

# Logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau

---

Đuretić, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:734068>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-24**



Repository / Repozitorij:

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



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija**

**Diplomski sveučilišni studij**

**KATARINA ĐURETIĆ**

**Logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau**

**Logistics flows in the business of the Bureau hostel**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija**

**Sveučilišni diplomski studij**

**Menadžment u turizmu**

**Logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau**

**Logistics flows in the business of the Bureau hostel**

Diplomski rad

Kolegij: **Logistika u turizmu**  
Mentorica: **dr. sc. Edna Mrnjavac**

Student: **Katarina Đuretić**  
Matični broj: **3554DS021**

Opatija, srpanj 2023.



**IZJAVA O AUTORSTVU RADA I  
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA**

Katarina Đuretić

3554DS021

---

(ime i prezime studenta)

---

(matični broj studenta)

---

Logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau

---

(naslov rada)

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

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

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

U Opatiji, \_\_\_\_\_

---

Potpis studenta

## Sažetak

U radu se istražuje logistika u turizmu s posebnim fokusom na logističke tokove. Istražuju se logistički tokovi u poslovanju hostela "Bureau" koji se nalazi u Zagrebu. Obrađuju se logistički tok nabave, logistički tok informacija, logistički tok usluga, logistički tok prodaje, outsourcing i logistika kao pretpostavka funkcije hostela u turističkoj ponudi destinacije. U radu se prezentira uloga logističkih tokova u poslovanju hostela "Bureau" kroz provedeno istraživanje. Analiziraju se rezultati istraživanja uključujući sociodemografski profil, logistiku smještaja i prijevoza ispitanika, procjenu zadovoljstva logističkom infrastrukturom Zagreba i utjecaj logističkih promjena na odabir destinacije, te ocjena zadovoljstva gosta informacijskim logističkim tokovima. Na kraju rada daju se smjernice za budućnost utemeljene na rezultatima provedenog istraživanja.

**Ključne riječi: logistika, logistički tokovi, hostel, turizam, logistički tokovi hostela Bureau**

## Abstract

The paper examines logistics in tourism with a special focus on logistics flow. The logistics flows in the business of the hostel "Bureau" located in Zagreb are being a main point of the research. The logistic flow of procurement, the logistic flow of information, the logistic flow of services, the logistic flow of sales, outsourcing and logistics are processed as the assumption of the function of the hostel in the tourist offer of the destination. The paper presents the role of logistics flows in the business of the hostel "Bureau" through the conducted research. The results of the research are analyzed, including the socio-demographic profile, the logistics of accommodation and transportation of respondents, the assessment of satisfaction with the logistics infrastructure of Zagreb and the impact of logistical changes on the choice of destination, and the assessment of guest satisfaction with information logistics flows.

At the end of the paper, guidelines for the future are given based on the results of the conducted research.

**Keywords: logistics, logistics flows, hostel, tourism, Bureau hostel logistics flows**

# Sadržaj

Uvod.....	1
<b>1. Logistika u turizmu .....</b>	<b>3</b>
1.1. Definiranje logistike u turizmu .....	3
1.2. Turistički tokovi.....	5
1.3. Logistički tokovi usluga.....	6
<b>2. Hostel – smještajni objekt .....</b>	<b>8</b>
2.1. Općenite značajke hostela.....	8
2.1.1. Veličina hostela.....	9
2.1.2. Tipovi hostela.....	10
2.2. Karakteristike hostela na konkretnom primjeru .....	12
2.2.1. Opći podaci o hostelu Bureau .....	12
2.2.2. Struktura usluga u hostelu .....	14
2.2.3. Uloga hostela Bureau u turističkoj ponudi grada Zagreba .....	15
<b>3. Logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau .....</b>	<b>22</b>
3.1. Logistički tok nabave.....	22
3.2. Logistički tok informacija.....	24
3.3. Logistički tok usluga.....	26
3.4. Logistički tok prodaje .....	27
3.5. Outsourcing.....	29
3.6. Logistika proizvodnje .....	30
3.7. Logistika kao pretpostavka funkcije hostela u turističkoj ponudi destinacije .....	31
<b>4. Uloga logističkih tokova u poslovanju hostela Bureau .....</b>	<b>32</b>
4.1. Metodologija istraživanja.....	32
4.2. Rezultati i analiza istraživanja .....	33
4.2.1. Sociodemografski profil ispitanika .....	33
4.2.2. Logistika – smještaj i transport .....	37
4.2.3. Procjena zadovoljstva logističkom infrastrukturom Zagreba i utjecaj logističkih promjena na odabir destinacije .....	44
4.2.4. Ocjena zadovoljstva gosta logističkim informacijskim tokovima .....	51

4.3. Smjernice za budućnost .....	58
<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>60</b>
<b>Popis literature.....</b>	<b>61</b>
<b>Popis slika.....</b>	<b>62</b>
<b>Popis tablica .....</b>	<b>62</b>
<b>Popis grafikona .....</b>	<b>63</b>



# Uvod

Logistika je ključni faktor uspješnog poslovanja u svim industrijama, a turizam kao jedna od najbrže rastućih gospodarskih djelatnosti nije iznimka. U cilju pružanja kvalitetnih turističkih usluga, logistika ima važnu ulogu u upravljanju različitim procesima unutar turističkog sektora. Ovaj diplomski rad će se fokusirati na logističke aspekte u turizmu, s posebnim naglaskom na logističke tokove u poslovanju hostela.

Svrha rada je istražiti utjecaj logističkih tokova gostiju i logističkih tokova u poslovanju hostela Bureau. Cilj rada je dobivene podatke analizirati kako bi se identificirali izazovi i problemi u logističkim tokovima hostela Bureau, te u konačnici ponuditi rješenja za optimizaciju i poboljšanje poslovanja.

Istraživanje se provodi kroz anketu u kojoj se ispituju gosti hostela Bureau o njihovim motivima dolaska, načinu na koji logističke informacije utječu na njihov dolazak.

Anketa je provedena tijekom mjeseca lipnja, točnije od 12.-25.06.2023. u hostelu Bureau koji se nalazi u centru Zagreba. Analiza dobivenih podataka pomoći će poboljšanju poslovanja hostela Bureau.

U prvom dijelu rada bit će analizirane osnovne značajke logistike općenito, kako bi se stekao uvid u njezinu ulogu i funkciju u turizmu. Definicija logistike u turizmu pružit će razumijevanje specifičnosti logističkih procesa u ovom sektoru. Nadalje, istražit će se logistički sustavi u turizmu i njihova uloga u osiguranju glatke i učinkovite isporuke turističkih proizvoda i usluga.

U drugom dijelu rada fokus će biti usmjeren na hostel kao smještajni objekt u turizmu. Analizirat će se općenite značajke hostela, uključujući veličinu i tipove hostela te prostornu i organizacijsku strukturu hostela u Hrvatskoj. Na konkretnom primjeru hostela Bureau, istražit će se njegove karakteristike, uključujući opće podatke o hostel Bureau, strukturu usluga i ulogu hostela Bureau u turističkoj ponudi grada Zagreba.

Treći dio rada posvetit će se logističkim tokovima u poslovanju hostela Bureau. Razmotrit će se logistički tok nabave, informacija, usluga i prodaje te uloga outsourcinga u ovom kontekstu. Posebna pažnja bit će posvećena logistici kao pretpostavci funkcije hostela u turističkoj ponudi destinacije.

U četvrtom dijelu rada, istražit će se uloga logističkih tokova u poslovanju hostela Bureau. Kroz metodologiju istraživanja bit će prikupljeni relevantni podaci, a zatim će biti provedena

analiza rezultata. Na temelju tih rezultata bit će formulirane smjernice za budućnost kako bi se unaprijedila logistika u poslovanju hostela Bureau.

Za izradu rada koristit će se primarni (dobiveni empirijskim istraživanjem) i sekundarni izvori podataka. Provest će se istraživanje temeljeno na anketiranju gostiju hostela Bureau. Kako bi rad dobio na preglednosti podaci će biti prikazani grafički i putem tablica. Od sekundarnih izvora podataka će se koristiti relevantna stručna literatura, znanstveni i stručni članci. Također, koristiti će se i opće metode znanstvenog istraživanja: induktivna i deduktivna metoda, metoda analize, metoda sinteze te metode deskripcije.

# 1. Logistika u turizmu

U sagledavanju osnovnih značajki logistike potrebno je definirati: logistiku kao znanost poslovnu funkciju i aktivnost; logističke ciljeve i funkcije; povijesni kontekst i razvoj logistike; makrologistiku, mikrologistiku, poslovnu logistiku, suvremene trendove razvoja - integralnu logistiku; te pojam i značajke logističkoga proizvoda s posebnim osvrtom na turističku uslugu kao logistički proizvod.<sup>1</sup>

## 1.1. Definiranje logistike u turizmu

Turistička industrija danas se suočava s rastućim očekivanjima turista u pogledu kvalitete usluga koje pružaju. Stoga, poduzeća u turističkoj industriji trebaju koristiti logističke elemente kako bi se prilagodila ovim promjenama i odgovorila na očekivanja turista. Koncept opskrbnog lanca, koji se definira kao proces sustavnog upravljanja svim funkcijama od početka kupnje do kraja korištenja usluga, ima ključnu ulogu u turističkoj industriji. Kako se turisti smatraju krajnjim potrošačima u turističkoj industriji, nužno je da opskrbeni lanac radi redovito i bez prekida.

Logistički elementi u turizmu uključuju prijevoz, skladištenje i carinsko poslovanje, dok elementi opskrbnog lanca pokrivaju sve ostale aspekte logističkog koncepta. Upravljanje logistikom u turističkoj industriji mora biti usmjereno na smanjenje troškova poduzeća i na održivost. Stoga je važno izabrati prave dobavljače koji će upravljati logistikom i opskrbnim lancem u turističkoj industriji.

Turistički dobavljači imaju ulogu u detaljnom planiranju procesa nabave, prijevoza, poreza, osiguranja, smještaja, ugostiteljstva i svih ostalih aktivnosti vezanih uz turizam. Putničke agencije i turoperator, koji se nazivaju posredničkim tvrtkama, igraju ključnu ulogu u povećanju učinkovitosti turizma, povećanju turističke potražnje i postizanju održivog turističkog potencijala. Turoperator kombiniraju proizvodnju proizvoda potrebnih turista, te

---

<sup>1</sup> Mrnjavac, E.: "Logistički menadžment u turizmu" Opatija, 2010., str. 27

veliki broj različitih osnovnih i dodatnih turističkih usluga. Nakon ove faze, nude turističke proizvode izravno turistima ili hotelima.

Logistički sustavi su sustavi prostorno - vremenske transformacije dobara, a procesi koji u njima teku su logistički procesi. Dok se ranije logistikom obuhvaćalo pretežita tokove dobara i informacija, sada se logistički koncept proširuje i na tokove energije i ljudi. Ovo šire poimanje logistike na tragu je razvoja logističke znanosti u ostalim europskim državama. Prema toj tendenciji logistika nije vezana samo za proizvodnju i distribuciju dobara već i za proizvodnju usluga. S općom globalizacijom u gospodarstvu i u svim oblastima društvenoga i individualnoga djelovanja razvija se i pojam globalne logistike.<sup>2</sup>

Upravljanje turističkim sektorom vrlo je složen proces koji zahtijeva razvoj logističkih sustava za optimizaciju gospodarskih tokova i ima značajan utjecaj na financijsku uspješnost poduzeća, ali i države kao što je slučaj Hrvatske u kojoj velik udio BDP-a proizlazi upravo od turizma.

**Logistički sustav turističkih poduzeća sastoji se od sljedećih komponenata:**

- informacijsko - turističko planiranje, prijem i obrada narudžbi, predviđanje potražnje;
- turistički prijevoz - izbor vrste prijevoza i prijevoznog poduzeća;
- turističko uslužno osoblje;
- servisno - logistički odjeli<sup>3</sup>

Fizičku povezanost svih elemenata turističke destinacije kako bi oni bili dostupni turistima ili integrirani u sustav snabdijevanja, omogućava promet. No, kako je kod turističkih destinacija neophodno usklađivati sve tokove, u vremenskom i prostornom smislu, da bi turistima bila ponuđena kvalitetna turistička usluga, potreban je organizacijski koncept šireg obuhvata kojeg nudi logistika.<sup>4</sup>

Dosadašnji pogledi na urbanu logistiku usredotočeni su na transport unutar urbanog područja.

Distribucija u gradovima sadrži mnoge elemente kao i moderna logistika, poput odabira ruta i toka isporuke. No u urbana logistika susreće se s mnogo ograničenja, poput isporuke robe u

---

<sup>2</sup> Mrnjavac, E.: "Logistički menadžment u turizmu" Opatija, 2010., str. 52

<sup>3</sup> Tairova, M.; Asadov, F.; and Aminova, N. (2019) "LOGISTICS SYSTEM IN TOURISM: FEATURES, FUNCTIONS AND OPPORTUNITIES," International Finance and Accounting: Vol. 2019 : Iss. 5 , Article 16.

<sup>4</sup> Mrnjavac, E.: "Logistički menadžment u turizmu" Opatija, 2010., str. 209 i 210

oskudnom prostoru. Jedan od problema je su ograničen prostor. Kapacitet parkiranja je često opterećen i ne može zadovoljiti dostavu robe, pa se dostavna vozila moraju parkirati na ilegalan način, poput na samoj cesti, čime ometaju tok prometa. Time vozači mogu skupiti dosta kazna za parkiranje, te kazne postaju dio troškova za poslovanje za gradsku dostavu. Gradovi imaju visoku razinu zagušenja prometa, pa se može dogoditi da isporuka kasni i dostava postane nepouzdana.<sup>5</sup>

## 1.2. Turistički tokovi

Upravljanje turističkim tokovima proces je planiranja kretanja turista do svojih destinacija (možete utjecati i usmjeravati turističke tokove na način da turistima pružite visoku kvalitetu usluge i istovremeno ograničiti pritisak na mjesto, stanovnike).

Upravljanje logističkim tokovima učinkovito povećava zadovoljstvo turista, promiče turizam sa stajališta osiguranja kvalitete usluge unutar zemlje, grada ili atrakcije, koja donosi opipljive društvene i ekonomske koristi.

Upravljanje turističkim ljudskim tokovima provodi logistika turističkog poslovanja, usmjerena na upravljanje ljudskim i povezanim tokovima, za razliku od tradicionalnih logističkih tokova. U turističkom području prioritet je protok ljudi koji se podlažu analizi i predviđanju, što omogućuje planiranje i predviđanje potrebnog materijala, energetske, financijske i informacijske resurse.

Turistički tok glavni je predmet proučavanja turističke logistike. Značajka turističke logistike kao uslužne djelatnosti sastoji se u definiranju turističkih tokova kao glavni predmet proučavanja.

---

<sup>5</sup> <https://globalcitylogistics.org/home/a-freight-and-the-city/urban-logistical-challenges/> 30.05.23.

### 1.3. Logistički tokovi usluga

Logističke usluge se također prepoznaju prema karakteristikama kao što su neopipljivost, neodvojivost, raznolikost i kratkotrajnost.

**Neopipljivost** predstavlja temeljnu razliku između roba i usluga. Roba su predmeti koji se mogu osjetiti, gledati ili dodirivati, a usluge su doživljaji zasnovani na izvedbi. Kada radi s robom menadžer ima mogućnost mjeriti uspješnost sustava logistike ispitujući volumen ili druge karakteristike koje se odnose na promatrani proizvod. Puno je teže i manje točno mjeriti učinkovitost i valjanost poduzeća koja su orijentirana na usluge. Kod usluga povratna veza dolazi u obliku ponavljanja posla. To sa sobom nosi činjenicu da je problem teško otkriti i ispraviti jer nezadovoljni kupac zasigurno neće ponovno koristiti nekvalitetnu uslugu.

**Neodvojivost** predstavlja u prvom redu prodaju usluge, a zatim proizvodnju i potrošnju; samim time se proizvodnja i potrošnja ne mogu odvojiti. Kod roba proizvodnja, prodaja i potrošnja predstavljaju različite aktivnosti koje se mogu odvojiti na različitim lokacijama, ovisno o tijeku proizvoda duž kanala. Logističarima je od velikog značenja da proizvođač i prodavač usluga predstavljaju jednu cijelinu. Takav pristup zahtijeva direktnu distribuciju i opravdava stvaranje jedne integralne funkcije koja obuhvaća marketing, proizvodnju i logistiku odgovora na uslugu.

**Raznolikost** doživljaja usluge razlikuje se od standardiziranog logističkog procesa koji se koristi pri rukovanju fizičkim tijekom roba. Percipirana kvaliteta usluge može varirati na osnovu čimbenika kao što su doba dana i tip interakcije. Mogućnost nastanka loše komunikacije između pružatelja logističkih usluga i potrošača nastaje zbog prisutnosti fizičke, emocionalne ili psihološke buke. Takva prirodna promjenjivost u pružanju usluga čini ga heterogenim i stavlja dodatne zahtjeve na logistički sustav odgovora na uslugu.

