Europi i šire, ali i samih hrvatskih gradova, kao recimo Rijeke, Zagreba ili Splita. Pandemija je značajno utjecala na stagnaciju turizma, a potencijalna ponovna pojava globalnih zdravstvenih kriza mogla bi poremetiti međunarodna putovanja i velika okupljanja i tako negativno utjecati i na Opatiju. Važno je spomenuti i zabrinutost za okoliš, jer nepovoljni vremenski uvjeti ili uništenje ili onečišćenje prirode i okoliša mogu smanjiti privlačnost Opatije kao atrakcije na otvorenom. Uslijed

povećanja broj turista, može se stvarati više otpada i povećati potrošnja energenata, kao i povećati razina ispuštanja štetnih plinova iz brojnih automobila i drugih prijevoznih sredstava.

Opatija može ojačati svoju poziciju velike konferencijske turističke destinacije iskorištavanjem svojih prednosti, rješavanjem nedostataka, kapitaliziranjem prilika i upravljanjem prijetnjama.

3.6. Izazovi i smjernice za daljnji razvoj kongresnog turizma Opatije

Kako bi Opatija zadržala, a ujedno i unaprijedila svoju konkurentsku prednost, potrebno je savladati određene prepreke i fokusirati se na prilike. Neke od njih odnose se na poboljšanje infrastrukture. Stalno ulaganje u ažuriranje i proširenje konferencijskih objekata je ključno, dok korištenje najsuvremenije tehnologije i stvaranje prilagodljivih objekata može zadovoljiti potrebe širokog spektra događaja. Naglasak na prakse održivog turizma, kao što su energetske učinkovite strukture, inicijative za smanjenje otpada i korištenje obnovljive energije, može privući ekološki osviještena poduzeća, a istovremeno se uskladiti sa svjetskim trendovima. Naravno, osim same implementacije spomenutog važno je i reklamiranje istog. Poboljšanje marketinških napora putem digitalnih platformi i međunarodne suradnje može povećati izloženost. Sudjelovanje na međunarodnim turističkim sajmovima i kongresima pridonijet će predstavljanju Opatije kao popularne turističke destinacije. Osim toga važna je i suradnja s lokalnim poduzećima kroz stvaranje čvrstih saveza s lokalnim hotelima, restoranima i pružateljima usluga što će omogućiti dosljedno i visokokvalitetno iskustvo za sudionike kongresa. To može uključivati pružanje skupnih odnosno grupnih paketa, posebne ponude i putničkih aranžmana.

Kroz integraciju kulturnih i zabavnih atrakcija poboljšat će cjelokupno turističko iskustvo, a promicanje lokalne tradicije, gastronomije i prirodnih obilježja može boravak sudionika kongresa učiniti nezaboravnijim. Opatija mora poraditi i na rješavanju određenih izazova, a oni se vežu uz ograničenja kapaciteta. Naime, mala veličina Opatije može ograničiti njezin kapacitet za održavanje velikih događaja, a ova poteškoća može se ublažiti proširenjem postojećih objekata ili stvaranjem novih mjesta. Također, velik problem je sezonalnost. Turistička ekonomija grada često je pod utjecajem sezonskih promjena. Stvaranje cjelogodišnjih aktivnosti i događaja može pomoći u ravnoteži potražnje i održavanju stabilnog broja posjetitelja. Kako bi se mogle napisati neke od potencijalnih strategija poboljšanja i unaprjeđenja, s namjerom je prikazana kongresna ponuda Opatije, kao i sam položaj Hrvatske u svijetu kongresnog turizma, zbog čega je uvijek važno poznavati sve prednosti i nedostatake

