

KONKURENTNOST PONUDE MALIH OBITELJSKIH HOTELA S POSEBNIM OSVRTOM NA KARLOVAČKU ŽUPANIJU

Belavić, Brankica

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:128:217386>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



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

STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

BRANKICA BELAVIĆ

**KONKURENTNOST PONUDE MALIH OBITELJSKIH
HOTELA S POSEBNIM OSVRTOM NA KARLOVAČKU
ŽUPANIJU**

ZAVRŠNI RAD

KARLOVAC, 2022.

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Brankica Belavić

**KONKURENTNOST PONUDE MALIH OBITELJSKIH HOTELA S POSEBNIM
OSVRTOM NA KARLOVAČKU ŽUPANIJU**

**COMPETITIVENESS OF SMALL AND FRIENDLY HOTELS WITH THE
REFERENCE TO KARLOVAC COUNTY**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća
Mentorica: dr.sc. Silvija Vitner Marković
Matični broj studentice: 0621613061

Karlovac, 2022.

ZAHVALA

Zahvaljujem mentorici dr.sc. Silviji Vitner Marković što mi je kroz predavanja prenijela svoje znanje, te svojim savjetima i uputama olakšala pisanje ovog završnog rada.

Hvala svim profesorima i asistentima Stručnog studija Ugostiteljstva Veleučilišta u Karlovcu koji su mi predavali .

Zahvaljujem se svim svojim prijateljima i kolegama sa kojima sam provodila dane na Veleučilištu.

Veliko hvala mom suprugu i sinovima koji su sve ove godine imali strpljenja i vjere u mene.

SAŽETAK

Završni rad analizira konkurentnosti malih obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj s posebnim osvrtom na Karlovačku županiju. Mali obiteljski hoteli predstavljaju autentične smještajne kapacitete u Republici Hrvatskoj. U radu je, također prikazana sumarna analiza atrakcijske i resursne osnove turizma Karlovačke županije. Na području Karlovačke županije godine 2021. posluje 12 malih obiteljskih hotela. U završnom radu je istaknuta uloga i značaj malih obiteljskih hotela u smještajnoj ponudi Republike Hrvatske, a time i Karlovačke županije.

Ključne riječi: konkurentnost, mali obiteljski hoteli, analiza stanja, Karlovačka županija, perspektive razvoja

SUMMARY

The final paper analyzes the competitiveness of small family hotels in the Republic of Croatia with special attention to Karlovac County. Small family hotels represent authentic accommodation facilities in the Republic of Croatia. The paper also presents a summational analysis of the attraction and resource base of tourism in Karlovac County. In 2021, 12 small family hotels operate in karlovac county. The final paper highlights the role and importance of small family hotels in the accommodation offer of the Republic of Croatia, and therefore karlovac county.

Keywords: competitiveness, small family hotels, situational analysis, Karlovac County, development perspectives

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1 Predmet i cilj rada	1
1.2 Izvori podataka, metode prikupljanja i obrade podataka	1
1.3 Sadržaj i struktura rada.....	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE HOTELIJERSTVA	2
2.1 Hotelijerstvo kao gospodarska grana	4
2.2 Standardi u hotelijerstvu.....	4
2.3 Povijesni razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj	7
2.4 Hotelska ponuda i potražnja	8
2.5 Analiza stanja hotelijerstva u Hrvatskoj.....	10
3. KONKURENTNOST.....	12
3.1 Konkurentnost turističke destinacije	13
3.2 Konkurentnost hotelske ponude	14
3.3. Ključni indikatori turizma Karlovačke županije	15
4. MALI OBITELJSKI HOTEL	168
4.1 Pojmovno određenje malih obiteljskih hotela	19
4.2 Ponuda malih obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj.....	20
4.3 Mali obiteljski hoteli Karlovačke županije	21
4.4 Turistički promet Karlovačke županije od 2017. do 2019. godine	28
5. ANALIZA OBILJEŽJA MALIH OBITELJSKIH HOTELA TURISTIČKE REGIJE LIKA-KARLOVAC	31
6. ZAKLJUČAK	37
POPIS LITERATURE.....	39
POPIS TABLICA	40

POPIS PRIKAZA..... 40

POPIS GRAFOVA 40

1.UVOD

1.1 Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je konkurentnost malih obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj s posebnim osvrtom na male obiteljske hotele u Karlovačkoj županiji. Cilj i svrha ovog rada je analizirati konkurentnost, te na konkretnom primjeru malih obiteljskih hotela prikazati obilježja poslovanja takvih objekata za smještaj u Karlovačkoj županiji.

1.2 Izvori podataka, metode prikupljanja i obrade podataka

Podaci su prikupljeni metodom desk istraživanja. Podaci su prikupljeni iz stručne literature iz područja hotelijerstva i s internet stranica. Korištena je metoda analiza, sinteze, kompilacije i deskripcije.

1.3 Sadržaj i struktura rada

Završni rad strukturiran je u šest poglavlja. U prvom poglavlju je uvod, predmet, cilj rada. U drugom poglavlju pojmovno je određeno hotelijerstvo. Treće poglavlje obuhvaća pojmovno određenje mjerenja konkurentnosti. U četvrtom poglavlju analizirani su hoteli sa težištem na malim obiteljskih hotelima Karlovačke županije. U petom poglavlju prikazana je analiza obilježja malih obiteljskih hotela za područje turističke regije Karlovac-Lika kako bi se proširio prostorni obuhvat istraživanja. Završni rad završava zaključnim razmatranjima.

2. POJMOVNO ODREĐENJE HOTELIJERSTVA

Hotelijerstvo i ugostiteljstvo čine dio turističkog gospodarstva, u kojem djeluje menadžment sa svim svojim posebnostima koji međusobno čine cjelinu.

«Turizam je skupina djelatnosti, koje zadovoljavaju potrebe turista za vrijeme njihovog putovanja i privremenog boravka u izabranom turističkom odredištu i objektu, a njegov razvoj ima pozitivnog odraza na cjelokupni gospodarski i društveni život turističke zemlje.»¹

Turizam kao gospodarska djelatnost ujedinjuje gospodarske djelatnosti ugostiteljstva i hotelijerstva.

«Ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost, koja organizira, nudi i udovoljava potrebe gostiju za uslugama noćenja, prehrane, točenja pića i napitaka.»²

Ugostiteljstvo se razvrstava u dvije skupine i to:

- ugostiteljstvo za pružanje usluga smještaj
- ugostiteljstvo za pružanje usluga prehrane i pića.

Ugostiteljstvo se kao gospodarska djelatnost obavlja u ugostiteljskom objektu koji su u Hrvatskoj razvrstani i određeni minimalnim uvjetima, a objekti za smještaj se kategoriziraju.

«Ugostiteljski objekt je ugostiteljska jedinica, koja u poslovnom, građevinskom i funkcionalnom pogledu čini cjelinu ili koja, u okviru šire građevinske cjeline, ima izdvojeni prostor i potrebitu funkcionalnost.»³

Svi ugostiteljski objekti u kojima se vrši djelatnost moraju udovoljavati « Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata» i Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti. Na temelju tog pravilnika i zakona ugostiteljski objekti za smještaj se dijele na hotele i kampove i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj.

Objekti iz skupine hoteli razvrstavaju se sukladno obveznim ugostiteljskim uslugama u vrste:⁴

1. Hotel baština (heritage),
2. Difuzni hotel,
3. Hotel,
4. Aparthotel,

¹Cerović, Z.: Hotelski menadžment, Fakultet za tur. i hot. menadžment Rijeka, 2010, str.63.

²Cerović, Z.: op.cit., str. 63.

³Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciju ugostiteljskih objekata, NN br.57/95., članak 2.,3.i 4.

⁴Cerović, Z.: op.cit., str. 64

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,
10. 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.

Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj se dijele na:⁵

1. Kamp
2. Apartman
3. Kuća za odmor
4. Soba za iznajmljivanje
5. Prenočište
6. Odmaralište
7. Omladinski hotel.

Ugostiteljski objekti moraju biti uređeni i kadrovski koncipirani tako da omogućuju racionalno korištenje prostora, nesmetano kretanju gostiju i osoblja, nesmetan prijenos stvari, odgovarajuće čuvanje hrane.

Ugostiteljski objekt za smještaj se kategorizira prema minimalnim uvjetima koje mora ispunjavati a koje propisuje Ministarstvo turizma.

⁵ Cerović, Z.: op.cit., str. 66.

2.1 Hotelijerstvo kao gospodarska grana

Hotelijerstvo ima puno različitih ali ipak sličnih definicija te ne predstavlja samo smještajne objekte koje turisti koriste za smještaj, već je hotelijerstvo široka gospodarska grana.

Prema F. Radišiću hotelijerstvo kao gospodarska grana je « gospodarska aktivnost pružanja usluga smještaja glede zadovoljenja potreba smještaja i drugih usluga koje se pružaju na hotelijerski način. Hotelijerstvo u svojim ugostiteljskim objektima za smještaj kao i drugim ugostiteljskim objektima, omogućuje posjetiteljima (gostima-turistima) privremeni boravak, odmor i razonodu obavljanjem umnih i fizičkih sposobnosti narušenih svakodnevnim radom i životnim tegobama.»⁶

Hotelijerstvo nudi usluge na turističkom tržištu prodajom usluga smještaja i ostalih usluga na poseban način kako bi se ostvarila turistička potrošnja. U hotelskim objektima osim usluga smještaja nude se razni programi kako bi boravak turista bio ugodniji, sadržajniji i što duži. Cilj dodatnih sadržaja je povećanje turističke potrošnje i ostvarenje veće dobiti.

Hotelijerstvo kao gospodarska djelatnost svojim aktivnostima potiče i stvara razvoj odmarališnog, kongresnog, zdravstvenog, vjerskog te drugih oblika turizma.

2.2 Standardi u hotelijerstvu

Standardizacija je započela početkom industrijske revolucije i primjenjuje se u svim granama gospodarstva. Standardizacija je postupak donošenja i primjenjivanja standarda, tehničkih normativa i normi kvalitete.⁷

Nakon uvođenja standardizacije u ugostiteljstvo povećala se kvaliteta usluge, povećala se razina sigurnosti gosta u smislu garancije kvalitete, poboljšala se organizacija poslovnih procesa, bolji kontroling i povećanje profita.

⁶ Cerović, Z.: op.cit., str.135.

⁷ Cerović, Z.: op.cit., str.135.

Područja primjene standarda u hotelijerstvu su: ⁸

1. Standardi u izgradnji hotelskih objekata
2. Standardi opreme i uređaja soba i ostalih prostora
3. Standardi procesa rada (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 zdravlja
12. Ostali standardi.

