

POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI GRADA OPATIJE

Hodak, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:201459>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

JELENA HODAK

ZAVRŠNI RAD

POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI GRADA OPATIJE

KARLOVAC, 2019.

POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI GRADA OPATIJE

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij Ugostiteljstva

Naziv kolegija: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Mentor: dr. sc. Vitner Marković Silvija, prof. visoke škole

KARLOVAC, 2019.

ZAHVALA

Zahvaljujem se mr.sc. Silviji Vitner Marković što je prihvatila biti moja mentorica te joj hvala na velikom strpljenju i pomoći oko izrade završnog rada.

Također se zahvaljujem svojoj obitelji i prijateljima što su bili uvijek uz mene i podržavali me tijekom mog školovanja na veleučilištu.

I na kraju veliko hvala svim profesorima i asistentima s kojima sam surađivala na prenesenom znanju.

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada su posebno standardizirani hoteli grada Opatije. U radu se analizira standardizacija u hotelijerstvu tj. njene ciljeve, područje i vrste standarda te prednosti i nedostatke. Navode se i uvjeti potrebni za posebnu standardizaciju. U praktičnom dijelu rada analizirana su dva posebno standardizirana hotela grada Opatije, a to su Milenij Grand Hotela i Hotel Ambassador. Prikazana je kratka usporedba izabranih hotela te koji su to posebni hotelski standardi koje oni posjeduju.

Ključne riječi: posebno standardizirani hoteli grada Opatije, standardizacija u hotelijerstvu, posebni hotelski standardi, Milenij Grand Hotel, Hotel Ambassador.

SUMMARY

The topic of this final paper is specifically standardized hotels of the city Opatija. In this paper it is has analyzed standardization in the hotel managment, their goals, areas, forms, advantages and disadvantages. It is put the conditions for the special standardization. In this paper it is has chosen two specially standardized hotels of Opatija, and they are „Milenij Grand Hotel“ and „Hotel Ambassador“. It is demonstrated a short comparision between those hotels, with all the standards they have.

Key words: specifically standardized hotel's of the city Opatija, standardization in the hospitality, special hotels standards, Milenij Grand Hotela, Hotel Ambassador.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	1
2. STANDARDIZACIJA U HOTELIJERSTVU	2
2.1. Ciljevi standardizacije	2
2.2. Razvoj normi kvalitete - područja i vrste standarda	5
2.3. Prednosti i nedostaci standardizacije	6
3. POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	9
3.1. Uvjeti za posebnu standardizaciju	10
4. POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI U GRADU OPATIJI	16
4.1. Inventarizacija posebno standardiziranih hotela grada Opatije	16
4.2. Analiza odabranih posebno standardiziranih hotela u gradu Opatiji.....	24
5. ZAKLJUČAK.....	30
POPIS LITERATURE.....	32
POPIS SLIKA	33
POPIS TABLICA.....	34

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada su posebno standardizirani hoteli u gradu Opatiji. Cilj rada je inventarizacija i analiza obilježja odabranih posebno standardiziranih hotela u gradu Opatiji.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Korišteni su stručni i znanstveni članci i udžbenici na temu standardizacije hotela. Analizirane su web stranice standardiziranih hotela u gradu Opatiji koje nude prikaz ponuda hotela. Pri izradi završnog rada korištena je metoda istraživanja za stolom, tzv. historijska metoda. Korištena je znanstvena metoda analize, kompilacije i deskripcije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad se sastoji od pet poglavlja. Prvo poglavlje ovog rada obuhvaća uvodna razmatranja. U drugome poglavlju navedeni su osnovni ciljevi standardizacije, prikazan je razvoj normi kvalitete, to jest, područja i vrste standarda te prednosti i nedostaci standardizacije. Treće poglavlje čine obilježja posebne standardizacije hotela u RH, navedeni su uvjeti za kategorizaciju i posebni standardi na razini nacionalnog gospodarstva. Praktični istraživački problem završnog rada obuhvaća analizu odabranih posebno standardiziranih hotela u Opatiji. Završni rad završava zaključnim razmatranjima.

2. STANDARDIZACIJA U HOTELIJERSTVU

2.1. Ciljevi standardizacije

Standardizacija je specifičan postupak utvrđivanja jednakih svojstava materijala, dijelova, sklopova i finalnih proizvoda u pogledu dimenzija, oblika kvalitete odnosno fizičkih ili kemijskih svojstava, što ih taj materijal, dio, sklop ili finalni proizvod - usluga, moraju imati. Standardizacija je postupak donošenja i primjenjivanja standarda, tehničkih normativa i normi kvalitete.¹ Standardizacija pojednostavljuje proces proizvodnje i proizvoda te olakšava komunikaciju između potencijalnih stranaka, podiže ekonomičnost poslovanja, smanjuje troškove poslovanja, sudjeluje u zaštiti zdravlja ljudi, te zaštićuje interes kupca i njegova prava. Standard su pravila, direktne informacije proizvoda ili usluga, karakteristike koje proizvod ili usluga moraju sadržavati, određeni uvjeti koje moraju zadovoljavati, te kvalitetu koju moraju dostići da bi se mogli zvati standardiziranim proizvodom ili uslugom. Tipizacija je proces određivanja tipa proizvoda ili usluge te svrstavanja istih u skup standardiziranih proizvoda ili usluga. To je uži pojam od standardizacije. Skup proizvoda ili usluga koji dijele ista tehnička svojstva na način da su svaki proizvod ili usluga, materijal ili postupak potpuno identični uz dozvoljenu propisanu razliku. Standardizacija je stvorena od strane međunarodne organizacije za standardizaciju(ISO).²

Kao i svako tržište pa tako i hotelijersko, u svojoj naravi posjeduje kako konkurenciju tako i potrebu za definiranjem vlastitog proizvoda. Ako uzmemo u obzir da je glavna mašinerija, a ujedno i proizvod sam objekt, tada postaje jasno da ga je moguće definirati i kao marku/trademark. Prema Sandri Horvat marka je vrlo značajan koncept u upravljanju marketingom. Ona poduzećima pruža brojne prednosti, kao što su diferencijacija u odnosu na konkurenciju, veći prihodi, signal kvalitete kupcima, sredstvo povećanja lojalnosti i slično.³

Pritom, standard upućuje na kvalitetu proizvoda, jer sam po sebi predstavlja svojevrsnu ljestvicu koju je potrebno postići ili preći kako bi se ostvarila razina kvalitete proizvoda.

¹ Bahtijarević Šiber, F., Sikavica, P., Leksikon menadžmenta, Masmedia, Zagreb, 2001., str. 534. u Cerović, Z., Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2003., str. 135.

² Prilagođeno prema Cerović, Z., Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2003., str. 72

³ Horvat, S., Istraživanje razvoja privatnih maraka u Republici Hrvatskoj, Market-Tržište, vol. 21 no. 1, 2009., str. 83

Sladoljev i Vrtiprah u svojem radu o kvaliteti ugostiteljskih proizvoda, naglašavaju da je zadovoljstvo zaposlenika jednako važan faktor. Konkretno, razrađuju ljestvice takozvanih TQM i ISO standarda (jedan prema japanskoj, a drugi prema američkoj ljestvici zadovoljstva zaposlenika), dovodeći ih u direktnu korelaciju s kvalitetom usluge. Pritom su im faktori poput produktivnosti, troškova poslovanja, ugleda te kvalitete upravljanja najvažniji segment kojim se može definirati hoće li cjelokupna usluga pa samim time i utvrđeni standardi biti na razini traženog.⁴

Standardizacija bi mogla značiti udaljavanje od tržišne koncepcije u kojoj se proizvod stvara za određeni segment tržišta, određuje mu se ime pod kojim se razvija kao marka, što uključuje razvoj imidža, koji se temelji na politici proizvoda, cijene, promocije i distribucije za strateško ponašanje na tržištu. Zakonskim se propisima određuju minimumi u pojedinoj kategoriji kojesevaki hotel mora imati da bi kategoriju kojoj odgovara mogao isticati uz svoje ime. Svaki hotel (samostalni ili u lancu) razvija vlastite standarde ili norme jer u svom tržišnom ponašanju nastoji biti konkurentan i što bolji u svojoj kategoriji i u smislu marke. To mu ponašanje i propisivanje tih normi ne može nitko propisivati izvana. Preskriptivni odnos prema gospodarskim subjektima obilježje je dogovornog gospodarstva u kojem se određivala organizacija i ponašanje na tržištu.⁵ Postavljanje standarda u usluzi odnosi se na postavljanje razina mjerenja kvalitete. Visoki standardi postavljaju se onda kada se traži da visoki postotak korisnika (80-90%) ocjenjuje uslugu visokim ocjenama. U slučaju nižeg postotka davalac usluga visokih standarda odmah poduzima određene korake.

