

Obilježja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj s osvrtom na hotel Diadora u Zadru

Mlinac, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

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:128:302060>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



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

Martina Mlinac

OBILJEŽJA HOTELA ZA OBITELJ U REPUBLICI HRVATSKOJ
S OSVRTOM NA HOTEL DIADORA U ZADRU

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, ožujak 2015.

Martina Mlinac

OBILJEŽJA HOTELA ZA OBITELJ U REPUBLICI HRVATSKOJ
S OSVRTOM NA HOTEL DIADORA U ZADRU

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Mentor: mr. sc. Silvija Vitner Marković, viši pred.

Broj indeksa autora: 0618609126

Karlovac, ožujak 2015.

Zahvala

Zahvaljujem se mentorici mr. sc. Silviji Vitner Marković koja mi je svojim znanjem i savjetima bila velika pomoć pri pisanju završnog rada.

Također, zahvaljujem se i svim profesorima, asistentima i svom osoblju Stručnog studija ugostiteljstva Poslovnog odjela Veleučilišta u Karlovcu, te svojim kolegama koji su me pratili ove tri godine s kojima je bio užitak surađivati.

Najveću zahvalu upućujem obitelji i prijateljima zbog pružene velike podrške i ljubavi za vrijeme mog studiranja na Veleučilištu.

SAŽETAK

Završni rad analizira hotelijerstvo u Republici Hrvatskoj te posebne hotelske standarde s osvrtom na standarde hotela za obitelj engl."Family". U radu se također uspoređuju hoteli za obitelj u Hrvatskoj i Italiji s posebnim osvrtom na odabrane primjere navedene u radu. Odabrani primjer u Republici Hrvatskoj je hotel Diadora u Zadru. Rad ujedno donosi i neke prijedloge, odnosno perspektivu razvoja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: hotelijerstvo, posebni hotelski standardi, hoteli za obitelj, hotel Diadora, Zadar, Republika Hrvatska

SUMMARY

This paper analysis hospitality in Croatia and specific hotel standards with reference on family hotel standards. The paper also provides comparison between family hotels in Croatia and Italy with reference on chosen examples within the paper. The chosen example in Croatia is family hotel Diadora in Zadar. The paper also brings prospects of development of family hotels in Croatia.

Key words: hospitality, specific hotel standards, family hotels, hotel Diadora, Zadar Croatia

SADRŽAJ

ZAHVALA.....	I
SAŽETAK.....	II
SUMMARY.....	III
1. UVOD	
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. HOTELIJERSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ	2
2.1. Povijesna retrospektiva hotelijerstva u Republici Hrvatskoj.....	3
2.2. Analiza hotelskog smještaja u Republici Hrvatskoj od 2011. do 2014.	6
3. HOTELSKI STANDARDI	11
3.1. Pojava standarda u hotelijerstvu	12
3.2. Područja primjene i vrste hotelskih standarda	14
3.3. Proces standardizacije.....	15
4. POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	18
4.1. Pojmovno određivanje i obilježja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj	19
4.2. Posebni standardi hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj	22
5. ODABRAN PRIMJER HOTELI FALKENSTEINER MICHAELER TOURISAM GROUP	24
5.1. Obilježja Family hotela Diadora u Zadru	25
5.2. Posebni standardi hotela za obitelj Family hotel Diadora u Zadru.....	26
6. ODABRAN PRIMJER-OBILJEŽJA HOTELA ZA OBITELJ CLUB FAMILY HOTEL EXECUTIVE U ITALIJI	30
7. PERSPEKTIVA RAZVOJA HOTELA ZA OBITELJ U REPUBLICI HRVATSKOJ	33
8. ZAKLJUČAK	35
LITERATURA.....	36
POPIS ILUSTRACIJA.....	39

1. UVOD

1.2. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada su obilježja hotela za obitelj s posebnim osvrtom na hotel Diadora u Zadru. Cilj rada je na temelju podataka o hotelima za obitelj s posebnom naglaskom na hotel Diadora u Zadru, prezentirati najvažnije značajke, prednosti i nedostatke hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj

U radu se daju odgovori na sljedeća pitanja: 1. Koje su značajke hotelijerstva? 2. Što su to standardi u hotelijerstvu? 3. Koja su to obilježja Family hotel Diadora u Zadru? 4. Koja su obilježja hotela za obitelj u Italiji? 5. Kakve su perspektive i prednosti hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj?

1.2. Izvori podataka, metode prikupljanja i obrade podataka

Kao glavni izvor podataka korištena je stručna literatura iz područja hotelijerstva te internet izvori. Pri izradi rada korištena je metoda istraživanja za stolom dok su podaci obrađeni metodom komparacije, deskripcije, analize i sinteze.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen na osam glavnih poglavlja. U uvodu se definiraju predmet i cilj rada, izvori podataka, metode prikupljanja i obrada podataka te struktura rada. Drugo poglavlje donosi osnovne informacije o hotelijerstvu, povijesnu retrospektivu hotelijerstva u Hrvatskoj, te prikaz struktura hotelskog smještaja u Hrvatskoj prema kategoriji i prostornoj distribuciji. Treće poglavlje donosi osnovne informacije o hotelskim standardima. Sljedeće poglavlje pojašnjava i određuje obilježja i standarde hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj, te se ti standardi prikazuju u petom i šestom poglavlju kroz primjere hotela za obitelj iz Hrvatske i Italije. Na kraju je navedena usporedna analiza hotela za obitelj u Hrvatskoj i Italiji, te perspektiva razvoja takvih hotela u Hrvatskoj. Zadnje poglavlje predstavlja sintezu odrađenih istraživanja kroz zaključke razmatranja.

2. HOTELIJERSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hotelijerstvo danas postaje vodeća industrija svijeta, ali i najzastupljeniji smještajni oblik ponude. Trendovi koji vladaju na turističkom tržištu svijeta određuju i trendove u hotelijerstvu, a mogu se sažeti u sljedeće opće trendove; izmijenjene potrebe, uvjeti rada i života ljudi, te produljenje životnog vijeka, rast informiranosti i informatizacije, veća potreba za sigurnošću i očuvanjem zdravlja (wellness, spa, bio hrana), naglasak na ekologiji i zdravoj hrani, boravku u čistoj prirodi, sve veća potražnja za avanturističkim (inovativnim) sadržajima i uzbuđenjem, kongresnim sadržajima i incentive ponudom, posjetima gradovima i velikim događajima (sportskim, kulturnim, vjerskim, poslovnim i dr.), te novi motivi putovanja. Hotelska ponuda neprestano treba proučavati navedene trendove i prilagođavati se zahtjevima i potrebama suvremenog turista kontinuirano slijedeći njihove navike i potrebe.

Hotelijerstvo je dio globalnog poduzetništva objedinjeno jednim općim pojmom i zajedničkim nazivom - turizam. Kao temeljna turistička receptiva pojavljuje se hotelijerstvo, koje se zbog svojeg ogromnog obima poslovanja i utjecaja na gospodarstvo određene zemlje, danas već naziva i hotelska industrija. Ugostiteljski objekt koji je osnovni reprezentant te hotelske industrije je hotel. To je ugostiteljski objekt u kome se pružaju usluge smještaja i ostale usluge na hotelijerski način, što je osnovno poimanje hotela kao objekta u kome se pružaju hotelijerske usluge.

Hotel je okolina čiji je smisao osigurati svojim gostima korisne i efikasne usluge, te ugodan boravak.¹ Prema Pravilniku hotel se definira kao objekt u kojemu se gostima obvezno pružaju usluge smještaja i doručka, a mogu se pružiti i druge ugostiteljske usluge.²

Gosti hotela očekuju ugodne uvjete boravka u svim prostorima: u predvorju, ugostiteljskim dijelovima hotela, trgovačkim prostorima, prostorima za rekreaciju i posebno u smještajnim jedinicama (hotelskim sobama i apartmanima) gdje se ugodnost mora prilagoditi zahtjevima pojedinog gosta. Osoblje hotela, arhitektonska i tehnička oprema, razni servisi, kuhinja i ambijent sobe imaju svoju ulogu u ispunjavanju očekivanja hotelskih gostiju.

¹Galičić, V.: Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012., str. 19.

²Pravilnik o razvrstavanju kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli, čl.6, preuzeto sa: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/090713-pr-hoteli.pdf> (12.01.2015)

U isto vrijeme, cilj je hotela održati kontinuitet i kvalitetu cjelovite usluge uz povećanje dobiti. Obzirom da je želja gosta maksimalna ugodnost uz što povoljniju cijenu, hotelijerstvo si ne može priuštiti povećanje cijena, što znači da se veća dobit mora ostvariti smanjenjem troškova. Ugodnost topline i mirisa, te tehnička i ekonomska ugodnost, osnovni su elementi za uspješno vođenje hotela.³ Menadžment hotela mora osigurati sve te faktore zbog dobrobiti gostiju i profitabilnosti hotela. Konceptija „sve četiri ugodnosti u svim dijelovima hotela“, kao i kombinacija toplinsko-tehničke ugodnosti u samim hotelskim sobama dovela je do pristupa koji naglašava sklad između očekivanja hotelskih gostiju i financijskih mogućnosti hotela.⁴

2.1. Povijesna retrospektiva hotelijerstva u Republici Hrvatskoj

Razvoj hrvatskog hotelijerstva može se promatrati sa više stajališta: razvoj turističke potražnje, oblika strukture kadrova i menadžmenta, arhitekture i urbanizma, društveno političkog uređenja, socioloških odnosa u društvu gospodarskih razvijenosti društva, komunalno-infrastrukturnih razina opremljenosti i prometne povezanosti. Na taj način razvoj hrvatskog hotelijerstva može se sagledati kroz šest povijesnih faza.⁵

Prvom fazom se smatra razdoblje kada počinju masovnija putovanja vlakovima i parobrodima. Najprije se počinje razvijati turistički promet u kontinentalnom području, to jest u mjestima s toplim mineralnim izvorima, koja polako prerastaju u lječilišta, a zatim u kupališta. Potkraj tog stoljeća pojavljuje se interes za zimovanje u primorskim mjestima. Na razvitak turizma uvelike je i utjecao napredak željezničkog prometa i izgradnja željezničke mreže, te medicinska istraživanja i popularizacija ljekovitosti morskog zraka i kupanja u morskoj vodi za ljudsko zdravlje.

Na tome se temelji razvitak turizma u Hrvatskom primorju i Istri.⁶ To je razdoblje od 1844. do 1884. godine. Prvi objekt u našim krajevima bila je „Villa Angiolina“ izgrađena 1844. godine u Opatiji. Izgrađena je riječkom veletrgovcu Higinu Scarparu koji je okolicu objekta hortikulturno uredio po principima uređivanja austro-ugarskih vila. Društvo južnih željeznica

³Galičić, V., op.cit., str. 19.

⁴Ibidem, str. 20.