Uvođenje standarda u ugostiteljstvo omogućava pojednostavljenje rada, pružanje bolje i kvalitetnije usluge, prepoznatljivost ugostiteljskog objekta i sigurnost da će gost dobiti kvalitetu usluge koja je predviđena određenim standardom.

Standardi koji se primjenjuju u ugostiteljstvu svaka država određuje svojim zakonima i pravilnicima. Kako bi se ugostiteljski objekti lakše standardizirali, postoje dva nivoa standardizacije:

- razvrstavanje ugostiteljskih objekata
- kategorizacija ugostiteljskih objekata

Razvrstavanje ugostiteljskih objekata je opći proces specijalizacije podjele ugostiteljskih objekata na djelatnosti.

Svi ugostiteljski objekti dijele se na ugostiteljske objekte za smještaj i ugostiteljske objekte za usluge prehrane i pića. U Hrvatskoj se svi ugostiteljski objekti po načelu grupiranja po sličnim ili istim ugostiteljskim uslugama koje se pružaju u objektu razvrstavaju u pet skupina:⁹

- hoteli
- kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj
- restorani
- barovi
- kantine i pripremnice obroka (catering)

⁸ Cerović, Z.: op.cit., str.140.

⁹ Ibid, str.142

Hoteli koji posluju na tržištu mogu biti raznih veličina i oblika. Hotele možemo klasificirati prema sljedećim kriterijima: karakteru vlasništva, vremenu poslovanja, lokaciji, organizacijskoj strukturi.

Klasifikacija hotela s obzirom na odnos vlasništva i menadžmenta:¹⁰

- Obiteljski hoteli – vlasnici, odnosno njihove obitelji vode cjelokupno poslovanje. Ograničavajući razvojni čimbenik u ovoj vrsti hotela je veličina obitelji pa su uglavnom to manji hoteli.
- Hoteli kojim upravljaju vlasnici – vlasnici zapošljavaju zaposlenike za određene poslove i ti zaposlenici ne obavljaju upravljačke poslove
- Neovisni hoteli – vlasnici nemaju nikakvu upravljačku ulogu. Hotelskim poslovanjem upravlja menadžer koji glede poslovnih rezultata odgovara vlasniku.
- Hoteli koji posluju prema ugovoru o franšizi – vlasnici sklapaju ugovor o franšizi prema kojem plaća proviziju. Hoteli koji posluju na osnovu ovog ugovora moraju zadovoljiti i standarde kvalitete koje propisuje lanac hotela.
- Hoteli koji posluju prema ugovoru u menadžmentu – to je najčešći oblik poslovanja u hotelijerstvu. Razlika od ugovora o franšizi je u tome što kod ovakvih hotela lanac hotela upravlja preko svojih menadžera.

¹⁰Cerović, Z.: op.cit., str.160.

2.3 Povijesni razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj

Povijest i razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj dijeli se na nekoliko faza. Prva faza traje od 1844. do 1884. godine u doba masovnih putovanja na hrvatskom prostoru. U toj fazi u Hrvatskoj grade se prvi hoteli u gradovima i privlačnim destinacijama, te oni čine prve objekte za smještaj turista. U Opatiji se gradi Vila Angiolina. Prvi registrirani hotel na hrvatskom području je hotelsvratistište A.Tocija na Hvaru iz 1868. godine. 1882. godine Društvo južnih željeznica iz Beča kupuje Vilu Angiolina u Opatiji, te je pretvaraju u hotel.¹¹

Drugu fazu obilježava izgradnja hotela Kvarner, kao prvi moderni hotel na našim prostorima. Iz tog perioda poznati su još i sljedeći hoteli: Hotel Europa Rijeka, Hotel Royal Rijeka, Hotel Therapia Crikvenica, Hotel Imperial Dubrovnik, Hotel Emigranti Rijeka te neki hoteli u Osijeku i Varaždinu.¹²

Treća faza je hotelijerstvo između dva svjetska rata od 1918. do 1939. godine. U to vrijeme u hrvatske turističke destinacije dolaze turisti uglavnom iz Češke i Slovačke.

U ovoj fazi nije bilo izgradnje značajnih hotela, već je izgrađeno više vila na otocima Krku, Rabu, Braču i Hvaru. U ovom periodu izgrađen je hotel „Esplanade“ u Zagrebu koji je otvoren 1925. godine.¹³

Četvrta faza je hotelijerstvo poslije II svjetskog rata od 1945. do 1966. godine i to je faza poslijeratne obnove. U tom periodu destinacije na Jadranu posjećuju domaći turisti, a od stranih prvi put masovnije dolaze turisti iz Zapadne Njemačke, Italije i Austrije.

Za ovaj period je karakteristično da se masovno zapošljava radna snaga u ugostiteljstvu i otvara se velik broj škola za osposobljavanje raznih struka u ugostiteljstvu.

Od 1966. godine započinje peta faza koju obilježava snažna kvantitativna gradnja hotela duž cijele hrvatske obale.

U toj fazi izgrađeni su mnogi hoteli u Hrvatskoj a možemo izdvojiti Hotel Ambassador u Opatiji, Hotel Croatia u Cavtatu, Hotelsko naselje Solaris u Šibeniku, Hotel Dubrovnik Palas u Dubrovniku, Hotel Intercontinental u Zagrebu.¹⁴

¹¹ Cerović Z., Pavia N., Galičić V.: Organizacija i kategorizacija ugos.objekata, Fakultet za tur.i hot.men. 2005., str. 22.

¹² Ibid, str. 22

¹³ Ibid, str. 23

¹⁴ Ibid, str. 23

Posljednja faza započinje 1991. godine u vrijeme osamostaljenja države Hrvatske. U tom periodu nema izgradnje novih objekata, već se provodi sanacija i adaptacija postojećih hotela te privatizacija hotela koji su bili u državnom vlasništvu.

2.4 Hotelska ponuda i potražnja

Suvremeni čovjek ima potrebu za odmorom, zabavom i rekreacijom. Dolaskom u turističku destinaciju kako bi zadovoljio potrebe za smještajem, hranom i pićem nastaje potražnja za hotelskim uslugama.

S obzirom na ljudske potrebe i kupovne mogućnosti turistička potražnja dijeli se na:¹⁵

1. Idealnu skupinu
2. Potencijalnu skupinu
3. Realnu skupinu.

Idealnu skupinu čine korisnici hotelske ponude kod kojih postoji formalna svijest i objektivna potreba za odmorom, zabavom i rekreacijom. Iako postoji potreba, mnogi nisu u mogućnosti zadovoljiti tu svoju potrebu jer ne raspolažu potrebnim sredstvima.

Potencijalnu skupinu čine korisnici hotelske ponude s potrebama i materijalnim mogućnostima za zadovoljenje svojih zahtjeva i želja.

Realnu skupinu predstavljaju korisnici hotelske ponude koji imaju i turističke potrebe i sredstva za njihovo zadovoljenje, na temelju čega donose i konačnu odluku o odlasku na odmor, u određeni hotelski objekt.

Hotelska ponuda je skup proizvoda i usluga koji stoje na raspolaganju hotelskom gostu po određenoj cijeni na određenom mjestu i u određeno vrijeme.

Specifične karakteristike hotelskih usluga su:¹⁶

- Nedodirljivost usluge
- Istovremenost „proizvodnje“ i konzumiranja usluga
- Participacija gosta u proizvodno-uslužnom procesu
- Raznovrsnost usluga
- Prolaznost – potrošnost hotelskih usluga
- Odnosi povjerenja

¹⁵ Cerović Z., Pavia N., Galičić V.: op.cit., str. 23.

¹⁶ Cerović Z.: op.cit., str.89.

Navedene karakteristike imaju uzročno-posljedične veze na cjelokupno poslovanje u hotelskom objektu.

Hotelska ponuda najbolje se ogleda u smještajnim kapacitetima u kojima se pružaju usluge smještaja turistima. 1995. godine u Hrvatskoj je donesen „Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata“ prema kojem se kategorija ugostiteljskih objekata počela označavati zvjezdicama. U nastavku je prikazana tablica br.1 koja prikazuje broj kategoriziranih hotela u Republici Hrvatskoj 2019. godine.

Tablica 1. Broj kategoriziranih hotela u Hrvatskoj 2019. godina

Kategorija hotela	Broj hotela	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
**	50	3.963	7.974
***	313	20.266	39.965
****	329	29.719	57.636
*****	44	6.161	12.075

Izvor: HrTurizam

<https://hrturizam.hr/u-2019-godini-kategorizirano-56-novih-hotela-kampova-i-marina/>, 15.02.2020.

Prema podacima kategorizacije hotela u Republici Hrvatskoj u 2020. bilo je 784 hotela.

Također prema kategorizaciji u Republici Hrvatskoj je 22 Hotela baština, 2 Difuzna hotela, 20 Integralnih hotela te 4 hotela posebnog standarda. U Hrvatskoj je u 2020. godini registrirano 129 malih obiteljskih hotela. Tablica br.2 prikazuje broj malih obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj 2020. godine.

Tablica 2. Broj malih obiteljskih hotela u Hrvatskoj 2020. godine

Naziv turističkog područja	Broj hotela
JADRANSKO	108
GORSKO-PLANINSKO	4
PANONSKO-PERIPANONSKO	17

Izvor: Obiteljski mali hoteli

https://www.omh.hr/UserDocsImages/pdf/OMH_Katalog.pdf, 12.09.2021.

www.omh.hr

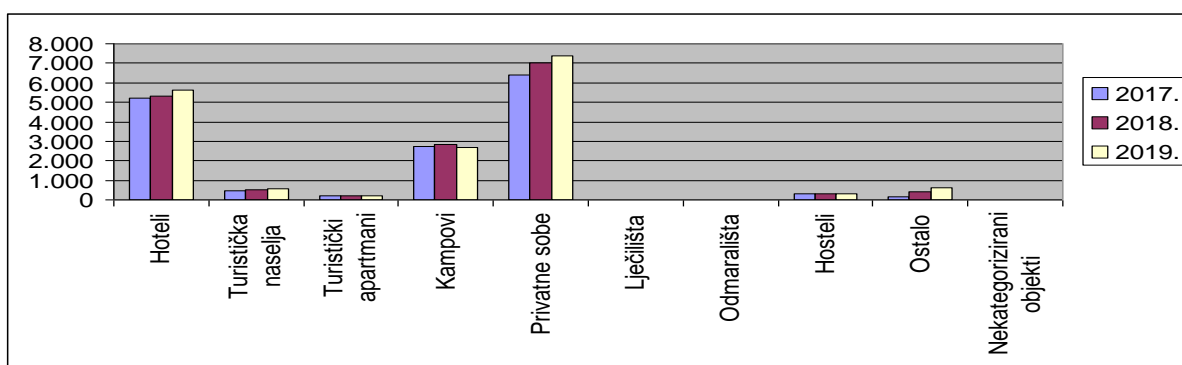
2.5 Analiza stanja hotelijerstva u Hrvatskoj

Prosječan tržišni profil hotelijerstva u Hrvatskoj ističe sljedeće:¹⁷

- radi se o relativno starim hotelskim objektima (prosječno 40-ak godina), koji su posljednji put obnovljeni prije 10-ak godina,
- uglavnom se radi o velikim hotelskim objektima koji su nastali u vrijeme masovnog turizma, a u prosjeku su srednje kvalitete i imaju prosječno 3 hotelske zvjezdice,
- hotelska ponuda je uglavnom utemeljena na proizvodu sunce i more, te je relativno siromašna dodatnim sadržajima (svaki drugi hotel raspolaže bazenom i konferencijskim sadržajima, svaki treći hotel s fitnessom i dječjim klubom, a svaki peti hotel raspolaže s nekom vrstom wellness ponude),
- hoteli uglavnom posluju u proširenoj sezoni (8-9 mjeseci godišnje).