Ciljevi standardizacije precizirani u šest točaka:

- pojednostavljenje sve većeg broja varijanti i postupaka u životu čovjeka,
- sporazumijevanje,
- opća ekonomičnost,
- sigurnost zdravlja i zaštita čovjeka,
- zaštita interesa potrošača i društva,
- uklanjanje zapreka u trgovini.⁶

Hotelski standardi zahtijevaju privikavanje zbog kompleksnosti samog procesa, taj dugotrajni

⁴Vrtiprah, V., Sladoljev, J., Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na kvalitetu proizvoda i usluga u hotelskom poduzeću, *Ekonomska misao i praksa*, no. 1, 2012., str. 100

⁵ Pančić-Kombol, T., Imidž i marka hotela, *Tourism and Hospitality Management*, vol. 1-2, str.389.

⁶Cerović, Z., *Hotelski menadžment*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2003, str. 136.

proces zahtijeva timski rad. Takav proces se sastoji od mnogo aktivnosti koje moraju biti provedene, kao što su obrazovanje i trening radnika o strane stručnjaka, primjena standarda u praksi, konstantna kontrola standarda i otklanjanje odstupanja, te neprestano obrazovanje osoblja i pokušavanje unapređenja standarda s ciljem pružanja bolje usluge. Kvaliteta hotelske usluge je specifično propisana odgovarajućim standardima, te svako kršenje ili zaobilaženje tih standarda dovodi do nezadovoljstva kupca. Nezadovoljstvo kupaca može dovesti do smanjenja broja gostiju ili stvaranja lošeg ugleda poduzeća, što u hotelskim lancima ima puno veći efekt i može napraviti ogromnu štetu povezanim poduzećima s obzirom da pružaju standardiziranu uslugu (istu) na međunarodnoj razini.⁷

Standardi imaju široku primjenu, a područje njihove primjene određuju vrste standarda. Vrste standarda koje se primjenjuju u hotelijerstvu mogu se podijeliti u sljedeće skupine:

1. standardi u izgradnji hotelskih objekata,
2. standardi opreme i uređaja soba i ostalih prostorija u hotelima,
3. standardi procesa rada u hotelu (nabava, proizvodnja, servis, prodaja),
4. standardi kvalitete ugostiteljskih proizvoda i hotelskih usluga,
5. standardi komuniciranja i poslovne etike,
6. standardi hotelskog informacijskog sustava,
7. kadrovski standardi (standardi rada),
8. standardi hotelske terminologije i simbola,
9. standardi upravljanja hotelom,
10. ekološki standardi,
11. standardi sigurnosti i zaštite zdravlja,
12. ostali standardi.⁸

Da bi standardi saživjeli u hotelu nužno je da se sprovede proces standardizacije koji je dugotrajan i ima nekoliko osnovnih faza:

1. propisivanje standarda,
2. obrazovanje i trening svih zaposlenih u hotelu (od portira do direktora hotela),
3. realizacija standarda (provođenje u praksu),
4. permanentna kontrola poštivanja standarda i otklanjanje odstupanja,

⁷Cerović, Z.: op. cit., str. 138.

⁸Avelini Holjevac, I.: Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002., str. 114.

5. unaprjeđivanje standarda i permanentno obrazovanje osoblja i menadžera.⁹

2.2. Razvoj normi kvalitete - područja i vrste standarda

Standardi i uspješnost poslovanja su povezani jer standard čine osnovnu usporednu veličinu ili normalu pri ocjenjivanju kadrova, imovine, poslovnog rezultata i uspješnosti poslovanja hotela. Standard ima dva svojstva: on definira tj. propisuje kvalitetu, ali je istovremeno i mjerilo postizanja propisane kvalitete. Standard i kvaliteta čine jedinstvo. Nema kvalitete bez standarda jer je standard pretpostavka za kvalitetu i mjera razine ostvarene kvalitete. Standard i kvalitetu treba shvatiti kao jedinstven proces koji teče kontinuirano. Standard i kvaliteta nisu cilj, oni su put do cilja, a cilj je ostvariti uspješnost poslovanja hotela.¹⁰

Svaka država pa tako i Hrvatska, ukoliko pred sobom ima izazov sezonskog turizma, formira u novijim demokracijama i pripadajuće ministarstvo. Zakonodavni okvir je taj koji propisuje aspekte standardizacije i norme kvalitete, a koje su konkretno u slučaju Hrvatske najčešće povezani s Europskom unijom i njihovim standardima. Pa tako prema zakonskom Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, objavljenom u Narodnim novinama br. 56, 2016. godine, prvi element uopće za određivanje standarda jest definicija kakvu vrstu ugostiteljskog objekta želimo posjedovati.¹¹ Prema članku 1. općih odredbi Pravilnika o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, usluge koje se pružaju u određenoj vrsti/kategoriji – automatski definiraju i o kakvom lokalitetu je riječ. Primjerice, za pojedine objekte postoje posebni standardi, uvjeti i elementi koji izdvajaju hotelijerski objekt od ostalih. Pritom su jasno definirani posebni objekti, člankom 27, a to su hoteli posebnog standarda; *Hotel Business*, *Hotel Meetings*, *Hotel Congress*, *Hotel Club*, *Hotel Casino*, *Hotel Holiday Resort*, *Hotel Coastal Holiday Resort*, *Hotel Family*, *Hotel Small & Friendly*, *Hotel Senior Citizens*, *Hotel Health & Fitness*, *Hotel Wellness*, *Hotel Diving Club*, *Hotel Motel*, *Hotel Ski*, Hotel za osobe s invaliditetom i *Hotel Bike*. Zakon/Pravilnik dodaje, da se takve vrste hotelijerskih objekata automatski ubrajaju pod hotele sa četiri zvjezdice.

⁹Barjaktarovid, D., Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu, radni materijal za udžbenik, Univerzitet Singidunum, 2011, str. 88.

¹⁰Avelini Holjevac, I., op. cit., str. 105.

¹¹ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, članak 27

Norme kvalitete s druge strane, jesu faktori koji čine pojedini standard hotela. U spomenutom pravilniku zadani su minimalni uvjeti, sigurnost gosta i zaposlenog osoblja, zatim građevinski aspekti i sanitarni uvjeti, smještajne jedinice, ukoliko je potrebno priprema i posluživanje jela i pića (pritom se ubrajaju i sanitarni uvjeti održavanja hrane i pića u hotelijerskom objektu), uvjeti za zapošljavanje osoblja, vrste objekata te na kraju i njihovo samo označavanje.¹²

Prema vrsti ugostiteljskih objekata za smještaj u svijetu i Hrvatskoj definira se 10 kategorija, a one su: 1. Hotel baština (*heritage*), 2. difuzni hotel, 3. hotel, 4. aparthotel, 5. turističko naselje, 6. turistički apartmani, 7. pansion, 8. integralni hotel (udruženi), 9. lječilišne vrste (Lječilišni hotel baština, Lječilišni hotel, Lječilišni aparthotel, Lječilišno turističko naselje, Lječilišni turistički apartmani, Lječilišni pansion, Lječilišni difuzni hotel i Lječilišni integralni hotel) te 10. hoteli posebnog standarda. Razlog relevantnosti podjele, leži u pojedinoj specifikaciji standarda, koji su ovisno o kategoriji detaljno opisani prema svakoj vrsti.¹³

2.3. Prednosti i nedostaci standardizacije

Iako nužna za uspješno poslovanje, standardizacija postavlja okvire koji ponekad mogu pomoći, ali i odmoći u strukturiranju hotelskog objekta. Primjerice, ukoliko uzmemo u obzir samo financiranje, za raspisivanje pojedinih natječaja, investiranje u objekt ili pak za apliciranje unutar Europskih fondova, standardizacija je idealan način kako postaviti i raspisati plan poslovanja budućeg turističkog objekta.

Standardima se propisuje kvaliteta ugostiteljskih proizvoda i usluga. Bez standarda nema kvalitete usluga niti racionalizacije hotelskog poslovanja. Kvaliteta znači postignuće utvrđenih standarda i njihovo stalno održavanje. Budući da današnje moderno poslovanje donosi brže promjene vezano na to i standard treba stalno mijenjati, dopunjavati, poboljšavati i prilagođavati potražnji. Mogućnost primjene hotelskih standarda je široka, a koristi su velike. Dodajmo da upravo ti standardi propisuju navedene kategorije hotela te na neki način garantiraju kvalitetu u sluge. Primjeri standardizacije usluga su hotelski lanci (najčešće međunarodni), gdje isti vlasnik uz procjenu standarda plasira na turističko tržište hotelski

¹²Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, članak 12b

¹³Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, Članak 27.

kompleks kao zaštitni brend sa istovjetnim uslugama. Takva homogena ponuda, za gosta predstavlja potvrdu kvalitete neovisno o promjeni turističke lokacije.