⁵Bakan, R.: Organizacija i poslovanje ugostiteljskih objekta, nastavni materijal, 2012, preuzeto sa http://www.vsmti.hr/hr/nastava/nastavni-materijali/doc_download/593-opuo-2-razvoj-hrvatskog-hotelijerstva-svjetski-lanci-i-brendovi.html (05.11.2013)

⁶Prijevec B.: Turizam-jučer, danas..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str. 41.

iz Beča 1882.godine kupuje objekt te ga pretvara u hotel- lječilište. Prvi hotel u Hrvatskoj sa 13 soba otvara Higijeničarsko društvo na Hvaru 1863.godine.⁷

Druga faza započinje izgradnjom hotela „Kvarner“ u Opatiji 1884.godine, te se to smatra početnom godinom suvremenog hrvatskog hotelijerstva. Godine 1894. otvara se hotel „Therapia“ u Crikvenici, a 1986.godine hotel „Imperijal“ u Dubrovniku te zatim hoteli na Rabu, Lošinj, Hvaru itd. od svih primorskih mjesta treba posebno izdvojiti Opatiju u kojoj je do Prvog svjetskog rata sagrađeno više od 80% svih smještajnih kapaciteta.⁸ Hoteli po prvi puta uvode suvremenu organizacijsku strukturu (prijamni odjel, odjel hrane i pića, odjel domaćinstva) uvodi se parno grijanje, telefoni, bogato opremljene kupaonice te se po prvi puta javljaju profesije poput recepcionara, hotelskog kuhara, sobarica, vratara i dr. Boravak u hotelu postaje jedan od osnovnih motiva putovanja.⁹

Treća faza predstavlja hotelijerstvo između dva rata koje je pokazivalo tendenciju neprestanog porasta u skladu s jačanjem materijalne osnovice društva i s jačanjem turističke organizacije. Takav konstantni uspon pokazivao je turistički promet sve do 1938.godine kada je dostigao svoju kulminaciju. Nakon rata turistička mjesta nisu se gotova pet godina osposobiti za turistički promet.¹⁰ Bitna je 1925.godina jer je izgrađen hotel „Esplanade“ u Zagrebu, prvi hotel u Hrvatskoj koji je pratio i obilježio trendove u hotelijerstvu 20.stoljeća.

Tabela 1. Broj posjetitelja po vrstama smještajnih kapaciteta 1938.godine u Hrvatskoj

Vrsta smještajnog objekta	Broj posjetitelja	Udio u %
Hoteli	12.624	31,0
Pansioni	6.855	16,8
Domovi	5.601	13,7
Privatne sobe	15.647	38,5
Ukupno	40.727	100,0

Izvor: Barbić, M.: Osnovni ekonomski problemi sezonskog ugostiteljstva, „Zbornik članaka o problemima turističke privrede“, Zagreb, 1955.,str.48, u Pirjevec, B.; Turizam-jučer, danas, sutra,...., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.,str 45

⁷Bakan, R., op.cit., str. 5.

⁸Pirjevec, B., op.cit., str. 42.

⁹Bakan, R., op.cit., str. 8.

¹⁰Pirjevec, B., op.cit., str. 43.

Nakon Drugog svjetskog rata započinje se sa obnovom, te se iz godine u godinu povećavaju se smještajni kapaciteti. Obilježeno je ideološkom crtom turizma „jeftin odmor za radničku klasu“. Započinje masovna izgradnja radničkih odmarališta dok se postojeći hoteli obnavljaju, a vrlo je mala izgradnja novih. To je period masovnijeg zapošljavanja u ugostiteljstvu i turizmu te otvaranja većeg broja srednjih strukovnih škola.¹¹

Vrlo je bitno razdoblje između 1965. i 1975.godine kada je započela izgradnja velikog broja hotelskih objekata, najviše na Jadranu. Turizam je po prvi put proglašen gospodarskom aktivnošću od prioritetnog interesa za zemlju. Mnoga ugostiteljska poduzeća (prvenstveno s hotelskim poslovanjem) prihvatile su samo naizgled povoljne uvjete kreditiranja i pristupila izgradnji velikog broja hotelskih smještajnih objekata. U tom je razdoblju sagrađeno 94.840 novih postelja u osnovni smještenim kapacitetima, odnosno 284.907 komplementarnih kapaciteta svih vrsta, odnosno ukupno nešto manje od 380.000 novih smještajnih kapaciteta. Do 1975.godine sagrađeno je 69% svih osnovnih i preko 72% svih komplementarnih kapaciteta koje je Hrvatska nudila turističkom tržištu 1990.godine.¹² Tu fazu koja je trajala do 1990.godine obilježava otvaranje prema inozemnim tržištima. Bez obzira na kvantitativno vrlo uspješno razdoblje nije bilo zabilježeno kao razdoblje kvalitetne usluge i kvalitetnog upravljanja prostorom. Neki od hotela i hotelskih naselja izgrađeni u tom razdoblju su: hotel „Ambasador“ u Opatiji, hotel „Mirjana“ u Splitu, hotel „Excelsior“ u Dubrovniku te hotelsko naselje „Uvala Scott“ u Kraljevici.

Zadnja odnosno šesta faza hrvatskog hotelijerstva obuhvaća razdoblje od 1991.do danas. Obilježena je materijalnom devastacijom receptivnih kapaciteta, gubitkom emitivnih tržišta, promjenom vlasničke strukture i osipanje stručnih kadrova. Tijekom rata turistički kapaciteti doživljavaju velike devastacije, a u njima borave izbjeglice. Po završetku rata slijedi period adaptacija postojećih hotela dok je vrlo mala izgradnja novih, ali od 1998.godine započinje sve veće investiranje u hotelijerstvo, to je početak ulaska stranog kapitala i stranih hotelskih brandova te se pokušava promijeniti imidž hrvatskog hotelijerstva i ugostiteljstva podizanjem kvalitete.¹³

¹¹Bakan, R., op.cit., str. 15.

¹²Prijevec, B., op.cit., str. 50.

¹³Bakan, R., op.cit., str. 18.

2.2. Analiza hotelskog smještaja u Republici Hrvatskoj od 2011. do 2014.

Razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj razvio se u skladu sa turističkom potražnjom. Zbog toga najviše hotela izgrađeno je uz obalu Jadranskog mora od Istre i Kvarnera sve do Dubravačko-Neretvanske županije. Hotelijerstvo je jedan od osnove turističke ponude u Hrvatskoj i vrlo je bitno ne samo radi zadovoljenja želja i potreba budućih potencijalnih turista nego i vrlo bitno za gospodarski razvoj Hrvatske. Od sveukupne postojeće strukture smještajnih kapaciteta na hotelski smještaj otpada svega 13%.

Hrvatsko hotelijerstvo karakterizira nedostatna razina kvalitete usluga, nepovoljna struktura i niska iskorištenost kapaciteta. Smještajni objekti u Hrvatskoj uglavnom odgovaraju masovnom turizmu, a nedostatna razina kvaliteta usluga rezultat je nepostojanja standarda u projektiranju, izgradnji i opremanju objekata.¹⁴

Hoteli se kategoriziraju u četiri kategorije, a kategorije se označavaju brojem zvjezdica (I. kategorija 5 zvjezdica, IV. kategorija 2 zvjezdice). Hoteli najviših kategorija (pet zvjezdica) imaju najviše standarde i nude najkvalitetnije ugostiteljske proizvode i usluge, te najširi asortiman hotelskih usluga uz najviše cijene. Niže kategorije nude ugostiteljske usluge i proizvode niže kvalitete i užega asortimana uz niže cijene. Ono što hoteli viših i nižih kategorija imaju zajedničko su visoki higijenski standardi, standardi određuju kategoriju hotela, te svaki gost mora pronaći ono što pojedina kategorija hotela podrazumijeva. Kategorije su hotela u svijetu manje-više izjednačene po kvaliteti usluga. U svim je hotelima istog lanca zagarantirana kvaliteta bez obzira na zemlju u kojoj se hotel nalazi.¹⁵

Tabela 2. Broj hotelskih objekata u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2014. godine

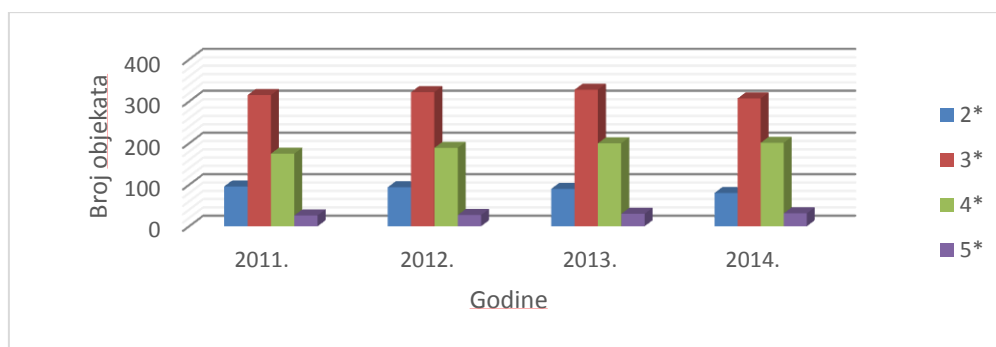
BROJ HOTELSKIH OBJEKATA U RH U RAZDOBLJU OD 2011. – 2014.g.				
Kategorija hotela	2011.	2012.	2013.	2014.
2*	96	94	90	80
3*	315	322	328	307
4*	175	189	200	201
5*	26	27	30	31
Ukupno	612	632	648	619

Izvor: Ministarstvo turizma, www.mint.hr, (16.01.2015)

¹⁴Bunja, Đ.: Turističko ugostiteljstvo, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2006., str. 10.

¹⁵Avelini Holjevac, I.: Kontroling- upravljanje poslovnim rezultatom, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Sveučilište u Rijeci, 2007., str. 72.

Grafikon 1. Broj hotelskih objekata u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2014.



Izvor: Ministarstvo turizma, www.mint.hr, (16.01.2015)

Prema podacima iz tablice 1 vidljivo je da je u Hrvatskoj najviše hotela sa tri zvjezdice, dok su hoteli najviše kategorije odnosno hoteli sa pet zvjezdica najmanje zastupljeni. Broj hotela kategoriziranih sa dvije zvjezdice se smanjio, dok su se hoteli više kategorije povećali. Broj hotela sa 2 zvjezdice u 2011. godini iznosi 96, dok u 2012. godini iznosi 94 što ukazuje na smanjenje broja hotela za 2,08 %. Nadalje u 2013. godini u odnosu na 2012 broj hotela se nastavio smanjivati za 4,26 %, da bi također u 2014.g., odnosu na prethodnu godinu se nastavio smanjivati za 10 objekata ili 11,11 %.

Povećan je broj hotela sa tri zvjezdice u 2012. godini u odnosu na 2011. za 2,22 %. Nastavljen je trend povećanja u 2013. u odnosu na 2012. godinu za 1,86 % i iznosio je 328 hotelskih objekata. Da bi se ipak smanjio prošle godine u odnosu na 2013.g. za 6,40 %. Hoteli sa četiri zvjezdice su pokazali pozitivan trend povećanja i to sa 175 hotela u 2011.g. povećali u 2014.g. na 201 objekata ili za 14.86 %. Također hoteli sa najvišom kategorijom 5 zvjezdica su se u 2014.g. u odnosu na 2011.g. povećali za 19,23 %. Ako promotrimo ukupan zbroj hotela možemo primijetiti da se kontinuirano povećavao kroz prve tri godine promatranog razdoblja, da bi se smanjio za 4,48 % ili 29 hotelskih objekata. Razlog tome su stečajevi s likvidacijom i uvođenje fiskalizacije.

Jedan od razloga povećanja kategoriziranih objekata je takozvana „turistička politika pretvaranja Hrvatske u destinaciju visoke kvalitete.“ Ministarstvo turizma novim dopunama i izmjenama u Pravilniku, odnosno povećanjem kvalitete utječu na broj kategoriziranih objekata. Zbog nemogućnosti prilagodbe novim izmjena dolazi do gašenja određenih hotela.

Nova investicija u Dubrovačke hotele omogućile su podizanje postojećih hotela sa tri na četiri zvjezdice, te izgradnje novih objekata od pet zvjezdica.¹⁶

Na sljedećem tabličnom 3 i grafičnom 2 prikazu možemo vidjeti broj hotela prema županijama u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2013.g. do 2014.g. Po broju hotela prednjači Splitsko-dalmatinska županija gdje je 130 objekata bilo u 2013.g., te se broj objekata smanjio na 124 u 2014.g. ili za 4,62 %. Nakon toga slijedi Primorsko-goranska s 106 hotela u 2013.g. i 2014.g. 104. Istra prati Primorsko goransku županiju sa sto i jednim hotelom u 2013.g., dok u 2014 ih ima 100.