**Kratkotrajnost** predstavlja nemogućnost čuvanja ili pohrane usluge. Obzirom da su usluge izvedbe, ne mogu se staviti u zalihu za kasnije korištenje. Integralna logistika u uslužnom poslovanju često se susreće s problematikom usklađivanja ponude i potražnje.

Hotelijerstvo se, kao uslužna djelatnost, može promatrati kao spoj tri glavna funkcionalna područja sljedećih usluga:

1. smještaja
2. hrane i piće
3. zabave
4. ostalo

## 2. Hostel – smještajni objekt

Hostel je smještajni objekt namijenjen prvenstveno mladoj generaciji željnoj putovanja koji imaju određeni proračun. Hosteli su specifični po tome što prodaju krevet, a ne cijelu sobu. Gosti hostela imaju slična razmišljanja i poglede na svijet. Cilj im je upoznati destinaciju i uštediti na smještaju.

### 2.1. Općenite značajke hostela

Povijesni razvoj hostela započinje putovanjima mladih studenata i učenika davne 1909. godine. Njemački nastavnik Richard Schirrmann prepoznao je potrebu za smještajem većeg broja školske djece prilikom izleta i istraživanja prirode. Zaslužan je bio i za otvaranje prvog hostela u zgradi škole u kojoj je tada radio, u gradu Alteni. Bio je to smještajni objekt za provesti noć tijekom ljetnih praznika, dok su mnogi mladi ispunjavali svoju želju za istraživanjem okoline. Hostel je 1912. godine promijenio svoju dotadašnju lokaciju u obližnji dvorac Alteni. Danas se u istom dvorcu može posjetiti Muzej hostelinga, dok se pored njega može i prenoćiti u novo opremljenom hostelu. Richard Schirrmann je također bio i osnivač prve njemačke udruge hostela mladih koja je osnovana 1919. godine. Hosteling se kao pokret počeo prepoznavati diljem svijeta, a 1932. u Amsterdamu je osnovana Međunarodna unija hostela naziva „Međunarodna federacija hostela mladih” s članovima iz više država Europe. Članovi su odabrali Richarda Schirrmanna kao svog prvog predsjednika federacije. Međunarodna federacija sa svojim sjedištem locirana je u gradu Welwyn Garden City u Engleskoj, te ima 80 članova nacionalnih organizacija. Osim njih, Hostelling International uključuje i organizacije pridruženih članica, a u nekim slučajevima ima i vlastite hostele u zemljama u kojima nacionalna organizacija još nije osnovana.<sup>6</sup>

Hostel je objekt u kojem se pretežito mlađim gostima pružaju usluge smještaja, a mogu se pružati i usluge prehrane, pića i napitaka. Smještajne jedinice u hostelu su sobe i/ili spavaonice.

---

<sup>6</sup> Krešić D. i Miličević K. : Priručnik, Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb, travanj 2010.



Ugostiteljski sadržaji za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka u hostelu mogu biti smješteni i u građevini koja se nalazi u neposrednoj blizini i izvan građevine u kojoj se nalaze smještajne jedinice. Hostel je ugostiteljski objekt niže kvalitete smještaja i komfora od hotela. Smještaj je najčešće organiziran u višekrevetnim sobama sa zajedničkom kupaonicom. Pošto je hostelski smještaj jeftiniji od klasičnog hotela, uglavnom ga koriste mlađe osobe na proputovanju i kratkim zadržavanjima. Na hotele u užem smislu gledamo kao objekt za pružanje usluge smještaja. U širem smislu pojam hostela definiran je prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj NN 54/2016, prema njemu Hostel je funkcionalna cjelina sa zasebnim ulazom, horizontalnim i vertikalnim komunikacijama u kojem ugostitelj pretežito mlađim gostima pruža uslugu smještaja, a može pružati usluge prehrane, pića i napitaka. Smještajne jedinice u Hostelu su sobe i/ili spavaonice. Smještajne jedinice u Hostelu kojeg čini pokretni objekt pretvoren u hostel (željeznička kola za spavanje, brodovi s kabinama za spavanje i slično) mogu biti kabine.

7

### 2.1.1. Veličina hostela

Općenito, hosteli se mogu podijeliti na male, srednje i velike hostele. Razlikuju se po broju kreveta, ponudi dodatne opreme i broju osoblja hostela. Međutim, bez obzira na veličinu hostela, gosti očekuju čiste sobe koje su sigurne i imaju dobru vrijednost za novac i u konačnici ugodan boravak.

Raspodjela prema veličini hostela:

**Mali hosteli** u prosjeku nude smještaj za 20 do 30 osoba. Broj ležajeva ovisi o kvadraturi prostora i minimalnim tehničkim uvjetima koje moraju zadovoljiti. Za zaprimanje manjeg broja ljudi u hostel potreban je i manji broj zaposlenih. U većini slučajeva direktor je ujedno i vlasnik objekta. Mali hosteli zapošljavaju osobe za rad na recepciji i domaćinstvu. Za ostale dodatne poslove kontaktiraju se vanjski suradnici, kao npr. domar ili računovođa.

---

<sup>7</sup> NARODNE NOVINE, URL: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016\\_06\\_54\\_1410.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1410.html), 28.05.23.

**Srednji hosteli** su ujedno i najbrojniji hosteli. U svojim prostorima u prosjeku imaju između 30 do 70 kreveta. I u ovom slučaju ukupan broj soba i kreveta ovisi o ukupnoj kvadraturi objekta, te minimalnim tehničkim uvjetima koji svaki hostel mora poštivati. Organizacijska struktura je nešto drugačija u odnosu na male hostele. Za rad hostela potreban je veći broj radnika i uvodi se nadzor istih. S obzirom na veći broj kreveta, zadatak prodaje postaje nešto teži i u tom slučaju se zapošljava i osoba zadužena za prodaju i marketing. Svaki sektor ima svoj nadzor i osobe koje u konačnici odgovaraju direktoru hostela.

**Veliki hosteli** sadrže preko 70 kreveta u svojoj ponudi smještaja. Ovakvi hosteli nude karakteristične sobe sa velikim brojem kreveta, ali u ponudi često imaju i privatne sobe sa manjim brojem krevetima i vlastitim kupaonicama. Broj soba i kreveta ovisi o minimalnim tehničkim uvjetima i kvadraturi prostora. Veliki hosteli se ističu sadržajima koje nude svojim gostima. U takvim hostelima moguće je vidjeti velike prostore za druženje, restorane, kafiće i sl. U zajedničkim prostorijama za druženje često se nalaze televizor, računala, stolni nogomet, pikado, biljarski stol i razne društvene igre. Neki od velikih hostela nude čak i bazen. Kvaliteta ponude hostela raste i nije mjerljiva sa samim začetcima hostela. Način rada i ponude se uvelike promijenio. Hosteli i dalje sakupljaju mlađu populaciju gostiju koja uživa u svim ranije nabrojanim sadržajima. S obzirom na velik broj gostiju i sadržaja veliki hosteli zapošljavaju veći broj radnika. Vršni se podjela na specijalizirane odjele, te odgovorne i nadzorne osobe. Voditelji svih odjela su odgovorni za svoj sektor i prilažu izvještaje direktoru hostela.

### **2.1.2. Tipovi hostela**

Postoje različiti tipovi hostela koji su specijalizirani za određene skupine korisnika posjeta. Neki od njih su navedeni u nastavku sa svojim vodećim karakteristikama. Prema navedenim karakteristikama određeni tipovi hostela nastoje privući vjerne klijente koje će zadovoljiti navedene karakteristike i ideje uređenja ili atmosfere koju nude.

**Jeftini hosteli** su rješenje za putovanje s ograničenim budžetom, ipak "jeftini hosteli" se izdvajaju svojom cijenom od svih ostalih hostela u gradu. Navedeni hosteli se uglavnom nalaze na periferiji ili na većoj udaljenosti od glavnih atrakcija.

Ova vrsta hostela se ne ističe sa svojom ponudom. Cilj je ponuditi osnovno, krevet za noćenje po što je moguće nižoj cijeni. Usluge uključene u cijenu su minimalne, smještaj je osnovan i jednostavan. Na ovaj način su konkurenti samo prema omjeru cijena.

Spavaonice su velike sa velikim brojem kreveta kako bi se smanjili troškovi, privatnost je svedena na minimum.

Na ovaj način u povijesti su započinjali rad svi hosteli, ali na današnjoj razini to više nije dovoljno. Kako bi zadovoljili gosta potrebno je ponuditi višu razinu kvalitete i usluge. U slučaju lošeg iskustva u hostelu vjerojatno ste boravili u jeftinom hostelu. Ovaj tip hostela najčešći je odabir za goste koji imaju strogo ograničeni budžet za putovanja. U jeftinom hostelu ne očekujte ništa više od ležaja za prespavati noć. Sve dodatne usluge se dodatno naplaćuju, kao npr. najam ručnika, doručak ili najam ormarića.

**Standardni hostel** je klasičan tip hostela u koji se može svrstati većina hostela. Kada kažemo standardni hostel mislimo na hostele sa srednje velikim višekrevetnim sobama. Prosječan broj kreveta i gostiju u višekrevetnim sobama nije veći od 8. Ovaj tip hostela je zlatna sredina povoljnih cijena, pružene usluge i kvalitete. U standardnom hostelu očekuju se čiste sobe i kupaone za malo novaca.

**Hosteli sa domaćom atmosferom** su hosteli koji podsjećaju na dom. U slučaju prvih putovanja s osnovnim budžetom ovaj tip hostela neće razočarati. Većina ovih hostela su uređene kuće u kojima su vlasnici nekad (možda još uvijek) boravili. Sobe su opremljene tradicionalnim namještajem. Ovaj tip hostela uglavnom vode članovi obitelji sa ponekim radnikom izvan obitelji. Hostel nudi dobar odmor sa manjim brojem ljudi u dijeljenoj sobi.

**Obiteljski hostel** nije prvi odabir za standardne goste hostela kao što su backpackeri. Ovaj hostel je specijaliziran za obitelji kao što i sam naziv govori. Pretežno gosti ovih tipova hostela su mlade obitelji sa djecom, te su sobe uređene da mogu zaprimiti manje ili veće obitelji. Nije klasičan primjer hostela, ali i u ovom hostelu gosti mogu boraviti u zajedničkim prostorijama i upoznavati nove ljude. Hostel je uređen kako bi zadovoljio djecu svih uzrasta. Zajedničke prostorije su prilagođene igri djece i opuštanju njihovih roditelja.

**Ekološki hostel** namijenjen je ljudima koji brinu o okolišu čak i prilikom svojeg odmora. Putovanja dosta utječu na lokalne resurse i održivost ekosustava. Hostel koji pokušava zadržati balans između ugodnog i održivog putovanja i turizma. Osoblje i gosti se potiču na recikliranje, održivo korištenje svih resursa, također koriste energetske samoodržive sustava grijanja objekta i vode.

**Party hostel** u sklopu smještaja nudi i kafić ili noćni club, odnosno zagarantiranu zabavu. Ovaj tip hostela često ima tematske večeri, koncerte i sl . Glavni razlog odabira Party hostela je zabava, uz zabavu tu je i prodaja alkoholnih pića. U ovom hostelu borave osobe koje trebaju krevet na par sati ujutro nakon burne večeri, te ormarić za svoje stvari. Ovo je mjesto kao što i samo govori za zabavu, a spavanje i odmor su tek usputna stvar.

**Hostele aktivnosti** odabiru gosti zainteresirani za aktivan odmor. Uglavnom se u blizini nalaze skijališta, sportski tereni, planine ili more. Ovisno o svojoj okolini tematski su specijalizirani za određeni sport ili aktivnost. Hostel privlači starije i mlađe goste, zajednički im je aktivni stil života.

**Boutique Hostel** izdvaja se od ostalih hostela svojim dizajnom, opremljenošću ili lokacijom samog hostela, ovo više nije tako jeftin smještaj kao što smo navikli kod ostalih hostela. Ovaj tip hostela je tip koji je najbliži hotelu po svom izgledu i usluzi. Nerijetko Boutique hosteli nude vrhunski doručak, odličan pogled, prostrane sobe ili čak bazen.

Za **Povijesni hostel** bitno je da nije svakidašnje, odnosno da se nekim povijesnim detaljem izdvaja od ostalih oblika smještaja i privlači goste. Hostel može nastati od stare vojarne, zatvora, dvorca, samostana ili čak vlaka, bitno je biti originalan. Povijesni hosteli su spoj duge povijesti i kulture, te modernog uređenja i mladih ljudi koji ih posjećuju.

## **2.2. Karakteristike hostela na konkretnom primjeru**

Osnovne informacije, karakteristike i značajke hostela Bureau iskazane su u narednim poglavljima.

### **2.2.1. Opći podaci o hostelu Bureau**

Hostel Bureau započeo je sa svojim radom prije 10 godina, točnije 2013. godine. Nalazi se u samom središtu glavnog grada Zagreba što mu nudi veliku konkurentnu prednost. Od glavnog

trga bana Josipa Jelačića udaljen je 5 minuta hoda, točnije nalazi se na adresi Vlaška 40. Poznatije kao stara Vlaška, dio je ulice koji je nedavno prenamijenjen u pješačku zonu. Hostel je od osnutka u privatnom vlasništvu. Izvještaji se podnose prokuristi ili vlasnici hostela. Hostel je poprilično velik, zgrada ima približno 1200 kvadratnih metara. Navedena zgrada poznata je i po svojoj nedavnoj povijesti kao sjedište poznatog tjednika Nacional.

Kao što se da i zaključiti naziv hostela inspiriran je prijašnjom namjenom zgrade. Bivši uredi postali su višekrevetne sobe i tako je započeo rad hostela.

Ipak cijela zgrada nije u funkciji hostela, dio zgrade nalazi se u najmu privatne gimnazije. Prvotno hostel je svoj rad započeo samo na 1. katu i imao je 10 soba, kako je posao napredovao uređivale su se dodatne sobe. Sada hostel u svojoj ponudi ima čak 24 soba sa ukupnim brojem od 94 kreveta.

Prema kapacitetu kreveta hostel Bureau jedan je od najvećih hostela u Zagrebu. Hostel svojim gostima nudi i zajedničke prostorije kao što su to chillroom, playroom, kantina i kuhinja. Gosti mogu provoditi vrijeme tamo koristeći se računalima, masažnim stolcem, gledajući televiziju, igrati stolni nogomet ili biljar, te kuhati svoja omiljena jela.

Prvotno uređenje hostela bilo je povezano s tematikom ureda, sada u hostelu prevladava plava boja zidova i šareni namještaj koji podiže atmosferu. Hostel svake godine ulaže u novitete kako bi ostao u trendu.

Uz svaki krevet u višekrevetnoj sobi gost dobiva i ormarić gdje može sigurno odložiti stvari. Kreveti su složeni na kat kako bi mogli zaprimiti veći broj gostiju po nižim cijenama.

Kupaone s tuševima se nalaze na katu i u više navrata su uređivane i proširivane s obzirom na potrebe gostiju.

Višekrevetne sobe se nalaze na 2. i 3. katu, od tamo je moguće vidjeti tornjeve Zagrebačke katedrale.

Posljednje uređene sobe nalaze se u prizemlju i to su privatne sobe s vlastitim kupaonicama.

Hostel nudi i privatni parking opremljen video nadzorom u vlastitom dvorištu.

Sobe je moguće rezervirati direktno u hostelu, putem maila, Facebooka, Instagrama, web stranice hostela ili telefonski. Hostel također surađuje i sa OTA kanalima kao što su to booking.com, Expedia i Hostelworld. Također, hostel je član i u neprofitnoj organizaciji "I Travel Balkans"

## 2.2.2. Struktura usluga u hostelu

Osnovna usluga hostela je najam kreveta i soba, sve ostale usluge se nadovezuju na povećanje kvalitete i zadovoljstvo gostiju.

Hostel Bureau raspolaže sa sljedećim vrstama soba:

- 1 jednokrevetnu sobu
- 2 dvokrevetne sobe
- 3 trokrevetne sobe
- 6 četverokrevetnih soba
- 1 peterokrevetnu sobu
- 3 šesterokrevetnih soba
- 1 sedmerokrevetnu sobu
- 2 osmerokrevetne sobe
- 5 dvokrevetnih soba sa vlastitom kupaonom

Vidljivo je da hostel raspolaže sa visokim rasponom kreveta koji nudi u sobama, od manjih privatnih obiteljskih soba do klasičnih spavaonica sa 8 kreveta.

Osobe zadužene za upisivanje rezervacija i zaprimanje gostiju u hostel nalaze se na odjelu recepcije. Grupne rezervacije se dogovaraju u koordinaciji s menadžericom. Recepcioneri su važna stavka svakog hostela, oni su prve i zadnje osobe sa kojima gost razgovara. Nude svoje preporuke gostima, te su odgovorni su za rješavanje svih eventualnih problema tijekom boravka.