Već spomenuti ISO standardi unutar svojih komponenti pridodaju i zaštitu okoliša te zdravstveno propisane norme, a prema BSI *Occupational Health and Safety Assessment Series*, kojeg izdaje Hrvatski zavod za javno zdravstvo pod kraticom BSI OHSAS, definiraju se, zadržavaju i osiguravaju kvaliteta i svježina hrane. Sve zajedno, zapravo je na neki način i pozitivan faktor standardizacije, primarno za gosta, jer se pridržavanjem navedenih faktora može osigurati, potvrditi i sprovesti kvaliteta koja je potrebna za uspješno poslovanje hotelskog objekta. Pritom treba napomenuti da su certifikati, kao formalan način priznavanja standarda, ujedno i priznanje kako poduzetniku u hotelijerstvu tako i gostu da je legitimnost objekta i njegova kvaliteta na razini.¹⁴

Broj tvrtki u Hrvatskoj i u svijetu koje su certificirane raste iz mjeseca u mjesec što najbolje govori o općoj prihvaćenosti ovih normi, no i dalje se vode rasprave o tome da li uvođenje i certificiranje donosi koristi i kakve su one u poslovanju poduzeća i jesu li proizvodi tih poduzeća kvalitetniji od proizvoda onih poduzeća koja nemaju certifikat.¹⁵

Još jedan od pozitivnih faktora koje donosi standardizacija svakako bi uključivali i međunarodnu tržišnu utakmicu. Naime, ukoliko hrvatsko hotelijerstvo prati standarde i svjetske trendove, onda se i njihova konkurentnost u turističkom smislu može direktno komparirati sa svjetski uspješnim hotelskim objektima i lancima. Standardizaciju je potrebno provesti u sve aspekte ravnopravnog poslovanja, jer se provođenjem standardizacije stječu uvjeti za ravnopravno uključivanje hrvatskog turizma u tržišnu utakmicu.¹⁶

Možda kao jedinu, no ne i nevažnu stavku u nedostatku standardizacije mogli bismo navesti troškove, odnosno kapital koji je potrebno uložiti da bi se postigla razina hotela koju hotelijer želi postići. Jedan od logičkih i pojednostavljenih razloga, zašto bi se takvo što moglo razmatrati kao negativan faktor, jest činjenica da je nerijetko potrebno zaduživanje ili apsorpiranje visoke količine kapitala kako bi se postigla željena kvaliteta. Linearno tome, povlači se drugi

¹⁴Croatian Institute for publichealth, 2007., Occupational safety and health - <https://www.hzjz.hr/en/division-of-public-health/occupational-safety-and-health/>(13.05.2019.)

¹⁵Vrtiprah, V., Sladoljev, J.: Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na kvalitetu proizvoda i usluga u hotelskom poduzeću, *Ekonomski misao i praksa* (1), 2012; str. 101.

¹⁶Jaković, B.; Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske; *Praktični menadžment*, vol. IV, br. 1, str. 94

potencijalni problem koji proizlazi iz mogućnosti da hotelski objekt u vremenskoj projekciji ne uspije uprihoditi dovoljnu količinu kapitala kako bi namirio te iste troškove pa se neovisno o standardu može pronaći u financijskom disbalansu.¹⁷

Budući da se standardima propisuje kvaliteta ugostiteljskih proizvoda i usluga oni određuju kategoriju hotela. Standardi su garancija kvalitete koja je sadržana u kategorizaciji hotela, a označena je brojem zvjezdica. Odstupanja od utvrđenih standarda odnosno od propisane kvalitete nisu dozvoljena jer ona, ako se pojave, predstavljaju pogrešku i gubitak koji se reflektira u smanjenju prometa, dobitka, iskorištenosti kapaciteta, imidža hotela i slično.¹⁸

¹⁷Cerović, Z., Janković, S., Stroglio, Herceg, G., Koliki je prostor za rast, Stručna revija za ugostiteljstvo i turizam, studeni 2017, str. 16-27.

¹⁸Lipovača, R., Menadžment kvalitete u hotelu i kategorizacija hotelskih objekata, Magistarski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2010., str.9

3. POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Za hrvatsko se hotelijerstvo može ustvrditi da ima gotovo jednako dugu tradiciju kao europsko. Hoteli koji su građeni u drugoj polovici prošlog stoljeća i kasnije do Drugog svjetskog rata u hrvatskim gradovima (Zagreb, Rijeka, Dubrovnik) i poznatim turističkim mjestima (Opatija, Crikvenica) bili su kvalitetan temelj za razvoj hotelijerstva visokih kategorija.¹⁹ Jedan od najtipičnijih primjera posebno standardiziranih hotela jest objekt u sklopu lječilišnog turizma.

Posebni standard hotela se utvrđuje na zahtjev ugostitelja. Jednom hotelu dozvoljeno je utvrditi najviše četiri vrste posebnih standarda. Hotel mora ispunjavati uvjete propisane Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli (Narodne novine br. 56/2016) za svaku vrstu posebnog standarda koja mu se utvrđuje, osim u obveznim uvjetima koji su istovjetni za više posebnih standarda. Ako se ispune zakonom propisani uvjeti, posebni standard može se promijeniti na zahtjev ugostitelja te u postupku ponovnog utvrđivanja, koji svake tri godine poslužbenoj dužnosti provodi Ministarstvo turizma RH.²⁰ Jednostavnije rečeno, posebno standardizirani hoteli u svom asortimanu nude posebno opremljene objekte, vrste usluga te njihov način rada osigurava pojedincu (u ovom slučaju gostu koji se odluči za posebnu vrstu lječilišnog turizma) kvalitetu usluge koja se definira prema posebnim standardima.

Vrste posebnih standarda za vrstu hotela u RH su:²¹

1. *business* (poslovni),
2. *meetings* (za sastanke),
3. *congress* (kongresni),
4. *club* (klub),
5. *casino* (kasino),
6. *holidayresort* (odmorišni),
7. *coastlineholiday resort* (priobalni odmorišni),
8. *family* (za obitelj),
9. *small&friendly* (mali i prijateljski),
10. *senior citizens* (za starije osobe),

¹⁹ Pančić-Kombol, T., Imidž i marka hotela, *Tourism and Hospitality Management*, 1-2, str.387.

²⁰ Spudić, J., Posebno standardizirani hoteli za osobe s invaliditetom u Hrvatskoj, završni rad, Veleučilište u Karlovcu Poslovni odjel, stručni studij Ugostiteljstva, 2015., str. 21

²¹ Uvjeti za kategorizaciju hotela – postojeći objekt [online] Dostupno na: <https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/dodatni/299815.htm> (Pristupljeno 11.06.2019.)

11. *health&fitness* (zdravlje i fitness),
12. *wellness*,
13. *divingclub* (ronilački klub),
14. motel (motel),
15. *ski* (ski),
16. za osobe s invaliditetom,
17. *bike* (bicikl).

Svaki od navedenih posebnih standarda u svojim okvirima posjeduje pod grupacijske faktore i standarde, primjerice: pristupačnost smještajnih objekata, ugostiteljski sadržaji, sanitarije, pristupačnost objektu itd.

3.1. Uvjeti za posebnu standardizaciju

Kako bi se uopće mogli definirati kojim pripadajućim standardima pojedini hotelski objekti ili lanci odgovaraju, potrebno ih je svrstati u kategorije, koje su zakonski izrečene uputama pojedinog državnog ministarstva, u hrvatskom slučaju Ministarstva turizma. Ukoliko je riječ o postojećem objektu, Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli izriče uvjete kako slijedi u nastavku:

1. USLUGE RECEPCIJE I OSTALO

- 1.1. Recepcija
- 1.2. Udobnost/općenito
- 1.3. Sadržaji i usluge
- 1.4. Čišćenje i opće stanje recepcije
- 1.5. Sanitarni čvor u zajedničkim prostorima
- 1.6. Čišćenje i opće stanje sanitarnog čvora u zajedničkim prostorima

2. HORIZONTALNE I VERTIKALNE KOMUNIKACIJE I OSTALO

- 2.1. Horizontalne i vertikalne komunikacije (hodnici, stubišta, dizala)
- 2.2. Čišćenje i opće stanje

3. SMJEŠTAJNE JEDINICE – MODULI (SOBA, OBITELJSKA SOBA – *FAMILY ROOM*, HOTELSKI APARTMAN – *SUITE*)

- 3.1. Minimalna netto površina modula sobe. Modul čine: predprostor ako ga ima, spavaći dio sobe i kupaonica
- 3.2. Minimalna netto površina modula obiteljske sobe – *family room*. Modul čine: predprostor ako ga ima, dvije prostorije ili dva prostora za spavanje i kupaonica

3.3. Minimalna netto površina modula hotelskog apartmana. Modul čine: predprostor ako ga ima, prostorija ili prostorije za spavanje, prostorija za boravak i kupaonica(e)