Hrvatski turizam zaostaje za vodećim receptivnim turističkim zemljama, te ne iskorištava dovoljno svoju prirodnu resursnu osnovu i ostale komparativne prednosti. U nastavku slijedi tablica br.3 koja prikazuje noćenje turista u Republici Hrvatskoj po vrstama smještaja u periodu od 2017. do 2019. godine.

Tablica 3: Noćenja turista u Republici Hrvatskoj po vrstama smještaja (u 000) od 2017. do 2019. godine



Izvor: Vlastita izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku (02.09.2020.)

Prema tablici 3. dolasci stranih i domaćih gostiju vidljivo je da je najveći broj noćenja ostvaren u privatnim sobama i da je u stalnom porastu od 2017. do 2019. godine.

¹⁷ Cerović Z., Pavia N., Galičić V.: op.cit., str. 34.

U hotelima je u 2017. godini ostvareno 15.593.000 noćenja, u 2018. godini 16.645.000 noćenja i u 2019. godini 17.353.000 noćenja. U strukturi smještaja dominira smještaj u privatnim objektima (43 %), slijedi smještaj u hotelima (28 %).

Prema podacima e visitora za 2019. godinu nešto manje od polovice prometa u hotelskom smještaju ostvaren je u objektima s 4 zvjezdice (47 %), a potom slijede objekti s 3 zvjezdice (31%).

Mali obiteljski hoteli u Hrvatskoj su temelj održivog razvoja hrvatskog turizma. Njihova ponuda je autohtona i autentična, zapošljavaju uglavnom lokalno stanovništvo i većina radi čitavu godinu. U razvoju turizma u Hrvatskoj mali hoteli su pokretači i nositelji promjena.

3. KONKURENTNOST

Konkurentnost ima vrlo važno značenje u ekonomskim razmišljanjima razvijenih zemalja i zemalja u razvoju. Prema definiciji OECD-a konkurentnost je sposobnost zemlje da u slobodnim i ravnopravnim tržišnim uvjetima proizvede robe i usluge koje prolaze test međunarodnog tržišta, uz istovremeno zadržavanje i dugoročno povećanje realnog dohotka stanovništva.¹⁸

Konkurentnost turističke destinacije se definira kao sposobnost neke turističke destinacije da poveća potrošnju u turizmu i privuče što veći broj turista. Prema istraživanjima Svjetske turističke organizacije Europa je najprivlačnija turistička destinacija, pogotovo Mediteranska Europa u koju spada i Hrvatska. Istraživanja Instituta za turizam pokazalo je da Italija i Španjolska ostvaruju 77 % ukupno registriranih noćenja, zatim slijedi Turska i Grčka, dok je Hrvatska na petom mjestu. Za razvoj turističke destinacije vrlo bitna je konkurentnost hotelijerstva. Hotelijerstvo stvara znatan iznos prihoda u turizmu i zapošljava veliki broj stanovništva. Najveći problem hotelijerstva je niska profitabilnost što poduzetnike demotivira i usmjerava ih u ulaganje u neke profitabilnije djelatnosti.¹⁹

Konkurentnost hotelijerstva je definirana makroekonomskim uvjetima ali i mikroekonomskim kao što su troškovi proizvodnje, poslovna politika i ljudski resursi.

U Hrvatskoj se povećanje konkurentnosti turizma nastoji ostvariti izmjenama Zakona o pružanju usluga u turizmu i zakonskih regulativa o ugostiteljskih djelatnosti.

Prema Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je ulazak Hrvatske u 20 turistički najkonkurentnijih zemalja svijeta.

¹⁸ Čižmar S: Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske, 2007. Horwath Consulting Zagreb, str.155.

¹⁹ Ibid, str.156

3.1 Konkurentnost turističke destinacije

U današnjem dinamičnom turističkom okruženju i zbog sve intenzivnije konkurencije, konkurentnost turističke ponude dolazi u središte interesa kako turističkih djelatnika, tako i istraživača u turizmu. U stručnoj literaturi istraživača u turizmu postoji značajan broj definicija konkurentnosti turističke destinacije. Većina njih poima konkurentnost u turizmu kao sposobnost destinacije da se marketinški ispravno pozicionira te da predstavi svoje komparativne i konkurentske prednosti prema potencijalnim turistima.

Kako bi turistička destinacija bila konkurentna na tržištu, mora biti inovativna te stalno tražiti nove izvore ponude kao što su novi turistički proizvodi i usluge.

Na konkurentnost turističke destinacije utječu različiti čimbenici i sljedeći faktori:²⁰

- postojanje poduzetničke inicijative
- postojanje financijskih i kadrovskih resursa
- podrška lokalne samouprave i regionalnih i nacionalnih organizacija
- postojanje vizije i ciljeva

Od svih navedenih faktora većina istraživača u turizmu je mišljenja da je ključni faktor atraktivnost turističke destinacije.

Postoje različite definicije turističkih destinacija i faktora atraktivnosti, kao i brojne klasifikacije. Jedna od najvažnijih klasifikacija je UNWTO-a koja sve faktore destinacijske atraktivnosti dijeli na:²¹

- prirodne turističke resurse
- kulturno-povijesnu baštinu u turizmu
- klimatske uvjete
- infrastrukturu
- turističke usluge i sadržaje – receptivni segment turističke ponude.

S obzirom da postoje mnogobrojna istraživanja atraktivnosti destinacije i faktora koji utječu na atraktivnost ta istraživanja nisu u potpunosti jednoznačno definirana.

²⁰ Čižmar S: Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske, 2007. Horwath Consulting Zagreb, str.156

²¹ Ibid, str. 157

Stoga je proučavanje atraktivnosti od ključne važnosti za očuvanje postojeće i razvoj bolje konkurentske pozicije.

Mnogobrojni autori razvili su i kreirali različite modele konkurentnosti koji imaju za cilj mjeriti stupanj konkurentnosti turističke destinacije te predočiti interakciju ključnih faktora. Ritchie i Crouch definiraju konkurentnost u turizmu kao „sposobnost povećanja turističkih primitaka, povećanog privlačenja posjetitelja i rasta profitabilnosti kao rezultat osiguravanja (ponude) doživljaja, vodeći istodobno računa o kvaliteti života lokalnog stanovništva i očuvanja resursne osnove destinacije za buduće naraštaje.”²²

Istraživanje konkurentnosti u turizmu bazira se na problematici postizanja dugoročno održive destinacijske konkurentnosti te na problemu mjerenja stupnja konkurentnosti.

S obzirom da se omogući međunarodna komparacija dostignute konkurentske sposobnosti pojedinih zemalja kao atraktivnih turističkih destinacija mnogobrojni autori razvili su nekoliko konceptualnih i empirijskih modela destinacijske konkurentnosti a to su:²³

1. Konceptualno-teoretski model konkurentnosti prema kojem je za konkurentnost turističke destinacije bitna destinacijska politika, planiranje, razvoj, destinacijski menadžment, kvalificirajući činitelji i podržavajući činitelji,

2. Empirijski model konkurentnosti koji uključuje cjenovnu konkurentnost, otvorenost, tehnologiju, infrastrukturu, turizam po mjeri čovjeka, društveni razvoj, okoliš i ljudski potencijal.

3.2 Konkurentnost hotelske ponude

Uz uobičajene pokazatelje uspješnosti poslovanja hotelijerstvo je razvilo i neke specifične pokazatelje praćenja poslovnih rezultata. Najviše se koristi prosječna cijena i ostvareni prihod po smještajnoj jedinici ali i nefinancijski pokazatelji kao što su broj noćenja i zauzetost hotela. Zauzetost smještajnih kapaciteta predstavlja fizički pokazatelj, a izračunava se dijeljenjem godišnjeg broja prodanih smještajnih jedinica s ukupnim brojem smještajnih jedinica pomnoženim sa 365. Jedan od najčešćih pokazatelja je ostvarena prosječna cijena ili ADR koja se izračunava kao omjer godišnjeg prihoda od smještaja i broja smještajnih jedinica u hotelu.

²² Čižmar S: Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske, 2007. Horwath Consulting Zagreb, str. 158

²³ Ibid, str. 159

Godišnji prihod po raspoloživoj sobi ili TRevPAR i RevPAR prihod po raspoloživoj sobi. TRevPAR se računa kao odnos ukupnih prihoda od prodaje soba i ukupnog broja raspoloživih soba u hotelu. RevPAR se računa kao umnožak prosječne ostvarene cijene smještajne jedinice (ADR) i godišnje zauzetosti soba. Osnovni cilj menadžmenta hotela je povećanje RevPAR-a što se može ostvariti povećanjem zauzetosti ili povećanjem prosječne cijene sobe. RevPAR ocrta konkurentnu sposobnost pojedinih zemalja na hotelskom tržištu kroz financijski iskaz korištenja raspoloživih kapaciteta .²⁴

3.3 Ključni indikatori turizma Karlovačke županije

Karlovačka županija smještena je u zelenom srcu Hrvatske i globalno je konkurentna regija svojom očuvanom prirodom, bogatstvom voda i povijesnim znamenitostima koja potiče goste na aktivno bavljenje sportom i rekreacijom ali i na odmor.