Odjel domaćinstva je podjednako bitan za funkcioniranje hostela. U ovom odjelu najbitnija je organizacija vremena i ispunjenje svih standarda čistoće.

Uz najam kreveta hostel nudi sljedeće usluge:

- obroci (doručak/ručak/večera/lunch paketi)
- najam konferencijske dvorane
- rezervacija izleta

### 2.2.3. Uloga hostela Bureau u turističkoj ponudi grada Zagreba

Zagreb kao i ostatak RH bilježi rast ukupnog broja dolazaka i noćenja turista u 2022. godini. U tablici niže prikazane su točne brojke. Zagreb broji 16,48% ukupnih dolazaka u RH, te čak 40,82% ukupnih ostvarenih noćenja u RH 2022. godine.

Iz podataka preuzetih sa stranice Evisitora vidimo da je potražnja za smještajem u Zagrebu velika. Nakon rekordno uspješne 2019. godine zabilježen je veći rast u 2022.godini, rast se nastavlja i u 2023. godini.

Veliku ulogu u smještaju turista imaju i hosteli koji su opstali i nastavili s radom nakon pandemije. Dio hostela nažalost bio je primoran zatvoriti ili se preusmjeriti na mjesečni najam kako bi opstali na tržištu. Hosteli su od svih smještajnih objekata bili najviše pogođeni pandemijom s obzirom na specifičan način poslovanja i zajednički boravak gostiju.

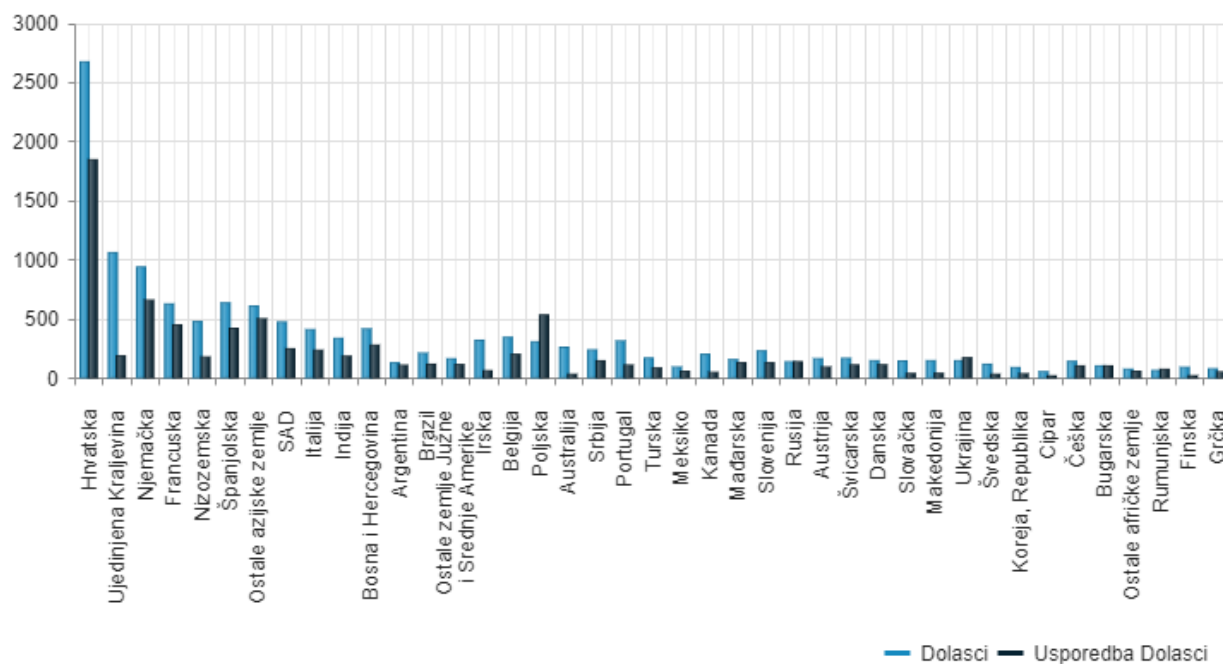
**Tablica 1.** Dolasci i noćenja turista u Zagrebu, usporedba 2022. i 2021. god.

		Ukupno	Domaći	Strani	Indeksi		
					2022.	2021.	
					ukupno	domaći	strani
Republika Hrvatska	dolasci	17.774.958	2.451.209	15.323.749	139,1	114,8	144,0
	noćenja	90.040.177	7.752.665	82.287.512	128,3	105,4	130,9
Grad Zagreb	dolasci	1.078.669	234.266	844.403	169,9	132,7	184,3
	noćenja	2.206.044	430.872	1.775.172	160,4	121,6	173,9

Izvor: Državni zavod za statistiku, URL: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>

Na grafikonu niže prikazane su vrijednosti iz podataka upisanih u tablici izdan. Vidljivo je da su na prvom mjestu dolazaka domaći gosti, zatim gosti iz Ujedinjenog Kraljevstva, zatim klasično gosti iz Njemačke. Na grafikonu niže vidljivo je smanjenje gostiju iz Poljske u 2022. godini u odnosu na prethodnu 2021. kada su obitelji iz Poljske bili česti gosti u Zagrebu i koristili noćenje u Zagrebu kao usputnu destinaciju do obale. Hosteli se lagano vraćaju svojim tradicionalnim gostima, odnosno backpackerima. Broj dolazaka ostalih država se povećao.

**Slika 1.** Usporedba dolazaka 2022. i 2021. god prema državama u hostelu Bureau



Izvor:Evisitor,URL:https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2Fevisitor%2Fhr-HR 02.06.23.

Prema podacima u tablici ispod vidljivo je povećanje prema svim segmentima u 2022. godini u odnosu na godinu ranije. Povećao se broj turista, dolaska i noćenja u hostelu Bureau.

**Tablica 2.** Usporedba dolazaka, noćenja i broja turista 2022. i 2021. god u hostelu Bureau

	Dolasci 2022.	Usporedba dolasci 2021.	Indeks dolasci	Noćenja 2022.	Usporedba noćenja 2021.	Indeks noćenja	Broj turista 2022.	Usporedba broj turista 2021.	Indeks broj turista
<b>Strani turisti:</b>	11.315	6.462	175.10	20.221	14.817	136.47	11.347	6.473	175.30
<b>Domaći turisti:</b>	2.668	1.840	145.00	3.799	3.309	114.81	2.677	1.843	145.25
<b>UKUPNO:</b>	<b>13.983</b>	<b>8.302</b>	<b>168.43</b>	<b>24.020</b>	<b>18.126</b>	<b>132.52</b>	<b>14.024</b>	<b>8.316</b>	<b>168.64</b>

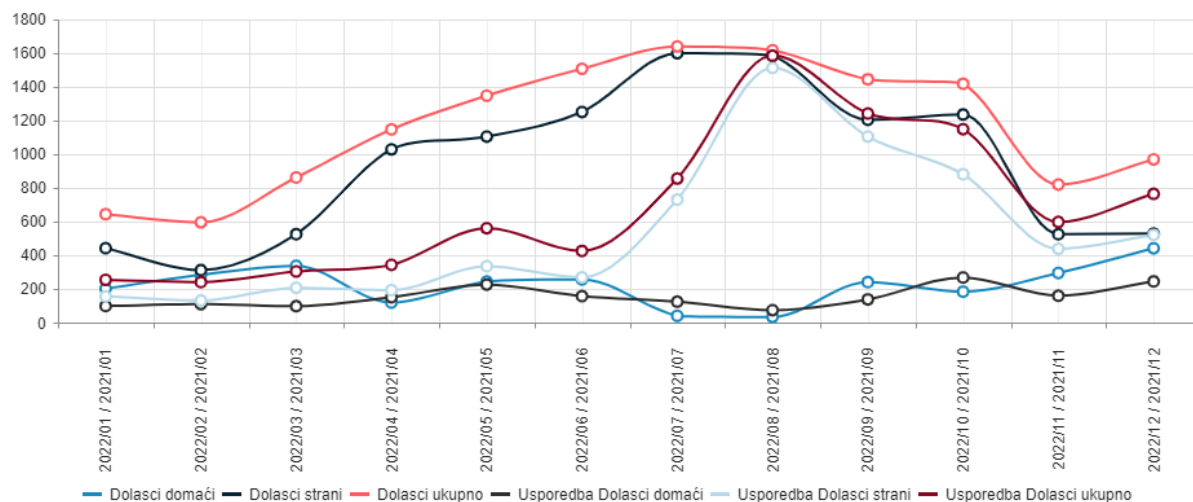
Izradila autorica prema podacima Evisitora

Na slici niže vidljive su linije dolazaka domaćih, stranih i ukupnog broja gostiju u 2021. i 2022. godini prema mjesecima. Može se uočiti da je minimalan rast broja dolazaka u 2022. u usporedbi sa 2021. godini bio u kolovozu, ostatak godine vidljiva je puno veća razlika u broju dolazaka. Srpanj i kolovoz su uz vrijeme Adventa mjeseci visoke potražnje u Zagrebu, stoga iznenađuje velika razlika nešto nižeg broja dolazaka u srpnju i zatim visok skok u kolovozu



2021.godine. Krivulja za 2022. godinu prikazuje puno manje oscilacije broja dolazaka u odnosu na 2021. godinu.

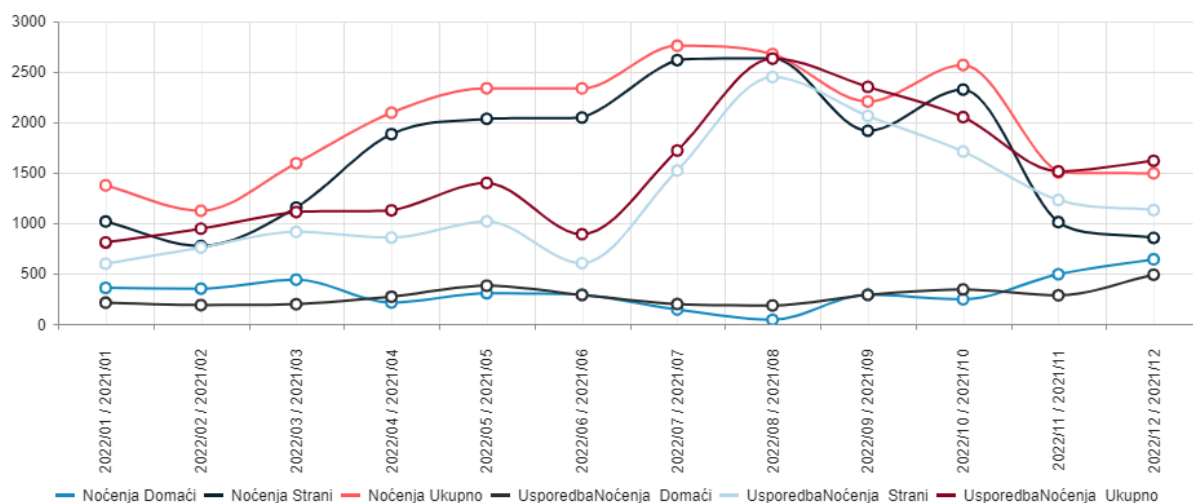
**Slika 2.** Usporedba broja dolazaka 2022. u odnosu na 2021. godinu hostel Bureau



Izvor:Evisitor,URL:<https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> 02.06.23.

Na slici ispod prikazane su linije koje prikazuju noćenja domaćih, stranih, te ukupan broj noćenja u hostelu Bureau 2021. i 2022. Ukupan broj noćenja u 2022. je viši u svim mjesecima osim rujna i prosinca. Unatoč tome vidljivo je da je 2022. godina ipak prednjačila ukupnim brojem ostvarenih noćenja u hostelu Bureau.

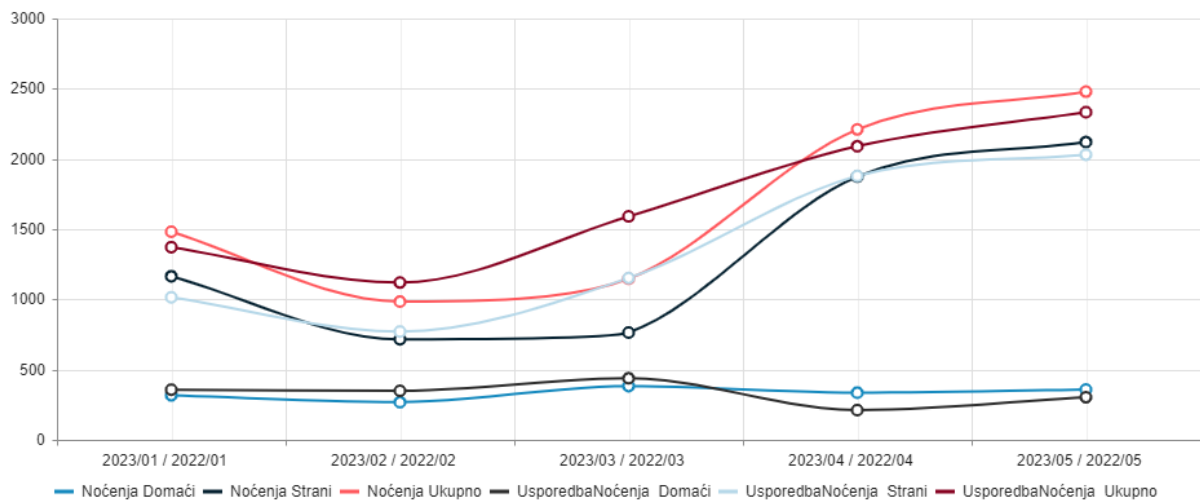
**Slika 3.** Usporedba broja noćenja 2022. u odnosu na 2021. godinu u hostelu Bureau



Izvor:Evisitor,URL:<https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> 02.06.23.

Iako ne možemo donijeti veće zaključke s obzirom da prava sezona još nije započela, u grafu niže prikazan je odnos broja noćenja u 2023. i prethodnoj 2022. godini. U veljači i ožujku veći broj noćenja ostvaren je u 2022. godini, vidljivo je i povećanje broja noćenja u travnju i svibnju, te se previđa rast krivulje u narednim mjesecima.

**Slika 4.** Broj noćenja u hostelu 2023. i 2022. godine u periodu od početka siječnja do kraja svibnja



Izvor: Evisitor, URL: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> 02.06.23.

Broj noćenja i dolazaka nisu jedini pokazatelji uspješnosti sezone, s obzirom na povećanje potražnje i cijene smještaja su porasle. Za putovanje u 2023. biti će potrebno izdvojiti više novaca nego što je bio slučaj rekordne 2019. godine. Osim potražnje na visinu cijena uvelike je utjecala pandemija, inflacija i ulazak u eurozonu. Cijene smještaja počinju pratiti europske standarde, za većinu turista Hrvatska je i dalje povoljna zemlja, s čime se većina domaćih turista ne bi složila.

Najvjerniju sliku stvarnog stanja pokazati će usporedba 2023. godine u odnosu na predpandemijsku i rekordnu 2019. godinu u razdoblju od početka siječnja do kraja lipnja. U nastavku se nalaze tablica sa konkretnim brojkama i grafikoni koji vizualno prikazuju rast broja dolazaka, noćenja i broja turista.

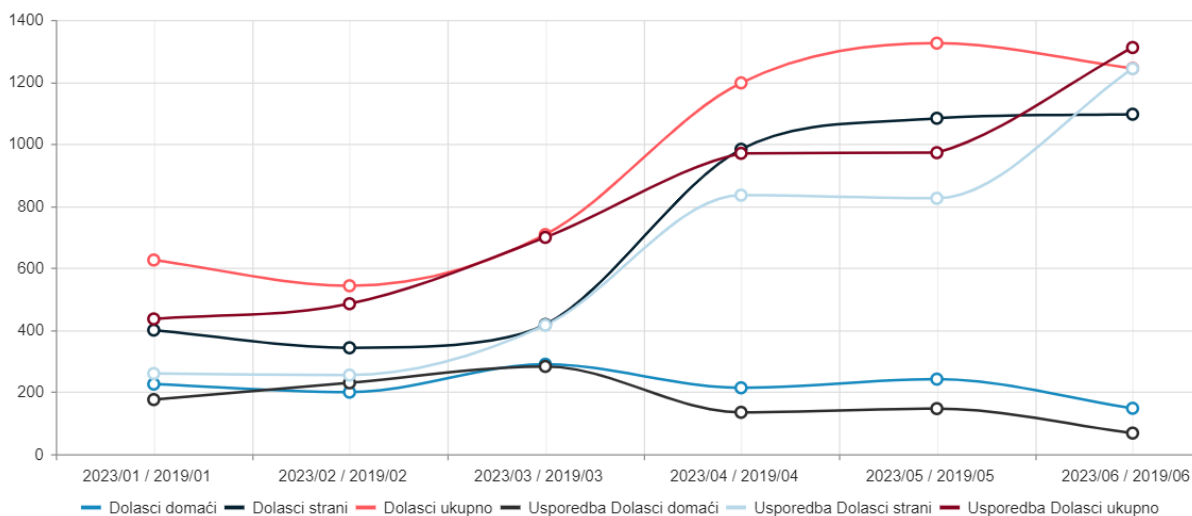
**Tablica 3.** Usporedba broja dolazaka, noćenja i broja turista u hostelu Bureau 2023. i 2019. godine

	Dolasci 2023.	Usporedba dolasci 2019.	Indeks dolasci	Noćenja 2023.	Usporedba noćenja 2019	Indeks noćenja	Broj turista 2023.	Usporedba broj turista 2019	Indeks broj turista
<b>Strani turisti:</b>	4323	3834	112,75	8484	6589	128,76	4363	3847	113,41
<b>Domaći turisti:</b>	1320	1039	127,05	1917	1472	130,23	1325	1048	126,43
<b>UKUPNO:</b>	<b>5643</b>	<b>4873</b>	<b>115,80</b>	<b>10401</b>	<b>8061</b>	<b>129,03</b>	<b>5688</b>	<b>4895</b>	<b>116,20</b>

Izradila autorica prema podacima Evisitora

Iz tablice iznad vidljiv je rast u broju dolazaka, noćenja i ukupnom broju turista u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu. Svi indeksi su u pozitivnom rastu, očekuje se nastavak trenda rasta i ostatak godine.