4. SOBA, OBITELJSKA SOBA – *FAMILY ROOM*

4.1. Osnovni uvjeti

4.2. Krevet

4.3. Oprema i uređenje

4.4. Ostale usluge

4.5. Čišćenje i opće stanje

5. HOTELSKI APARTMAN – *SUITE*

5.1. Osnovni uvjeti

5.2. Krevet

5.3. Oprema i uređenje

5.4. Ostale usluge

5.5. Čišćenje i opće stanje

6. KUPAONICA

6.1. WC školjka, umivaonik

6.2. Kada i tuš kada

6.3. Uređenje, oprema i ostalo

6.4. Čišćenje i opće stanje

7. ZASEBAN ZAHOD – zaseban zahod nije obavezan, ali ako smještajna jedinica ima zaseban zahod tada su obvezni svi propisani elementi

7.1. WC školjka, umivaonik

7.2. Čišćenje i opće stanje

8. KUHINJA, CENTRALNA PRIPREMNICA

8.1. Oprema

8.2. Prostorije, priručni prostori i uređaji za čuvanje hrane, proizvoda i pića te način čuvanja

8.3. Prostorije i prostori za odlaganje: rezervne opreme, sredstava za čišćenje i komunalnog i drugog otpada

8.4. Čišćenje i opće stanje

9. DORUČAK

9.1. Usluživanje doručka

9.2. Usluživanje proizvoda

9.3. Ostalo

9.4. Čišćenje i opće stanje

10. USLUŽIVANJE HRANE

10.1. Usluživanje ručka, večere i drugih obroka

10.2. Ponuda menua

10.3. Vrijeme usluživanja

10.4. Ostalo

10.5. Osoblje

10.6. Čišćenje i opće stanje

11. USLUŽIVANJE U SMJEŠTAJNU JEDINICU (*ROOM SERVICE*)

11.1. Usluživanje u smještajnu jedinicu

12. CAFFE BAR – TOČIONIK

12.1. Oprema i uređenje

12.2. Oprema i uređenje koje osim elemenata iz točke 12.1. mora imati točionik ako se na točioniku pripremaju i uslužuju hladna i topla jednostavna jela

12.3. Usluge

12.4. Vrijeme usluživanja

12.5. Čišćenje i opće stanje

13. PROSTORIJE I PROSTORI ZA ZAPOSLENO OSOBLJE (sanitarni čvor za osoblje koje podliježe sanitarnom nadzoru, sanitarni čvor za ostalo osoblje, garderobe, blagavaonica, spremište za sobarice)

13.1. Sanitarni čvor za osoblje koje podliježe sanitarnom nadzoru

13.2. Sanitarni čvor za ostalo osoblje koje ne podliježe sanitarnom nadzoru. Ne primjenjuje se na hotele do 25 smještajnih jedinica

13.3. Garderoba, prostor za blagovanje, spremište za sobarice

13.4. Čišćenje i opće stanje

14. OSTALI SADRŽAJI U HOTELU

14.1. Sadržaji u hotelu

15. VANJSKI IZGLED OBJEKTA I OKOLIŠ

15.1. Vanjski izgled objekta

15.2. Okoliš objekta

16. ODRŽAVANJE HOTELA

16.1. Održavanje.

Unutar navedenih uvjeta postoje i podgrupacije koje jasnije definiraju pojedinu kategoriju te na koji način bi se trebala sprovoditi. Ujedno, ukoliko je riječ o novom objektu, zakon u similarnim

kategorijama definira posebne tablice s razlikom u građevinskom segmentu, tj. činjenici da je novi objekt potencijalno još uvijek u projektantskoj fazi izgradnje, dok je postojećeg moguće renovirati.

Slika 1: Ploče za označavanje posebnih standarda – grafička rješenja



Izvor: Prilog A. – uvjeti za hotel baština (*heritage*) Pravilnika o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine [online] <https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/dodatni/440747.pdf> (Pristupljeno 12.06.2019.)

Grafička rješenja ploča za označavanje posebnih standarda te za označavanje vrsta Hotel posebnog standarda jedinstveno su dizajnirana. Na metalnoj ploči (podlozi) srebrno – metalne boje ispisan je naziv posebnog standarda na engleskom jeziku, u tamnoplavoj boji (osim na

ploči za osobe s invaliditetom) i ilustracija posebnosti usluge, u pastelnim bojama. Dimenzije standardizirane ploče su 20 x 20 cm (kvadrat s polukružnim kutovima).²²

3.2. Posebni standardi kod zaposlenika

Za optimalno funkcioniranje poslovanja u hotelu potrebne su i posebne procedure, odnosno standardizirana pravila. Jedno je svakako osiguravanje osnovnih preuvjeta za rad, kako bi se radno okruženje za zaposlenike i pripadnike ugostiteljskog tima moglo motivirati te poticati na produktivnost. Dobro osmišljen program stimulacije i destimulacije zasigurno je jamac poštivanja procedura i podizanja kvalitete zaposlenih, što je ključ uspjeha velikih brendova i visoko kategoriziranih objekata. Standard podrazumijeva stupanj dosega najviše kvalitete. Upravo gledajući s testrane dolazimo do spoznaje o pravom cilju standardizacije, a to je podizanje razine kvalitete rada, kvalitete osoblja i naravno zadovoljstva gostiju. Organizacija bez standardizacije ne može jamčiti uspjeh upravo zato što ne strepi ostvarenju kvalitete, što je na tržištu gdje ponuda daleko nadmašuje potražnju, stavlja u nezavidan položaj.²³ Najčešći način na koji se održava regulacija uspješnosti navedenog, podjela je rada na odjele.²⁴

Važnost procedura se očituje kroz nekoliko bitnih stavki:

- osiguravaju potrebu uniformiranosti izgleda, postupaka, radnih operacija i sl.,
- olakšavaju uhodavanje novih djelatnika,
- pojednostavljaju rad,
- uklanjaju nedoumice,
- olakšavaju mogućnost odabira među raznim varijantama,
- reducira greške u radu,
- temelj su za nagrađivanje i kažnjavanje osoblja,
- predstavljaju uporište i polaznu točku zdrave radne organizacije.²⁵

Opće postavke rada dijele se na tri razine: pojam, cilj i zadatak rada, djelatno vrijeme te organizacijska struktura. Standardizacijom odnosa među odjelima postiže se maksimalna

²² Prilog A. – uvjeti za hotel baština (*heritage*) Pravilnika o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli [online] <https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/dodatni/440747.pdf> (Pristupljeno 12.06.2019.)

²³ Jaković, B., Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske, Praktični menadžment, vol. IV, br. 1, 2013., str. 93.

²⁴ Ibidem, str. 51

²⁵ Ibidem, str. 93

koordiniranost i izbjegavanje nesuglasica. Sve to popraćeno pismenom dokumentacijom o svakoj suradnji, rezultira profesionalnim odnosima.²⁶

²⁶Ibidem, str. 94

4. POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI U GRADU OPATIJI

4.1. Inventarizacija posebno standardiziranih hotela grada Opatije

Baš kao što i etimologija pojma nalaže, inventarizacija kao sastavljanje popisa imovine tj. stvarnih vrijednosti²⁷, definirana je i poželjna u hotelijerstvu pa tako i opatijskom. U slučaju hotela grada Opatije posebni standardi, spomenuti ranije, najčešće spadaju u grupaciju idućih posebnih standarada u Republici Hrvatskoj:²⁸

1. Poslovni (engl. *Business*)
2. Za sastanke (engl. *Meetings*)
3. Kongresni (engl. *Congress*)
4. Klub (engl. *Club*)
5. Odmorišni (engl. *Holiday Resort*)
6. Priobalni odmorišni (engl. *Coastline Holiday Resort*)
7. Zdravlje i fitness
8. Wellness (engl. *Wellness*).

Navedeni poslovni standardi opisuju opatijski turizam koji je namjerno segmentiran. Poštuje se dugogodišnja tradicija hotela s visokom razinom usluge. U Opatiji je konstantna potreba za Business i Congress standardiziranim hotelima. Zbog ugodnih vremenskih uvjeta tijekom cijele godine Opatija predstavlja poželjnu lokaciju za cijelu Hrvatsku pri organizaciji kongresa i poslovnih događaja. Analiza standarda kongres prikazana je u tablici br. 1 koja slijedi u nastavku za Remisens hotele, i u tekstu je detaljna analiza kongresnog turizma AMADRIA PARK hotela.

Turizam grada Opatije upravo je spoj dugogodišnje tradicije i odgovora za potražnjom na tržištu. Pozicioniran je na priobalju u blizini Rijeke, nudi dovoljno kapaciteta i za noćenje i kongrese za bilo koje poduzeće ili organizaciju kongresa.