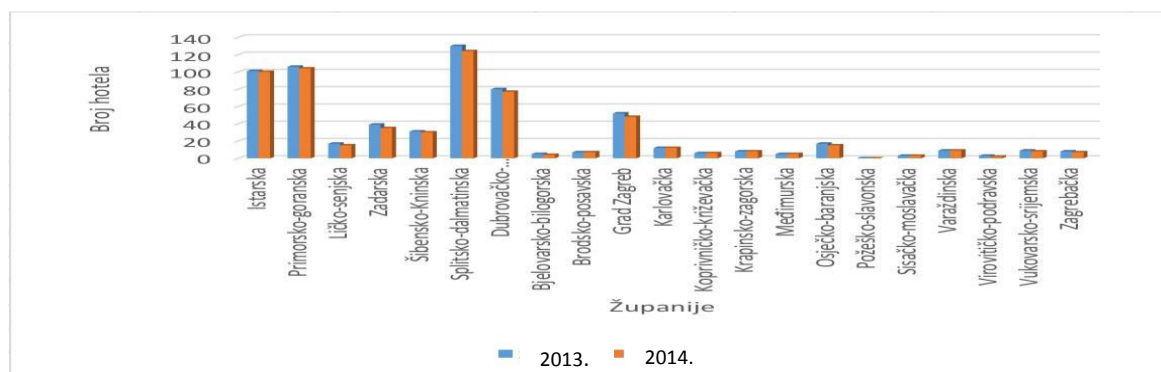
Tabela 3. Distribucija hotela prema županijama u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2013. do 2014.g.

ŽUPANIJE RH	2013.g.	2014.g.
Istarska	101	100
Primorsko-goranska	106	104
Ličko-senjska	17	15
Zadarska	39	35
Šibensko-Kninska	31	30
Splitsko-dalmatinska	130	124
Dubrovačko-neretvanska	80	77
Bjelovarsko-bilogorska	5	4
Brodsko-posavska	7	7
Grad Zagreb	52	48
Karlovačka	12	12
Koprivničko-križevačka	6	6
Krapinsko-zagorska	8	8
Međimurska	5	5
Osječko-baranjska	17	15
Požeško-slavonska	0	0
Sisačko-moslavačka	3	3
Varaždinska	9	9
Virovitičko-podravska	3	2
Vukovarsko-srijemska	9	8
Zagrebačka	8	7
	648	619

Izvor: Izrada autora prema Ministarstvu turizma, www.mint.hr, (16.01.2015)

¹⁶Turistička zajednica grada Dubrovnika, preuzeto sa: http://visit.dubrovnik.hr/mediji_novost.php?id=5553&namjena=66#.VH45rMnwqk8 (01.12.2014)

Grafikon 2. Distribucija hotela prema županijama u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2013 - 2014.g.



Izvor: Izrada autora prema Ministarstvu turizma, www.mint.hr, (16.01.2015)

Zanimljivo je napomenuti da u Istraskoj županiji ima 4 hotela najviše kategorije od 5 zvjezdica, zatim Primorsko goranska županija 6 hotela, te Dubrovačko neretvanska županija 14 hotelskih objekata. Loše je, međutim, što sve županije osim Zadarske koja ima jedan hotel spomenute kategorije i Grad Zagreb 3 objekta, nemaju niti jedan hotel s pet zvjezdica. Neiskorištenost i zanemarenost kontinenta ogleda se i po toj statistici. Nadalje, tek tri županije i Zagreb mogu se pohvaliti da imaju najbolje ocijenjene hotelske objekte.¹⁷

Nažalost, zlatno vrijeme hotelijerskog „booma“ uništila je ekonomska kriza. Posljednje dvije godine sagrađeno je uglavnom samo ono što se davno prije planiralo i započelo, nove investicije gotovo su zamrznute jer hotelijeri čekaju bolja ekonomska vremena.

Hotelijeri su, bili kvalitativni nositelji ovdašnjeg turizma, u svoje su objekte uložili silne milijarde eura, no mnogi, poput recimo turističkih zajednica, nisu ni željeli ni uspijevali pratiti taj ritam. Hotelski kreveti neosporni su nositelji ovdašnje turističke kvalitete, ali nove će hotelske investicije, ponavljamo, pričekati bolja vremena.

Poticanje bržeg gospodarskog rasta temeljenog na integraciji tržišta i institucionalnim reformama, viša stopa zaposlenosti i promicanje održivog razvoja tri su glavna strateška cilja Nacionalnog strateškog referentnog okvira.

¹⁷Ministarstvo turizma, www.mint.hr (16.01.2015)

Sukladno tome, a vodeći istodobno računa o postojećim ograničavajućim činiteljima budućeg turističkog razvoja Republici Hrvatskoj te o globalnim trendovima u turističkoj potražnji, glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti.¹⁸

¹⁸Vlada Republike Hrvatske, Prijedlog strategije razvoja turizma RH do 2020. godine, Zagreb, 2013., str. 31., preuzeto sa:<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (16.01.2015.)

3. HOTELSKI STANDARDI

Primjena standarda u gospodarstvu započela je industrijskom revolucijom i ubrzo našla primjenu u svim granama gospodarstva. Primjena standardizacije doprinijela je snižavanju troškova roba i usluga i povećanje kvalitete, a primjena standarda toliko je raširena da obuhvaća sva područja ljudske djelatnosti. Predmet standardizacije najprije je postala proizvodnja roba i usluga, ali se proširila na razne tehnološke postupke, radnu dokumentaciju, mjere, metode, veličine, pojmove, način pakiranja, način oblačenja, način ponašanja, zahvatila je sve društvene, a ne samo gospodarske događaje. Standardizacijom je moguće odrediti državno i političko uređenje, pa se onda takvi standardi nazivaju demokratski standardi, a o drugim ljudskim aktivnostima javljaju se još pojmovi standarda: pravni, obrazovni standardi, standardi ponašanja, etika, ljudska prava, zdravstveni standardi, itd.¹⁹

Hotelski standardi su usko povezani sa uspješnosti poslovanja jer standardi čine osnovu usporednu veličinu pri ocjenjivanju kadrova, imovine, poslovnog rezultata i uspješnosti poslovanja hotela. Ocjenjivanje se temelji na uspoređivanju stvarnog stanja u hotelu sa propisanim hotelskim standardima. Odstupanja od standarda nisu dopuštena jer znače manju kvalitetu hotelskih usluga u odnosu na željenu kvalitetu te manju racionalnost i uspješnost poslovanja.

Standard ima dva svojstva: on definira, odnosno propisuje kvalitetu, ali je istovremeno i mjerilo postizanja propisane kvalitete. Standard i kvaliteta čine jedinstvo jer nema kvalitete bez standarda s obzirom da je standard pretpostavka za kvalitetu i mjera razine ostvarene kvalitete. Trebaju se shvatiti kao jedinstven proces koji teče kontinuirano. Standard i kvaliteta nisu cilj, oni su put do cilja, a cilj je ostvariti uspješno poslovanje hotela.²⁰

Ciljeve standardizacije razradila je Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) u šest točaka:

- Pojednostavljenje sve većeg broja varijanti i postupaka u životu čovjeka,
- Sporazumijevanje,
- Opća ekonomičnost,

¹⁹Cerović, Z., Pavia, N., i Galičić V.: Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2005., str. 59.

²⁰Avelini Holjevac, I.: Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka, 2007., str. 105.

- Sigurnost zdravlja i sigurnost čovjeka,
- Zaštita interesa potrošača,
- i društva,
- Uklanjanje zapreka u trgovini.²¹

3.1. Pojava standarda u hotelijerstvu

Primjena standarda vezana je za imena velikih hotelijera koji su osnovali hotelsku industriju. Oni su uveli standarde u hotele i postavili temelje kvalitete hotelskih usluga. To su César Ritz, Ellsworth Statler, Conrad N. Hilton, Ralph Hitz, Ernest Henderson, Howard Dearing Johnson, J. Willard Marriot, Kemmons Wilson.²²

César Ritz je u hotele uveo standarde vezane uz čistoću opremanje prostora, inventara, dekoracije, osvjetljenja, komfora, elegancije, kuhinje, visoke discipliniranosti osoblja koja je uvijek na raspolaganju gostima, te je uveo modu izlaska na večeru u restoran.²³

Ellsworth Statler postigao je uspjeh uvođenjem standarda u svoje hotele, čime je nudio boljom kvalitetom usluga po razumnoj cijeni te je njegovo ime postalo sinonim hotela prve klase. Izradio je sustav stalnog evidentiranja i kontrole troškova po jedinici učinka, po izdanoj osobi i ukupnim troškovima. Njegovi su hoteli prvi nudili gostima usluge liječnika i stomatologa. Ellsworth Statler je shvatio važnost hotelskog osoblja: njihova izgleda (uveo je uniforme), ponašanja (uveo je pravilnik ponašanja) i znanja (osnovao je fondaciju za obrazovanje ugostiteljskih stručnjaka i znanstvenika).²⁴

Conrad N. Hilton je prvi međunarodni hotelijer i osnivač hotelskog lanca „Hilton“. Njegova poslovna filozofija bila je „dobiti najviše za najmanje“, a to je ostvario uvođenjem standarda u područje upravljanja hotelom. Razvio je sustav planiranja budžeta, stalne kontrole cijene i troškova, svakodnevno usklađivanje broja zaposlenika s dinamikom posla u svakom odjeljenju hotela, planiranje potrošnje potrebne energije te je prvi u hotelijerstvu uveo industrijske metode planiranja i kontrole. Svaki je njegov hotel imao analitičara zaduženog za analizu rada i koordinaciju sa planom (troškovi, prihodi i financije). U organizaciju

²¹Avelini Holjevac, I.: Kontroling- Upravljanje poslovnim rezultatom, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka, 2002., str. 64.

²²Ibidem, str. 106.

²³Ibidem, str. 107.

²⁴Ibidem, str. 110.

poslovanja hotela uveo je centralnu nabavu za velik broj artikala koje koriste svi hoteli i na taj način smanjio troškove nabave i nabavne cijene. Uveo je i kompjutoriziran centralni sustav rezervacije.²⁵

Ralph Hitz uveo je standarde komuniciranja koje se obvezivali sve osoblje i razvio sustav hotelske reklame. Posebnu pozornost posvećivao je treningu osoblja upućujući ih u druge hotele da vide kako drugi rade. Također je uveo posebni sustav informacija o svakom gostu, standarde kontrole i internog računovodstva te je standardizirao kuhinju. Nije imao svojih hotela, ali su hoteli kojima je on upravljao imali najveći promet.²⁶

Ernest Henderson je osnivač međunarodnog hotelskog lanca „Sheraton“. Kako bi privukao goste, prvi je uveo besplatno korištenje parkirališta za goste. U sobu je uveo upitnike za goste ne bi li se sve njihove reklamacije odmah ispravljale. Uvidio je da je upitnik veoma efikasan instrument upravljanja hotelom i da je temeljem postotaka žalbi lako ocijeniti kvalitetu hotelskog menadžmenta.²⁷

Howard Dearing Johnson je standardizirao način pripreme hrane i kontrole gotovih jela. Uveo je strojeve za pranje posuđa i pripremu kava. Troškove rada sveo je na minimum. Razvio je industriju prehrane i standardizirao prehranu do maksimuma, od pripreme do serviranja. Njegove ime je i ime američkih lanca restorana čiji ih je i osnivač, a nalaze se uz autoceste.²⁸

J. Willard Marriot osnivač je američke Marriot korporacije jedne od najvećih koja se bavi ishranom i proizvodnjom hrane, a čine je hoteli, moteli i restorani. Razvio je sustav organiziran reklame i promocije te je organizirao centralnu pripremu hrane, od skladišta namirnica do gotovih jela i laboratorija za kontrolu.²⁹

Kemmons Wilson je osnivač najvećeg međunarodnog hotelskog lanca HolidayInna. Koristio je građevinske standarde i standarde upravljanja hotela te time uvelike racionalizirao građevinske troškove. Razvio je sustav franšize i centralne rezervacije.³⁰

²⁵Avelini Holjevac, I., op.cit., str. 110.-111.