Prema strategiji razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine strateški cilj je rast smještajne ponude i podizanje kvalitete te su sukladno dostupnim podacima za kalkulaciju u nastavku prikazani osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2016.godini i to:

- Podaci o smještajnim kapacitetima prema podacima TZ Karlovačke županije
- Podaci o ukupnom turističkom prometu prema podacima TZ Karlovačke županije
- Podaci o ukupnoj turističkoj potrošnji prema podacima FINA-e (potkategorija smještaj unutar kategorije „Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na koju je dodana procjena prihoda privatnog smještaja (koja ne ulazi u statistiku FINA-e)²⁵

²⁴ Čižmar S: Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske, 2007. Horwath Consulting Zagreb, str. 160

²⁵ Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine, Horwath HTL, Zagreb, 2018., str.23

Tablica 4: Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2016. godini

	kreveti	noćenja	zauzetost	direktan prihod po noćenju u EUR	ukupan direktan prihod u EUR
Hoteli	665	100.824	41,50%	26,89	2.711.467
Privatni smještaj	2.690	150.297	15,30%	10,93	1.642.916
Kampovi	2.773	146.394	14,50%	9,29	1.360.133
Ostali smještaj	1.280	83.048	17,80%	10,92	906.934
UKUPNO	7.408	480.563	21,50%	13,78	6.621.450

Izvor: Karlovačka županija, <https://mail.kazup.hr/> (04.02.22.)

Prema strategiji razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine a s obzirom na geografski položaj i turističku ponudu Karlovačke županije cilj je do 2025. godine ostvariti sljedeće indikatore turizma koji su prikazani u tablici 5.

Tablica 5. Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2025. godini

	KREVETI	NOĆENJA	ZAUZETOST	Direktan prihod po noćenju u EUR	Ukupan prihod u EUR
Hoteli	1.565	295.942	51,80%	60,18	17.808.350
Postojeći	665	126.217	52,00%	50	6.310.850
Veliki individualni hoteli	600	120.450	55,00%	75	9.033.750
Mali novi hoteli	600	49.275	45,00%	50	2.463.750
PRIVATNI SMJEŠTAJ	4.490	431.613	26,30%	24,82	10.712.750
KAMPOVI	3.433	259.369	20,70%	18,46	4.788.435
OSTALI SMJEŠTAJ	1.352	98.696	20,00%	16,48	1.626.440
UKUPNO	10.840	1.085.620	27,40%	63	34.935.975

Izvor: Karlovačka županija, <https://mail.kazup.hr/> (04.02.22.)

Ostvarenjem svih zadanih preduvjeta moguće je uz sve prednosti koje pruža smještaj u malim obiteljskim hotelima u narednom periodu ostvariti smještajni kapacitet od 10.840 kreveta pri čemu hotelski smještaj raste 135%. Noćenja bi porasla 126% i postizu 1.085.620 noćenja.

4.MALI OBITELJSKI HOTEL

Hotel je ugostiteljski objekt u kome se pružaju usluge smještaja i ostale usluge na hotelijerski način.²⁶

Pod vršenjem usluge smještaja smatra se iznajmljivanje soba, usluga prehrane podrazumijeva pripremanje i prodaju toplih i hladnih jela, slastica a pod uslugom točenja pića podrazumijeva se pripremanje i prodaja alkoholnih i drugih pića.

Prema našem zakonodavstvu temeljne značajke hotela su:

- kategorizirani ugostiteljski objekt
- ugostiteljski objekt koji ima najmanje 5 smještajnih jedinica
- u hotelu se izdaju sobe ili hotelski apartmani
- u hotelu se pružaju usluge smještaja i doručka
- objekt koji po svom položaju, uređenju, ugrađenoj opremi i uslugama pruža gostu punu udobnost

Prikaz 1. Pregled tipova hotela prema različitim kriterijima razvrstavanja

Kriterij razvrstavanja	Vrsta/tip hotel	Obilježje
Veličina	-mali -srednji -veliki	(pansionski/prolazni) -do 100 postelja/do 150 postelja -do 300 postelja/do 400 postelja -preko 300 postelja/preko 400 postelja
Cjelovitost pružene usluge	-pansionski -garni -prolazni	-smještaj i tri obroka -smještaj i doručak -smještaj bez usluge prehrane
Kontinuitet poslovanja	-stalni -sezonski	-cjelogodišnje poslovanje -izrazito sezonsko poslovanje
Lokacija	-odmarališni -stanični -aerodromski -gradski -usputni	-na moru, planini, toplicama -uz autobusne, željezničke stanice -uz aerodrome -u užem središtu grada -uz velike prometnice
Globalna tržišna usmjerenost	-turistički -poslovni -sportski -gradski	-stacionirani boravak gostiju -seminari, kongresi -sportski sadržaji -raznovrsna tržišna umjerenost

Izvor: Prilagođeno prema Ružić, D: Upravljanje marketingom u ugostiteljstvu, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 1997.str.32.

²⁶ Cerović Z.: op.cit., str. 69.

4.1 Pojmovno određenje malih obiteljskih hotela

Mali obiteljski hoteli predstavljaju izuzetno privlačne smještajne kapacitete različitim tržišnim potrebama. Mali obiteljski hoteli predstavljaju priliku za razvijanje poduzetništva malih i srednjih poduzetnika. U današnje vrijeme kada suvremeni turist želi biti doživljen kao pojedinac mali obiteljski hoteli imaju prednost pred velikim hotelima. U malim obiteljskim hotelima pružanje usluga se izvršava u skladu sa postojećim odredbama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti.

Osnovna razlika između malih obiteljskih i velikih hotela je u tržišnoj elastičnosti. Veliki hoteli nisu dovoljno ekonomski efikasni, neprilagodljivi su na tržišnu potražnju, a posljedica svega toga je neiskorištenost kapaciteta, zastarjelost opreme i loša organizacija rada. Jedno od rješenja tih problema je otvaranje i ulaganje u male obiteljske hotele. Kada gledamo ocjenjivanje pojedinih činitelja uspjeha poslovanja malih obiteljskih hotela najbolje ocjenjeni aspekti poslovanja su ponuda hrane i pića, te recepcijsko poslovanje. Analiziranjem ponude malih obiteljskih hotela dolazi se do podataka da takvi hoteli stvaraju posebne ponude sa prijateljskim ugođajem prema gostu. Mali obiteljski hoteli uvažavaju posebnost svakog gosta, poštuju njegove želje i sklonosti tako da se gost osjeća uvaženo i prihvaćeno. Svaki mali obiteljski hotel priča svoju priču kroz prepoznatljivo uređenje interijera i eksterijera, lokalnom kuhinjom, izletima ali i okruženjem i mjestom gdje se nalazi.

Kriteriji za definiranje malog obiteljskog hotela su:²⁷

- smještajni kapaciteti (broj soba ili kreveta)
- iznos ulaganja
- iznos ukupnog prihoda
- vlasništvo i upravljanje
- način financiranja
- proizvodi i tržišta
- organizacija i zaposlenost.

²⁷ Cerović Z.: op.cit., str. 82.

4.2 Ponuda malih obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj

Otvaranje malih obiteljskih hotela je uglavnom obilježeno lakim ulaskom na tržište i relativno malim troškovima poslovanja. Osnovna karakteristika malih obiteljskih hotela je da takav hotel pruža autentičan turistički proizvod koji se temelji na nenadmašnoj kvaliteti i gostoljubivosti.

U turistički razvijenim zemljama mali obiteljski hoteli se razvijaju uz podršku i poticanje države. Mali obiteljski hoteli predstavljaju područje koje je privlačno različitim turističkim segmentima. Tržište malih obiteljskih hotela se očituje brojnim prednostima i nedostacima. Jedno od glavnih obilježja a ujedno i prednost malih obiteljskih hotela je ljubaznost i gostoprimstvo koje može pružiti vlasnik malog obiteljskog hotela. Budući da se suvremeni gost želi osjećati prihvaćeno i zadovoljno domaćin malog obiteljskog hotela mu može ponuditi različite oblike smještaja. Velika prednost obiteljskih hotela što se oni mogu brže prilagoditi tržišnim trendovima s obzirom na mikrolokaciju i autentičnost prostora na kojem su smješteni. Mali obiteljski hoteli imaju odličan omjer cijene i kvalitete te samim time pružaju veliku vrijednost za novac. Prednost malih obiteljskih hotela je i postojanje velikog broja poticajnih programa Europske unije za poboljšanje poslovanja kroz dobivanje nepovratnih sredstava kako bi se kvaliteta što više unaprijedila. Poslovanje malih obiteljskih hotela obilježava visoka zaduženost i niska profitabilnost. Visoka zaduženost je uglavnom na početku poslovanja prilikom ulaska na tržište. Nisku profitabilnost uzrokuje visoka sezonalnost turističke sezone u RH. Ograničena financijska sredstva onemogućavaju ulaganje u promociju što za rezultat ima neprepoznavanje turističkog proizvoda. Kako bi mali obiteljski postali prepoznatljivi na turističkom tržištu Republike Hrvatske ali i na turističkom tržištu europskih zemalja potrebno je izraditi strategiju malog i obiteljskog hotelijerstva.²⁸

Gospodarski razvoj i otvaranje malih obiteljskih hotela u Hrvatskoj je započelo 1990.-tih godina. S obzirom da u Hrvatskoj prevladava privatni smještaj i mali broj hotelskih kapaciteta, jedno od rješenja za nedostatak smještajnih kapaciteta je otvaranje malih obiteljskih hotela. Mali obiteljski hoteli vrlo teško mogu ostvariti i izgraditi turističku atrakciju samostalno, stoga je u Hrvatskoj bilo nužno udruživanje malih obiteljskih hotela zbog postizanja bolje konkurentnosti na svjetskom turističkom tržištu.²⁹

²⁸Obiteljski i mali hoteli – www.omh.hr 12.09.2021.

²⁹Obiteljski i mali hoteli – www.omh.hr 12.09.2021.

U Hrvatskoj djeluje Nacionalna udruga obiteljskih i malih hotela koja okuplja više od 200 članova čije se djelovanje temelji na visokoj kvaliteti usluga, njegovanju autentičnosti i posebnosti. Hoteli se nalaze po cijeloj Hrvatskoj a odlikuje ih neprekidno traganje za novim vrijednostima kojima će obogatiti boravak gostiju.³⁰

Primarni ciljevi Udruge obiteljskih malih hotela kao održive neprofitne organizacije su:³¹

- Stvaranje i održavanje tržišno prihvaćenog i prepoznatljivog proizvoda utemeljenog na kvaliteti, posebnosti, individualnosti u autentičnosti
- Osiguranje boljih uvjeta nabave
- Stjecanje kredibiliteta i utjecaja u odnosu na nositelje turističke politike
- Podizanje kvalitete smještajnih objekata i njihovih usluga kroz programe certifikacije kvalitete te edukacije i savjetovanja
- Povećanje atraktivnosti obiteljskog i malog hotelijerstva.