Opatija pruža organizatorima skupova široku paletu mogućnosti sukladno potrebama događaja koje organiziraju. Grad raspolaže sa 58 dvorana kapaciteta 6431 sjedećih mjesta. Od ukupnog

²⁷Jezikoslovac.com, <https://jezikoslovac.com/word/5410> (13.04.2019)

²⁸Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli - Članci 60. i 64. i Prilozi XI. i XIII. (NN: 88/07; 58/08; 62/09; 63/13; 33/14 i 92/14)

broja dvorana njih 5 ima kapacitet veći od 300 mjesta. Većina ih se nalazi u sljedećim hotelima:²⁹

- Grand Hotel Adriatic,
- Hotel Kvarner,
- Hotel Imperijal,
- Hotel Ambasador
- Milenij Grand Hotel 4 opatijska cvijeta.

Tablica 1. Popis Remisens hotela sa standardom Business, Meetings, Congress

Opatija Riviera	Broj soba	Broj soba za konferencije	Auditorij	Prostorije	Benket	Koktel
<u>Remisens Premium Hotel Ambasador (5*), Opatija</u>	200	10	515	215	410	600
<u>Remisens Hotel Admiral (4*), Opatija</u>	192	6	160	100	-	-
<u>Remisens Premium Hotel Kvarner (4*), Opatija</u>	58	1	900	600	600	800
<u>Remisens Premium Grand Hotel Palace (4*), Opatija</u>	209	2	120	70	-	120
<u>Remisens Premium Heritage Hotel Imperial (4*), Opatija</u>	127	2	300	-	-	-

Izvor: Izrada autora prema Liburnia, <https://www.liburnia.hr/en/conferences#capacities> (03.05.2019)

Uz hotele navedene u tablici br. 1 Amadria Park također ispunjava Business, Meetings, Congress standarde. Točnije, kongresne dvorane Amadria Parka su: Conference Park 25/7, Royal Hall – Amadria Park hotel Royal, Milenij Halls – Amadria Park Hotel Milenij.

²⁹Reljanović, H.: „Potreban kongresni centar za više od 1000 sudionika“, Business.hr- poseban prilog b2b, Kongresni turizam, Zagreb, 2010., str. 15.

Slika 1. Kapaciteti Conference Park 25/7 Amadria Parka

450	1000 osoba	1,500m ²	11
Kapacitet dvorane	Ukupni kapacitet	Multifunkcionalnih kongresnih kapaciteta	dvorana za sastanke

Izvor: Amadria Park <https://www.amadriapark.com/hr/conference-park-25-7/>(03.05.2019)

Kapaciteti Royal Hall dvorane – Amadria Park hotel Royal:

- Dvorana Royal Hall– 950 m2, maksimalni kapacitet: 1000.³⁰

Kapaciteti Milenij Halls – Amadria Park Hotel Milenij:

- Milenij 1. – 90 m2, maksimalni kapacitet: 100
- Milenij 2. – 88 m2, maksimalni kapacitet: 100
- Milenij 1. + 2. – 170 m2, maksimalni kapacitet: 220
- Milenij – 228 m2, maksimalni kapacitet: 300
- Opatija – 43 m2, maksimalni kapacitet: 50.³¹

Kombinirani *event* prostori u hotelima Milenij i Royal osiguravaju kapacitet za 1.350 ljudi. Tri dvorane za sastanke i događanja nadopunjuju ponudu novog konferencijskog parka 25/7 i viziju kongresnih i poslovnih susreta u Opatiji.³²

Sljedeći hoteli ispunjavaju uvjete Wellness standarda u Opatiji: Remisens Premium Hotel Ambasador, Remisens Premium Grand Hotel, Palace Amadria Park Hotel Milenij. Opatija je 1889. proglašena prvim morskim lječilištem i kupalištem na Jadranu odlukom Austrijske vlade, a do 1913. izgrađeno je pet javnih kupališta okruženih raskošnim parkovima. Posjetitelji u potrazi za mirom i relaksacijom točno su znali gdje će naći ono što traže – u Opatiji. Vremena su se doduše promijenila, ali ideali nisu.³³ Pritom se u Opatiji kao trenutno najistaknutiji

³⁰ Royal Hall – Amadria Park hotel Royal <https://www.amadriapark.com/hr/amadria-park-royal-event-hall-2/> (03.05.2019)

³¹Milenij Halls – Amadria Park Hotel Milenij <https://www.amadriapark.com/hr/amadria-park-milenij-event-halls/> (03.05.2019)

³² Poslovni turizam, <http://www.poslovniturizam.com/objekt/hotel-milenij-hotel-royal/424/> (03.05.2019)

³³Liburnia, <https://www.liburnia.hr/hr/wellness-opatija> (03.05.2019)

pokazuju odmorišni, poslovni i kongresni. Uvjeti u takvim objektima jasno su definirani kroz Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli.³⁴ Hotel mora ispunjavati uvjete propisane Pravilnikom za svaku vrstu posebnog standarda kojemu se utvrđuje. Svi posebni standardi određeni su odgovarajućim uvjetima koji su propisani Pravilnikom. Svaki posebni standard označava se odgovarajućom standardiziranom pločomkoja sadrži naziv posebnog standarda na engleskom jeziku te odgovarajuću grafiku.

Posebni hotelski standard Poslovni (engl. *Business*) sadrži opće obvezne elemente, elemente opreme i usluge smještajne jedinice, opreme i usluga poslovnog centra te ostalih usluga.

Opći obvezni elementi posebnog standarda Poslovni (engl. *Business*) su:

- Jedna prostorija za sastanke minimalne površine 30 m², s mogućnošću zamračenja,
- Klima uređaj u prostoriji za sastanke, internet veza u 10% smještajnih jedinica,
- Najmanje 10% smještajnih jedinica s malim uredskim prostorom u kojem je moguće održati sastanak za tri do četiri osobe.

Opremu i usluge smještajne jedinice čine:

- Radni stol minimalne dužine 1 m, jedna stolica, priključak na Internet: 24 sata dnevno, priključak za telefaks i kompjutor uz radni stol, telefon za direktne vanjske pozive na radnom stolu, električna utičnica uz radni stol, odgovarajuće svjetlo za radni stol,
- Posluga u sobu: 16 sati dnevno, usluga glačanja rublja: u roku 2 sata, 16 sati dnevno.

Opremu i usluge poslovnog centra čine:

- Usluge poslovnog centra: najmanje 12 sati, usluge tajnice,
- Mogućnost korištenja telefaksa: 24 sata dnevno, Internet-veza: 24 sata dnevno,
- Aparat za fotokopiranje, usluge fotokopiranja: 24 sata dnevno, kompjutor, multimedijalni projektor, projektor za dijapozitive, flip karta, kolor TV, grafoskop, video, platno za projiciranje, rezač papira, usluge dostave po potrebi.

Ostale usluge su:

- Sanitarije i garderoba u blizini prostorija za sastanke.³⁵

³⁴Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine «Hoteli», Narodne novine, broj 88/07., članak 57, (01.10.2015.)

³⁵ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, Prilog XII.

Hoteli koji pružaju mogućnost održavanja sastanaka, dužni su istaknuti posebni hotelski standard „Za Sastanke“ (engl. Meetings) koji se sastoji od općih obveznih elementa, elemenata opreme i usluga poslovnog centra, opreme i usluga smještajne jedinice, te ostalih usluga.³⁶

Obvezni elementi za posebni hotelski standard „Za Sastanke“ su:

- Prostorija ili prostorije za sastanke kapaciteta: broj sjedećih mjesta mora iznositi najmanje 40% od ukupnog broja kreveta u hotelu, s mogućnošću zamračenja,
- Najmanje dvije dodatne zasebne prostorije za sastanke minimalne površine 20 m²svaka, klima uređaj u svakoj prostoriji za sastanke.

Usluge i opremu poslovnog centra čine:

- Usluge poslovnog centra: najmanje 12 sati, usluge tajnice, mogućnost korištenja telefaksa: 24 sata dnevno, Internet-veza: 24 sata dnevno,
- Aparat za fotokopiranje, usluge fotokopiranja: 24 sata dnevno, kompjutor, multimedijalni projektor, projektor za dijapozitive, flip karta, kolor TV, grafoskop, video, platno za projiciranje, rezač papira, usluge dostave po potrebi.

Ostale tehničke usluge i opremu (vlastitu i/ili unajmljenu) čine:

- Sustav ozvučenja (mikrofon i sl.), audio oprema za snimanje, sistem za simultano prevođenje, profesionalne videousluge, recepcija određena za potrebe sastanka.

Ostale usluge su:

- Ugostiteljski sadržaji odgovarajući vrsti: «Caffe bar» i «Restoran», na raspolaganju,
- Sanitarije i garderobe u blizini prostorija za sastanke, usluge glačanja: u roku 2 sata.³⁷

Posebni standardi za vrstu hotela koji spada u kategoriju „Odmorišni“, potrebno je zadovoljiti kako slijedi.

Posebni hotelski standard Odmorišni (engl. *Holiday Resort*) sadrži opće obvezne elemente vezane za usluživanje hrane te elemente ostalih sadržaja.