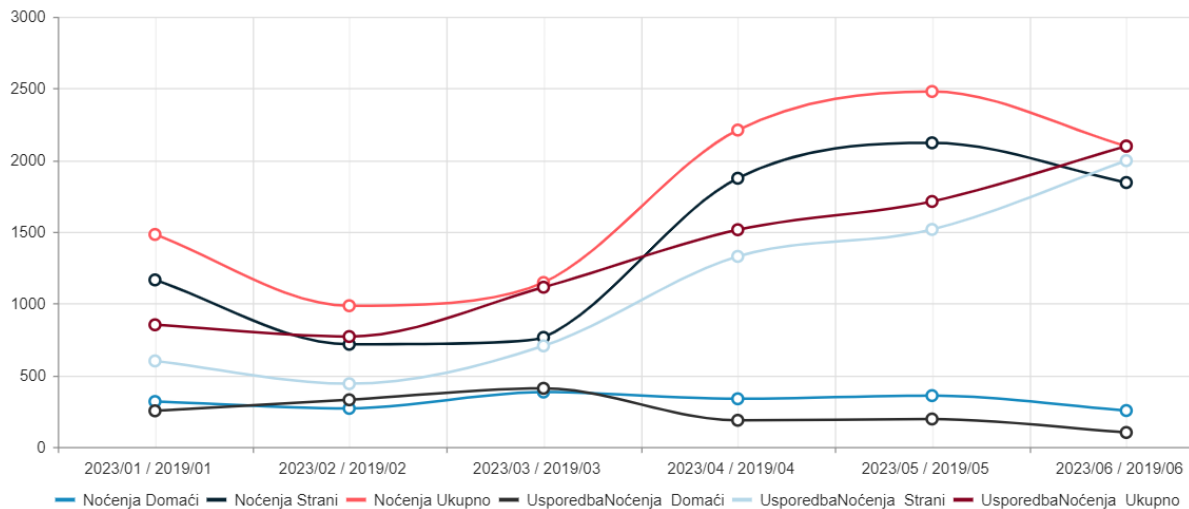
**Slika 5.** Usporedba broja dolazaka 2023. u odnosu na 2019. godinu hostel Bureau



Izvor: Evisitor, URL: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> 08.07.23.

Slika iznad prikazuje broj dolazaka 2023. u usporedbi sa brojem dolazaka u 2019. godini. Ukoliko se usporede ukupan broj dolazaka 2023. i 2019. godine uočljivo je da je veći ukupan broj dolazaka viši u 2023. godini u svim mjesecima osim kraja 6. mjeseca kad je zabilježen blagi pad broja dolazaka. S obzirom na izvrstan početak predsezona ne čudi mali pad prije visoke sezone. Od početka ožujka 2023. zabilježen je velik porast broja dolazaka u odnosu na 2019. godinu.

**Slika 6** Usporedba broja noćenja 2023. u odnosu na 2019. godinu hostel Bureau

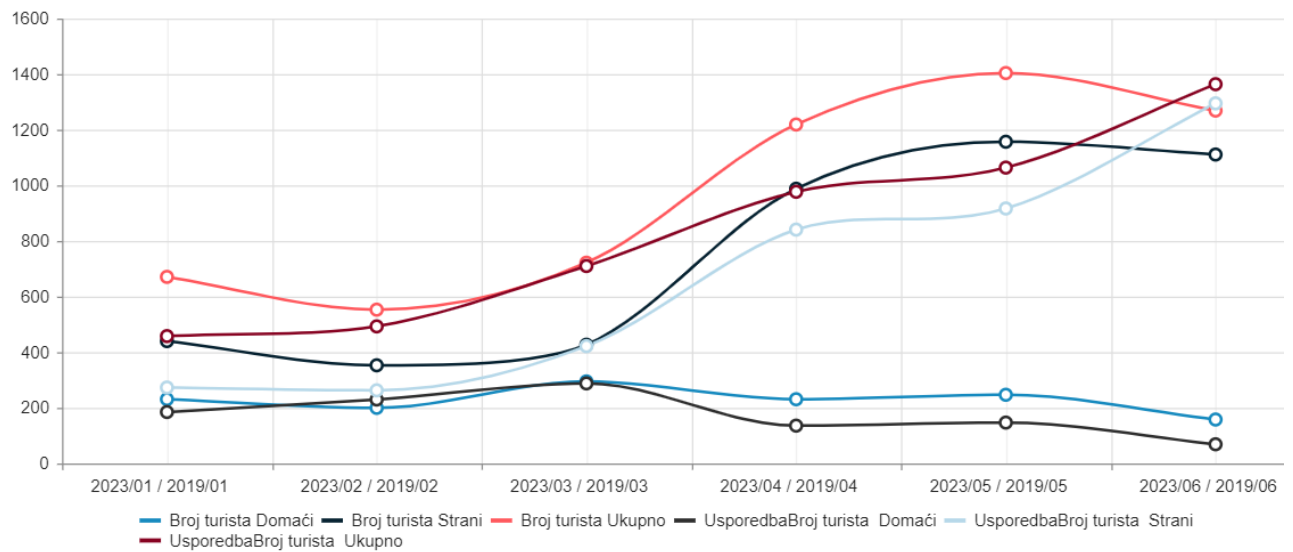


Izvor: Evisitor, URL: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> 08.07.23.

Na slici pod brojem 6 prikazan je graf sa usporedbom broja noćenja u 2023. u odnosu na 2019. godinu. Kao i u broju dolazaka, u broju noćenja vidljiv je porast u 2023. godini. Ukupan broj noćenja u 2023. viši je u u svim mjesecima osim kraja lipnja gdje se brojke izjednačavaju sa usporednom 2019. godinom. Prema pregledu rezervacija u sustavu hostela Bureau očekuje se ponovni rast broja noćenja u srpnju.

Na slici, odnosno na grafu niže krivulje prikazuju odnos ukupnog broja turista u prvoj polovici 2023. godine u odnosu na prvu polovicu 2019. godine. I na ovom grafu je vidljivo da 2023. godina prednjači u svim mjesecima osim kraja lipnja gdje je zabilježen manji pad broja turista u odnosu na 2019. godinu.

**Slika 7.** Usporedba ukupnog broja turista 2023. u odnosu na 2019. godinu hostel Bureau



Izvor: Evisitor, URL: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fhr-HR> 08.07.23.

Prema gore prikazanim grafikonima i tablici može se zaključiti da se stanje vraća u normalu. Turisti su željni putovanja i potražnja za smještajem se povećava. Hostel Bureau kao i ostali mora ponuditi kvalitetnu uslugu kako bi nastavio biti konkurentan na tržištu.

### 3. Logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau

Uspješnost poslovanja hostela ovisi o efikasnosti upravljanja materijalnim, financijskim i informacijskim tokovima, te usklađivanjem ponude i potražnje u danom vremenu.

#### 3.1. Logistički tok nabave

Unutar logističke službe koja je dio opskrbnog lanca planiraju se, analiziraju i kontroliraju tokovi zaliha kako proizvoda tako i informacija u poslovnom sustavu i izvan njega.<sup>8</sup>

Hostel Bureau nema naprednu logistiku nabave u smislu rasporeda dostave. Većinu nabave hrane potrebne za doručak, te dio sredstava za čišćenje obavlja prokurista hostela. Popis potrepština radi menadžerica u dogovoru sa odjelom čistoće i recepcije, te popis dostavlja gđi. Pukanić. Hostel je ranijih godina imao dogovoren sustav dostave hrane što više nije slučaj s obzirom na promjenu potražnje. Hostel sada nudi doručak samo za dogovorene grupe i iz tog razloga uvelike varira potražnja. Tijekom pandemije smanjio se broj gostiju i postalo je neodrživo učestalo nabavljanje svježih namirnica. Cilj ovakve organizacije je zadovoljenje gostiju kroz svježije namirnice te dodatna ušteda ostvarena kroz kupovanje u većem broju trgovačkih lanaca.

Za potrebe doručka nabavlja se svježi kruh u obližnjoj pekari koja se nalazi u Draškovićevoj ulici. Djelatnik hostela Bureau ispunjava narudžbenicu i zatim s njom preuzima određeni broj pekarskih proizvoda. Narudžbenice se naknadno pregledavaju i uspoređuju s mjesečnim računom koji hostel zaprima i plaća.

Nabavu toaletne papirne konfekcije i sapuna vrši menadžerica u dogovoru sa voditeljicom odjela domaćinstva. Dostavu vrši tvrtka DD Lab Professional s kojom je uspostavljena suradnja, s obzirom na oscilacije u potrošnji nabava se vrši prema potrebama hostela s obzirom na mali skladišni prostor koji posjeduje hostel Bureau. Hostel Bureau ujedno podržava i rad malih novootvorenih tvrtki. Od narudžbe do dostave u hostel u prosjeku je potrebno tek 24 sata.

---

<sup>8</sup> Vouk, „Uloga menadžmenta opskrbnog lanca u povećanju konkurentnosti poduzeća“, 1017.

Sredstva za čišćenje također naručuje menadžerica u dogovoru sa voditeljicom odjela domaćinstva. Suradnja s tvrtkom ALCA traje nešto dulje s obzirom da su na tržištu duže nego što je to slučaj sa tvrtkom DD Lab Professional koja je osnovana tek 2020. godine.

Naručuju se proizvodi za čišćenje sanitarija, podova, stakla, sredstva za uklanjanje kamenca, dezinfekciju i sl. Ukratko svi proizvodi potrebni za održavanje visokih standarda čistoće. S obzirom na velik broj gostiju koji koriste iste toalete i tuševe potrebno je redovito čišćenje i velika je potrošnja navedenih proizvoda. Hostel je isplativije nabava većih pakiranja sredstava za čišćenje koje osigurava tvrtka ALCA. Iako ALCA među svojim proizvodima nudi i toaletnu papirnu konfekciju, hostel zbog niže cijene ipak za navedene proizvode bira DD Lab Professional. Proces nabave bi bio jednostavniji u slučaju nabave svih proizvoda od istog dobavljača, ali cilj hostela je da proizvod iste kvalitete nabavi po nižoj cijeni uz minimalni napor.

Osim sredstava potrebnih za održavanje čistoće hostela, potrebni su uredski pribor i papirna konfekcija. Navedene stavke također naručuje menadžerica, ali u ovom slučaju u dogovoru s recepcijom. Na popisu se često nalaze sljedeće stavke: kemijske olovke, a4 papir, papir za POS uređaj, punjenje za klamericu, boja za printere, korektori i sl. Narudžba se mailom šalje tvrtki Microteam s kojom hostel ima najdugotrajniju suradnju.

Dio promo materijala turističke zajednice grada Zagreba i Hrvatske hostel dobiva poštom, dok drugi dio prikupljaju recepcioneri u dogovoru s menadžericom. Prethodno mailom naručene promo materijale kao što su to mape grada Zagreba, brošure na stranim jezicima i sl. moguće je preuzeti na adresi Kaptol 6 radnim danom u periodu od 10 do 16h.

Logistički tok nabave u hostelu Bureau i dalje funkcionira prema osnovnim načelima nabave te ne posjeduje kompleksne sustave i procese. Veliki dio poslovanja obavlja se B2B (Business-to-business) načinom rada, što označava komunikaciju i poslovanje između 2 poduzeća, a to mogu biti proizvođač i distributer, distributer i kupac/potrošač, ili u ovom slučaju, proizvođač i kupac, tj. sam hostel Bureau. B2B poslovanje se zasniva na planiranju budućeg poslovanja, međusobnom povjerenju, prošlim pozitivnim iskustvima ili putem referenci i preporuka.

U hostelu Bureau ne postoji odjel zadužen za nabavu, s obzirom na obujam posla nije potreban.

Većinu logistike, nabave i nadzora obavlja menadžerica telefonski ili putem maila. Stanje skladišta i potrebnog inventara pregledava se svakodnevno kako bi se pravovremeno mogla izvršiti potrebna narudžba robe.

Odabir dobavljača se primarno bira na temelju ponuđene kvalitete i cijene proizvoda.

Organizacija nabave hotela može biti:

1. **pojedinačna opskrba** koju služba nabave koristi kad zna koliko i kakvih objekata nabave treba i u kojem vremenu, a pribavljeni objekti nabave jednokratno se utroše ili se u cijelosti stave u uporabu.
2. **opskrba s vlastitih zaliha** izbor je službe nabave kad je uočena stalna potreba određenih objekata nabave, a otkloni su minimalni jer se takvom opskrbom lakše optimiziraju troškovi nabavljanja.
3. **sinkronizirana opskrba** („just-in-time“ ili JIT) karakterizira usklađeno planiranje, upravljanje i kontrolu odvijanja proizvodnje dobavljača i vlastite proizvodnje hotela. Tako dobavljač isporučuje u onoj količini i vremenu kad je hotelu objekt nabave potreban čime se rješava jedan od nedostataka prethodne opskrbe – trošak skladištenja.<sup>9</sup>

Prema gore navedenom može se zaključiti da se hostel Bureau najviše koristi sinkroniziranu opskrbu i tok nabave je poprilično jednostavan.

### 3.2. Logistički tok informacija

U logistici informacije prate svaku promjenu logističkoga toka, a njihova brza obrada, prijenos i stavljanje na raspolaganje korisnicima omogućava svakoj karici logističkoga lanca uvid u prethodno stanje, kontrolu i pravovremenu reakciju ukoliko input ne odgovara planiranome.<sup>10</sup>

Povezujući turističku potražnju i ponudu, turističke agencije imaju ulogu posrednika u zadovoljenju potražnje i realizaciji ponude. S logističkoga motrišta od primarne važnosti za agencijska poslovanje je optimalizacija informacijskih tokova. Agencijska usluga je logistički proizvod temeljen na optimalizaciji informacijskih tokova.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Ferišak, V. 2002. Nabava: politika, strategija, organizacija, management. Zagreb: V

<sup>10</sup> Ferišak, V. i dr. : Poslovna logistika, Informator, Zagreb, 1983., str. 253.

<sup>11</sup> Mrnjavac, E.: “Logistički menadžment u turizmu“ Opatija, 2010., str. 79.



### **Logistički tok informacija gostiju:**

Nakon odluke o putovanju gost započinje istraživati ponudu smještaja. Svaki gost ima određene preferencije i uvjete za odabir željenog smještaja. U današnje vrijeme većina individualnih gostiju istražuje svoje opcije prije putovanja. Prije rezervacije u hostelu Bureau gosti mogu zaprimiti informacije s puno različitih strana. Osim usmenih preporuka gosti se pouzdaju i u vjerodostojnost recenzija koje su ostavili prethodni gosti. Informacije i slike hostela moguće je pronaći na web stranici hostela, platformama za rezervaciju kao što su to Booking.com, Expedia i Hostelworld, preko Turističke zajednice, stranicama I Travel Balkans, TripAdvisor-u, Google reviews ili društvenim mrežama kao što su Instagram i Facebook. Nakon što gost zaprimi sve informacije o željenom smještaju i zadovoljan je ponudom odlučuje se za rezervaciju.

Nakon završenog putovanja gost nastavlja logistički tok informacija. Prenosi svoje mišljenje o boravku svojim prijateljima, rodbini ili ostavlja recenziju na jednoj od ranije spomenutih stranica. Gosti mogu hvaliti zaprimljenu uslugu ili izraziti svoje zadovoljstvo. U svakom slučaju recenzije utječu na turiste prilikom donošenja konačnih odluka, ali i na smještajne objekte koji uvažavaju kritike i uče na njima. Kako bi zadržali visoke ocjene potrebno je uvidjeti stvari kojima su gosti nezadovoljni i pronaći rješenje za rješavanje problema. Recepcioneri u hostelu Bureau svakodnevno čitaju i odgovaraju na recenzije. Dobivene informacije prenose menadžerici, prokuristi ili vlasnici. Ukoliko su promjene moguće u datom trenutku napraviti će se sve kako bi se povećalo zadovoljstvo gostiju.