Aktivnosti nacionalne udruge obiteljskih i malih hotela su:³²

- Implementacija operativnog marketing plana
- Razvoj i promocija web portala i online rezervacijskog sustava
- Unapređenje ostalih marketinških aktivnosti u cilju poboljšanja distribucije, promocije i prodaje
- Partnerstvo s agencijama i turoperatorima
- Edukacija
- Lobiranje i međuinstitucionalna suradnje te strateška partnerstva sa dobavljačima
- Međunarodna suradnja.

U proteklih nekoliko godina Udruga je pokrenula i realizirala nekoliko vrlo značajnih projekata koji su pridonijeli razvoju malih obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj.

4.3 Mali obiteljski hoteli Karlovačke županije

Karlovačka županija nalazi se na vrlo važnom prometnom području, koji čine čvorište povijesnih cesta Karoline, Jozefine i Lujzijane.

Nakon grada Zagreba Karlovačka županija je najuspješnija turistička destinacija kontinentalne Hrvatske. Dijeli se na tri turističke mikroregije – pokupsku, kordunsko-plitvičku, ogulinsku i grad Karlovac kao urbanim i administrativnim središtem.

³⁰ Obiteljski i mali hoteli – www.omh.hr 12.09.2021.

³¹ [Obiteljski i mali hoteli – www.omh.hr](http://www.omh.hr) 12.09.2021.

³² [Obiteljski i mali hoteli – www.omh.hr](http://www.omh.hr) 12.09.2021.

Karlovačka županija je po svom zemljopisnom položaju smještena na prijelazu iz središnje u gorsku Hrvatsku na najjužem dijelu kopnenog državnog teritorija. Dobra prometna povezanost, iznimno bogato i bioraznolika prirodna baština preduvjeti su za uspješno vođenje turizma i za velik motiv dolaska gostiju.

Prikaz 2. SWOT analiza atrakcijske i resursne osnove Karlovačke županije

<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Geoprometni položaj -4 velike rijeke i Plitvička jezera -Očuvana priroda i ruralni kraj -Karlovac kao gospodarsko, kulturno, administrativno i urbano središte -Mali OPG i vinari 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trenutna resursna i atrakcijska osnova nije turistički u potpunosti valorizirana - Nepristupačnost pojedinih lokaliteta - Nedovoljna iskorištenost ruralnog kraja - Urbana neprivlačnost gradova
<p>PRIJEDNE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prekogranična suradnja - Jače povezivanje unutar Županije i stvaranje jedinstvenih doživljaja na temelju zajedničkih resursa - Jače povezivanje s Plitvičkim jezerima - Nacionalni i fondovi EU za obnovu i revitalizaciju pojedinih atrakcija i resursa - Promjene životnog stila gostiju prema aktivnom odmoru - Potrebe gostiju za opuštanjem i mirom 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkurentske županije koje se već pozicioniraju u segmentu aktivnog i avanturističkog turizma (npr. Ličko-senjska županija) - Nekontrolirano iskorištavanje prirodnih resursa - Rigidna politika zaštite prirodnih i kulturnih dobara -Vojni poligoni i nerazminirano područje

Izvor: Karlovačka županija

https://www.kazup.hr/images/dokumenti/razvoj_turizma/20180502_analiza_stanja (12.09.21.)

SNAGE

Karlovačka županija je križište najvažnijih prometnica koje povezuju primorsku i panonsku Hrvatsku. Na prostoru županije nalaze se 4 rijeke (Korana, Kupa, Dobra i Mrežnica).

Plitvička jezera smatraju se ključnom atrakcijom Karlovačke županije. Očuvan okoliš sa mnoštvom rječica i očuvanih krajolika uz rijeke predstavlja važnu smjernicu u razvoju turizma. Životopisan etnološki sadržaj, kulturna raznolikost i velik broj udruga koje rade na promicanju kulturne baštine pridonose predstavljanju županije kao gospodarske, kulturne, administrativne i urbane zajednice. Veliki broj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i udruga vinara svojim radom i proizvodima privlače grupe turista i individualne turiste.

SLABOSTI

Postojeći resursi nisu dovoljno valorizirani što uzrokuje nedostatak atrakcija koje zadovoljavaju potrebe modernih turista. Nedovoljno ulaganje u prometnu infrastrukturu, dotrajalost cestovnih pravaca i loša prometna povezanost turističkih odredišta uzrokuju neprivlačnost pojedinih lokaliteta. Nedovoljna iskorištenost ruralnog kraja očituje se kao nedovoljna ponuda za modernog gosta a hotelijeri i ugostitelji nemaju zajednički nastup na turističkom tržištu. Gradovi su urbano neprivlačni zbog neriješenih imovinsko pravnih odnosa što rezultira urbanom neprivlačnosti gradova.

PRILIKE

Značajnija prilika za budući razvoj turizma je prekogranična suradnja sa susjednim destinacijama u Bosni i Hercegovini i Sloveniji koju treba podići na višu razinu kako bi se razvio zajednički turistički proizvod.

Unutar županije potrebno je ostvariti jače povezivanje s obzirom na turističku ponudu te bi turističke zajednice koje djeluju na području županije trebale biti spremne zajednički raditi na promociji, povezati budžete i ostvariti sinergijske učinke.

Karlovačka županija služi kao alternativa posjetiteljima Plitvičkih jezera te treba razviti infrastrukturu koja će biti korisna posjetiteljima Plitvičkih jezera.

Javni sektor i nadležne institucije moraju svoje djelovanje usmjeriti prema nacionalnim i fondovima EU za obnovu.

S obzirom na promjenu životnog stila gostiju prema aktivnom odmoru, ponuda treba ojačati ponudom prirodnih resursa za izgradnju održivog turizma uz dodatnu ponudu aktivnog odmora, ugostiteljskih objekata i smještajnih kapaciteta.

Budući da suvremeni turist teži odmoru koji podrazumijeva opuštanje i mir potrebno je razvijanje turističke ponude u smjeru cikloturizma, kajakinga i ribolovnog turizma.

PRIJETNJE

Velika prijetnja razvoju turizma Karlovačke županije su konkurentske županije koje se već pozicioniraju u segmentu aktivnog i avanturističkog turizma što je vidljivo u Ličko-senjskoj županiji. Stoga je u Karlovačkoj županiji potrebno povezivanje turizma i poljoprivredne proizvodnje, unapređenje javnog i privatnog sektora te funkcionalniji rad turističkih zajednica na razini županije.

Nekontrolirano iskorištavanje prirodnih resursa je prijetnja razvoju turizma Karlovačke županije. S obzirom na nekontrolirano iskorištavanje prirodnih resursa potrebno je regulirati broj posjetitelja na atrakcijama koje bilježe veliki broj posjetitelja. Ujedno je potrebno regulirati ekološke probleme i osvještavati turiste o važnosti ekologije u turizmu.

Na području Karlovačke županije posluje 2021. godine 12 malih obiteljskih hotela i to 6 hotela kategoriziranih za 4 zvjezdice i 6 hotela kategoriziranih sa 3 zvjezdice.

Tablica 6: Popis malih obiteljskih hotela Karlovačke županije 2021. godine

	Naziv hotela	Broj zvjezdica	Raspoloživi kapaciteti
1.	Hotel Florian&Godler	4*	32
2.	Boutique Hotel Srakovčić	4*	18
3.	Hotel Mirjana Rastoke	4*	58
4.	Hotel Degenija Selište Drežničko	4*	20
5.	16 Lakes hotel	4*	16
6.	Heritage hotel Frankopan	4*	21
7.	Hotel Carlstadt Karlovac	3*	40
8.	Hotel Amarilis Netretić	3*	20
9.	Hotel Srakovčić Heart of Nature	3*	20
10.	Hotel Klek Ogulin	3*	28
11.	Hotel Josipdol	3*	28
12.	Hotel Grabovac	3*	31

Izvor: Vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice Karlovačke županije (02.09.2020.)

Hotel Florian&Godler je mali obiteljski hotel smješten u samom centru grada Karlovca na Baniji, na istoj lokaciji na kojoj je dvadesetih godina prošlog stoljeća bila smještena ugostiteljska radnja «K veselom Hrvatu». Gradnja hotela Florian&Godler je uključivala rekonstrukciju i dogradnju postojeće stambene zgrade i opremanje novog hotela. Gradnja hotela omogućena je uz potporu natječaja «Podrška razvoju malog i srednjeg poduzetništva u turizmu» Hotel je nositelj 4 zvjezdice i raspolaže sa 32 hotelske sobe modernog butik dizajna.

U restoranu hotela Florian&Godler poslužuju se domaći specijaliteti ali i mnoštvo tradicionalnih jela i pića Karlovačke županije. Trenutno je zaposleno 15 zaposlenika i najviše računaju na strane goste.³³

Hotel Korana-Srakovčić je «Heritage Boutique Hotel» koji je smješten na samoj obali rijeke Korane i okružen je stoljetnim parkovima na rubu karlovačke Zvijezde.

Hotel je izgrađen na mjestu starog hotela „Park“. Hotel Korana Srakovčić je u vlasništvu grada Karlovca, a obitelj Srakovčić je dobila dugogodišnju koncesiju. Hotel je izgrađen uz potporu i financiranje Ministarstva turizma „Poticaj za uspjeh – pod stoljetnim krovovima“

Hotel ima 12 dvokrevetnih sobe 3 deluxe sobe s pomoćnim ležajem i 3 poslovna apartmana.

³³ www.floriangodler.hr <https://floriangodler.hr> (02.09.2020.)

Hotel Korana-Srakovčić je jedan od najljepših malih obiteljskih hotela kontinentalnog dijela Hrvatske i dobitnik je mnogobrojnih priznanja i nagrada.

Obitelj Srakovčić u svom vlasništvu posjeduje i seosko gospodarstvo Heart of Nature koje je smješteno u Ribniku nedaleko od Karlovca.³⁴

Hotel Mirjana Rastoke smješten je u Nikšiću nedaleko grada Slunja i Nacionalnog parka Plitvička jezera. Kategoriziran je sa 4 zvjezdice ima 58 soba i 4 apartmana.

Hotel Mirjana nudi kayak-safari, usluge raftinga, paintballa ili kupanja na obližnjoj rijeci Korani.³⁵

Hotel i restoran Degenija smješteni su 4 km od ulaza Nacionalnog parka Plitvička jezera, naselje Selište Drežničko. Hotel Degenija 4* ima 20 soba, recepciju, predvorje, caffe&coctail bar, dizalo, bežični pristup internetu u cijelom objektu i privatni parking. Odmah do hotela nalazi se restoran Degenija koji nudi tradicionalna i nacionalna jela.