Obvezni elementi vezani za usluživanje hrane su:

- Najmanje usluga polupansiona (doručak–ručak ili doručak–večera),
- Usluživanje jela u blagavaonici, usluživanje jela po narudžbi (a la carte) u zasebnoj prostoriji ili prostoru, vrijeme usluživanja od 8 do 24 sata,
- Ugostiteljski sadržaji odgovarajući vrstama iz skupine barovi:

³⁶Ibidem

³⁷Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, Prilog XII.

Jedna vrsta tijekom dana unutar hotela,

Jedna vrsta tijekom dana uz bazen i

Jedna vrsta tijekom večernjih i noćnih sati s glazbom.³⁸

Ostali sadržaji su:

- Bazen u zatvorenom prostoru i bazen na otvorenom prostoru, sa sanitarijama,
- Višenamjenska prostorija za zabavu (jedna ili više) kapaciteta: broj sjedećih mjesta mora iznositi najmanje 30% od ukupnog broja kreveta u hotelu, zelene površine,
- Sunčalište kapaciteta: broj mjesta za ležaljke mora iznositi najmanje 30% od ukupnog broja kreveta u hotelu, sadržaji odgovarajući vrsti: «Caffe bar» ili točionik na otvorenom, u blizini sunčališta, dnevni i večernji rekreativni programi za odrasle.³⁹

Posebni hotelski standard „Priobalni odmorišni“ (engl. *CoastlineHolidayResort*) sadrži opće obvezne elemente, obvezne elemente kod usluživanja hrane, elemente ugostiteljskih sadržaja i odgovarajući vrstama iz skupine barovi te elemente ostalih sadržaja.

Opći obvezni elementi su:⁴⁰

- Udaljenost hotela od mora najviše 300 m
- Smještajne jedinice s pogledom na more: najmanje 40% od ukupnog broja smještajnih jedinica
- te smještajne jedinice s terasom ili balkonom ili lođom: najmanje 50% od ukupnog broja smještajnih jedinica.

Obvezne elemente kod usluživanja hrane čine:

- Najmanje usluga polupansiona (doručak–ručak, doručak–večera),
- Usluživanje hrane u blagavaonici za pansionске goste, kapaciteta: broj sjedećih mjesta mora iznositi najmanje 60% od ukupnog broja kreveta u hotelu,
- Usluživanje jela po narudžbi (a la carte) u zasebnom prostoru za usluživanje.

Ugostiteljski sadržaji odgovarajući vrstama iz skupine barovi podrazumijevaju:

- Jedna vrsta tijekom dana unutar hotela,
- Jedna vrsta tijekom dana uz bazeni
- Jedna vrsta tijekom večernjih i noćnih sati s glazbom.

- Vrijeme usluživanja od 8 do 24 sata.

Ostali sadržaji su:

³⁸Ibidem

³⁹Ibidem

⁴⁰Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, Prilog XII.

- Bazen u zatvorenom ili na otvorenom prostoru, sa sanitarijama, višenamjenska prostorija za zabavu (jedna ili više) kapaciteta: broj sjedećih mjesta mora iznositi najmanje 30% od ukupnog broja kreveta u hotelu,
- Sunčalište kapaciteta: broj ležaljki mora iznositi najmanje 30% od ukupnog broja kreveta u hotelu, dnevni i večernji rekreativni i zabavni programi za odrasle.³¹

Opće obvezne elemente za Posebni hotelski standard „Zdravlje i fitness“ (engl. *Health & Fitness*) čine:

- Posebne prostorije i prostori namijenjeni «zdravlju i fitnessu» unutar zgrade hotela ili u zasebnoj obližnjoj zgradi, zdravstvene i fitness usluge se pružaju najmanje osam sati dnevno, najmanje jedan stručni voditelj tijekom radnog vremena,
- Bazen u zatvorenom grijanom prostoru, sa sanitarijama, prostorija za fitness s najmanje pet sprava za vježbanje, sauna ili turska kupelj,
- Garderobni ormarići, prostorije s tuševima i zahodima: posebno za žene odnosno muškarce uz zdravstvene i fitness sadržaje,
- Prostorije za suhu i podvodnu masažu (*jacuzzi* i sl.),
- Pružanje usluga prehrane po posebnim zahtjevima gost.⁴¹

Posebni hotelski standard „Wellness“ sadrži slijedeće obvezne elemente za: općenito obvezne elemente za Wellness, za prostor prijema, obvezne elemente za prostore sa tretmanima i uljepšavanje, za prostore suhog i mokrog dijela wellnessa (zatvorenih i/ili otvorenih prostora), zatvorene i otvorene bazene, Fitness, prostore za vježbe i holističke programe, wellness opremu u smještajnoj jedinici te obvezne elemente za prehranu u wellness hotelu.⁴²

U nastavku slijedi tablica 2 koja prikazuje posebno standardizirane hotele grada Opatije.

⁴¹Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, Prilog XII.

⁴²Ibidem, str. 31

Tablica br. 2: Posebno standardizirani hoteli grada Opatije

OBJEKT I KATEGORIJA	SJEDIŠTE OBJEKTA (ulica i mjesto)	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVETA
Remisens Premium Hotel Ambasador (5*)	Feliksa Peršića 1 51410 Opatija	249	449
Remisens Hotel Admiral (4*)	Ulica maršala Tita 139 51410 Opatija	200	369
Remisens Premium Hotel Kvarner (4*)	Pave Tomašića 2/2 51410 Opatija	86	164
Remisens Premium Grand Hotel Palace (4*)	Ulica maršala Tita 144/146 51410 Opatija	221	437
Remisens Premium Heritage Hotel Imperial (4*)	Ul. Maršala Tita 124/3 51410 Opatija	127	230
Remisens Hotel Kristal (4*)	M. Tita 135 51410 Opatija	130	227
Amadria Park Grand Hotel 4 Opatijska Cvijeta (4*)	Viktora Cara Emina 6 51410 Opatija	202	503
Amadria Park Hotel Royal	Viktora Cara Emina 10 51410 Opatija	54	108
Amadria Park Hotel Milenij	Maršala Tita 109 51410 Opatija	96	189
Grand Hotel Adriatic (3*)	Ulica maršala Tita 200 51410 Opatija	315	548
Hotel Savoy (4*)	Ulica Maršala Tita 129 51410 Opatija	32	58
Hotel Bristol (4*)	Maršala Tita 108 51410 Opatija	78	154
Hotel Mozart (5*)	M.Tita 138 51410 Opatija	39	58

Izvor: izrada autora prema Ministarstvu turizma,

<https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/propisi/propisi-iz-turizma/107> (15. 11. 2019.)

4.2. Analiza odabranih posebno standardiziranih hotela u gradu Opatiji

U nastavku se analiziraju primjeri posebno standardiziranih hotela grada Opatije. Odabrani hoteli su **Milenij Grand Hotela** te **Hotela Ambassador**.

Ambasador – Lubirnia Rivier hotel, jest hotelski kompleks koji nudi usluge Wellnesa, posjeduje privatnu plažu te kongresne dvorane. Kategoriziran je kao hotel s pet zvjezdica. Pritom Hotel Ambassador kao standard u svojoj ponudi izdvaja 1. Wellness, 2. Kongres, 3. Bussiness i 4. Meetings kao posebni standard.

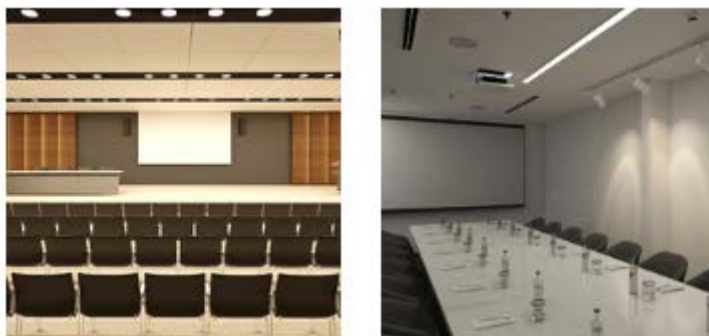
Slika 2: Ambassador hotel Opatija



Izvor: Mondotravel, <http://www.mondotravel.hr/hrvatska/hotel-ambasador.html> (20.03.2019)

U dvorani Ambassador mogu se organizirati banketi s do 525 uzvanika, te skupovi i konferencije s gotovo 1000 sudionika. Dvorana je fleksibilna i može se podijeliti na šest manjih prostorija za skupove koji zahtijevaju intimniju atmosferu. Svaka prostorija ima priključak na internet i svu potrebnu tehničku opremu.