destinacije. Istraživanje učinkovitih inicijativa kongresnog turizma u drugim hrvatskim gradovima, kao i značajnim europskim destinacijama poput Beča, Pariza ili Barcelone, moglo bi dati značajne uvide, zbog toga bi predstavnici i ključni dionici turizma Opatije trebali na studijama slučaja konkretizirati vlastitu ponudu i slijedi "velikane". Primjena najboljih praksi i kreativnih ideja može pomoći Opatiji da ostane konkurentna na sve brže rastućem tržištu. Poznavanje svojih ciljanih skupina i turista od iznimne je važnosti za boljitak Opatije na kongresnoj turističkoj karti. Gregorić i suradnici (2016) pišu kako su sudionici kongresa zahtjevni gosti, s visokom kupovnom moći; dakle, trebaju odrednice svih potrebnih uvjeta za kvalitetan rad, ali i za kvalitetan odmor u slobodno vrijeme. Turistički dionici moraju navedeno imati na umu i u skladu s time prilagođavati svoju ponudu. Naravno na spomenuto uveliko utječu i globalni standardi. Pridržavanje svjetskih standarda u uslugama, sadržajima i održivosti može poboljšati položaj Opatije na globalnoj sceni, a dobivanjem certifikata i priznanja međunarodnih turističkih organizacija može povećati vjerodostojnost i privlačnost destinacije. Kao potencijalno rješenje ističu se prilagođeni paketi, modernizacija kongresnih dvorana i širenje kapaciteta. Kroz pružanje jedinstvenih i prilagođenih iskustava za sve vrste kongresa, od poslovnih okupljanja do akademskih konferencija, Opatiju se polako, ali sigurno može izdvojiti i uzdići od drugih lokacija. Također, za uspješan rast i razvoj potrebna je, kao što je i ranije opisana, dobra suradnja lokalnih i regionalnih turističkih zajednica s krovnom institucijom i državnom turističkom zajednicom. Grad Opatija (2021) navodi u Planu razvoja Grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2027. kako nema statistike koja bi dala jasnu sliku stanja i udjela kongresnog turizma u ukupnom obujmu prometa Grada Opatije jer Turistička zajednica ne prati i ne prikuplja statističke podatke za ovaj oblik turizma na razini Grada Opatije. To znači kako hoteli sami vode statistike kako bi analizirali svoju tvrtku i uzroke dolazaka posjetitelja, ali se nažalost ne objavljuju ovakve vrste podataka javno. To je veliki nedostatak za cijelu istraživačku i akademsku zajednicu, ali i za objavu konkretnih brojki svim zainteresiranim stranama. Naposljetku, fokusom na poboljšanje infrastrukture, održivost, strateški marketing i suradnju, Opatija može prevladati poteškoće i kapitalizirati mogućnosti za jačanje svoje pozicije vrhunske kongresne turističke destinacije i opravdati priznanja Hrvatske turističke zajednice. Kontinuirano poboljšanje i prilagodba globalnim trendovima će Opatiju održati relevantnom i privlačnom u sve konkurentnijoj industriji.