### **Logistički tok informacija hostela Bureau:**

Upis rezervacije odnosno informacije može napraviti automatski ili ručni. U slučaju rezervacija zaprimljenih putem platformi booking.com, Expedia ili Hostelworld, rezervacije se automatski upisuju u Channel Manager sustav, odnosno u program Frontdesk Master u slučaju hostela Bureau. U slučaju direktnih rezervacija djelatnik na recepciji ručno upisuje informacije u Frontdesk Master i stvara rezervaciju za gosta. Uz Frontdesk Master hostel Bureau ima i program koji je povezan sa Evisitorom i neophodan je za prijavu gostiju i naplatu smještaja. Navedeni program se zove Recepcijsko poslovanje.

Prilikom dolaska gosta u hostel djelatnik recepcije odrađuje prijavu gosta koja se vrši na sljedeći način:

- Pronalazak rezervacije u sustavu i označavanje dolaska u Frontdesk Masteru
- Djelatnik potražuje osobni dokument gosta

- Upisivanje osobnih informacija gosta (ime, prezime, državljanstvo, vrsta i broj dokumenta, datum rođenja, te grad prebivališta) u program Recepcijskog poslovanja
- U većini slučajeva gost odmah plaća za svoj smještaj, u tom slučaju recepcioner izdaje račun u programu Recepcijsko poslovanje, te daje račun gostu
- Recepcioner bilježi u programu Frontdesk Master da je račun podmiren
- Recepcioner usmeno informira gosta o pravilima i uslugama hostela i predaje ključ sobe
- Ukoliko je gost zainteresiran recepcioner mu pruža dodatne informacije o gradu i nudi preporuke ture, hrane, pića, događanja i sl.

Prilikom odlaska gosta iz hostela djelatnik recepcije vrši odjavu na sljedeći način (u slučaju da je račun ranije podmiren):

- Gost dolazi do recepcije i vraća ključ
- Recepcioner označava u programu Frontdesk Master da je gost odjavljen i prosljeđuje informacije odjelu domaćinstva
- Recepcioner šalje odjavu i u programu Recepcijsko poslovanje koji prosljeđuje informaciju u Evisitor
- Recepcioner pita gosta za mišljenje o boravku

### **3.3. Logistički tok usluga**

U primjeru hostela Bureau to su:

#### **1. Smještaj**

Prva i najvažnija usluga hostela Bureau je smještaj. Smještaj čini 80% ukupnih prihoda hostela.

Hostel Bureau nudi krevete u privatnim i višekrevetnim sobama.

Ukupno hostel Bureau može smjestiti 94 osobe u različitim vrstama soba.

#### **2. Hrane i pića**

Doručak koji se poslužuje od 8 do 10 sati, osim ako nije drugačije dogovoreno s grupom. Doručak se poslužuje na principu švedskog stola.

Ponuda doručka: kruh, čajna salama/pureća salama, sir, pašteta jetrena i čajna, sirni namaz, maslac, pekmez od marmelade i šipka, med, nutella, cornflakes, choco pahuljice raznih vrsta,

integralne pahuljice, musli, više opcija mlijeka, raznolike vrste čajeva, instant kava, bijela kava, kakao, multivitaminski sok i sezonsko voće.

U sklopu hostela se nalaze i 2 automat aparata. Jedan aparat nudi toplu pića kao što su to razne opcije kava, cappuccina i čajeva. Drugi aparat nudi slatke i slane grickalice, aparat je hlađen i ponudi se mogu pronaći razni sokovi i voda.

### **3. Zabave**

Hotel preko turističke agencije prodaje izlete i izlaske gostiju. Kao na primjer: Izlet na plitvička jezera, Zadar, Bled itd. Hostel također surađuje sa agencijom koja nudi Bar Crawl - obilazak barova.

### **4. Ostale**

Hostel nudi usluge iznajmljivanja ručnika i čuvanja prtljage. Usluga iznajmljivanja ručnika uključuje iznajmljivanje ručnika tokom boravka u hostelu, nakon završetka boravka ručnik se predaje na recepciji. Ukoliko osoba želi ostati u gradu nakon check outa, ukoliko želi prtljagu može je ostaviti u hostelskim lockerima do 20:00h.

## **3.4. Logistički tok prodaje**

Hostel Bureau nudi svoje usluge putem sljedećih kanala:

### **1. Booking.com 60%**

Booking.com je jedan od najvećih putničkih agencija. U 2022. godini booking.com mobilna aplikacija bila je najčešće preuzimana aplikacija u kategoriji putničkih agencija. Za hostel Bureau booking.com je najbitniji prodajni kanal, posto preko 60% ukupnih rezervacija dolazi preko booking.coma. Hostel Bureau preko bookinga nudi dvije tarife: Tarifa besplatnog otkazivanja do 48 sati prije dolaska i tarifa bez povrata novaca. Tarifa bez povrata novaca je tarifa u kojoj booking.com direktno naplaćuje gostu preko virtualne kartice. Hostel na dan dolaska gosta može naplatiti smještaj preko virtualne kartice. Uz tarife smještaja također se nude i tarife sa uključenim doručkom.

Booking.com uzima 15% provizije od ukupnog iznosa rezervacije.

### **2. Hostelworld 20%**

Hostelworld je jedna od vodećih putničkih agencija usmjerena na tržište hostela. Otprilike 70 % rezervacija hostela vrši se online, što je više od bilo koje druge vrste smještaja poput hotela.

Hostelworld je vodeća globalna OTA usmjerena na hostelsko tržište. Tvrtka nadahnjuje strastvene putnike da vide svijet, upoznaju nove ljude i vrate se s izvanrednim pričama. Stranica za rezervaciju hotela ima više od 13 milijuna provjerenih recenzija mladih putnika, uglavnom u dobi od 18 do 39 godina. Prilikom rezerviranja na Hostelworldu gosti ostavljaju depozit koji je ujedno provizija HW. Postotak provizije varira u odnosu na poziciju na tablici. Najmanja moguća provizija iznosi 15%. Kao i kod booking.com postoje dvije tarife (smještaj I smještaj sa doručkom): besplatno otkazivanje do 48 sati prije dolaska i tarifa bez povrata novaca.

### **3. Expedia 5%**

Expedia je internetska putnička agencija u vlasništvu Expedia grupe sa sjedištem u Seattleu. Web mjesto i mobilna aplikacija mogu se koristiti za rezerviranje zrakoplovnih karata, hotelskih rezervacija, rent-a-cara, krstarenja i paketa za odmor. Microsoft je 22. listopada 1996. pokrenuo Expedia.com. Expedia je vodeća internetska putnička agencija i daleko najveća putnička agencija u SAD-u.

Hostel Bureau preko Expedia nudi dvije tarife (smještaj i smještaj sa doručkom: besplatno otkazivanje do 48 sati prije dolaska i tarifa bez povrata novaca).

### **4. Direktna prodaja 15%**

Pojam izravne prodaje odnosi se na prihod generiran u ključnim tržišnim segmentima hotela korištenjem izravnog kanala: službene hotelske web stranice, telefona, e-pošte itd. što ne podrazumijeva plaćanje bilo kakvih naknada ili provizija putničkoj agenciji. Hoteli obično nude najbolju cijenu kada gosti rezerviraju izravno kod njih. U isto vrijeme, hoteli su vrlo jasni u pogledu cijena kako bi izbjegli bilo kakve nesporazume koji bi mogli utjecati na iskustvo gostiju. Zbog toga, kada rezervirate izravno u hotelu, cijene su konačne i bez skrivenih naknada. Hostel Bureau ima veliki broj grupnih upita i samim time veliki broj grupa. To su uglavnom sportske grupe tko proljeća i jeseni. Te školske i turističke grupe tokom ljeta i zime (Advent u Zagrebu).

Hostel Bureau nudi povoljnije cijene na svom webu, uglavnom je to popust od 5%. Kao i na ostalim prodajnim kanalima nudi povratno i bespovratnu tarifu.

### 3.5. Outsourcing

Danas nema tvrtke koja se nije zapitala hoće li outsourcing biti prednost ili ne u njihovoj djelatnosti. Briga za smanjenje fiksnih troškova i njihova fleksibilnost, optimizaciju resursa i prihoda dovodi nas upravo do ovog pitanja. Transformacija fiksnih u varijabilne troškove, ovisi samo i isključivo o financijskom tijeku osnovne djelatnosti. Outsourcing usluga drastično smanjuje rizik i srednjoročno povećava prihode od poslovanja, tako je i hostel Bureau odlučio koristiti usluge outsourcinga.

#### **Hostel Bureau koristi outsourcing u sljedećim uslugama:**

Prvo, najbitnije i najkorištenije je usluga pranja, sušenje i peglanje rublja. Razlog korištenja ove usluge outsourcinga je nedovoljan broj radnika i zastarijela oprema. Hostel Bureau je do prošle godine sam brinuo o čistoći rublja, no situacija se promjenila kad su se aparati za pranje i sušenje počeli učestalo kvariti. Kako bi izbjegli veliko ulaganje u nove strojeve i smanjili opterećenje radnika, vlasnica se odlučila za novu suradnju s kemijskom čistionicom „Nina“ koja se nalazi u Velikoj Gorici. Za razliku od Zagreba cijene usluga su nešto povoljnije. U ovom slučaju radi se o suradnji s obostranim zadovoljstvom.

Korištenje usluge ovisi o broju gostiju odnosno o svakodnevnim izlascima/ulascima gostiju odnosno promjeni posteljine i ručnika. Još jedna od prednosti korištenja ove usluge je da se osoblje čistoće hostela ne mora dodatno brinuti o pranju, sušenju ili peglanju rublja. Dodatni posao snosi menadžerica koja uz voditeljicu domaćinstva vodi svakodnevnu komunikaciju sa davateljem usluge.

Veoma bitna usluga outsourcinga je usluga održavanja hostela. Posto u niskoj sezoni nema dovoljno posla za osobu koja održava hostel, hostel je odlučio koristiti outsourcing. U visokoj sezoni domar je skoro svakodnevno u hostelu, u niskoj sezoni 3 puta tjedno ili po potrebi.

Hostel osim javnog prijevoza i taxi vozila preporučuje tvrtku za prijevoz čija je baza također u Velikoj Gorici. Gosti koji slijeću u zračnu luku Zagreb uvelike koriste njihove usluge.

S obzirom da je hostel Bureau i dalje mala tvrtka nema potrebu za vlastitim računovođom. Brigu o zakonskim regulativima i računovodstvenim procesima vodi vanjska računovotkinja s kojom vlasnica i prokuristica surađuju dugi niz godina. Za navedeni posao potrebna je visoka razina stručnosti i obostrano povjerenje.

S obzirom na povećani broj računala koji se nalazi u hostelu, potrebna je povremena podrška IT stručnjaka. Hostel surađuje s tvrtkom koja vodi računa o funkcioniranju i ažuriranju svih uređaja.

Uz već navedene postoje i ostali majstori koji periodično provjeravaju rad grijača, klima, kamera i sl. uređaja.

### 3.6. Logistika proizvodnje

Proizvodnja u hostelu obuhvaća tehnološke procese koji omogućuju fizičku transformaciju ulaznih resursa, kao i druge procese koji, osim proizvodnih karakteristika, također obuhvaćaju pružanje usluga ili su isključivo uslužnog karaktera. Hostel obično ne proizvodi klasične logističke usluge, već ima ulogu posrednika u organizaciji dodatnih usluga koje nudi gostima. Proizvodnja logističke usluge u kontekstu hostela podrazumijeva organizaciju prijevoza, pružanje informacija o lokalnim atrakcijama, turističkim rutama i događanjima, kao i pomoć gostima u planiranju njihovih putovanja.

Evo nekoliko primjera logističkih usluga koje hostel Bureau pruži svojim gostima:

**Informacije o prijevozu:** Hostel pruži informacije o lokalnim autobusnim, vlakovnim ili drugim prijevoznim linijama, rasporedu polazaka, cijenama karata i slično.

**Turističke informacije:** Osoblje hostela gostima pruži informacije o lokalnim turističkim atrakcijama, znamenitostima, muzejima, restoranima i savjetima o tome kako najbolje iskoristiti vrijeme u određenom području.

**Organizacija izleta:** Hostel u suradnji s agencijom organizira izlete ili putovanja za svoje goste. To može uključiti grupne izlete do popularnih turističkih odredišta ili posjete kulturnim događanjima.

**Pomoć u rezervaciji:** Osoblje hostela pomaže gostima u rezervaciji karata za prijevoz, izlet ili događaj. Mogu pružiti i informacije o dostupnosti smještaja u drugim hostelima ili hotelima u susjedstvu ako je potrebno.

**Transferi:** Organizacija usluge transfera gostiju od zračne luke, autobusnog ili željezničkog kolodvora do hostela i obratno.

### **3.7. Logistika kao pretpostavka funkcije hostela u turističkoj ponudi destinacije**

Logistika igra ključnu ulogu u pružanju usluga hostela unutar turističke ponude određene destinacije. Naslov "Logistika kao pretpostavka funkcije hostela u turističkoj ponudi destinacije" jasno ukazuje na važnost organizacije i koordinacije svih logističkih elemenata koji omogućuju nesmetan rad hostela i pružanje visokokvalitetnog iskustva gostima.

Hosteli su popularan izbor smještaja među turistima, posebice među mladima i solo putnicima, zbog svoje pristupačnosti i društvene atmosfere. Međutim, da bi hostel bio uspješan i konkurentan na tržištu, neophodno je da logistički aspekti budu pažljivo planirani i implementirani.

Prvo, logistika uključuje upravljanje zalihama i nabavkom. Hosteli trebaju biti opskrbljeni svim potrebnim resursima kako bi mogli zadovoljiti potrebe svojih gostiju. To uključuje hranu, piće, posteljinu, ručnike, kozmetiku i ostale potrepštine. Upravljanje zalihama mora biti precizno kako bi se izbjegli nedostaci ili višak robe, što može utjecati na kvalitetu usluge i financijsko stanje hostela.

Drugo, logistika obuhvaća i upravljanje prostorom i rasporedom. Hosteli često imaju više soba, zajedničkih prostorija i kupaonica koje treba optimalno iskoristiti. Upravljanje prostorom uključuje raspoređivanje gostiju na odgovarajuće krevete ili sobe, osiguranje privatnosti i udobnosti, kao i održavanje higijene u svim prostorijama. Efikasan raspored prostora doprinosi ugodnom boravku gostiju i stvaranju pozitivnog dojma o hostelu.

Treće, logistika se odnosi na transport i komunikaciju. Mnogi gosti hostela dolaze iz različitih dijelova svijeta i često koriste javni prijevoz. Stoga je važno da hostel bude dobro povezan s prometnim mrežama i da gostima pruži jasne upute i informacije kako bi se lakše kretali po odredištima. Osim toga, komunikacija s gostima treba biti brza i učinkovita, bilo da se radi o rezervacijama, upitima ili prigovorima. Dobro uspostavljena komunikacija stvara povjerenje i zadovoljstvo kod gostiju.

## **4. Uloga logističkih tokova u poslovanju hostela Bureau**

U nastavku rada prikazani su obrađeni podaci provedenog anketnog upitnika. Također, opisati će se i metodologija samog istraživanja, analizirati dobiveni podaci iz kojih autorica predlaže određene smjernice za napredak.

### **4.1. Metodologija istraživanja**

Za potrebe ovog rada autorica je provela istraživanje koje je za cilj imalo utvrditi logističke tokove gostiju prilikom dolaska u hostel. Anketiranje gostiju u hostelu Bureau započelo je 12.06.23. i trajalo je do 25.06.23., odnosno 2 tjedna. Istraživanje se ponajviše bazira na logistici transporta od početke točke do hostela i logističke tokove u samoj destinaciji. Uz logistiku transporta utvrđeni su i logistički tokovi informacija koji su utjecali na odabir hostela kao smještajnog kapaciteta i način na koji su informacije utjecale na goste tokom boravka u destinaciji. Kako bi podaci bili što precizniji i relevantni gosti su anketu ispunjavali na recepciji hostela. Anketa je gostima dana u papirnatom obliku na engleskom jeziku. Dio pitanja bazira se na ranijem istraživanju autorice koje je provedeno prije 2 godine u sličnom periodu. Dodatna su pitanja koja u većoj mjeri odgovaraju na pitanja vezana uz logistiku i logističke tokove. Anketa je podijeljena u 4 dijela.

Prvi dio istraživanja sadrži 5 pitanja koje se odnose na socioekonomski profil ispitanika.

Drugi dio se odnosi na pitanja o smještaju i logistici transporta.

Treći dio ankete sa 2 pitanja odnosi se na razinu slaganja s navedenim tvrdnjama, razina je ispitana pomoću Likertove skale.