Slika 3: Kongresna dvorana i dvorana za sastanke hotela Ambassador



Izvor: Liburnia, <https://www.liburnia.hr/hr/hotel-ambasador#kongresi> (03.05.2019)

Hotel Ambasador ima sljedeće sobe za sastanke:

- Magnolija: 120 mjesta
- Mimoza I: 24 mjesta
- Mimoza II: 24 mjesta
- Kamelija I: 55 + 55 mjesta
- Kamelija II: 40 mjesta
- Lovor I: 40 mjesta
- Orhideja–izložbeni prostor.⁴³

Kongresni prostor hotela Ambasador podrazumijeva 525 mjesta, a za primanja do 1000 osoba.⁴⁴Sadržaji i usluge hotela Ambasador čine: Premium Spa - 1300 m², na dvije etaže, sef na recepciji, pranje i glačanje odjeće, kemijsko čišćenje odjeće, roomservice, Fax, fotokopiranje, telefon, Internet corner, inozemni dnevni tisak, hotelski parking (40 mjesta), hotelska garaža (40 mjesta).

WELLNESS &SPA hotela Ambasador podrazumijeva: whirlpool u zatvorenom prostoru, fitness, sparelux zona, beauty sobe - razni kozmetički tretmani, masažne sobe. S druge strane, Milenij Grand Hotel koji nudi sličan sadržaj, pripada kategoriji hotela sa 4 do 5 zvjezdica.

Slika 4: Amadria Park Hotel Milenij



⁴³ Hotel Ambasador – kapaciteti soba za sastanke, <https://www.liburnia.hr/hr/kongresi/ambasador#kapaciteti> (15.05.2019)

⁴⁴Mondotravel, <https://www.liburnia.hr/hr/hotel-ambasador#kongresi> (03.05.2019)

Izvor: Amadria Park Hotel Milenij,

<https://www.booking.com/hotel/hr/hotelmilenijopatija.hr.html> (03.05.2019)

Posebni standardi koje ističe u svojoj ponudi dio su kategorije wellnessa i priobalnog smještaja.⁴⁵

Jedan od izdvojenih elemenata koji upućuje na razliku u sadržajima, jest dodatan popratni sadržaj poput plaže i teretane, koji je u slučaju Hotel Ambadora uključen u cijenu smještaja te je dio kompleksa, dok kod primjera Milenij Grand Hotela istovjetan sadržaj ne postoji.

Hotel Ambador svoju marketinšku strategiju ostvaruje kroz prizmu modernog hotelskog smještaja, dok Milenij Grand Hotel kao glavni moto hotelskog kompleksa koristi povijesnu baštinu koja datira od 1904. godine. Drugim riječima, jedan od razloga zašto je raspodjela zvjezdica između ova dva hotela drugačija, leži u podatku da bi prema kategoriji Milenij Hotel pripadao hotelu s povijesnom baštinom koja se svrstava u hotele s posebnim standardima (najčešće neubrojiv faktor za dodjelu zvjezdica), a Ambador kao dio svog asortimana posjeduje više faktora posebnih standarda s toga (vjerojatno) konkurira u višem rangu elitnog hotelijerstva.⁴⁶

Otvorenje Ambadora u sklopu Liburnia Riviera hotela lanaca bilo je u lipnju 2019. godine. Zbog sadržaja, raspodjele prostorija, prethodno utvrđene kvalitete lanca, ali i zadovoljenih kategorija novih objekata Turistički ured dodijelio je hotelu 5 zvjezdica. U njihovom opisu već su predviđene karakteristike i način poslovanja koji se očekuje prema unaprijed utvrđenoj sistematizaciji poslovnog tijeka. Izvanredan dizajn, zanimljive aktivnosti i specijaliteti lokalne kuhinje pozivaju sve znatiželjne putnike da dožive Remisens Premium Hotel Ambador. Hotel nudi 243 prostrane, luksuzno namještene sobe i apartmane, suvremene dvorane za sastanke, vrhunske restorane, lounge bar i spa iskustvo.

Hotel Ambador i Villa Ambador će biti spojeni u jedan objekt, čime se izravno odgovora na zahtjeve tržišta. Spajanjem romantične i privatne atmosfere Ville Ambador sa zadivljujućim ambijentom Hotela Ambador, gostima će se ponuditi bolji doživljaj odmora uz

⁴⁵Amadia Park Milenij, <https://www.amadriapark.com/hr> (20.03.2019)

⁴⁶Liburnia, <https://www.liburnia.hr/hr/hotel-ambador> (20.03.2019)

najraznovrsnije usluge i sadržaje. Remisens Premium Hotel Ambassador ulaz je u svijet autentične avanture, gdje gosti mogu uživati u nezaboravnim trenucima odmora uz kombinaciju lokalnih tradicija i europskog luksuza. Remisens Premium Hotel Ambassador nudi tradicionalnu eleganciju. Remisens Premium Hotel Ambassador nalazi se na centralnoj lokaciji u blizini središta Opatije, ali ipak je zadržao svoju privatnost. Smješten je iznad vlastitog kupališta i šetališta Lungomare koje se proteže obalom u dužini od 12 kilometara. Za vrijeme vrućih ljetnih dana, osvježenje gosti mogu pronaći na plaži ili vanjskom bazenu. U potpunosti novo renoviran za 2019. godinu Remisens Premium Hotel Ambassador posebno se izdvaja svojom suvremenom arhitekturom. Njegov moderni interijer spoj je intimne atmosfere i dizajna.⁴⁷

Na samom početku jasna sličnost između spomenutih hotela s posebnim standardom upravo je njihov vizualni identitet te turistički smjer koji su oba hotela odabrala te se usmjerila prema njima. S obzirom da oba hotela pripadaju kategorijama posebnih standarda, jasno je da i jedan i drugi imaju „tematsku cjelinu“ kojom se vode, a to su Business standard, Meetings, Health & Fitness i Holiday Resort. Razlike među njima nastaju tek kod detaljizacije pojedinih elemenata standarda. S obzirom da oba hotela sadrže standard wellness, vrijedi istaknuti kako slijedi u nastavku.

Prostori suhog i mokrog dijela Wellnessa (zatvorenih i/ili otvorenih prostora) sadrže slijedeće obvezne elemente:

- Površina minimalno 20% ukupne površine wellnesa,
- Visina prostora minimalno 280 cm,

Obvezni sadržaji za saune su:

- Wellnesi zatvorenih prostora površine od 700 m² minimalno dva tipa sauna,
- Wellnesi zatvorenih prostora površine od 700 – 1500 m² minimalno tri tipa saune,

Slijedeće vrste saune su:

a) Suhe: npr. finska sauna, infrasauna, rimska sauna (caldarium, laconium),

b) Parne: Biosauna, parna kupelj (turska kupelj) i hammam, bioparna kupelj, aroma grotta, mediteranska grotta ili dr.,

- Nazivi, uputstva i upozorenja o sauni i načinu korištenja neposredno uz ulaz u saunu,
- Prostor s vješalicama za odlaganje ogrtača i ručnika neposredno uz saune,
- Posuda za odlaganje nečistih ručnika, koja se može dezinficirati,
- Prostor predviđen za odlaganje čistih ručnika za self – service, ako se ručnici ne izdaju

⁴⁷Liburnia, <https://www.liburnia.hr/hr/hotel-ambasador> (20.03.2019)

pojedinačno na recepciji wellnesa ili u sobama, može i uz recepciju,

- Klasični tuš s pokretnom glavom tuša i ručnom slušalicom, s tekućom toplom i hladnom vodom, minimalno jedan tuš po sauni kapaciteta do sedam osoba, minimalno dva tuša po sauni kapaciteta većeg od sedam osoba ili tuševi doživljaja,
- Individualni ili zajednički prostori s tuševima doživljaja, kabine s tuševima, tuš – školjke, tuševi doživljaja itd. Za osvježanje i opuštanje prije i nakon boravka usaunama proporcionalno kapacitetu sauna, na pet osoba minimalno jedan tuš (kao npr. masažni tuš, termostatski tuš, hladan tuš-slap, preljevna posuda ili sl.), tuševi efekta i doživljaja: maglica, kiša, aerosol, aroma-krono – zvučnim efektima itd.),
- Svaki tuš mora imati kukicu za ogrtač ili ručnik, dozator s tekućim sapunom,
- Minimalno jedna zatvorena i netransparentna kabina s tušem, u sklopu mokrog dijela wellnesa, minimalno jedan profesionalni – tehnološki – filtracijski whirlpoolkapaciteta za wellnesse do 700 m², četiri osobe, iznad 700 m² više od pet osoba,
- Za wellness iznad 700 m² minimalno jedan dodatni whirlpool (kao prethodno) ili mali bazen s hladnom vodom i filtracijom ili posuda za uranjanje s hladnom vodom i automatskim pražnjenjem ili vodeni tok sa masažom nogu ili knaipp bazeni za noge(toplo – hladno) ili drugo,
- Obvezni prostor za opuštanje – relax minimalnog kapaciteta istovjetnog ukupnom broju zbroja mjesta u svim saunama, a mogu se kombinirati od jednog ili više različitih tipova relaxa npr. ležaljke za opuštanje, vodeni ležajevi, grijani ležajevi, grijane klupe, meditacijski relax, «fetus» relax, relax kapsula, krono-terapijski relax, aroma – ambijentalni relax (mediteranski, tropski, oceanski, planinski, otvoreni, itd.).