ZAKLJUČAK

Uspion Opatije kao kongresne turističke destinacije može se pripisati jedinstvenoj kombinaciji povijesnog statusa, suvremene infrastrukture i prirodnih ljepota, ali i samog mora. S razvojem turizma koji datira iz Austro-Ugarskog Carstva, grad je dugo bio popularno destinacija za aristokratske sastanke, čime je brojna elita posjećivala grad koji i danas predstavlja spoj povijesti i današnje modernosti. Ova povijesna tradicija pomno je očuvana i proširena, čime je Opatija postala poželjna destinacija za suvremeni kongresni turizam. Jedan od najvrjednijih aduta Opatije je kvalitetna hotelska infrastruktura. Grad ima niz sofisticiranih hotela i konferencijskih centara koji su opremljeni najsuvremenijom tehnologijom. Ove lokacije mogu prihvatiti različite događaje, od lokalnih sastanaka do velikih međunarodnih konferencija. Dostupnost ovako visokokvalitetnih objekata znači kako Opatija može održavati događaje svih veličina i složenosti, ispunjavajući očekivanja i najizbirljivijih i najzahtjevnijih organizatora i sudionika. Ugodna mediteranska klima i obala doprinose atraktivnosti grada. Lijepo vrijeme, s očuvanim parkovima i šetnicama duž obale, stvara ugodno okruženje za sudionike kongresa koje ne samo da je idealno za komercijalne aktivnosti, već također potiče opuštanje i uživanje, unaprjeđujući cjelokupno iskustvo posjetitelja. Pristupačnost je još jedan značajan adut Opatije. Grad je lako dostupan automobilom, udaljen je manje od pet sati vožnje iz velikih europskih gradova. Nadalje, blizina pet međunarodnih zračnih luka omogućuje jednostavan pristup stranim putnicima. Posebno se ističe privrženost Opatije održivosti. Grad je razvio niz mjera usmjerenih na povećanje energetske učinkovitosti, korištenje obnovljivih izvora energije te smanjenje otpada u kongresnim objektima i hotelima. Ove su inicijative u skladu sa sve većim globalnim naglaskom na održivi turizam, čineći Opatiju popularnim mjestom za ekološki osviještene grupe i događanja. Unatoč svojim brojnim prednostima, Opatija se suočava s nekoliko prepreka, poput svoje manje prostorne veličine, što može ograničiti njezinu sposobnost organiziranja iznimno velikih događanja. Sezonski turistički obrasci grada i oslanjanje na okolne zračne luke dodatne su moguće prepreke. Opatija bi mogla nastaviti rasti u popularnosti iskorištavanjem svojih prednosti i ispravljanjem nedostataka. Ukratko, bogato povijesno nasljeđe, moderna infrastruktura, prirodne ljepote i razvoj po načelima održivosti čine Opatiju pogodnim mjestom za kongresni turizam. Koristeći svoje prepoznatljive karakteristike, kreativnost i kvalitetan marketing, Opatija može ojačati svoju poziciju i privući sve veći broj istaknutih događanja, pridonoseći cjelogodišnjem turizmu i gospodarskom rastu grada.

POPIS ILUSTRACIJA

Tablice

Tablica 1. <i>Prednosti za razvoj kongresnog turizma u Hrvatskoj</i>	10-12
Tablica 2. <i>Povijesni tijek razvoja kongresnog turizma Opatije</i>	17
Tablica 3. <i>Prednosti Opatije za kongresni turizam</i>	19
Tablica 4. <i>Klimatska obilježja Opatije</i>	21-22
Tablica 5. <i>Kongresni kapaciteti Opatije</i>	24-26
Tablica 6. <i>SWOT analiza</i>	27

Slike

Slika 1. <i>Dani hrvatskog turizma - Opatija kongresna destinacija s tradicijom</i>	18
Slika 2. <i>Cestovna povezanost Opatije</i>	20
Slika 3. <i>Zrakoplovna povezanost Opatije</i>	21

LITERATURA

1. Agarwal, S., Isha, T., Irappa, T.V., Akaremsetty, S., Shekhar, C. (2023). The Impact of Tourism on Local Communities: A Literature Review of Socio- Economic Factors. *Harbin Gongcheng Daxue Xuebao/Journal of Harbin Engineering University*, 44(8), 1851-1859.
2. Aflić, S., Gržinić, J. (2017). Turističke zajednice i proizvodi destinacija – trendovi u Hrvatskome turizmu. *Mostariensia*, 23 (2), 109–122.
3. Arana, J.E., Leon, C.J., Carballo, M.M., Gil, S.M. (2015). Designing Tourist Information Offices: The Role of the Human Factor. *Journal of Travel Research*, 55(6), 1-10.
4. Bartolucci, B. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Školska knjiga d.d., Zagreb.
5. Bavuma, Z. (2018). How important are mice to the tourism economy? *The Business and Management Review*, 9(4), 125-134.
6. Europske najbolje destinaacije (2024) Best congress and conference destinations in Europe. Preuzeto, lipanj, 2024: <https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/best-congress-destinations-in-europe/>
7. Grad Opatija (2021). Analiza stanja u sklopu pripreme Plana razvoja Grada Opatije za razdoblje 2022. – 2027. godine. Preuzeto, svibanj, 2024: https://opatija.hr/wp-content/uploads/2022/12/PRILOG_2_ANALIZA-STANJA_poseban_dokument12.docx
8. Grad Opatija (2023). Opatiji nagrada „Kongresna destinacija s tradicijom“. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://opatija.hr/opatiji-nagrada-kongresna-destinacija-s-tradicijom/>
9. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2024). Turizam. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto, svibanj, 2024: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763>
10. Hrvatska turistička zajednica (2024). O nama. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama>
11. Hrvatska turistička zajednica (2024). Zašto odabrati Hrvatsku za destinaciju poslovnog skupa. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://croatia.hr/hr-hr/poslovni-turizam/zasto-odabrati-hrvatsku-za-destinaciju-poslovnog-skupa>
12. Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split, Sveučilište u Splitu.