²⁶Ibidem, str. 111.-112.

²⁷Ibidem, str. 112.

²⁸Ibidem, str. 113.

²⁹Ibidem, str. 113.

³⁰Ibidem, str. 114.

3.2. Područja primjene i vrste hotelskih standarda

Razvijanjem hotelskih standarda u SAD-u dat je velik poticaj razvoju i unapređenju hotelijerstva u cijelom svijetu. Postalo je jasno da bez standarda nema kvalitete usluga i racionalizacije hotelskog poslovanja. Područja primjena standarda određuju vrste standarda, a vrste standarda se mogu podijeliti u slijedeće skupine:

- Standardi u izgradnji hotelskih objekata,
- Standardi opreme i uređaja soba i ostalih prostorija u hotelima,
- Standardi procesa rada u hotelu (nabava, proizvodnja, servis, prodaja),
- Standardi kvalitete ugostiteljskih proizvoda i hotelskih usluga,
- Standardi komuniciranja i poslovne etike,
- Standardi hotelskog informacijskog sustava,
- Kadrovski standardi (standardi rada),
- Standardi hotelske terminologije i simbola,
- Standardi upravljanja hotelom,
- Ekološki standardi,
- Standardi sigurnosti i zaštite zdravlja,
- Ostali standardi.³¹

I nakon uvođenja standarda hotel može i treba zadržati svoju specifičnost i prepoznatljivost, a to čini diversifikacijom hotelske ponude i personalizacijom servisa. Hotel čini kreativnost hotelskog osoblja čija kvaliteta ne smije biti sputana standardima. Naprotiv, standardi omogućavaju pojednostavljenje rada i povećanje brzine u izvršavanju radnih zadataka, ostavljajući tako osoblju više vremena za hotelske goste u zadovoljavanju njihovih potreba i zahtjeva.

Standarde treba stalno mijenjati i prilagođavati potražnji, oni moraju stimulirati razvoj i povećanje uspješnosti hotela.³²

³¹Avelini Holjevac, I., op.cit., str. 114.

³²Ibidem, str. 115.

3.3. Proces standardizacije

Standardi su temelj poslovne uspješnosti hotela i ključ njegova uspjeha. Proces standardizacije je složen, dugotrajan i stalan proces koji zahtjeva timski rad i ima nekoliko osnovnih faza:

- Propisivanje standarda,
- Obrazovanje i trening svih zaposlenika u hotelu,
- Realizacija standarda,
- Permanentna kontrola poštivanja standarda i otklanjanje odstupanja,
- Unapređivanje standarda i permanentno obrazovanje osoblja i menadžera.³³

Svako odstupanje od standarda treba registrirati, utvrditi odstupanja, razloge odstupanja i potrebu eventualne dopune, unapređenje standarda ili treninga osoblja. U realizaciji kontrole standarda menadžerima pomaže analitičar poslovanja i to u fazi propisivanja standarda, analize utvrđenih odstupanja stvarnog stanja u odnosu na standarde i u predlaganju mjera za uklanjanje odstupanja.³⁴

Proces analize odstupanja između stvarnog stanja i određenog standardima menadžeru čini osnovu za projektiranje akcija i mjera kako bi se razlike odstupanja uklonile ili svele na minimum.

Neke od karakteristika današnjeg modernog hotelijerskog poslovanja kao što su: dostupnost informacija na svjetskoj razini, globalna konkurencija, zahtjevni i manje lojalni gosti, kratkoročnost konkurentske tehnološke prednosti, nameću pred menadžment u hotelijerstvu dodatne obveze.³⁵

3.4. Minimalni tehnički uvjeti kao obvezni hotelski standardi

Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli propisuju se minimalne ugostiteljske usluge i uvjeti za vrste i kategorije ugostiteljskih objekata koji čine skupinu Hoteli, vrste, vrste koje se kategoriziraju, kategorije, oznake za vrste i kategorije, način označavanja vrsta i kategorija te način kategorizacije objekata. U objektu iz skupine Hoteli pružaju se usluge: smještaja, prehrane, pića i napitaka. Vrsta objekta određena je ovisno o vrsti ugostiteljskih usluga koje se u objektu moraju

³³Avelini Holjevac, I., op.cit., str. 116.

³⁴Ibidem, str. 117.

³⁵Cerović, Z., Pavina, N., i Galičić V., op.cit., str. 62.

obvezno pružiti, pretežitost i obveznim minimumu ugostiteljskih usluga, načinu usluživanja te drugim uvjetima propisani Pravilnikom (minimum uređenja, opreme, uređaja i drugo). Da bi objekti bili razvrstani u pojedine vrste iz skupine Hoteli mora ispunjavati sljedeće uvjete propisane Pravilnikom: opće uvjete za vrstu i minimalne uvjete.³⁶

Objekt iz skupine Hoteli koji je svrstan pod hotel je funkcionalna cjelina koju, u pravilu čine jedna građevina ili dio građevine sa zasebnim ulazom, horizontalnom i vertikalnom komunikacijom. Hotel mora imati prijamni hol u kojem je recepcija, najmanje pet smještajnih jedinica, ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka (kuhinju i blagovaonicu) te zajednički sanitarni čvor za goste.

Sve vrste objekata iz skupine Hoteli moraju ispunjavati sljedeće uvjete: opće minimalne uvjete, minimalne uvjete za smještajne jedinice, minimalne uvjete za sanitarne čvorove u zajedničkim prostorima u ugostiteljskom objektu, minimalne uvjete za ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka u ugostiteljskom objektu te minimalni uvjeti i prostori za zaposleno osoblje.³⁷

Postojeći objekti iz vrste hotel se kategoriziraju u četiri kategorije, od dvije zvjezdice do pet zvjezdica. Novi objekti kategoriziraju se u tri kategorije, od tri zvjezdice do pet zvjezdica. Objekti se kategoriziraju na temelju propisanih obveznih uvjeta u svezi: uređenja, opreme, uređaja, usluga, održavanja i drugo. Objekti u kojima se posluje ljeti unutar razdoblja od 1. svibnja do 31. listopada ne moraju zadovoljiti određene uvjete propisane Pravilnikom. Ako tijekom poslovanja objekt prestane ispunjavati propisane uvjete kategorije koju ima, ugostitelj je dužan podnijeti zahtjev za novu kategorizaciju bez odlaganja. Ako ugostitelj ne podnese zahtjev, smatrat će se da su prestali uvjeti utvrđeni rješenjem o kategorizaciji objekta. Ako se kategoriziranom objektu činjenično stanje promjeni tako da objekt ispunjava uvjete za višu kategoriju, ugostitelj, neovisno o bilo kakvom roku može podnijeti zahtjev za kategorizaciju objekta u višu kategoriju. U skladu sa zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti, objekti iz skupine Hoteli u ovom slučaju hotel kategorizira se ponovo svake tri godine. Postupak ponovne kategorizacije, sukladno Zakonu, po službenoj dužnosti provodi Ministarstvo. Ako u postupku ponovne kategorizacije Ministarstvo utvrdi da objekt ne ispunjava uvjete za kategoriju koja mu je utvrđena prethodnim rješenjem, rješenjem u tom postupku odlučit će o

³⁶Pravilnik o razvrstavanju kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli, preuzeto sa: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.html (12.02.2015.)

³⁷ Ibidem, (12.02.2015.)

kategoriji objekta sukladno utvrđeno činjeničnom stanju u objektu. U postupku ponovne kategorizacije, činjenično stanje utvrdit će se vodeći računa o propisima koji su bili na snazi u vrijeme donošenja prethodnog rješenja. Slijedom toga, svi elementi utvrđeni po ranije važećem propisu, koje po prirodi stvari nije moguće izmijeniti, odnosno uskladiti s propisom koji se primjenjuje u vrijeme provedbe ponovne kategorizacije, smatrat će se dostatnim prema zatečenom stanju. Ova odredba će se primijeniti uz uvjet da u objektu nije došlo do promjena koje bi uzrokovale pad kategorije i primjenom ranije važećeg propisa.³⁸

³⁸ Ibidem, (12.02.2015.)

4. POSEBNO STANDARDIZIRANI HOTELI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Uvođenjem posebnih standarda učinjen je pomak u stvaranju kvalitete i tržišne prepoznatljivosti hotela u Hrvatskoj. Oni svojim identitetom trebaju unaprijed uputiti potencijalne goste u dominantan sadržaj hotelskog proizvoda.

U Hrvatskoj standardizacija hotela određena je Pravilnikom o razvrstavanju kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli. Razvrstanim i kategoriziranim objektima koje imaju dodatne sadržaje uređenje, opremu i uređaje te pružaju dodatne usluge prilagođene posebnim zahtjevima potrošača mogu se utvrditi posebni standardi. Vrste posebnih standarda su:

- Business (poslovni),
- Meetings (za sastanke),
- Congress (kongresni),
- Club (klub),
- Casino (kasino),
- Holiday resort (odmorišni),
- Coastline holiday resort (priobalni odmorišni),
- Family (za obitelj),
- Small and friendly (mali prijateljski),
- Senior citizens (za starije osobe),
- Health and fitness (zdravlje i fitness),
- Spa (toplice),
- Wellness,
- Diving club (ronilački klub),
- Motel (motel),
- Ski (ski),
- Za osobe sa invaliditetom.³⁹

Posebni standardi hotelu utvrđuju se na zahtjev ugostitelja. Jednom hotelu dozvoljeno je utvrditi najviše četiri vrste posebnih standarda. Hotel mora ispunjavati uvjete propisane Pravilnikom za svaku vrstu posebnog standarda koja mu se utvrđuje, osim u obveznim

³⁹Pravilnik o razvrstavanju kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli, čl.64 <http://www.mint.hr/UserDocsImages/090713-pr-hoteli.pdf> (01.12.2014.)

uvjetima koji su istovjetni za više posebnih standarda. Ako se ispune zakonom propisani uvjeti, posebni standard može se promijeniti na zahtjev ugostiteljstva, te u postupku ponovnog utvrđivanja, koji svake tri godine po službenoj dužnosti provodi Ministarstvo.⁴⁰

Svaki posebni standard označuje se odgovarajućom standardiziranom pločicom sa nazivom posebnog standarda na engleskom jeziku i odgovarajućom grafikom. Posebna kvaliteta utvrđuje se hotelu koji pruža više sadržaja, uređaja, opreme i usluga od propisanih za određenu kategoriju te koji se posebno ističe razinom usluga i kvalitetom posluživanja. Posebna kvaliteta hotela označava se oznakom Q koja se dodaje na standardiziranu ploču kojom se označava kategorija hotela.⁴¹ Pravilnik za dodjelu oznake kvalitete ugostiteljskog objekta – vrste hotel ili Q Pravilnik Ministarstva turizma dodjeljuje Q (quality) oznaku hrvatskim hotelima koji sustavno ulažu i upravljaju kvalitetom želeći biti bolji od prosjeka. Ta oznaka označava kvalitetu bitnu za konkurentnost hrvatskog turizma te je to ujedno i dodatak i tržišno pojačanje postojećoj kategorizaciji hotela, koja prema postojećem Pravilniku propisuje samo minimalne tehničke uvjete za određenu kategoriju, ali i ne detalje ponude i usluge što u nekim hotelima znatno odskače od kategorije koju imaju. Traženje oznake Q nije obveza, a onaj tko ju dobije morat će potvrđivati svake tri godine.⁴²

4.1. Pojmovno određivanje i obilježja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj

Hoteli za obitelj prvenstveno moraju zadovoljiti minimalne uvjete za ugostiteljske objekte iz skupine hoteli propisani Pravilnikom. Oni se sastoje od općih minimalnih uvjeta, minimalnih uvjeta za smještajne jedinice, minimalnih uvjeta za sanitarne čvorove u zajedničkim prostorima u ugostiteljskom objektu, minimalnih uvjeta za ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka u ugostiteljskom objektu te minimalnih uvjeta i prostora za zaposleno osoblje.