Lokacija hotela u srcu Hrvatske idealna je za sve posjetitelje koji žele istražiti hrvatski najstariji nacionalni park Plitvička jezera koji je pod zaštitom UNESCO-a od 1979. Osim uživanja u ljepoti parka, jezera i veličanstvenih slapova Hotel Degenija je idealno polazište za istraživanje i posjete ostalim dijelovima Hrvatske. Hotel Degenija udaljen je na dva sata vožnje od Zagreba i sat vremena od mora.³⁶

Hotel 16 LAKES nalazi se u naselju Grabovac. Smještajni kapacitet je ukupno 37 kreveta, odnosno 16 soba. Svaka soba nosi naziv jednog jezera sa Plitvičkih jezera. U sklopu objekta je restoran te bazen.³⁷

Hotel Frankopan se nalazi u centru grada Ogulina, smještenog u središtu kontinentalne Hrvatske unutar turističkog područja Plitvičkih jezera s istoka, šumovitog Gorskog kotara sa zapada i sjevernog Jadrana s juga. Mali obiteljski hotel ima četiri zvjezdice. Prostrane i jedinstveno uređene sobe i prostori hotela odišu poviješću i klasičnom elegancijom, a suvremeni elementi i sadržaji oplemenjuju prostor. Raspolažu sa 21 sobom.³⁸

³⁴ Hotel Korana www.hotelkorana.hr, <https://www.hotelkorana.hr> (02.09.2020.)

³⁵ Hotel Mirjana Rastoke www.mirjana-rastoke.com, <https://mirjana-rastoke.com> (02.09.2020.)

³⁶ Hotel Degenija www.hotel-degenija.com, <https://www.hotel-degenija.com> (02.09.2020.)

³⁷ Hotel 16 Lakes www.konture.eu/hr/hotel-16-lakes-plitvice /<https://konture.eu/hr/hotel-16-lakes-plitvice> (02.09.2020.)

³⁸ Hotel Frankopan www.hotel-frankopan.com, <https://hr.hotels.com/ho1004346272/hotel-frankopan-ogulin-hrvatska> (02.09.2020.)

Hotel «Carlstadt» kategoriziran je s tri zvjezdice i pruža mogućnost smještaja koji je usporediv s onim u najmodernijim hotelima. Hotel raspolaže sa 37 soba, 3 apartmana i restoranom.³⁹

Hotel Amarilis smješten je u Netretiću, u mirnom području s netaknutom prirodom, na 150 metara od rijeke Dobre, a u sklopu objekta nudi bar i restoran à la carte. Hotel Amarilis smješten je na 500 metara od dvorca starog grada Novigrada i starog kamenog mosta preko rijeke Dobre, koji je bio dio stare Karolinske ceste. Nogometno igralište udaljeno je 700 metara. Gosti mogu uživati u splavarenju na Mrežnici, do koje ima 15 km. Hotel ima 20 soba.⁴⁰

Hotel Srakovčić Heart of Nature nalazi se u Ribniku, na 20 km od Karlovca, u mirnoj i ruralnoj dolini Lipnik. Nudi vanjski bazen, restoran koji poslužuje tradicionalna jela i sobe smještene u malim planinskim kućama koje su uređene u ruralnom stilu s izvornim drvenim interijerom. Hotel ima 20 soba. Objekt je udaljen 17 km od najbližeg ulaza na autocestu i 70 km od Zagreba.

Hotel Klek nalazi se u Ogulinu, u dijelu grada zvanom Otok Oštarijski udaljenom oko 3 km od središta. Smješten je u mirnom predjelu okruženom zelenilom te nudi besplatni bežični pristup internetu, restoran i bar. Hotelski restoran poslužuje lokalne specijalitete te mesna i jela s roštilja.⁴¹

Hotel Josipdol raspolaže smještajnim kapacitetom od 28 soba hotelskog standarda tri zvjezdice, restoranom sa 350 sjedećih mjesta, pizzerijom (originalna krušna peć), pivnicom na galeriji hotela sa 120 sjedećih mjesta, aperitiv barom, kao i zasebnom konferencijskom dvoranom sa 150 sjedećih mjesta. U sklopu objekta hotela nalaze se smještajne jedinice hostelskog standarda. Hotel raspolaže sa 28 soba.⁴²

Hotel Grabovac je mali hotel s tri zvjezdice smješten usred parka i zelenila koje ga okružuje. Njegova veza s prirodom naglašena je i u imenu hotela – nazvan je po stablu graba, vrsti drveta kojom obiluju ovdašnje šume, zaslužne za duboku hladovinu i opuštajući efekt po um i tijelo. Hotel raspolaže sa 31 sobom.⁴³

³⁹ <https://www.booking.com/hotel/hr/carlstadt-karlovac.hr.html> (02.09.2020.)

⁴⁰ <https://hotel-amarilis.com> (02.09.2020.)

⁴¹ <https://www.booking.com/hotel/hr/klek.html> (02.09.2020.)

⁴² <https://hotel-josipdol.com> (02.09.2020.)

⁴³ <https://np-plitvicka-jezera.hr/en/plan-your-visit/hotels-and-camps/hotel-grabovac> (02.09.2020.)

4.4 Turistički promet Karlovačke županije od 2017. do 2019. godine

Turizam Karlovačke županije danas se najviše temelji na prirodnim resursima koji omogućavaju razvoj aktivnosti u prirodi i na vodi. Kao primarni motiv dolaska u Karlovačku županiju su Plitvička jezera koja imaju razvijenu infrastrukturu koja omogućuje obilazak nacionalnog parka brodicama te šetnje uz jezera i slapove. Zbog svoje geografske pozicije, blizine Zagreba i blizine mora Karlovačka županija predstavlja idealnu destinaciju za kratki obiteljski odmor za domaće stanovništvo ali i za turiste u tranzitu prema moru.

Tablica 7: Pregled broja postelja za smještaj po županijama Republike Hrvatske od 2017. do 2019. godine (03.09.20.)

ŽUPANIJA	BROJ POSTELJA		
	2017.	2018.	2019.
Zagrebačka	1.908	2.343	12.486
Krapinsko-zagorska	2.735	2.815	2.991
Sisačko moslavačka	1.141	1.118	1.051
Karlovačka	8.288	13.033	14.334
Varaždinska	2.428	3.133	3.324
Koprivničko križevačka	676	618	827
Bjelovarsko bilogorska	843	885	894
Primorsko goranska	202.586	184.805	190.064
Ličko senjska	44.222	38.955	40.827
Virovitičko podravska	705	712	712
Požeško slavonska	596	821	894
Brodsko posavska	1.093	1.105	1.001
Zadarska	160.501	136.705	142.678
Osječko baranjska	2.511	2.711	2.958
Šibensko kninska	97.237	79.920	81.619
Vukovarsko srijemska	1.872	1.727	1.603
Splitsko dalmatinska	263.597	224.809	230.816
Istarska	306.040	282.960	290.879
Dubrovačko neretvanska	90.851	81.215	82.463
Međimurska	1.538	1.591	1.583
Grad Zagreb	16.059	18.840	22.016
UKUPNO	1.207.427	1.080.821	1.126.020

Izvor: Vlastita izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku (02.09.2020.)

Prema tablici br. 7 Pregled postelja po županijama vidljivo je da je u Hrvatskoj 2017. godine bilo 1.207.427 postelja za smještaj te je nakon toga u 2018. godini i 2019. godini smanjen broj postelja. Karlovačka županija je 2017. godine imala 8.288 postelja za smještaj, 2018. godine 13.033 i 2019. godine 14.334 postelja. U 2019. godini povećan je broj postelja u odnosu na 2018. godinu, što je pokazatelj da se znatno povećala turistička potražnja Karlovačke županije.

Tablica 8: Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja turista Karlovačke županije od 2017. do 2019. godine

	2017.	2018.	2019.
Dolasci	333.000	353.000	364.000
Noćenja	565.000	608.000	626.000

Izvor: : Vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice Karlovačke županije (02.09.2020.)

Prema tablici br. 8 o ostvarenom broju dolazaka i noćenja turista u Karlovačkoj županiji vidljiv je porast broja dolazaka turista u 2019. godini za 10% u odnosu na 2017. godinu. Ostvarena noćenja porasla su u 2019. godini također za 10 % u odnosu na 2017. godinu.

Najveći broj noćenja ostvaren je u smještajnim objektima u domaćinstvu – privatni iznajmljivači i kampovima, tek zatim u hotelima koji svake godine sve više rastu u strukturi noćenja, dok je najveći porast broja noćenja zabilježen u smještajnim kapacitetima seoskog turizma na Općem poljoprivrednom gospodarstvu.

U dokumentu Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine, koji je izrađen od strane Horwath HTL-a na temelju razvojnih načela koja obuhvaćaju dugoročnu održivost, očuvanje autohtonih vrijednosti u prostoru, obnovu urbanih središta i objekata u propadanju, aktivaciju neiskorištenih resursa te sinergijski razvoj poljoprivrede veće dodane vrijednosti, formirana je vizija budućeg razvoja turizma Karlovačke županije. S ciljem jasnog budućeg razvoja turizma definirana je sljedeća vizija: Karlovačka županija je 2025. godine vodeća hrvatska kontinentalna regija aktivnog odmora koja privlači posjetitelje kroz cijelu godinu, a svoj razvoj temelji na netaknutoj i očuvanoj prirodi, bogatstvu vode, kulturno-povijesnoj baštini, lakoj dostupnosti i ljubaznim domaćinima, tradicionalnoj gastronomiji temeljenoj na lokalnim namirnicama i bogatstvu prostora u kojemu svaki gost pronalazi utočište za bijeg od urbane svakodnevnice.⁴⁴

Poslovna misija Karlovačke županije definira ključne aktivnosti koje će se provoditi te definira principe kojima će se pritom koristiti, a definirana je na sljedeći način:⁴⁵

⁴⁴Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine, Horwath HTL, Zagreb,2018., str.20