Zadnji dio istraživanja ispituje zadovoljstvo gostiju tokom informacija, razina zadovoljstva utvrđena je pomoću Likertove skale. Na prvo potpitanje u zadnjem dijelu istraživanja odgovarali su gosti koji su rezervirali putem stranice hostela, na drugo potpitanje odgovarali su gosti koji su rezervirali putem stranica kao što su to Booking.com, Expedia ili Hostelworld. Anketu je ukupno ispunilo 205 ispitanika, na pitanja u prvom, drugom i trećem dijelu ankete svi ispitanici su odgovorili na sva pitanja. Na prvo pitanje u 4 dijelu ankete odgovorilo je 40 ispitanika, na drugo pitanje odgovorilo je 142 ispitanika. Na pitanja u 4 dijelu istraživanja 42



ispitanika nije podnijelo odgovor s obzirom na to da ne ispunjavaju uvjet za ispunjavanje, odnosno rezervirali su hostel na način koji nije istražen u upitniku.

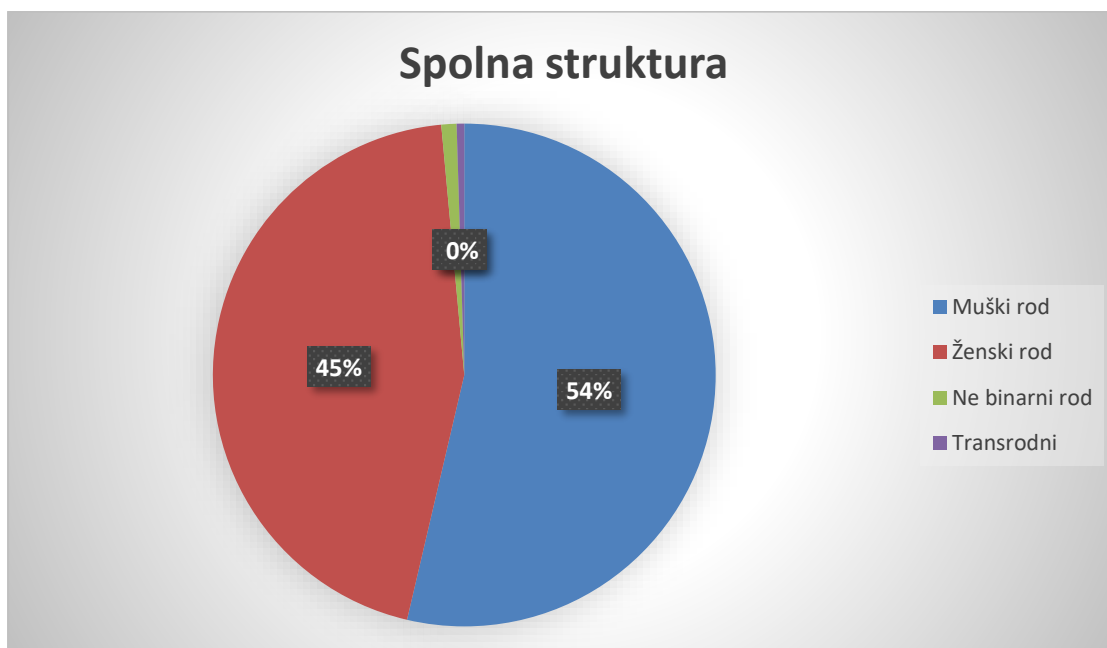
## 4.2. Rezultati i analiza istraživanja

U nastavku kroz 4 potpoglavlja analizirani su odgovori ispunjenih anketa. Postotak odgovara prikazan je na grafikonu za svako pitanje.

### 4.2.1. Sociodemografski profil ispitanika

U prvom pitanju ankete ispitana je spolna struktura gostiju hostela Bureau. Istraživanje je provedeno u periodu od 12.06.23.-25.06.23., odnosno u trajanju od 2 tjedna. U prvom dijelu istraživanja gdje se ispituje sociodemografski profil ispunjenost je 100 postotna, odnosno 205 ispitanika je ispunilo sva pitanja postavljena u prvom dijelu ankete.

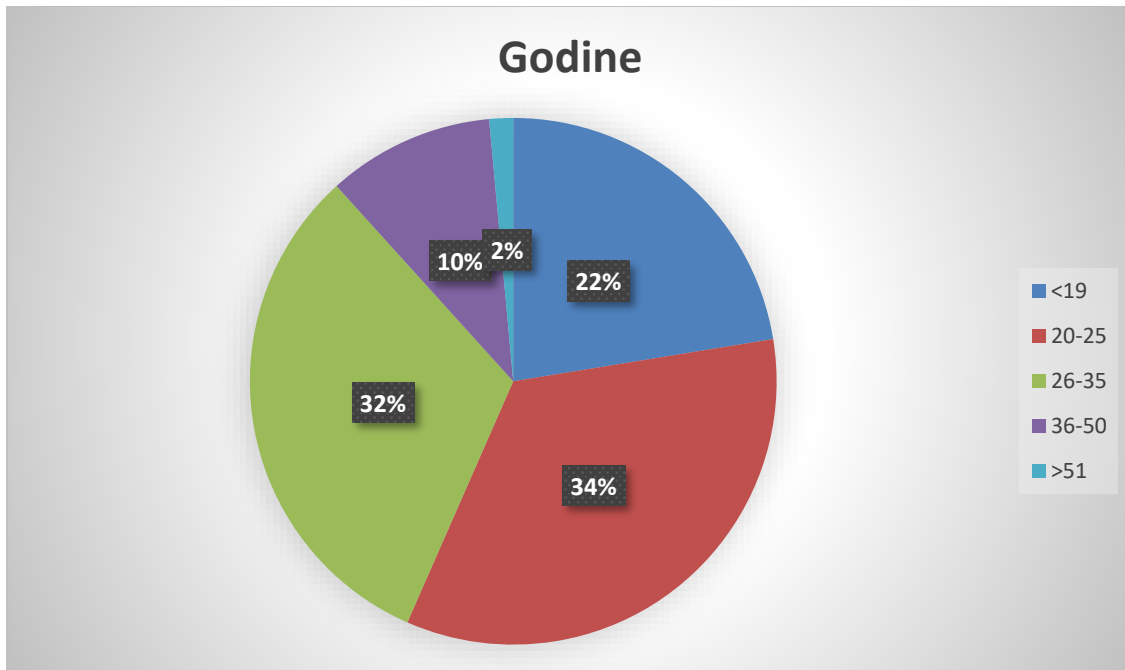
**Grafikon 1.** Spolna struktura ispitanika



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Iz rezultata ankete vidljivo je da hostel u približnom broju posjećuju pripadnici ženske i muške populacije. U navedenom periodu u hostelu je boravilo 110 osoba muške populacije, 92 osobe ženske populacije, 2 osobe ne binarnog roda, te 1 transrodna osoba.

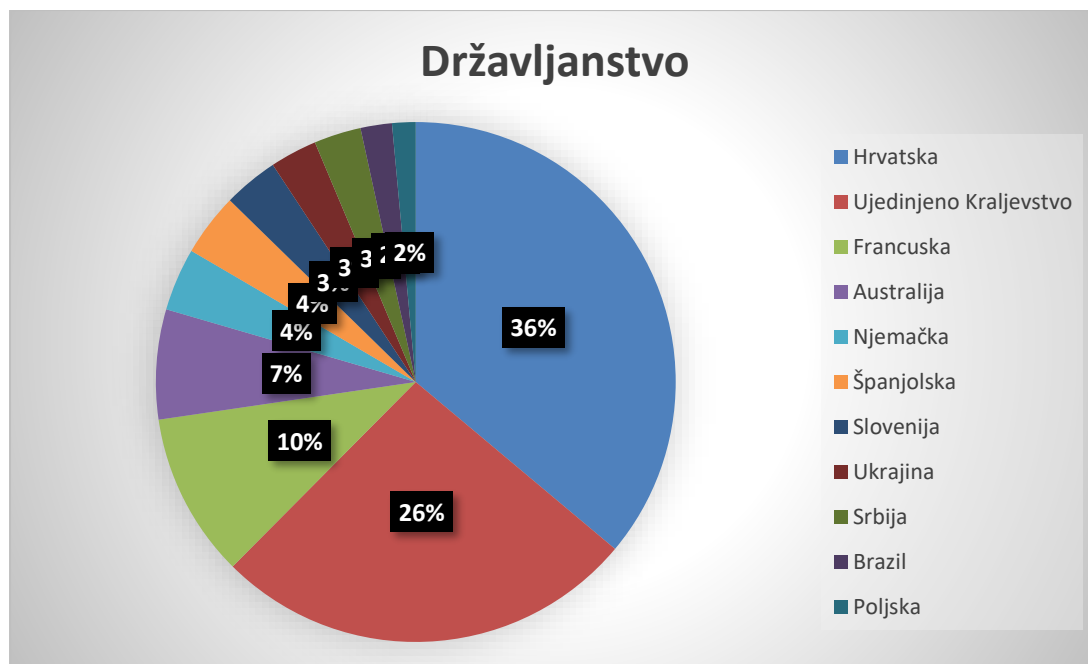
**Grafikon 2.** Dobna struktura gostiju



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Kroz drugo pitanje istražena je dobna struktura ispitanika. Rezultati prikazuju da je u hostelu moguće pronaći više različitih dobih skupina. Rezultati prikazuju da su najčešći gosti hostela upravo mlade osobe. Anketu je ispunilo 46 osoba mlađih od 18 godina, najviše gostiju bilo je u skupini između 20 i 25 godina, čak njih 70, zatim 65 ispitanika spada u skupinu između 26-35 godina.

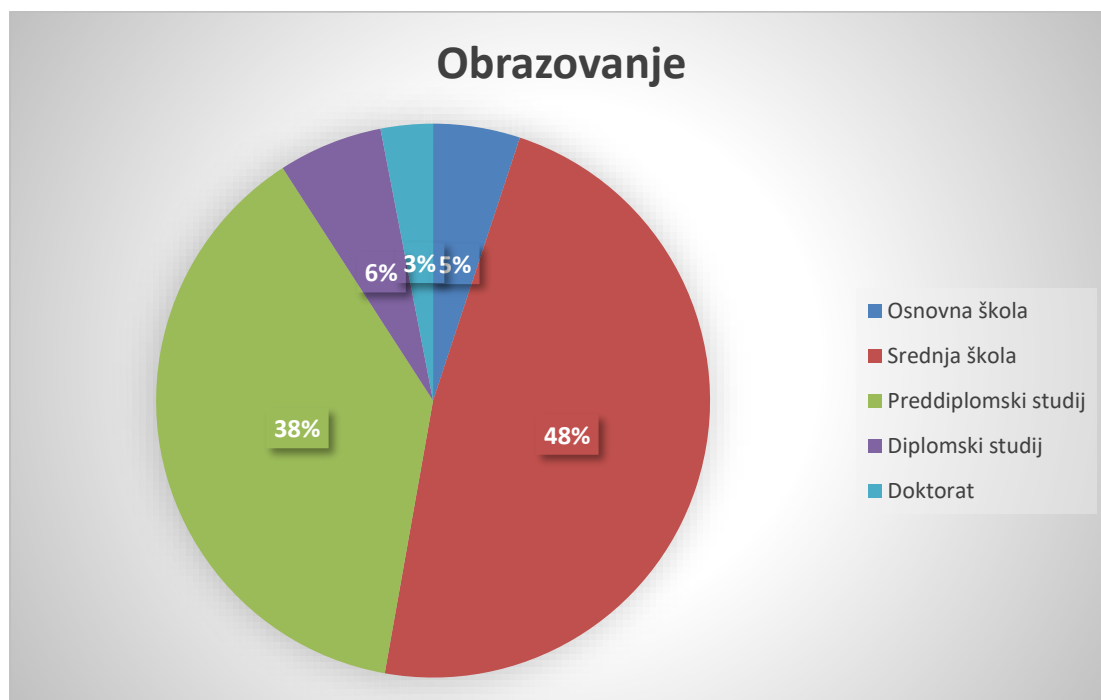
**Grafikon 3.** Državljanstvo ispitanika



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Na trećem pitanju ispitanici su odgovarali na pitanja o svojoj nacionalnosti. Nakon domaćih turista, najveći broj gostiju došlo je iz Ujedinjenog Kraljevstva, njih 54. U velikom broju došli su redom turisti iz narednih država: Francuska, Australija, Njemačka, Španjolska, Slovenija, Ukrajina, Srbija, Brazil i Poljska.

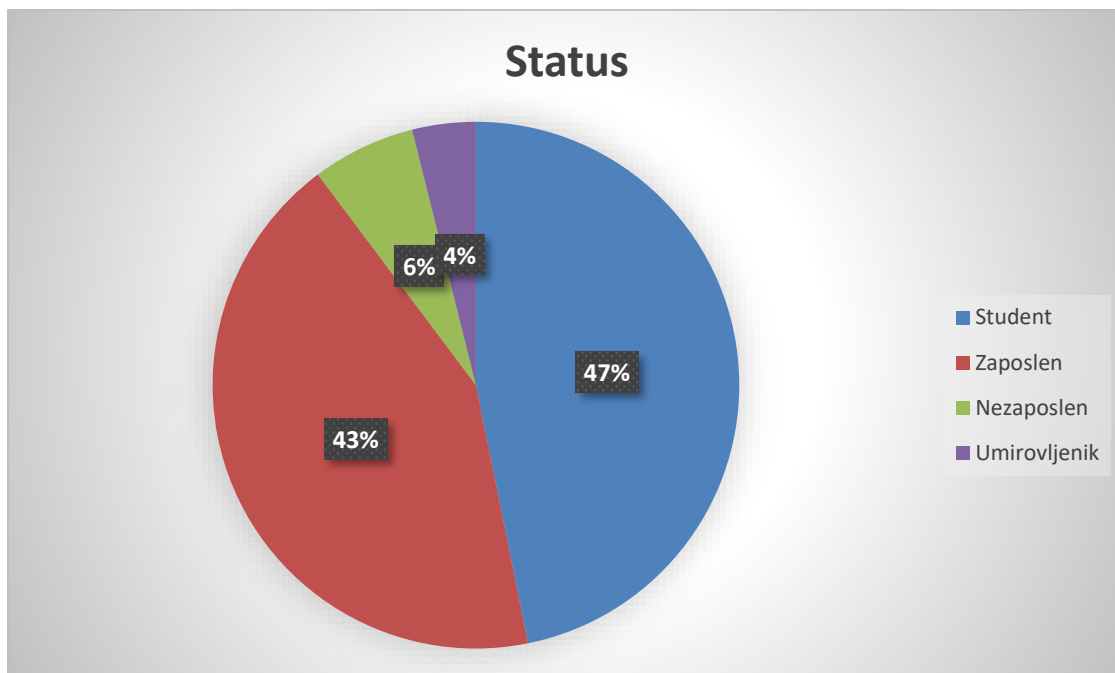
**Grafikon 4.** Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Anketa je uključivala i pitanje o stupnju obrazovanja. Iz dobivenih odgovora vidljivo je da najviše ispitanika ima završenu srednju školu, točnije njih 48%. Na drugom mjestu sa 38% nalaze se ispitanici sa završenim preddiplomskim studijem. U manjem broju tu su i ispitanici sa završenim diplomskim studijem, njih 6%, zatim 5% ispitanika završilo je osnovnu školu i na zadnjem mjestu 3% ispitanika ima završen doktorat. Kao i u analizi dobne strukture i nacionalnosti vidljivo je da dio ispitanika pripada mlađim grupama koje su boravile u hostelu, dobar dio njih ima završenu tek osnovnu školu i nastavljaju sa svojim obrazovanjem.

**Grafikon 5.** Ekonomski status ispitanika



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

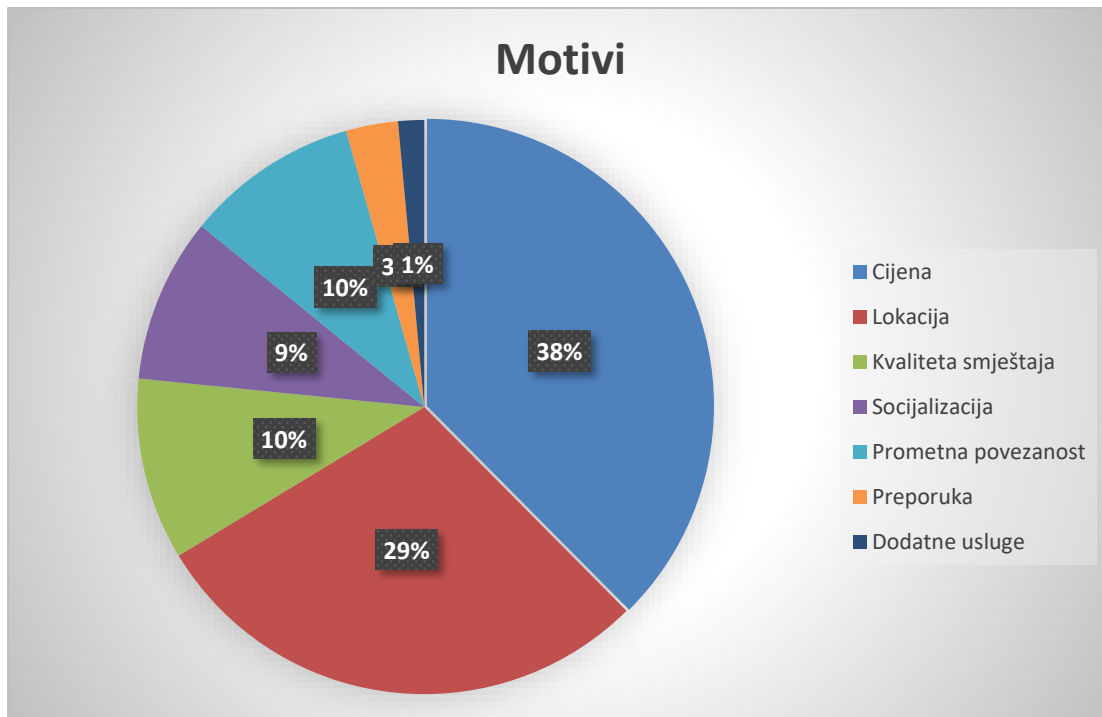
Kroz grafikon je vidljivo da najveći postotak gostiju hostela čine studenti koji čine 47% ispitanika, zatim slijede zaposleni sa 43%. Najmanje postotak imaju umirovljenici sa samo 4%.