Nakon što su zadovoljili minimalni uvjeti za ugostiteljske objekte iz skupine hotela, razvrstani su u određenu skupinu objekta za smještaj te su kategorizirani. Razvrstanim i kategoriziranim

⁴⁰Pravilnik o razvrstavanju kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli, čl.65 <http://www.mint.hr/UserDocsImages/090713-pr-hoteli.pdf>(29.11.2014)

⁴¹Ružić, D.: Marketing u turističkom ugostiteljstvu, Sveučilište J.J.Strossmayer u Osijeku, Osijek, 2007., str. 30.

⁴²Lider press: <http://liderpress.hr/biznis-i-politika/hrvatska/--q-pravilnik-za-oznaku-kvalitete-hotela-/> (29.11.2014.)

objektima koji imaju dodatne sadržaje, uređenje, opremu te pružaju dodatne usluge prilagođene posebnim zahtjevima potrošača mogu se utvrditi posebni standardi. Hotel za obitelj sa svojim dodatnim sadržajem, uređenjem, opremom i pružanjem dodatnih usluga prilagođene obitelji s djecom dobiva posebni standard.⁴³ Hoteli za obitelj pripadaju ugostiteljskim smještajnim objektima iz skupine hotela. Poseban naglasak stavljaju na zadovoljenje potreba obitelji s djecom. Kako se u Hrvatskoj turizam odvija većinom na obali Jadranskog mora, veći udio hotelskog smještaja je na obali. Jadran je postao sinonim za obiteljski odmor, te se svi hoteli za obitelj u Republici Hrvatskoj koji su standardizirani kao takvi ili su većim djelom svog poslovanja orijentirani na djecu smješteni na Jadranskoj obali. Hotel Vespera na Malom Lošinju prvi se pozicionirao kao hotel za obitelj na Jadranu. Prepoznatljivi hoteli za obitelj u Republici Hrvatskoj su hotel Vespera u Malom Lošinju te Falkensteiner Family hotel Diadora u Zadru.

Među ostalim hotelima koji su standardizirani kao hoteli za obitelj ili su orijentirani na obitelj su: hotel Sol Garden u Umagu hotel Plaza Histria u Puli, hotel Neptun u Tučepima, hotel Laguna u Poreču, hotel Corinthia na Krku te prvi dječji tematski hotel Andrija u Šibeniku. Istraživanjem i analizom navedenih hotela izrađena je SWOT analiza kojom će se prikazati prednosti, nedostaci, prilike i prijetnje hotela za obitelj u Hrvatskoj.

Grafikon 3. SWOT analiza hotela za obitelj u Hrvatskoj

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prepoznatljivost standarda hotel za obitelj u Republici Hrvatskoj ✓ Zapošljavanje raznih profila radnika ✓ Lojalnost gostiju ✓ Edukacija i usavršavanje vlastitog osoblja ✓ Bogati dodatni sadržaji poput kluba za mlade 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Viši cjenovni razred usluga ✓ Loša promocija na društvenim mrežama ✓ Visoki troškovi održavanja infrastrukture ✓ Udaljenost od grada
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ulazak u Europsku Uniju pruža 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cjenovna osjetljivost potražnje

⁴³Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka, preuzeto sa:http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.html (11.12.2014.)

<p>✓ mogućnost privlačenja investicijskih sredstava</p> <p>✓ Stimuliranje razvoja hotela za obitelj na makroekonomskom planu</p> <p>✓ Prepoznata važnost hotela za obitelj od strane nadležnih tijela</p> <p>✓ Udruživanje hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj</p>	<p>✓ Loša dodatna turistička ponuda u turističkim mjestima poput manifestacija za popunjenost hotela i povećanje popunjenosti predsezone i posezone u Hrvatskoj</p> <p>✓ Izražena sezonalnost potražnje</p> <p>✓ Prostorna distribucija hotela za obitelj orijentirana na priobalje</p>
--	---

Izvor: Obrada autora

Jedna od ključnih prednosti hotela za obitelj je prepoznatljivost standarda hotel za obitelj među onim potrošačima kojima je taj čimbenik ključan prilikom izbora smještajnog objekta ali i same destinacije. Radnici u takvim hotelima dobivaju dodatnu edukaciju i usavršavanje što im omogućuje napredovanje unutar te struke. Potrošačima kojima je standard hotel za obitelj ključan postaju lojalni gosti, a takvi hoteli svojim poslovanjem stvaraju pozitivan imidž.

Hoteli za obitelj nude bogati spektar dodatnih sadržaja poput kluba za mlade i wellness-a za djecu s vrlo širokom ponudom i sadržajem ne bi li svi bez obzira na dob pronašli što žele. Dodatni sadržaji hotela za obitelj jedan su od ključnih stvaranja konkurentnosti na tržištu ali različiti oblici krivog poslovanja mogu stvoriti krivi učinak. S obzirom da ulaganje u dodatni sadržaj vuče i visoke troškove održavanja infrastrukture, ključna je dobra promocija pogotovo na društvenim mrežama, koja danas postaje sve prisutnija i samom gostu je vrlo bitna ne bi li se odlučio za tu vrstu smještajnog objekta.

Nažalost jedan od najvećih nedostataka hotela za obitelj u Hrvatskoj je loša promocija na društvenim mrežama te bi zapošljavanjem marketinškog stručnjaka na tom području uvelike utjecalo na bolje poslovanje hotela. Ulaganje u takav marketing i promociju dodatnih sadržaja pozitivno bi se utjecalo na sve potencijalne goste kojima je blizina grada ključna za izbor smještajnog objekta, s obzirom da su većina hotela za obitelj smješteni izvan grada. Ulaganjem u hotele za obitelj ne bi se promovirali samo hoteli, nego bi to pozitivno utjecalo na turističku ponudu i potražnju Hrvatske.

Hrvatska je 2013. godine ušla u Europsku uniju i tako stvorila mogućnosti za privlačenje investicijski sredstava neovisno o lošoj ekonomskoj situaciji u Hrvatskoj. Također je jedna od prilika za poboljšanje hotela za obitelj u Hrvatskoj mogućnost stimuliranja razvoja hotela

za obitelj na makroekonomskom planu. Na razvoj hotela za obitelj utjecalo bi prepoznavanje važnosti takvih hotela i od strane nadležnih tijela što do sada nije bio slučaj.

Najveću prijetnju stvara vrlo izražena sezonalnost potražnje na koju se vrlo malo može utjecati iz razloga što obitelji s djecom ovise o školskim praznicima. To se može riješiti sa intenzivnom promocijom tijekom cijele godine ne bi li ljetna sezona bila što uspješnije. U samoj toj rečenici iščitava se još jedan problem koji se odnosi na hotele za obitelj u Hrvatskoj. Prostorna distribucija hotela za obitelj odvija se u priobalju zemlje što isključuje razvoj takvih hotela u kontinentalnom dijelu zemlje i samim time nemogućnost stvaranja zimske sezone. To također dovodi do odlaska potencijalnih gostiju na emitivna tržišta te tako negativno utječu na razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj.

Još jedna prilika za razvoj hotela je udruživanje hotela za obitelj, kojom bi se stvorila baza podataka sa dostupnim informacijama o hotelima te bi se tako izgubila nejasnoća između termina obiteljski hoteli i hoteli za obitelj. Iskorištavanjem prednosti i prilika za razvijanje standarda hotel za obitelj u Hrvatskoj mogli bi se prevladati nedostaci i prijetnje.

4.2. Posebni standardi hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj

Prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli uvjeti za posebni standard za obitelj engl. (Family) sačinjavaju obvezni opći elementi, te obvezni elementi za opreme i usluge smještajne jedinice.

Opći obvezni elementi su slijedeći: dnevni rekreativni odmor za djecu, večernji rekreativni program za odrasle, bazen sa sanitarijama u skladu sa općim odredbama Pravilnika, bazen za djecu, prostorije za igranje za bebe i djecu: s najmanje 5 društvenih igara i sa 20 igračaka, igralište ili prostor na otvorenom za igranje djece i beba, usluge čuvanja djece 24 sata dnevno, animatori za bebu i djecu, pružanje usluga prehrane, ponude i menua za djecu, visoke dječje stolice za blagovaonicu te usluživanje u smještajne jedinice 12 sati dnevno.

Obvezni elementi za opremu i usluge smještajne jedinice su slijedeći: najmanje 10 % od ukupnog broja smještajnih jedinica mora imati mogućnost da se međusobno povežu (sobe sa komunikacijom), te dječji krevetići ili krevet se moraju nalaziti u najmanje 25% od ukupnog broja smještajnih jedinica. Obvezni elementi imaju poseban naglasak na djecu i bebe, te da omogućće što bezbrižniji boravak roditelja i odraslih u hotelima za obitelj.

Istovjetni obvezni elementi koji su ispunjeni pri kategorizaciji hotela smatraju se ispunjenima i po obvezi posebnog standarda. Grafička rješenja standardiziranih ploča za označavanje posebnih standarda za vrstu »Hotel« jedinstveno su dizajnirana. Na metalnoj ploči (podlozi) srebrnometalne boje ispisan je naziv posebnog standarda na engleskom jeziku, u tamnoplavoj boji i ilustracija posebnosti usluge, u pastelnim bojama. Dimenzije standardizirane ploče su: 20 x 20 cm (kvadrat s polukružnim kutevima). Odabir proizvođača standardiziranih ploča u nadležnosti je Ministarstva. Standardiziranu ploču ugostitelj direktno naručuje od proizvođača, te snosi troškove izrade i dostave standardizirane ploče.⁴⁴

⁴⁴Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka:http://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.htm (29.11.2014)

5. HOTELI FALKENSTEINER MICHAELER TOURISAM GROUP

Falkensteiner Michaeler Tourism Group osnovali su Maria i Josef Falkensteiner kao mali obiteljski hotel sa sedam kreveta u gradu Ehrenburg 1957.godine. Već tada su imali viziju vođenja velikog i uspješnog hotela, te su prihvaćali nove tehnologije i standarde. Nakon jedanaest godina otvaraju drugi hotel, Falkensteiner hotel Lido Ehrenburgerhof koji je bio prvi hotel u pokrajini Južni Tirol sa kupaonskim sanitarijama unutar sobe.

Nakon smrti osnivača posao su preuzela njihova djeca, Erich i Andreas koji su počeli širiti posao u inozemstvo nakon što su kupili hotel u Beču i veliko odmaralište u Carinthiji. Kompanija je počela širiti svoje aktivnosti i na ostala područja turizma. Osnivanje današnje grupacije započelo je osnivanjem turističke savjetodavne organizacije Michaeler & Partner i partnerstvom sa tvrtkom GES.

Godine 2001. tvrtka se počinje širiti u istočnu Europu, otvarajući prvo hotele u Hrvatskoj, te potom u Češkoj, Slovačkoj i Srbiji. Daljnji razvoj tvrtke doveo je do stvaranja nove korporacijske strukture ne bi li se svi poslovni čimbenici sveli pod jednim sjedištem. To je dovelo do stvaranja Falkensteiner Michaeler Tourism Group (FMGT) sa sjedištem u Beču koje danas ima preko 1750 zaposlenika iz 31 države.⁴⁵

Hoteli Falkensteiner su skupina hotela u obiteljskom vlasništvu i obuhvaćaju 29 hotela za obitelj, wellness hotela i gradskih hotela u Južnom Tirolu, Austriji, Hrvatskoj, Češkoj, Slovačkoj i Srbiji. Hoteli za obitelj nalaze se u Južnom Tirolu, Austriji, Hrvatskoj i Srbiji.