Dodatna obvezna oprema suho – mokrog dijela wellnesa je:

- Aparat s pitkom toplom i hladnom vodom ili self – service, stolić s čajevima, napicima ili vodom, dezinfekcijski (automatski ili potisni) aparat za noge ili dezinfekcijski tepih, neposredno uz ulaz u prostor suho – mokrog dijela wellnesa,
- Za wellness iznad 1 500 m², u zatvorenom prostoru, minimalni sanitarni čvor u sklopu wellnesa ako su dislocirane od garderoba ili se mora prolaziti kroz prostore recepcije
- Za wellness iznad 1 500 m², u zatvorenom prostoru, zasebne garderobe za suho –mokri dio wellnesa neovisno od prostora bazena,
- Mogućnost zasjenjenja prostora relaxa od vanjskog svjetla. ⁴⁸

⁴⁸ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016, 2016

Uspjeh hotelske ponude na turističkom tržištu ovisi o dobro postavljenoj organizaciji. Organizacija određuje kako dobro uskladiti profitabilnost ponude i kako je brzo uskladiti s promjenama na turističkom tržištu. To će se postići:⁴⁹

- Odgovarajući na potražnju
- Dogovarajući uspješne aktivnosti
- Uspostavom komunikacijskih kanala.

Grand Hotel Adriatic je prvi hotel na Jadranu koji se specijalizirao za organizaciju kongresa. Kongresna dvorana je amfiteatar kapaciteta od 550 mjesta. Najveća dvorana je Kristalna dvorana hotela Kvarner sa kapacitetom od 900 mjesta. Također od velike važnosti je i Zlatna dvorana hotela Imperijal. Uz 7 manjih dvorana, Hotel Ambassador ima najširu ponudu. Tu se nalazi dvorana djeljiva na dva dijela, kapaciteta do 515 mjesta. U sklopu hotela Milenij Grand Hotel 4 opatijska cvijeta nalazi se veliki kongresni centar Tamaris sa 7 multifunkcionalnih dvorana i najmodernijom kongresnom opremom.. Glavna dvorana Orhideja ima kapacitet od 400 mjesta.

⁴⁹ Anderson, E.R., Hair, F. J., Bush, J. A., Profesional Sales Management, McGraw-Hill,Inc. New York,1992., str. 156.

5. ZAKLJUČAK

Hotelijerstvo je značajni receptivni segment turističke ponude grada Opatije s ciljem zadovoljenja želja i potreba potencijalnih turista kao i gospodarskog razvoja Opatije općenito. Uvođenjem standardizacije dolazi do povećanja kvalitete usluga, garancije kvalitete za gosta te se optimalizira organizacija poslovnih procesa. Standardi čine osnovni pokazatelj uspješnosti.

Standardi imaju široku primjenu, a područje njihove primjene određuju vrste standarda koje se primjenjuju u hotelijerstvu. Tako za pojedine ugostiteljske objekte postoje posebni standardi, uvjeti i elementi koji izdvajaju hotelijerski objekt od ostalih.

Posebni hotelskih standarda u RH je trenutno sveukupno 17. Pravilnik dodaje, da se takve vrste hotelijerskih objekata automatski ubrajaju pod hotele sa četiri zvjezdice. Kako bi se uopće moglo definirati kojim standardima pojedini hotelski objekti odgovaraju potrebno ih je svrstati u kategorije izrečene od strane Ministarstva tuzima. Uvjeti za posebnu standardizaciju hotela u RH definirani su u Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli.

Hoteli grada Opatije obuhvaćaju sljedeće posebne standarde:

Poslovni (engl. *Business*), Za sastanke (engl. *Meetings*), Kongresni (engl. *Congress*), Klub (engl. *Club*), Odmorišni (engl. *Holiday Resort*), Priobalni odmorišni (engl. *Coastline Holiday Resort*), Zdravlje i Fitness, Wellness (engl. *Wellness*).

Od 1900.ih godina prošlog stoljeća u samom začetku opatijskog turizma Opatiju su pohodili brojni članovi europskog visokog društva. Oni su obilježili povijesni razvoj turizma tog područja, ali i usmjerili budući razvoj. Među njima bili su ban Josip Jelačić, nadvojvoda Ferdinand, carica Marija Ana, austrijski prijestolonasljednici Štefanija i Rudolf, austrijski car Franjo Josip, njemački car Wilhelm, švedsko-norveški kralj Oskar II, rumunjski kraljevski par Karol i Elizabeta, skladatelji Gustav Mahler i Giovanni Puccini, književnik James Joyce, nobelovac Henryk Sienkiewicz, ruski pisac Anton Pavlovič Čehov, i mnogi drugi. U daljnjem razvoju turizma u Opatiji postaje jasnija tržišna segmentacija i pozicioniranje kao i traženi oblik odmora, shodno povijesti grada i turizma te gostima koji dolaze u Opatiju. Pretpostavka je da će u Opatiji u budućnosti biti još dodatnih ulaganja u razvoj Wellness i Business hotelskih standarda. U radu je prikazana detaljnija analiza *Congress*, *Meetings* i *Business* hotelskih

standarda koje ispunjavaju sljedeći hoteli: Remisens Premium Hotel Ambasador (5*), Opatija, Remisens Hotel Admiral (4*), Opatija, Remisens Premium Hotel Kvarner (4*), Opatija, Remisens Premium Grand Hotel Palace (4*), Opatija, Remisens Premium Heritage Hotel Imperial (4*), Opatija, Conference Park 25/7, Royal Hall – Amadria Park hotel Royal, Milenij Halls – Amadria Park Hotel Milenij sa tendencijom daljnjeg razvoja i ulaganja u poslovni i kongresni turizam.

Posebna hotelska standardizacija grada Opatija sukladna je perspektivni razvoja posebnih oblika turizma kao što su odmorišni, zdravstveni, poslovni i kongresni turizam. Posebnom standardizacijom hotela Opatija kao prepoznatljiva turistička destinacija nastoji se jasno pozicionirati ciljnim tržišnim segmentima. Posebnom standardizacijom hotela postiže se kvaliteta usluga i specijalizacija poslovanja.

POPIS LITERATURE

1. Anderson, E.R., Hair, F. J., Bush, J. A., Profesional Sales Management, McGraw-Hill, Inc. New York,1992 .
2. AveliniHoljevac, I.,Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički ihotelski menadžment, Opatija, 2002.
3. Bahtijarević Šiber, F., Sikavica, P., Leksikon menadžmenta, Masmedia, Zagreb, 2001.
4. Barjaktarovid, D.,Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu, radni material za udžbenik, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.
5. Cerović, Z.:Hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Fakultet turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2003.
6. Gojak, Lj., Posebni hotelski standardi Wellness s osvrtom na hotel Aurora Mali Lošinj, završni rad, Veleučilište u Karlovcu, 2015.
7. Horvat, S., Istraživanje razvoja privatnih maraka u Republici Hrvatskoj, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Market-Tržište, Vol. 21, No. 1, 2009.,str. 81-94.
8. Jaković, B.,Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske, Praktični menadžment, Vol. IV, br. 1., 2013., str. 90-96.
9. Lipovača, R.: Menadžment kvalitete u hotelu i kategorizacija hotelskih objekata, Magistarski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2010.
10. Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, Narodne novine br. 56/2016,2016. god.
11. Pančić-Kombol, T., Imidž i marka hotela, Tourism and Hospitality Management, Vol. 1-2, str. 381-391
12. Reljanović, H.: „Potreban kongresni centar za više od 1000 sudionika“, Business.hr- poseban prilog b2b, Kongresni turizam, Zagreb, 2010.
13. Spudić, J., Posebno standardizirani hoteli za osobe s invaliditetom u Hrvatskoj, završni rad, Veleučilište u Karlovcu, 2015.
14. Sučić, Z, Utjecaj primjene eko standard na poslovanje hotela, diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, 2017.
15. Vrtiprah, V., Sladoljev, J.,Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na kvalitetu proizvoda i usluga u hotelskom poduzeću, Ekonomska misao i praksa, No. 1, 2012., str. 97-122.

POPIS SLIKA

Slika 1. Kapaciteti Conference Park 25/7.....	17
Slika 2: Ambasador hotel Opatija.....	24
Slika 3: Kongresna dvorana i dvorana za sastanke hotela Ambasador.....	24
Slika 4: Amadria Park Hotel Milenij.....	25

POPIS TABLICA

Tablica 1. Popis Remisens hotela sa standardom Business, Meetings, Congress.....17

Tablica 2. Kvantitativni prikaz posebno standardiziranih hotela grada Opatije.....18