Nakon prvog seta pitanja vidljivo je da i u hostelu Bureau borave tipični backpackeri, odnosno najučestaliji tip gostiju koji bira boravak u hostelima. Prema dobivenim odgovorima većina ispitanika spada pod navedenu skupinu.

## 4.2.2. Logistika – smještaj i transport

U nastavku su obrađena pitanja koje se odnose na motive dolaska, broj noćenja, logistiku prijevoza, potrošnju i ostale logističke informacije.

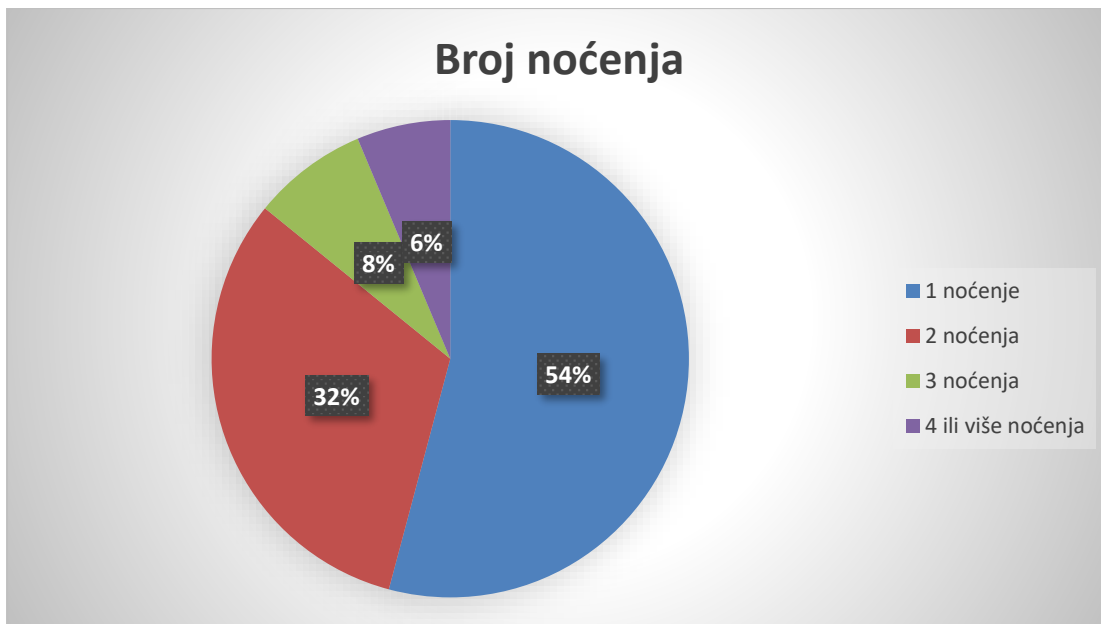
**Grafikon 6.** Motivi ispitanika za dolazak u hostel Bureau



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Kao glavni motiv najveći broj ispitanika izabralo je cijenu i lokaciju. Podjednak broj ispitanika nakon cijene i lokacije označuje kvalitetu smještaja, socijalizaciju i prometnu povezanost kao glavni motiv dolaska.

**Grafikon 7.** Broj noćenja u hostelu Bureau



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

U prethodnome grafikonu prikazano je koliko ispitanici borave u hostelu Bureau. Vidljivo je da najviše ispitanika boravi samo 1 noćenje, njih više od polovice, odnosno 54%. Dva noćenja ostvarilo je 32% ispitanika, 8% ih je ostvarilo 3 noćenja i najmanji postotak od 6% gostiju ostvarilo je 4 ili više noćenja u hostelu.

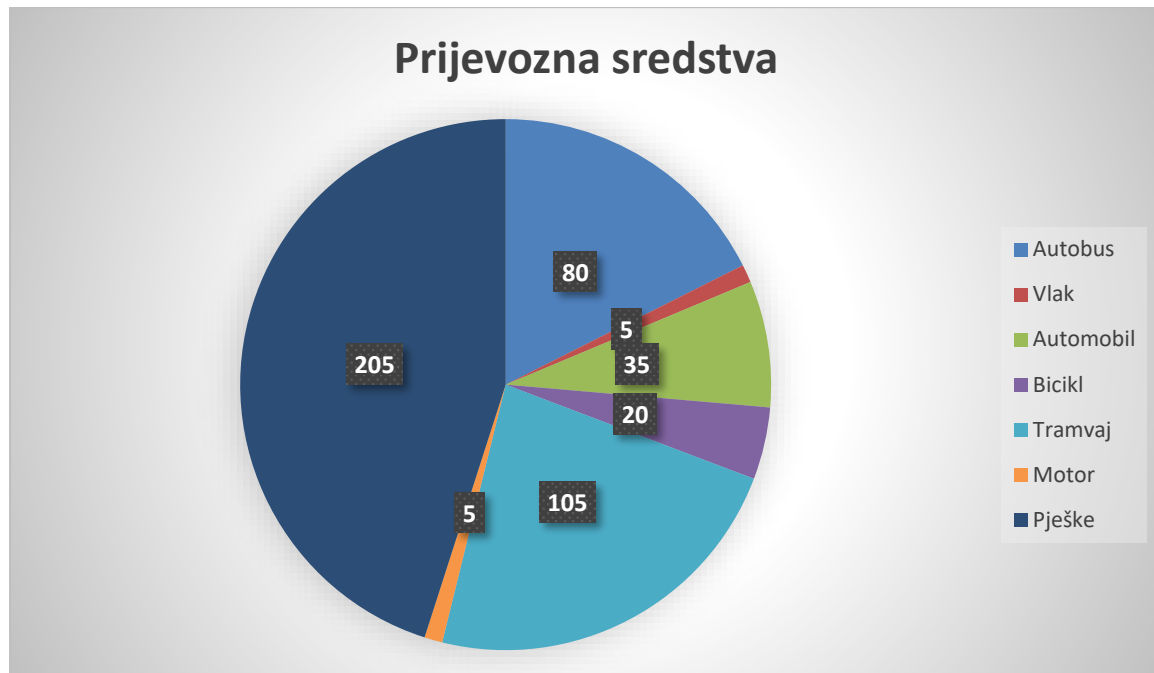
**Grafikon 8.** Korištena prijevozna sredstva od polazne točke



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Na grafikonu iznad vidimo odgovore na pitanje “Koja ste prijevozna sredstva koristili od svoje polazne točke do hostela Bureau“. Odgovori su mješoviti, ali najviše se ističe nekoliko prijevoznih sredstava, a to su avion, tramvaj, autobus i vlak. Velik broj ispitanika imao je 3 ili više izmjene prijevoznih sredstava od početka putovanja do hostela.

**Grafikon 9.** Korištena prijevozna sredstva u destinaciji

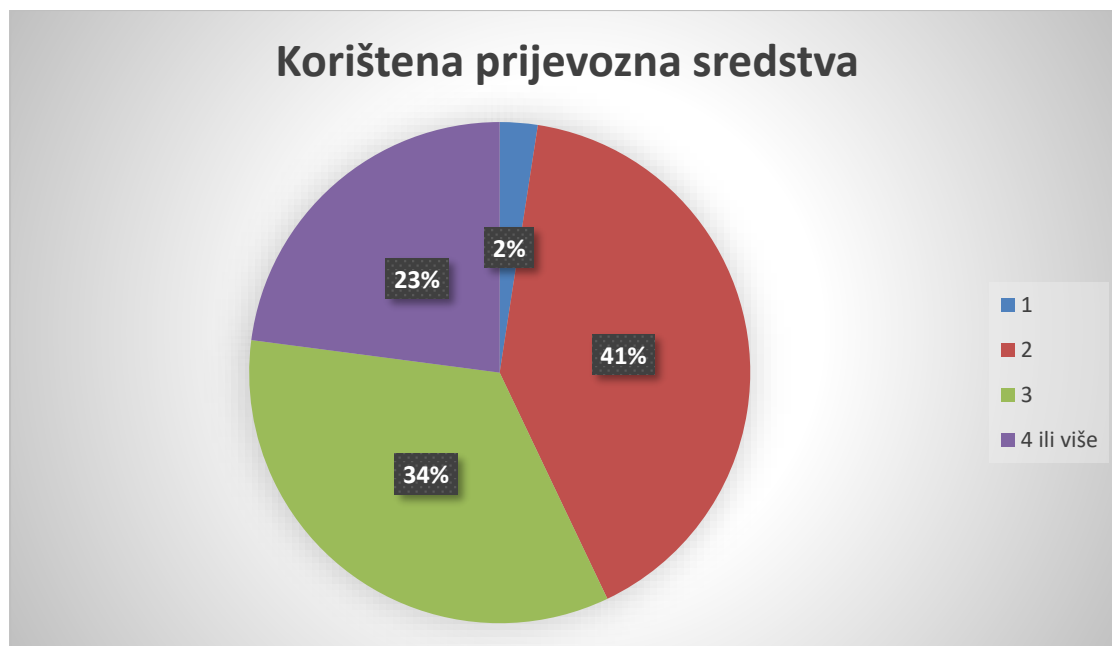


Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Na pitanje “Koja ste prijevozna sredstva koristili tijekom svog boravka u destinaciji?“ sa višestrukim ponuđenim odgovorima ispitanici su imali više odgovora. Najviše osoba, njih 205 hodalo je tokom boravka u destinaciji, zatim njih 105 se koristilo tramvajem i 80 autobusom. Manji broj ispitanika koristilo je dodatna prijevozna sredstva kao što su to automobil, bicikl, vlak ili motor.

Ukoliko se usporede rezultati ostvarenih broja noćenja i broj prijevoznih sredstva koje koriste turisti u destinaciji, može se zaključiti da zbog svog kratkog boravka u Zagrebu većina turista razgledava samo centar grada pješke. S obzirom na veličinu samog centra Zagreba razumljivo je da turisti mogu razgledavati i bez većeg korištenja prijevoznih sredstava. Također, može se zaključiti i da Zagreb trenutno ne nudi dovoljno atrakcija kako bi zadržao turiste na duži period. Trebalo bi se poraditi na ponudi događanja kako bi Zagreb bio jedan od tzv. city break ili vikend destinacija.

**Grafikon 10.** Broj prijevoznih sredstava korištenih do dolaska u hostel Bureau



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Na pitanje o broju korištenih prijevoznih sredstava od početke točke do dolaska u hostel odgovori se dosta razlikuju. Najviše ispitanika, njih 83 koristilo je dva prijevozna sredstva, zatim njih 70 koristilo je tri različita prijevozna sredstva. Četiri ili više prijevoznih sredstava koristilo je 47 ispitanika. Samo 5 ispitanika se poslužilo samo jednim prijevoznim sredstvom.

**Grafikon 11.** Broj korištenih prijevoznih sredstava u destinaciji



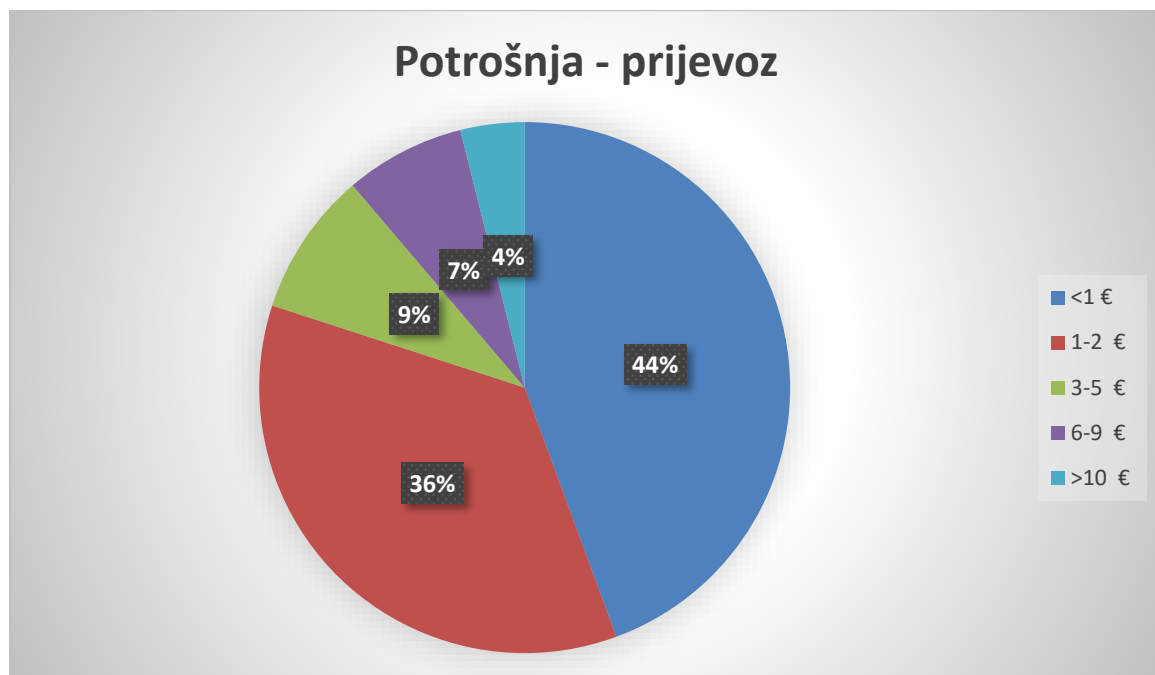
Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa



Za razliku od prethodnog pitanja u grafu iznad prikazuje se broj prijevoznih sredstava koji su ispitanici koristili tokom svog boravka u destinaciji. Vidljivo je da je većina ispitanika koristila manji broj prijevoznih sredstava prilikom razgledavanja.

Prije dolaska u destinaciju potrebno je precizno isplanirati plan puta kako ne bi došlo nepoželjnih situacija kod promjena leta, autobusa, vlaka i sl. Najveći broj ispitanika od svoje polazne točke do hostela u nekom je trenu hodalo. Iako nije prijevozno sredstvo, hodanje možemo smatrati oblikom svladavanja udaljenosti pa i s tim razlogom može se ispitati njegova uloga. Od početne točke do hostela gosti su koristili veći broj prijevoznih sredstava što i ne čudi s obzirom da gosti dolaze iz raznih dijelova svijeta. Ukoliko se usporede brojke korištenih prijevoznih sredstava do destinacije i u destinaciji vidljivo je da se u destinaciji koristi puno manji broj prijevoznih sredstava. Kao što je utvrđeno i u ranijem setu pitanja gosti borave kraće vrijeme u Zagrebu, stoga mnogi ni ne koriste javni gradski prijevoz ili ostale oblike prijevoza.