U svojoj ponudi imaju opremu za bebe i djecu, profesionalne animatore i brojne aktivnosti za slobodno vrijeme. Wellness hoteli nalaze se u Austriji, Hrvatskoj, Češkoj i Južnom Tirolu, te nude odmor i opuštanje uz wellness koncept Acquapura SPA koji nudi posebne tretmane, životopisnu arhitekturu i osvježavajuću kuhinju alpsko jadranskog podneblja. Gradski hoteli smješteni su u Beču, Pragu, Palermu, Bratislavi i Beogradu, a nude smještaj u centru grada, opremljeni su za kongrese, seminare i doručak.⁴⁶

⁴⁵Službena stranica Falkensteiner Michaeler Tourism Group: <http://www.fmtg.com/en/company-history/> (21.11.2014.)

⁴⁶Službena stranica Falkensteiner Hotels & Residences: <http://www.falkensteiner.com/hr> (21.11.2014.)

5.1. Obilježja Family hotela Diadora u Zadru

Family hotel Diadora smješten je u odredištu Punta Skala. Hotel ima četiri zvjezdice. Otvorenje hotela bilo je 2009.godine, dok je cijeli projekt izgradnje Falkensteiner Punta Skala Resorta trajao osam godina pod vodstvom austrijske tvrtke FMTG koja je uložila u projekt ukupno 160 milijuna eura. Osim hotela Diadore, godinu poslije otvoren je u sklopu Punte Skale, Falkensteiner Hotel&Spa, prvi hotel sa pet zvjezdica u Zadarskoj županiji. Posebnost ovoga Resorta je to što je izgrađen na principima održivosti gdje gosti imaju potpuno energetske neovisan sustav u opskrbi vodom, toplinom i hlađenjem.⁴⁷

Hotel za obitelj Diadora opremljen je sa 250 obiteljskih soba i apartmana, od toga: 223 obiteljske sobe (33-37 m²), 24 obiteljska apartmana (43 m²), te 3 obiteljska apartmana superior (47 m²). Svaka soba sadrži slijedeću opremu: kada, tuš, WC, sušilo za kosu, telefon, satelitska TV, video na zahtjev, radio, W Lan priključak na Internet, sef, pisaći stroj, prostor za sjedenje, individualno kontrolirano klimatizacijskih uređaj/grijanje, lođa. Sve sobe imaju odvojeni dječji prostor za spavanje sa dva kreveta u L razmještau ili krevet na kat u apartmanima.

Hotel ima na raspolaganju veliki izbor restorana i barova koji nude bogatu kulinarsku ponudu. Restoran „Hedonia“ jedini je uključen u ponudu punog pansiona, a u sklopu restorana nalazi se i dječji restoran s buffet linijom. Ostali ugostiteljski objekti hotela i resorta su a la carte i dodatno se naplaćuju. To su: bar na bazenu „Oaza“, „Bracera“ beach bar i restoran, konoba Planika, „Baracuda“ na plaži.

U sklopu hotela nalazi se wellness centar sa AcquapuraSpa koji se prostire na 2000 m², a nudi: tri vanjska bazena sa toboganom, jedan unutarnji bazen koji je povezan sa vanjskim bazenom, finsku saunu, parnu kupelj, prostore za opuštanje (tamna soba sa vodenim krevetima, wellness vrt, zona za opuštanje), fitness studio s kardio spravama, wellness i kozmetički tretmani. Hotel nudi i program sportova i aktivnosti na višenamjenskom sportskom igralištu poput odbojke, košarke, boće, mali teren za nogomet, dječje igralište na otvorenom, igralište za odbojku na plaži, iznajmljivanje bicikla, centar vodenih sportova, izleti i ekskurzije.⁴⁸ Dobitnik je nagrade HolidayCheckAward 2014 u kategoriji „Obitelj“, te

⁴⁷Poslovni savjetnik: <http://www.poslovni-savjetnik.com/hrvatska/jadran-kao-destinacija-za-zimski-turizam-u-punta-skalu-ulozeno-160-milijuna-eura> (21.11.2014.)

⁴⁸Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora#site> (21.11.2014.)

je jedini iz Hrvatske dobitnik u toj kategoriji. Također je dobitnik nagrade HolidayCheckAward 2013 u kategoriji „Odmor na plaži“, čime se svrstao među 99 najomiljenijih hotela diljem svijeta. Nagrađen je i certifikatom Excellence 2014 od strane TripAdvisor-a, koji nagrađuje isključivo hotele sa izvrsnim ocjenama posjetitelja.⁴⁹

5.2. Posebni standardi hotela za obitelj Family hotel Diadora u Zadru

Family hotel Diadora u Zadru je hotel koji je posebno orijentiran na obitelji s djecom. Prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli dobio je posebnu standardizaciju hotela za obitelj.

Tabela 4. Posebni standardi hotela za obitelj Family hotel Diadora

8. POSEBNI STANDARD: FAMILY (ZA OBITELJ)		
OBVEZNI ELEMENTI		
Opći:	Ima	Nema
1. Dnevni rekreativni programi za djecu	x	
2. Večernji rekreativni programi za odrasle	x	
3. Bazen, sa sanitarijama u skladu s općim odredbama ovog Pravilnika	x	
4. Bazen za djecu	x	
5. Prostorija za igranje za bebe i djecu: s najmanje 5 društvenih igara i 20 igračaka	x	
6. Igralište/prostor na otvorenom, za igranje za bebe i djecu	x	
7. Usluga čuvanja djece: 24 sata dnevno = uz prethodan upit, i uz doplatu	x	
8. Animatori za bebe i djecu	x	
9. Pružanje usluga prehrane, ponuda i menu-a za djecu	x	
10. Visoke dječje stolice u blagovaonici	x	
11. Usluživanje u smještajnu jedinicu: 12 sati dnevno = Roomservice , uz doplatu		X
Oprema i usluge smještajne jedinice:	x	
12. Najmanje 10 % ukupnog broja smještajnih jedinica s mogućnošću da se međusobno povežu	x	
13. Dječji krevetić ili krevet: u najmanje 25 % od ukupnog broja smještajnih	x	

⁴⁹Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora/guest-reviews#site> (21.11.2014.)

jedinica		
----------	--	--

Izvor: Ministarstvo turizma, mora, prometa i razvitka, hotel Diadora u Zadru

Family hotel Diadora posjeduje sve obvezne elemente koji su uvjet za standardizaciju osim elementa usluživanja u smještajnoj jedinici 12 sati dnevno.

Umjesto te usluge hotel ima na raspolaganju kao standardnu uslugu all inclusive light uslugu, odnosno doručak, ručak i večeru sa uključenim pićima uz obroke. Uz to postoje i posebne jedinice za posluživanje brzih zalogaja.

Radi održavanja standarda hotela Diadora osmišljen je poseban dječji svijet zabave na otvorenom i zatvorenom nazvan Falky-Land, čija ponuda sadrži:

- Dječji vrtić i kutak za bebe,
- Dječji vodeni svijet Falkytasia s unutarnjim bazenom i igrama u vodi, plitkim bazenom za bebe, igluom i dječjom parnom kupelji,
- Vanjsko područje bazena s velikim vodenim toboganom, plitki bazen s Falky gusarskim brodom,
- Falky trgovina s falky artiklima i HIPP dječjim proizvodima,
- Usluga čuvanja djece (od 3 godine starosti nadalje),
- Animacijski program za djecu od 3 do 6 godina,
- Animacijski program za djecu od 7 do 12 godina,
- Animacijski program za tinejdžere,
- Oprema za bebe (ovisi o raspoloživosti),
- Babysitting na upit i uz dodatnu nadoplatu,
- Falky farma s mini zološkim vrtom s domaćim životinjama, povrtnjakom, poni jahanjem i falky kućicom,
- Family World: softplay igraonica, prostorija za gledanje TV-a, mini disko i dječja igraonica „Las Vegas“ TeensLonge, Sony PS3 game corner,
- Family game kutak s mini kazalištem, cjelodnevna animacija za roditelje i djecu (3-6 godina, 7-12 godina, 12+, odrasli).⁵⁰

⁵⁰Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora/obitelj-i-djeca#site> (21.11.2014.)

Posebno je razrađena ponuda za bebe koju čini babystation otvoren 24 sata dnevno s mogućnošću zagrijavanja mlijeka i dječje hrane. Iza glavne recepcije nalazi se posebni kutak za mame i bebe sa HIPP mliječnim formulama, čajevima i mogućnošću kupnje različitih Falky i HIPP proizvoda na recepciji.

Organiziran je tečaj plivanja za bebe od 4 mjeseca starosti. Tečaj se provodi po certificiranom programu Falky Swimm Academy. Ostale usluge uključene za vrijeme boravka s bebom su: prikladna obiteljska soba za smještaj roditelja s djecom i bebama, babyphone, kuhalo za vodu u sobi, podloga za previjanje bebe, kadica za bebu, dječji krevetić i ograda za dječji krevet, dječji nastavak za WC dasku, njhalica za bebu, kahlica i pomoćna stepenica, visoke stolice za djecu u restoranu, dječja kolica, čuvanje djece i animacije za djecu od treće godine starosti.

Za djecu od 3 godine i više organiziran je zabavni program pod nazivom Falkyland. Unutar njega posebno je organiziran raznovrstan animacijski program za sve dobne skupine djece. Posebno je razrađen igra i zabava za djecu od 3 do 6 godina gdje su u prvom planu animacije poput radionica, crtanja, čitanja bajki, dječje igre, lutkarsko kazalište, gradnja dvoraca od pijeska, igre uvodi te dječji disko. Za stariju djecu, odnosno djecu od 7 do 12 godina osmišljen je animacijski program s naglaskom na avanturistički doživljaj koji u ponudi sadrži mogućnost jedinstvenih igara na dječjem igralištu, u bazenu s velikim toboganom, dječje Olimpijade i traženje blaga.

Djeci su na raspolaganju animatori koji odlaze sa njima na izlete u blizini odmaralište. Za tinejdžere su u prvom planu akcija, sport i zabava te je hotel osmislio animacijski program koji se sastoji od plesa, moderne vrste sportova, playstation duela, te vaterpolo turnira.⁵¹

Falky farma smještena je u blizini hotela, a sadrži mini zoološki vrt s domaćim životinjama, jahanje na poniju, mediteranski vrt i Falky kućicu. U mediteranskom vrtu je edukativna radionica gdje djeca zajedno s animatorima imaju priliku učiti o začinskom bilju i povrću koji se mogu upotrijebiti u kuhinji te pomoći pri sadnji, njezi i berbi mediteranskog začinskog bilja poput bosilja i ružmarina i povrća poput mrkve i rajčica.

Falky akademija plivanja su besplatni tečajevi plivanja za goste hotela. Tečaj se provodi po posebnom programu uz stručno vodstvo voditelja plivanja pomoću tristupanjske metode

⁵¹Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora/obitelj-i-djeca/sve-za-bebe#site> (21.11.2014.)

plivanja koje su razvijene posebno za djecu. U programima za djecu koriste se posebni plivački obruči tzv. „Swimtraineri“. Programi plivanja za bebe i djecu su:

- Program „Plivanje beba“ od 4 mjeseca do 1.5 godine starosti,
- Program „Plivanje mališana“ od 1.5 godine do 3.5 godine starosti,
- Program „Mala škola plivanja“ za djecu stariju od 3.5 godine,
- Program „Lijepog plivanja“ za djecu stariju od 5 godina,
- Program „Halliwick koncept“ – poseban set vježbi za svu djecu koja imaju preporuku pedijatra ili fizijatra za vježbanje.