13. Gregorić, M. (2011). *Marketing poslovnog turizma destinacije*. Doktorska disertacija. Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
14. Gregorić, M., Naš, M., Gregorić, M. (2016). Potential of congress tourism in the Republic of Croatia in comparison to neighboring destinations. *Acta Economica Et Turistica*, 2(2), 195-209.
15. International Congress and Convention Association (2022). ICCA Business Analytics 2022 Country & City Rankings. Preuzeto, svibanj, 2024: https://iccadata.iccaworld.org/statstoolReports/ICCA_Rankings-22_ICCA-Rankings_170523b.pdf
16. International Congress and Convention Association (2024). About ICCA. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.iccaworld.org/about-icca/>
17. Kongresni i insentiv ured Opatija (2024a). Opatija – kongresna destinacija. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/opatija-kongresna-destinacija/>
18. Kongresni i insentiv ured Opatija (2024b). Povijest kongresnog turizma. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/povijest/>
19. Kongresni i insentiv ured Opatija (2024c). Kongresna destinacija s tradicijom. Preuzeto: svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/>
20. Kongresni i insentiv ured Opatija (2024d). Položaj i dolazak. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/polozaj-i-dolazak/>
21. Kongresni i insentiv ured Opatija (2024e). O nama. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/o-nama/>
22. Kongresni i insentiv ured Opatija (2024f). Kongresne dvorane. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.opatija-convention.com/kongresne-dvorane/>
23. Metzinger, Č. T., Toth, M. (2020). Metodologija istraživačkog rada za stručne studije. Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica,
24. Muhunthan, M. (2017). *Overview of The Tourist Information Center Operation*. University College of Jaffna, 1-6.
25. Obadić, A., Marić, I. (2009). The Significance of Tourism as an Employment Generator of Female labour Force. *Ekonomska misao i praksa*, 18(1), 93.-114.
26. Oxford English Dictionary (2024). Congress. Preuzeto, svibanj, 2024: https://www.oed.com/dictionary/congress_n?tab=meaning_and_use#8534832
27. Pillai, K.R. (2011). Benefit of Tourism to Local Community: Result or Residue? *Indian J. of Tourism & Hospitality Management*, Vol.2(2), 149 – 161.

28. Poljska turistička organizacija (2024) Shaping the Future of Meetings: ICCA's Role in the MICE Sector. Preuzeto, lipanj, 2024: <https://www.pot.gov.pl/en/poland-convention/news/shaping-the-future-of-meetings-iccas-role-in-the-mice-sector>
29. Šilerova, E., Maneva, S., Hrebejkova, J. (2013). The Importance of Congress Tourism for Regional Development. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, 5(3), 79-86.
30. Šušić, V., Mojić, M. (2014). Congress Tourism As A Market Niche Of Business Tourism. *Economic Themes*, 52(4), 513-530.
31. Rodriguez, M.S., Carretero, C.R. (2023). Congress tourism: Characteristics and application to sustainable tourism to facilitate collective action towards achieving the SDGs. *Cogent Business & Management*, 10(3), str. 1-22.
32. Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka.
33. Žugaj, M., Dumičić, K. and Dušak, V. (2006). Temelji znanstvenoistraživačkog rada: metodologija i metodika. 2. dopunjeno i izmijenjeno izdanje. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin
34. Walton, J.K. (2024). Tourism. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.britannica.com/topic/tourism>
35. World Tourism Organization (2024). Glossary of tourism terms. Preuzeto, svibanj, 2024: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>