⁴⁵ Ibid, str. 21

1. Karlovačka županija preuzima aktivnu ulogu u promidžbi turističkog iskustva i doživljaja koji se temelje na resursu Plitvičkih jezera i to putem bliske suradnje s NP Plitvička jezera i klasterske suradnje općina i gradova u široj kontaktnoj zoni Plitvičkih jezera,
2. Karlovačka županija turizam razvija profesionalno, podupire razvoj poduzetništva i poljoprivrednih proizvoda dodane vrijednosti na zadovoljstvo čitave zajednice podižući cjelokupnu kvalitetu života, otvarajući nova radna mjesta i ostvarujući gospodarski rast i u konačnici preduvjete za opstanak budućih generacija,
3. Karlovačka županija će podizati svijest svih stanovnika o važnosti turizma i koristima koje turizam donosi lokalnoj zajednici i na taj način poticati ih da se aktivno uključe u razvoj i oblikovanje turizma kako bi županija postala ugodnije mjesto za život stanovnika i boravak turista.
4. Karlovačka županija će profesionalno izgraditi turističke proizvode koji će odgovarati potražnji modernih putnika i njihovim potrebama, a na temelju do sada neiskorištenih resursa i atrakcija,
5. Karlovačka županija će se kroz razvoj i upravljanje turizmom voditi načelima održivog razvoja,
6. Karlovačka županija će izgraditi svoj turistički brend koji se prilagođavati potrebama turističkog tržišta kako bi se osigurala konstantna prepoznatljivost Županije.⁴⁶

S ciljem jasnog pozicioniranja u svijesti turista i razlikovanja u odnosu na konkurentske destinacije, definirano je pozicioniranje Karlovačke županije kako slijedi:

Smještena u zelenom srcu Hrvatske, Karlovačka županija je globalno konkurentna regija nadohvat ruke koja svojom očuvanom prirodom, bogatstvom voda, povijesti i delicija nadahnjuje goste na turističko otkrivanje, aktivno bavljenje sportom i rekreacijom, ali i na odmor te vraćanje snage u tihom ruralnom kraju⁴⁷

Takvim turističkim pozicioniranjem želi se Karlovačku županiju predstaviti kao prostor na kojem turist provodi kvalitetno vrijeme aktivnog odmora otkrivajući iskustva u ruralnom području, koje pruža mogućnosti personaliziranog kontakta domaćina i turista u pogledu sudjelovanja u različitim aktivnostima

⁴⁶ Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine, Horwath HTL, Zagreb, 2018., str. 20.

⁴⁷ Ibid, str.20

5. ANALIZA OBILJEŽJA MALIH OBITELJSKIH HOTELA TURISTIČKE REGIJE LIKA-KARLOVAC

Republika Hrvatska obuhvaća površinu od 56.594 km² i može se u turističko-geografskom smislu podijeliti na 3 makroregionalne cjeline koje se razlikuju po fizičko-geografskim, socioekonomskim, sociopsihološkim, etnosocijalnim i drugim obilježjima koja su odredila specifičnost u turističkoj ponudi, a time i posebnosti u vrsti i oblicima turizma:⁴⁸

- 1) Jadransko turističko područje (mediteransko ili primorsko)
- 2) Gorsko-planinsko turističko područje
- 3) Panonsko-peripanonsko turističko područje

Jadransko turističko područje obuhvaća površinu od 17.870 km² ili 32% ukupnog prostora Republike Hrvatske na kojem živi oko 31% ukupnog stanovništva Republike Hrvatske. Ta regija je najprivlačnije turističko područje Republike Hrvatske bogata mnogim prirodnim i kulturnim znamenitostima. Najvažniji čimbenici ove regije su more i obala, klima i mediteranska vegetacija jadranskog područja. Otoci, uvale, lagune i zaljevi komparativne su prednosti za razvoj nautičkog, boravišnog, izletničkog i ostale vrste turizma. Klima je mediteranska, prozirnost mora varira od 18 m na sjeveru do 33 m na jugu. Jadransko turističko područje dijeli se na Istru, Kvarner, Sjevernu Dalmaciju, Srednju Dalmaciju i Južnu Dalmaciju.⁴⁹

Gorsko-planinsko turističko područje obuhvaća 7.928 km² ili oko 14% površine Republike Hrvatske s 2% ukupnog stanovništva Republike Hrvatske. Glavni turistički resursi ovog turističkog područja su planinsko-brdski prostori bjelogorične i crnogorične šume, brojne rijeke i rječice. Klima je tipična planinska sa relativno velikom količinom snijega. Turistički resursi ovog područja su dobra osnova za razvoj lovnog i ribolovnog turizma, zdravstvenog turizma, različitih zimskih sportova, izletničko-rekreacijskog turizma.⁵⁰

Panonsko-peripanonska turistička regija prostire se na površini od 30.796 km² ili oko 54% površine Republike Hrvatske na kojem živi oko 67% ukupnog stanovništva Republike Hrvatske. Ova turistička regija je pretežno ravničarski prostor s nekoliko izdvojenih planinskih masiva na kojima se nalazi veliki broj termalno-mineralnih izvora i šuma. Ovo područje je najgušće naseljeni prostor Republike Hrvatske gdje su i smješteni brojni gradovi od kojih najveću ulogu u razvoju ima glavni grad Zagreb. Na ovim prostorima razvijen je turizam izletničkog karaktera i poslovnog turizma.⁵¹

⁴⁸ Bilen M. Turizam i okoliš, 2011. Mikrorad

⁴⁹ Ibid., str.23

⁵⁰ Ibid., str.23

⁵¹ Ibid., str.23

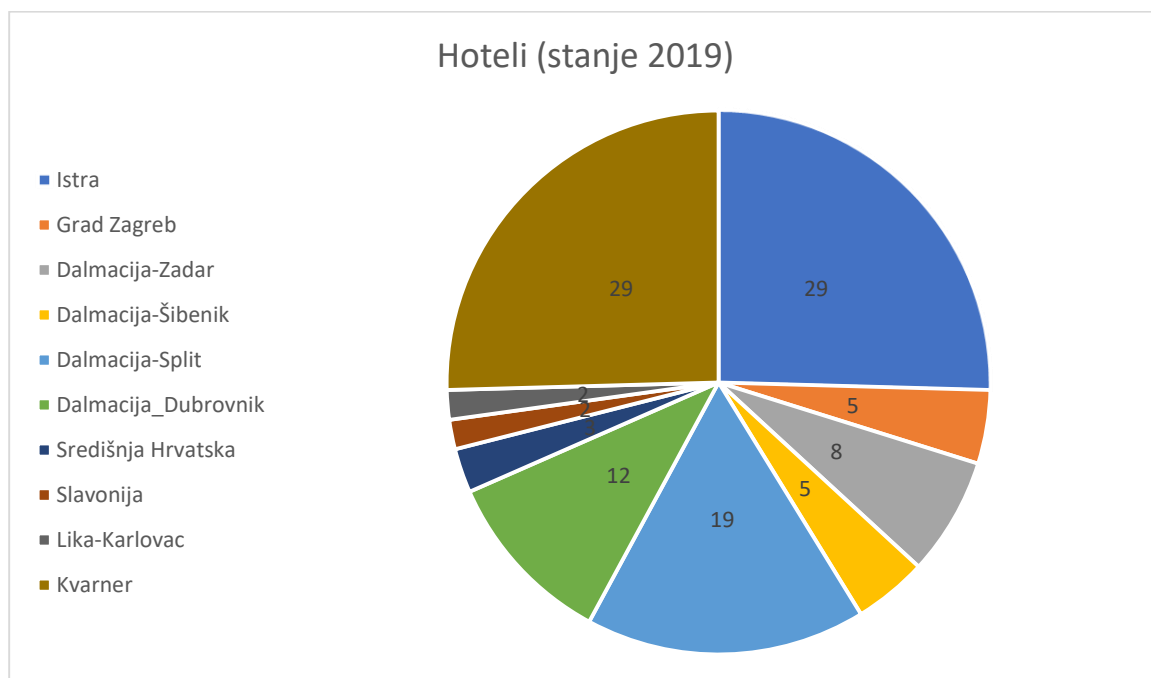
Tablica 9: Pregled dolazaka i noćenja turista po županijama RH 2020. godine

Županija	Dolasci	Noćenja
Istarska	1.877.081	13.515.310
Primorsko-goranska	1.464.210	11.056.399
Zadarska	980.785	9.847.931
Splitsko-dalmatinska	1.351.781	9.269.071
Šibensko kninska	485.598	4.033.376
Dubrovačko neretvanska	487.773	2.875.253
Ličko-senjska	290.899	1.862.476
Grad Zagreb	344.677	806.742
Karlovačka	105.207	212.632
Krapinsko-zagorska	90.022	205.125
Osječko-baranjska	47.813	119.244
Zagrebačka	43.396	106.519
Međimurska	40.975	105.897
Varaždinska	45.694	92.437
Vukovarsko-srijemska	32.360	57.291
Bjelovarsko-bilogorska	13.277	55.762
Sisačko-moslavačka	14.683	50.197
Koprivničko-križevačka	9.230	39.562
Brodsko-posavska	17.678	37.900
Požeško-slavonska	10.875	28.288
Virovitičko-podravska	7.703	17.398.

Izvor: [Analiza turističke sezone 2020.pdf \(htz.hr\) www.htz.hr](#), 12.09.2021.

Tijekom 2020. godine Istra je zabilježila najveći broj noćenja ispred Kvarnera i Zadarske županije. Karlovačka županija zauzela je deveto mjesto po ostvarenom broju noćenja, odnosno odmah iza grada Zagreba i najveći broj ostvarenih noćenja u panonsko-peripanonskoj turističkoj regiji Hrvatske.

Graf br. 1: Hoteli u Republici Hrvatskoj stanje 2019. godina prema podacima Hrvatske turističke zajednice (turističke regije)



Izvor: [Analiza turističke sezone 2019.pdf \(htz.hr\)](#) www.htz.hr, 12.09.2021.

U Republici Hrvatskoj prema obrađenim podacima i analizi turističke sezone 2019. godine najveći broj hotela nalazi se u Istri (29 %). Područje Lika-Karlovac sudjeluje sa 2% u ukupnom broju hotela Republike Hrvatske.

Ličko-senjska županija se nalazi u gorsko-primorskom dijelu Hrvatske. Administrativno sjedište je u gradu Gospiću. Zauzima veći dio Like, zapadni i središnji dio, Velebit, Velebitsko primorje, otoke u Velebitskom kanalu te sjeverni dio otoka Paga.

Posebno mjesto pripada Velebitu, najdužoj i najistaknutijoj hrvatskoj planini, koja razdvaja prostor županije na dva pročelja: primorsko i kontinentalno. Velebit je ujedno Park prirode i svjetski rezervat biosfere unutar kojega su dva nacionalna parka (Nacionalni park „Paklenica“ i Nacionalni park „Sjeverni Velebit“). Tu je i lička gorsko-krška zavala sa orografskim obodom Plješivice i Kapele, koja, zbog svoje geološko-geomorfološke predispozicije, predstavlja najveći prirodni spremnik kvalitetne pitke vode u Hrvatskoj, te izuzetno atraktivne rijeke Gacka, Lika, Una i Korana.⁵²

⁵² <https://www.licko-senjska.hr>, (02.09.2020.)