Sport i rekreacija na bazenu su dio Falky akademije gdje su licencirani voditelji zajedno s animacijskim timom osmislili programe u bazenu pod nazivom „Veseli sat na bazenu“ koji uključuje tjedni turnir u aktualnom vodenom sportu (vaterpolo, odbojka, graničar) i program „Obiteljske sportske igre“ koji uključuje male obiteljske olimpijade s poligonima i štafetnim igrama za djecu i roditelje. Za roditelje su posebno osmišljeni sljedeći programi: „Aquaerobic“, program „Korektivnih vježbi u vodi“ i program „Usavršavanja plivačkih tehnika“.⁵²

Još neke od posebnosti ponude Family hotela Diadora su Falkyev check in za djecu koji se sastoji od Falkiyevog paketa dobrodošlice. Unutar paketa je Falkyev balon, Falkyeva bojanka, gumeni medvjedići, patkica za kadu, posebna vrpca sa dječjom Falky ključ - karticom za sobu.

U glavnom restoranu nalazi se takozvani buffect kutak zdrave hrane sa svježim voćem i povrćem i velikim izborom muslija za doručak. U cijelom hotelu, uključujući sobe i zajedničke prostorije postoji mogućnost besplatnog surfanja internetom.

Moguće je organizirati proslave dječjih rođendana koji uključuju različite rođendanske pakete pod nazivom „Dječji wellness“, „Gusarska zabava“, te „Princeze i vile“. Svi paketi uključuju rođendansku tortu, pozivnice, grickalice te razne tematske rođendanske igre. Za odrasle osmišljena je masaža na otvorenom u hladu ili izravno na plaži.⁵³

⁵²Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora/obitelj-i-djeca/falky-akademija-plivanja#site> (21.11.2014.)

⁵³Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora/obitelj-i-djeca/novosti-za-obitelji#site> (21.11.2014.)

6. OBILJEŽJA HOTELA ZA OBITELJ CLUB FAMILY HOTEL EXECUTIVE U ITALIJI

Navedeni primjer hotel Executive koji će se obrazložiti u daljnjem tekstu izabran je upravo zbog blizine emitivnog tržišta te sličnosti koje ima s hotelom Diadora u Zadru koji je zadovoljio skoro sve posebne standarde u hrvatskom hotelijerstvu.

Club Family hotel Executive smješten je u gradiću Cesenatico na obali Jadranskog mora u Italiji. Hotel ima četiri zvjezdice. Hotel je opremljen sa 136 soba. Sobe se dijele na Holiday, Family i Economy. Svaka soba je opremljena sa klima uređajem, balkonom, minibarom, telefonom, satelitska TV, kada, tuš i sušilo za kosu.

Economy sobe su smještene na polukatu hotela i dostupne su u obliku dvokrevetnih soba sa mogućnosti dodatka krevetića, dvokrevetna soba sa dodatkom pomoćnog ležaja za osobu do 1.60m, te u obliku jednokrevetnih soba. Family sobe su sobe sa dvostrukim bračnim krevetima sa jednom kupaonicom i dva balkona. Sobe su prilagođene potrebama obitelji sa malom djecom. Svaka soba za obitelj je opremljena sa zaštitnim pregradama za krevet i krevetić, dječjim noćnim lampama, sigurnosnim priključcima za utičnice, dječje kade, stol za previjanje, kahlicom te umetcima za WC školjku.⁵⁴

Restoran hotela nalazi se u dva različita ambijenta. Jedan dio sjedećeg djela restorana se nalazi unutar hotela, a drugi dio restorana se nalazi u vrtu hotela s pogledom na bazen. Oba djela restorana nude usluge švedskog stola i pripremu hrane pred očima gostiju.

Pod uslugom restorana i barova hotel ima na raspolaganju takozvanu uslugu „All-inclusive open bar“. Pod tom uslugom spada ponuda hrane koja se priprema pred gostima kako bi bili sigurni da je hrana svježe pripremljena. Također postoji usluga švedskog stola sa toplim i hladnim predjelima te prilozima i svježim voćem. Gurmanski kutak nudi uslugu slastica pripremljenih ispred očiju gostiju, te tjednu ponudu gurmanskih jela inspiriranih lokalnom tradicijom. Poseban naglasak je na djecu koja imaju na izbor dječji meni za ručak i večeru i popodnevni međuobrok.

U restoranima se priprema raznovrsna hrana namijenjena isključivo djeci sa mogućnosti sudjelovanja roditelja u samoj pripremi s dodatkom namirnica po želji. Za majke s dojenčadi

⁵⁴Službena stranica hotela Executive: <http://www.clubfamilyhotel.com/en/Holiday> (21.11.2014.)

postoji poseban kutak u restoranima za dojenje i pripremu mlijeka 24 sata dnevno. Svaki restoran ima visoke stolice za djecu, te posebno prilagođeno suđe i pribor za jelo. Za vrijeme ručka i večere u hotelu nudi se usluga dječjeg kluba gdje se djeca mogu zabavljati s animatorima.⁵⁵ Samoposluga pićima za vrijeme svih obroka te aperitiv sa grickalicama u hotelu za vrijeme ručka i večere. Od barova u ponudi su otvoreni bar u hotelu koji nudi bezalkoholna pića te je otvoren od 07:30 do 12:00, te otvoreni bar na plaži koji je otvoren cijeli dan i nudi raznovrsna pića.⁵⁶

U sklopu hotela nalazi se privatni park gdje se gosti mogu opustiti uz tradicionalno mediteransko bilje. Za rekreaciju, relaksaciju i wellness hotel ima na raspolaganju „Bagno Marconi oazu“. Ta oaza uključuje usluge bazena, jacuzzi, fitness u vodi i izvan vode, mali vodeni tobogan, skakaonica, ležaljke, suncobrane. Također uključuje igre na plaži kao što su: odbojka, tenis, nogomet i košarka. Unutar oaze na raspolaganju je otvoreni bar sa blagim pićima, jaslice, kutak za čitanje, WI-FI, objekti za pse na plaži. U dječjem klubu sa iskusnim i dinamičnim animatorima omogućena je zabava za djecu i odrasle izvan i unutar hotela, u vidu plesa, pjevanja, druženja i igranja. U sklopu ovogodišnje sezone uveden je novi segment u animacijskom programu u obliku tematskih tjednih zabava i priredbi za djecu. Za odrasle je uvedena priredba „Fuego“sa atraktivnim koreografijama.⁵⁷

Svijet za djecu i odrasle sadrži: vanjski i unutarnji prostor za igru djece, društvene igre, dječja knjižnica, dječji i mlađi klub aktivnosti, večernji buffet sa mlijekom, biljnim čajevima i domaćim keksima, biciklima sa dječjim sjedalicama, kolica, dadilja. Od 2014. godine uveden je besplatna 24 satna liječnička pomoć za djecu.

Nagrađen je certifikatom Excellence 2014 od strane TripAdvisor-a, koji nagrađuje isključivo hotele sa izvrsnim ocjenama posjetitelja.⁵⁸ Prema Pravilniku o razvrstavanju hotela za obitelj koji je propisan od strane talijanskog Ministarstva za turizam i kulturu hotel Executive zadovoljava minimalne standarde potrebne za specifikaciju hotela za obitelj. Minimalni standardi hotela za obitelj u Italiji za smještajne jedinice su: dječji krevetić, grijač za vodu i bočicu, sušilo za kosu. Minimalne standarde koje moram zadovoljavati restoran u hotelu za obitelj su slijedeći: dječji jelovnik, povišene dječje sjedalice, dječji pribor za jelo i fleksibilnost radnog vremena restorana. Još jedan standard koji je potreban zadovoljiti vezan

⁵⁵Službena stranica hotela Executive: <http://www.clubfamilyhotel.com/en/Bimbi> (21.11.2014.)

⁵⁶ Ibidem (21.11.2014.)

⁵⁷ Ibidem (21.11.2014.)

⁵⁸ Ibidem (21.11.2014.)

je uz zajedničke prostorije hotela, a to je igralište na otvorenom. Za razliku od hrvatskog Pravilnika nisu posebno određeni standardi uz animacijski sadržaj kao u hrvatskom Pravilniku.⁵⁹ Na temelju odabranih hotela za obitelj, hrvatskog hotel Diadora u Zadru i talijanskog hotel Executive napravljena je usporedba. Oba hotela imaju četiri zvjezdice, te zadovoljavaju uvjete za specifikaciju hotela za obitelj čija je usporedba napravljena prema hrvatskom Pravilniku.

Nalaze se na obali Jadranskog mora, kao i većina hotela za obitelj u obje zemlje. Stavljani su posebni naglasci na zadovoljenje potreba najmlađih članova obitelji i njihovih roditelja. Oba su nagrađena od strane TripAdvisor-a za hotel sa izvrsnim ocjenama posjetitelja. Istraživanjem i analizom odabranih hotela te svakog detalja vezanog uz njihovu ponudu, zakona uz ugostiteljstvo i posebne standarde hotela ali i analize ostalih hotela za obitelj u Hrvatskoj i Italiji ne samo odabranih slučajeva, primijećena je gotovo identična situacija vezana uz ponudu hotela.

Sve navedene usporedbe i sličnosti primjećuju se i kod ostalih hotela za obitelj. Tako je najpopularnija lokacija uz more, i u Hrvatskoj i Italiji, gdje obitelji s djecom imaju pristup najčešće privatnoj plaži, ali i bazenima s raznim sadržajima za djecu.

Oba odabrana slučaja hotela zadovoljavaju minimalne tehničke uvjete određene pravilnikom o kategorizaciji svake države za hotele od 4 zvjezdice, posebne standarde potrebne da se predstavljaju kao hoteli za obitelj, ali uz to posebno ulažu u dodatni sadržaj različitim aktivnostima, ponudom, dodatnim restoranima, barovima, izletima i sl. Jedina veća razlika u ponudi između hotela Diadore i hotela Executive je što talijanski hotel nudi uslugu pedijatra, dok to nije slučaj kod hrvatskog hotela. Osim toga razlika je i u animacijskoj ponudi jer svaki hotel nudi poseban i karakterističan program. Osim navedenih sličnosti karakterističnih za hotele za obitelj u Hrvatskoj i Italiji zajedničko im je i problem sezonskog poslovanja jer sama lokacija određuje vrhunac i većinu sezone ljeti dok se tijekom ostatka godine bilježi pad potražnje. Radi toga oba hotela ulažu u ponudu animacijskog programa, te atraktivno uređenje unutarnjih prostora poput unutarnjih bazena na primjeru hotela Diadore ili posebnih ponuda cijena poput ponude hotela Executive koji nudi besplatan smještaj za dvoje djece ako dijele sobu s roditeljima, ne bi li bili privlačni potencijalnim turistima i tijekom ostatka sezone.

⁵⁹Regolamento club di prodotto Family (Pravilnik o kategorizaciji hotela za obitelj)
http://www.aptbasilicata.it/fileadmin/uploads/Statistiche/Statistiche_leggi_bandi/07_-_Informazioni_APT/02_Bandi/2011/2011.06.28_Club_di_Prodotto_2/Family_02_regolamento.pdf
(21.11.2014.)

7. PERSPEKTIVA RAZVOJA HOTELA ZA OBITELJ U REPUBLICI HRVATSKOJ

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Hrvatskoj. Unatoč brojnim nedostacima kao što su sezonalnost, kvaliteta usluga, niska prosječna potrošnja te visoki troškovi rada i kapitala, pozicija Hrvatske na međunarodnom tržištu je stabilna i sve snažnija.

U proteklom desetljeću nastala je potpuna nova situacija na međunarodnom turističkom tržištu. Standardizacija na različitim razinama odnosa cijena i usluga sve više je prisutna u hotelijerstvu. Uočljive su raznolike strategije specijalizacije hotela kao što su all-inclusive, wellness, klupski, umjetnički, za samce te za obitelji s djecom. Klasični sve- namjenski hoteli uskoro bi se mogli pretvoriti u marginalnu pojavu.⁶⁰

Perspektiva razvoja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj može se sagledati kroz strateški plan razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.godine napravljenog od strane Ministarstva turizma koji je Vlada Republike Hrvatske usvojila 26.04.2013.godine. U iskorištenosti svih smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj, hotel u zadnjih deset godina bilježe najvišu razinu bruto iskorištenosti kapaciteta. Od toga se najviša razina iskorištenosti ostvaruje u hotelima sa četiri zvjezdice.

Strateški plan se temelji između ostalog, da se od Hrvatske stvori elitna destinacija gdje prevladavaju hoteli sa četiri i pet zvjezdica. Ispunjavanjem obveznih elemenata za posebne standarde hotela za obitelj, te dodatnim ulaganjima u infrastrukturu, smještajne kapacitete i animaciju, hoteli za obitelj se, u pravilu, svrstavaju u hotele više kategorije.

Jedino hotelski kapaciteti viših kategorija raspolažu sadržajima za privlačenje potražnje i izvan ljetne sezone. Razvoj svih vidova smještajne ponude, bilo kroz izgradnju novih ili rekonstrukciju postojećih smještajnih kapaciteta, podrazumijeva uređenje dodatnih sadržaja kao što su bazeni, wellness ponuda, zabavni sadržaji, sportsko rekreativni sadržaji te sadržaji za djecu.

Priželjkuje se rast smještajnih kapaciteta za oko 20 tisuća novih smještajnih jedinica u razdoblju od 2013. do 2020.godine, a to se misli postići izgradnjom nove i poboljšanjem postojeće hotelske ponude oslanjajući se pretežito na objekte četiri zvjezdice.

⁶⁰Madjar M.L., Sladoljev J.: Strateški plan razvoja hrvatskog turizma, 2011.preuzeto sa: <http://www.vijesti.hssd.hr/attachments/Strateski%20plan%20arzvoja%20hrvatskog%20turizma.doc> (15.12.2014.)

Najkvalitetnije turističke razvojne zone u priobalju planiraju se za izgradnju desetak integriranih resort projekata koji će aktivno pridonositi podizanju današnjeg imidža Hrvatske koji se odnosi na turističku destinaciju sa ponudom mora i sunca. U cilju osiguranja održivog i međunarodno konkurentnog razvoja, ali i energetske učinkovitog poslovanja, nova hotelska izgradnja u Hrvatskoj podrazumijeva implementaciju sustava okolišno odgovorne prakse na svim razinama, kako tijekom gradnje, tako i tijekom operativnog poslovanja. Primjer ove eko orijentacije može poslužiti resort Punta Skala u kojem je sagrađen hotel Diadora, te se tu može povući paralela sa mogućnosti izgradnje potencijalnih hotela za obitelj.⁶¹

Perspektiva razvoja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj uvelike ovisi o privatizaciji turističkih tvrtki u Republici Hrvatskoj, među koje velikim brojem spadaju i hoteli. Ministarstvo turizma pripremiло je Katalog investicijskih projekata kako bi potencijalnim ulagačima pružili konkretnu informaciju o mogućnostima ulaganja u hrvatski turizam. Katalog obuhvaća turističke tvrtke u većinskom ili pretežito državnom vlasništvu namijenjene privatizaciji te projekte namijenjene greenfield investicijama.

Privatizacijom tih tvrtki obnovit će se hoteli i povećati turistička ponuda na hrvatskom tržištu koja će samim investitorima i državi ostvariti profit. Usmjerenje ili prenamjena samog hotela ovisit će o potencijalnim investitorima koji će sami odlučivati da li će hoteli biti usmjeren za obitelj ili neku drugu specifikaciju.⁶²

Hrvatska se smatra jednom od najljepših obala u Europi, stoga iznenađuje potpuni izostanak novih sadržaja i odmarališta duž obale kao i za sada propuštena prilika za privlačenje stranog kapitala. Pozitivna strana toga je da bez naglih građevinskih zahvata hrvatska obala ostala uglavnom sačuvana te se sada treba planirano usmjeriti na razvoj infrastrukture potrebne za privlačenje turista tokom cijele godine.⁶³ Ulaskom Republike Hrvatske u Europskoj uniji dionicama u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata.

⁶¹Ministarstvo turizma, mora, prometa i razvitka: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (15.12.2014.)

⁶²Portal Oko: <http://www.portaloko.hr/clanak/luksa-lucianovic-dva-zanimljiva-clanka-o-buducnosti-naseg-hotelijerstva/0/30630/> (15.12.2014.)

⁶³Poslovni dnevnik: <http://www.poslovni.hr/nekretnine/novi-trendovi-u-razvoju-hotelskih-investicija-kako-ostvariti-isplativost-237168> (15.12.2014.)

8. ZAKLJUČAK

Hotelijerstvo je jedan od osnove turističke ponude u Hrvatskoj i vrlo je bitno ne samo radi zadovoljenja želja i potreba budućih potencijalnih turista nego i vrlo bitno za gospodarski razvoj Hrvatske. Uvođenjem standardizacije dolazi do povećanja kvalitete usluga, garancija kvalitete za gosta te se optimalizira organizacija poslovnih procesa. Također uvođenje standarda je donijelo bolji kontroling i povećani profit. Standardi čine osnovni pokazatelj uspješnosti poslovanja hotela.

Hoteli za obitelj pripadaju ugostiteljskim smještajnim objektima iz skupine hotela. Hoteli za obitelj sa svojim dodatnim sadržajem, uređenjem, opremom i pružanjem dodatnih usluga prilagođene obitelji s djecom dobiva posebni standard. Poseban naglasak stavljaju na zadovoljenje potreba obitelji s djecom. Tako u Hrvatskoj jedan od prepoznatljivih primjera hotela za obitelj je nagrađivani hotel Falkensteiner Family hotel Diadora koji se nalazi se na poluotoku Punta Skala nedaleko od Zadra i potpuno je novi koncept hotela koji je prvenstveno namijenjen roditeljima s djecom koji zadovoljava sve standarde u hrvatskom hotelijerstvu. Drugi izabrani primjer hotela za obitelj iste kategorije se nalazi u Italiji, Club Family hotel Executive u gradu Cesenatico. Također zadovoljavaju minimalne tehničke uvjete za hotele od 4 zvjezdice, kao i posebne standarde potrebne da se predstavljaju kao hoteli za obitelj. Usporedbom i analizom oba hotela primijećena je gotova identična situacija vezana za ponudu hotela. Problem im predstavlja sezonsko poslovanje koje pokušavaju riješiti ulaganjem u animacijsku ponudu. Animacijski program hotela Diadore i dodatni sadržaj poput pedijatra koji nudi hotel Executive u Italiji jedina je veće razlika u ponudi između navedena hotela.

Problemi hrvatskog turizma ogledaju se u nedovoljnoj razini investicija u ovu djelatnost, što onemogućuje brže povećanje broja smještajnih kapaciteta. Nadalje, problemi se očituju i u izrazitoj sezonalnosti, i s njom povezanoj nedovoljnoj popunjenosti kapaciteta, negativnim, te u višoj razini cijena proizvoda i usluga vezanih uz turističku potražnju u usporedbi s konkurentima i emitivnim tržištima. Perspektiva razvoja hotela za obitelj u Republici Hrvatskoj uvelike ovisi o privatizaciji turističkih tvrtki u Republici Hrvatskoj, među koje velikim brojem spadaju i hoteli, te također iskorištavanje fondova Europske Unije u korist hrvatskog turizma i samim time hotela. Perspektiva o povećanoj potražnji za takvim hotelima je u RH je pozitivna, s obzirom na rast trenda hotel za obitelj.

LITERATURA

KNJIGE

- Avelini Holjevac, I.: Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka, 2007.
- Avelini Holjevac, I.: Kontroling- upravljanje poslovnim rezultatom, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Sveučilište u Rijeci, 2007.
- Bunja, Đ.: Turističko ugostiteljstvo, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2006.
- Cerović, Z., Pavia, N., i Galičić V.: Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2005.
- Galičić, V.: Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.
- Prijevec B.: Turizam-jučer, danas..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.
- Ružić, D.: Marketing u turističkom ugostiteljstvu, Sveučilište J.J.Strossmayer u Osijeku, Osijek, 2007.

ČASOPISI, ZAKONI, PRAVILNICI I OSTALO

- Bakan, R.: Organizacija i poslovanje ugostiteljskih objekta, nastavni materijal, 2012. preuzeto sa http://www.vsmti.hr/hr/nastava/nastavni-materijali/doc_download/593-opuo-2-razvoj-hrvatskog-hotelijerstva-svjetski-lanci-i-brendovi.html (05.11.2014.)
- Madjar M.L., Sladoljev J.: Strateški plan razvoja hrvatskog turizma, listopad 2011. preuzeto sa:<http://www.vijesti.hssd.hr/attachments/Strateski%20plan%20arvoja%20hrvatskog%20turizma.doc> (15.12.2014.)
- Ministarstvo turizma, mora , prometa i razvitka:
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (15.12.2014.)
- Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka, preuzeto sa:http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_88_2723.html (11.12.2014.)
- Pravilnik o razvrstavanju kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli, čl.6, preuzeto sa <http://www.mint.hr/UserDocsImages/090713-pr-hoteli.pdf> (12.01.2015)
- Regolamentoo club di prodotto Family (Pravilnik o kategorizaciji hotela za obitelj) http://www.aptbasilicata.it/fileadmin/uploads/Statistiche/Statistiche_leggi_bandi/07_Infor

[mazioni_APT/02_Bandi/2011/2011.06.28_Club_di_Prodotto_2/Family_02_regolamento.pdf](#)
(21.11.2014.)

- Vlada Republike Hrvatske, Prijedlog strategije razvoja turizma RH do 2020. godine, Zagreb, 2013., str. 31., preuzeto sa <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (16.01.2015.)

INTERNET

- Falkensteiner Hotels&Residences: <http://www.falkensteiner.com/hr> (21.11.2014.)
- Ministarstvo turizma, www.mint.hr, (16.01.2015.)
- Lider press: <http://liderpress.hr/biznis-i-politika/hrvatska/--q-pravilnik-za-oznaku-kvalitete-hotela/> (29.11.2014.)
- Poslovni savjetnik: <http://www.poslovni-savjetnik.com/hrvatska/jadran-kao-destinacija-za-zimski-turizam-u-punta-skalu-ulozeno-160-milijuna-eura> (21.11.2014.)
- Poslovni dnevnik: <http://www.poslovni.hr/nekretnine/novi-trendovi-u-razvoju-hotelskih-investicija-kako-ostvariti-isplativost-237168> (15.12.2014.)
- Portal Oko: <http://www.portaloko.hr/clanak/luksa-lucianovic-dva-zanimljiva-clanka-o-buducnosti-naseg-hotelijerstva/0/30630/> (15.12.2014.)
- Službena stranica hotela Diadora: <http://www.falkensteiner.com/hr/hotel/diadora#site>
(21.11.2014.)
- Turistička zajednica grada Dubrovnika, preuzeto sa, http://visit.dubrovnik.hr/mediji_novost.php?id=5553&namjena=66#.VH45rMnwqk8
(01.12.2014.)

POPIS TABLICA

Tabela 1. Broj posjetitelja po vrstama smještajnih kapaciteta 1938.godine u Hrvatskoj.....	4
Tabela 2. Broj hotelskih objekata u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2014.godine	6
Tabela 3. Distribucija hotela prema županijama u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2013.g. do 2014.g.	8
Tabela 4. Posebni standardi hotela za obitelj Family hotel Diadora Zadar.....	26

POPIS ILUSTRACIJA

Grafikon 1. Broj hotelskih objekata u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2014.	7
Grafikon 2. Distribucija hotela prema županijama u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2013. do 2014.g.	9
Grafikon 3. SWOT analiza hotela za obitelj u Hrvatskoj	20