Prema broju i raznovrsnosti zaštićenih prirodnih objekata i lokaliteta županiji pripada jedno od vodećih, a po njihovu udjelu u ukupnoj površini, apsolutno vodeće mjesto među hrvatskim županijama (2.368 km² ili 58% površine svih nacionalnih parkova i parkova prirode u Hrvatskoj). Među njima središnje mjesto imaju Nacionalni park „Plitvička jezera“, Nacionalni park „Paklenica“ i Nacionalni park „Sjeverni Velebit“ te „Park prirode Velebit“. Najviše smještajnih jedinica broji Novalja sa čak 10.457 u 2018. godini. Računajući ukupne smještajne kapacitete Novalje, Senja i Plitvičkih jezera dolazi se do podatka da je čak 86,4% smještajnih kapaciteta raspoređeno u te tri destinacije. Ostalih 13,6% pripada svim ostalim mjestima u Ličko-senjskoj županiji. Taj broj povećava i Karlobag koji ima 1.664 smještajne jedinice u 2018. godini, dok središte županije Gospić ima svega 305 smještajnih jedinica.

Tablica 10: Pregled dolazaka i noćenja turista Karlovačke i Ličko-senjske županije u periodu od 2017. do 2019. godine

	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
	2017.	2017.	2018.	2018.	2019.	2019.	2020.	2020.
Karlovačka županija	332.991	565.298	353.264	608.366	364.517	626.231	105.207	212.632
Ličko senjska županija	736.284	2.647.025	789.330	2.749.230	820.648	2.854.171	290.899	1.862.476

Izvor: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, 12.09.2021.

Tablica 11: Dolasci i noćenja turista po turističkim zajednicama u Ličko-senjskoj županiji 2019-2020 godine

Turistička zajednica	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Noćenja 2020	Noćenja 2019
TZG Novalja	126.056	261.194	1.102.583	1.900.465
TZG Senj	48.462	97.982	339.510	535.825
TZG Karlobag	17.920	38.227	138.270	222.283
TZG Stara Novalja	11.559	15.835	125.216	142.424
TZG Plitvička jezera	62.868	346.042	98.950	489.644
TZG Gospić	8.093	20.772	24.227	38.868
TZG Otočac	9.536	45.629	18.419	59.818
TZO Vrhovine	3.111	9.892	6.297	16.741
TZO Perušić	769	1.748	2.734	5.494
TZO Brinje	1.360	3.095	1.672	3.205
TZŽ Ličko-senjske Naselja bez TZ	1.092	2.206	3.890	5.969
Ukupno:	290.826	842.622	1.861.768	3.420.736

Izvor: HGK www.turizamlickosenjske-zupanije6033badfb0645.pdf (hgk.hr) (04.10.2021.)

Tablica 12. Dolasci i noćenja turista po turističkim zajednicama u Karlovačkoj županiji 2019-2020 godine

Turistička zajednica	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Noćenja 2020	Noćenja 2019
Karlovac	19.602	53.869	60.129	78.974
Ogulin	11.060	25.034	22.312	44.218
Ozalj	1.374	2.813	3.209	6.369
Duga Resa	15.929	32.749	31.993	64.397
Slunj	10.748	59.059	16.530	117.291
Rakovica	44.423	183.773	75.195	304.665
Vojnić	515	908	932	2.322
Josipdol	1556	6.312	2.332	7.995
UKUPNO	105.207	364.517	212.632	626.231

Izvor: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, 12.10.2021

6.ZAKLJUČAK

Turizam značajno utječe na ekonomiju zemlje, ali i cijelog svijeta. U turizmu je značajna hotelska industrija. Hotelski objekti mogu biti različitih vrsta i ustrojstva, pa tako razlikujemo male i nezavisne hotele, konzorcije te velike hotelske lance.

Kako bi se mogla proučavati kompleksnost hotelske industrije potrebno je pratiti i analizirati različitost turističkih potreba što dovodi do analiziranja turističkog tržišta te tako tržište postaje konkurentno.

Hotelska ponuda svakodnevno se oblikuje i mijenja, a odlikuje se velikom konkurencijom, različitom ponudom i potražnjom. Hrvatska hotelska industrija zadnjih desetljeća prati suvremene turističke trendove te se profilira kao jedna od prepoznatijih turističkih tržišta u Europi.

Primarna zadaća hotelskog poslovanja je pružanje osobnih usluga i iz toga mali hoteli crpe svoju snagu jer jedna od njihovih osnovnih prednosti u odnosu na velike hotele je mogućnost pružanja individualizirane usluge. Naime vlasnik malog hotela može voditi hotel po vlastitoj osobnosti te tako proizvesti prepoznatljiv proizvod koji će ponovno privući goste.

Prednosti malih obiteljskih hotela su višestruke. Poslovanje takvih hotela temelji se na velikom godišnjem istraživanju kapaciteta, što omogućava pokriće fiksnih troškova te optimalno usklađivanje varijabilnih troškova. Mali obiteljski hoteli odražavaju lokalnu kulturu i sredinu, bolje se uklapaju u okoliš, u ponudi prehrane imaju domaće specijalitete i lako se prilagođavaju zahtjevima gostiju. Velika prednost kod poslovanja malih obiteljskih hotela je što se vlasnik u potpunosti može posvetiti individualnom pristupu gostu.

Šarm malih obiteljskih hotela je u tome što gost i osoblje nisu anonimni te se time stvara atmosfera ugodnosti, povjerenja i zadovoljstva odnosno jedinstvena autohtona autentična atmosfera.

U budućem razvoju hrvatskog turizma mali obiteljski hoteli trebali bi činiti značajniji dio turističke ponude. Turističkom ponudom malih obiteljskih hotela Hrvatska je prepoznatljiva na turističkom tržištu.

Karlovačka županija s obzirom na svoj geografski položaj ima brojne mogućnosti za razvoj specifičnih oblika turizma. Osim geografskog položaja razvoj turizma može se bazirati na bogatoj povijesnoj, kulturnoj, umjetničkoj i sakralnoj baštini županije. Iako je još uvijek turizam u kontinentalnom dijelu slabije razvijen potrebno je raditi na tome da se privuče što veći broj turista, a time bi se povećala i potražnja za smještaj u obiteljskim hotelima. Karlovačka županija ima preduvjete za daljnji razvoj specifičnih oblika turizma.

Konkurentska snaga malih obiteljskih hotela Karlovačke županije u realnom smislu na razini Republike Hrvatske trenutno je simbolična. Mali obiteljski hoteli imaju perspektivu razvoja u budućnosti i to kroz kontinuirano okrupnjavanje, umrežavanje i razvijanje jedinstvenog autentičnog proizvoda.

POPIS LITERATURE

Bilen M., Turizam i okoliš, 2011. Mikrorad

Cerović, Z.: Hotelski menadžment, Fakultet za tur. i hotel. menadžment Rijeka, 2010.

Cerović Z., Pavia N., Galičić V.: Organizacija i kategorizacija ugos.objekata, Fakultet za tur.i hot.men. 2005.

Ružić, D: Upravljanje marketingom u ugostiteljstvu, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek,1997.

OSTALI IZVORI

Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine, Horwath HTL, Zagreb,2018.

Čižmar S: Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske, Horwath Consulting Zagreb

Karlovačka županija

https://www.kazup.hr/images/dokumenti/razvoj_turizma/20180502_analiza_stanja (12.09.21.)

Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciju ugostiteljskih objekata, NN br.57/95., članak 2.,3.i 4.

INTERNET STRANICE

HrTurizam

<https://hrturizam.hr/u-2019-godini-kategorizirano-56-novih-hotela-kampova-i-marina/>, 15.02.2020.

Obiteljski mali hoteli

https://www.omh.hr/UserDocsImages/pdf/OMH_Katalog.pdf, 12.09.2021.

Karlovačka županija

Analiza stanja i strategija razvoja turizma

https://www.kazup.hr/images/dokumenti/razvoj_turizma/20180502_analiza_stanja (12.09.21.)

Florian & godler, www.floriangodler.hr <https://floriangodler.hr> (02.09.2020.)

Hotel Korana www.hotelkorana.hr, <https://www.hotelkorana.hr> (02.09.2020.)

Mirjana Rastoke www.mirjana-rastoke.com, <https://mirjana-rastoke.com> (02.09.2020.)

Hotel Degenija www.hotel-degenija.com, <https://www.hotel-degenija.com> (02.09.2020.)

Hotel 16 lakes Plitvice www.konture.eu/hr/hotel-16-lakes-plitvice /<https://konture.eu/hr/hotel-16-lakes-plitvice> (02.09.2020.)

Hotel Frankopan

www.hotel-frankopan.com, [https://hr.hotels.com/ho1004346272/hotel-frankopan-ogulin-hrvatska\(02.09.2020.\)](https://hr.hotels.com/ho1004346272/hotel-frankopan-ogulin-hrvatska(02.09.2020.))

Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, 12.10.2021

POPIS TABLICA

Tablica 1. Broj kategoriziranih hotela u Hrvatskoj 2019. godina	9
Tablica 2. Broj malih obiteljski hotela u Hrvatskoj 2020. godine.....	9
Tablica 3. Noćenja turista u Republici Hrvatskoj po vrstama smještaja.....	10
Tablica 4. Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2016. godini.....	15
Tablica 5. Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2025. godini	16
Tablica 6: Popis malih obiteljskih hotela Karlovačke županije 2021. godine.....	25
Tablica 7: Pregled broja postelja za smještaj po županijama Republike Hrvatske od 2017. do 2019. godine (03.09.20.)	28
Tablica 8: Pregled ostvarenih dolazaka i noćenja turista Karlovačke županije od 2017. do 2019. godine	29
Tablica 9: Pregled dolazaka i noćenja turista po županijama RH 2020. godine	32
Tablica 10: Pregled dolazaka i noćenja turista Karlovačke i Ličko-senjske županije u periodu od.....	34
Tablica 11: Dolasci i noćenja turista po turističkim zajednicama u Ličko-senjskoj županiji 2019-2020 godine.....	35
Tablica 12. Dolasci i noćenja turista po turističkim zajednicama u Karlovačkoj županiji 2019-2020 godine	36

POPIS PRIKAZA

Prikaz 1: Pregled tipova hotela prema različitim kriterijima razvrstavanja.....	18
Prikaz 2: Swot analiza atrakcijske i resursne osnove Karlovačke županije.....	22

POPIS GRAFOVA

Graf br.1: Hoteli u Republici Hrvatskoj stanje 2019. godina prema podacima HTZ.....	33
---	----