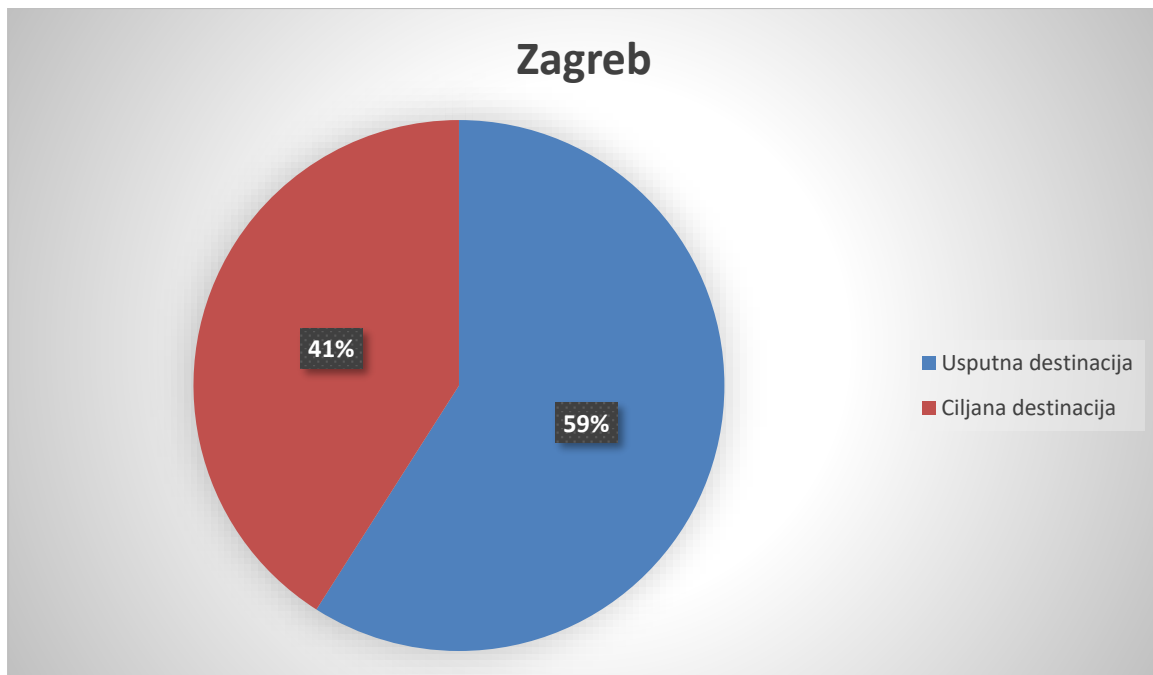
**Grafikon 12.** Prosječna potrošnja ispitanika na prijevozna sredstva



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Gosti su dali odgovor i na pitanje o prosječnoj dnevnoj potrošnji na korištenje prijevoza u Zagrebu. Najveći broj ispitanika na prijevoz dnevno potroši manje od 1 eura, njih 44%. Najmanje gostiju je dnevnoj bazi potrošilo više od 10 eura, navedeni gosti činili su samo 4% glasova.

**Grafikon 13.** Zagreb kao ciljana destinacija - da ili ne



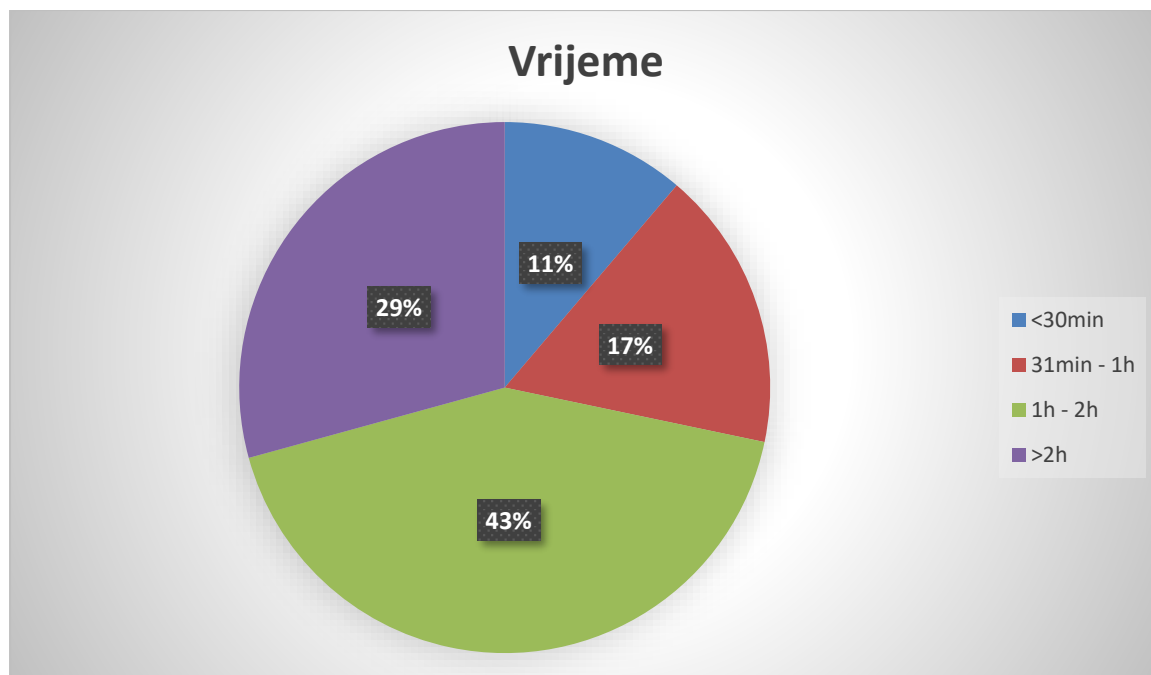
Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Da je Zagreb u predsezoni tek usputna destinacija prikazuje istraživanje ankete. Čak 59% gostiju označili su Zagreb kao svoju usputnu lokaciju, dok je njih 41% reklo da je Zagreb bio ciljane, odnosno krajnja turistička destinacija.

Iz dobivenih rezultata da se zaključiti da je Zagreb i dalje povoljan grad što se tiče usluga prijevoznih sredstava. U usporedbi sa ostalim glavnim gradovima u Europi cijena javnog prijevoza veoma je pristupačna što prepoznaje i većina stranih posjetitelja. Dio domaćih turista nije bio zadovoljan cijenom, na to ponajviše utječe razlika u plaćama i standardu života u usporedbi sa stranim državljanima.

Također niža cijena prijevoznih sredstava i smještaja u odnosu na obalu sigurno ima utjecaj na odabir Zagreba kao usputne destinacije. Dobar dio gostiju putuje prema ili se vraća sa Jadranske obale. Tijekom zime i adventa veći broj gostiju bira Zagreb kao svoju ciljanu destinaciju. Potrebno je ponuditi veći sadržaj turistima tijekom cijele godine kako bi se povećao broj ostvarenih noćenja.

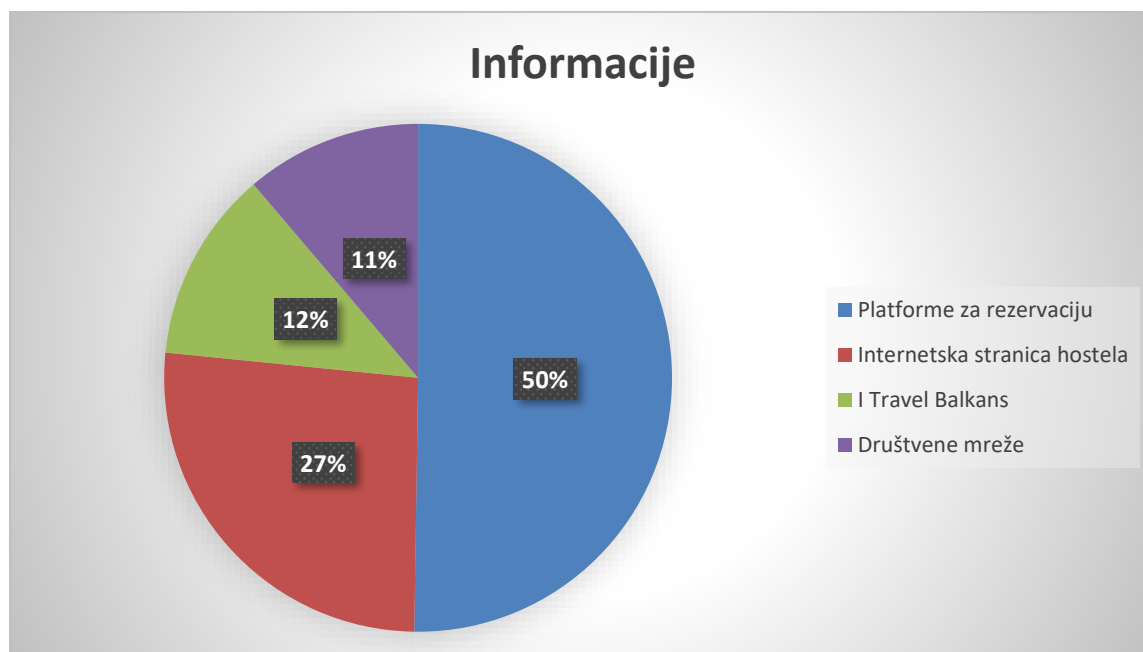
**Grafikon 14.** Vrijeme ispitanika provedeno u istraživanju prije odabira destinacija i smještaja



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Potrebno vrijeme za istraživanje prije polaska dosta je individualno za većinu gostiju. Ipak, za većinu gostiju potrebno je nešto duže istraživanje. Najveći postotak od 43% ispitanika proveo je istraživanje u periodu od 1-2h, zatim slijedi 29% gostiju kojima je bilo potrebno više od 2h.

**Grafikon 15.** Izvor informacija o hostelu Bureau



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Odgovori o izvoru informacija prije dolaska ne iznenađuju, 50% ispitanika odgovorilo je kako su platforme za rezervacije bili primaran izvor informacija.

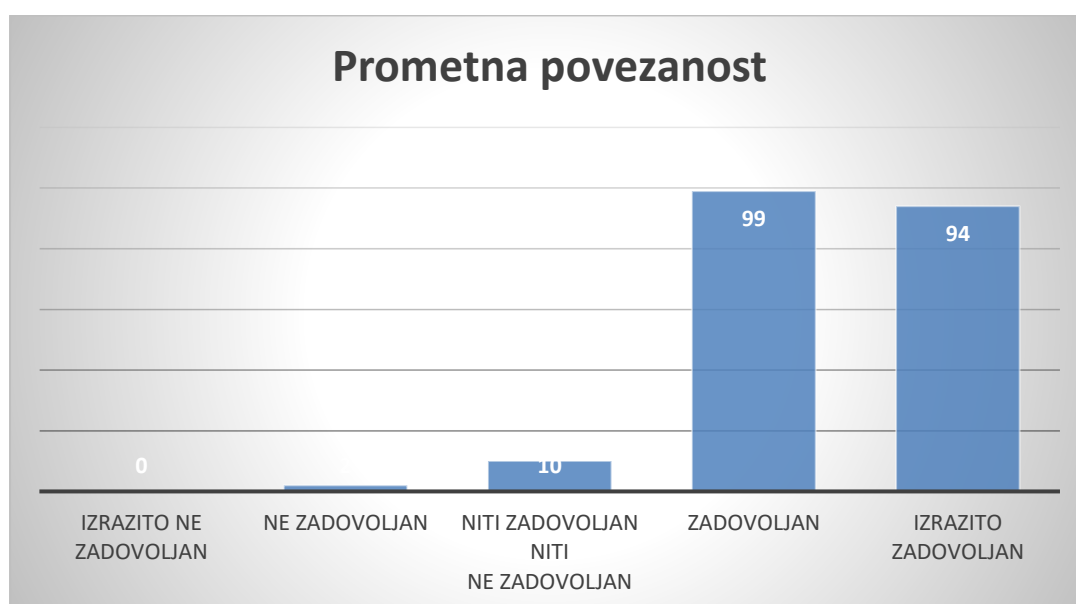
Tok informacija između hostela, posrednika i potencijalnih gostiju je efikasan. Većina gostiju pronašla je informacije o traženom smještaju u razumnom roku. Posjetitelji hostela rijetko koriste usluge turističkih agencija, stoga ne čudi da većina gostiju ipak provede nešto više vremena tijekom istraživanja i pronalaska informacija o željenoj destinaciji i smještaju. Informacije su danas lako dostupne na internetu, potrebno je par klikova da se pronađu odgovori na sva tražena pitanja. U zadnjem setu pitanja ispitati će se i razina zadovoljstva dobivenim informacijama.

### 4.2.3. Procjena zadovoljstva logističkom infrastrukturom Zagreba i utjecaj logističkih promjena na odabir destinacije

Odgovori na pitanja u nastavku rangirani su prema Likertovoj skali.

Pitanja u nastavku su raznovrsna, procjenjuje se utjecaj određenih logističkih promjena na odabir destinacije, uz opća pitanja, u nastavku se nalazi i nekoliko pitanja o transportu u Zagrebu.

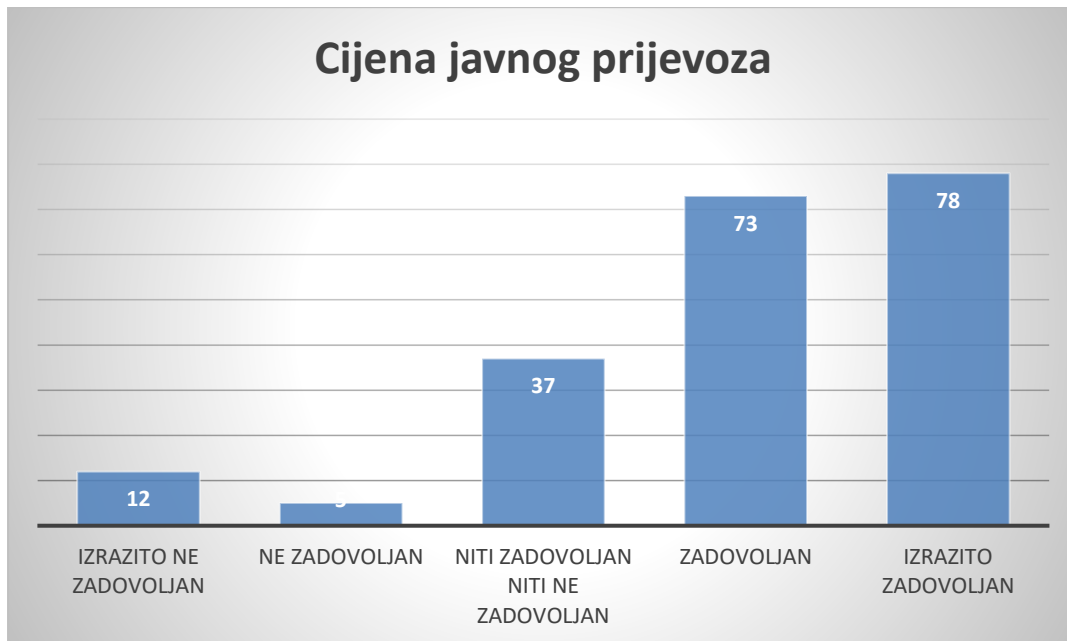
**Grafikon 16.** Zadovoljstvo ispitanika prometnom povezanošću



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Gosti su kroz anketu izrazili svoje zadovoljstvo prometnom povezanošću hostela (i ujedno i grada Zagreba). Skoro svi ispitanici su bili zadovoljni ili izrazito zadovoljni povezanošću. Izrazito zadovoljno bilo je 94 ispitanika i 99 ispitanika je bilo zadovoljno prometnom povezanošću.

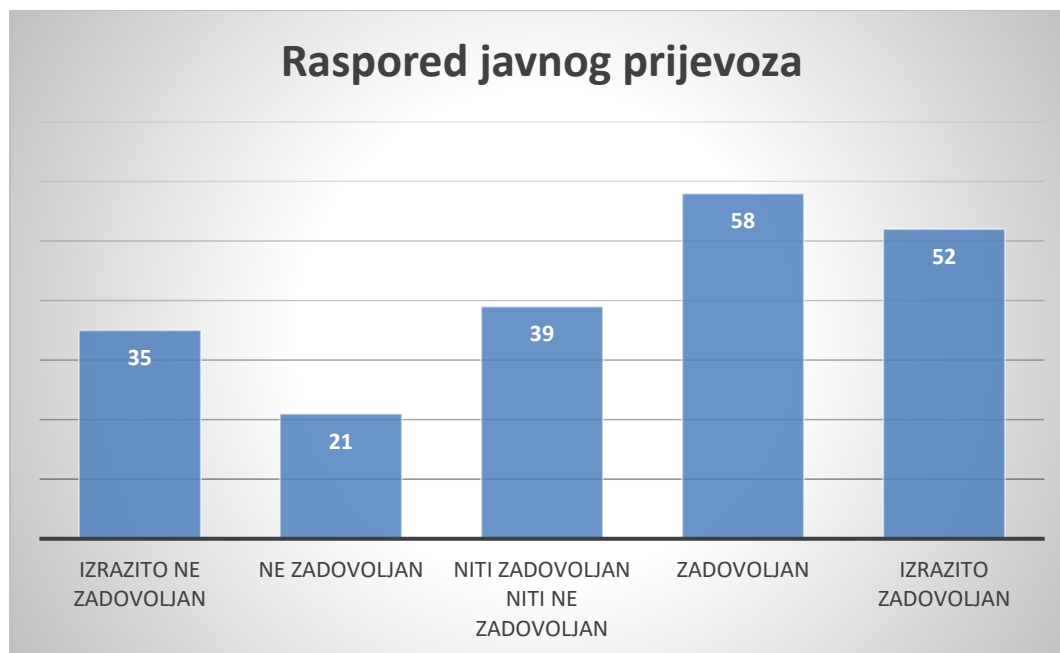
**Grafikon 17.** Zadovoljstvo ispitanika cijenom javnog prijevoza



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Na pitanje o razini zadovoljstva cijenom javnog prijevoza iz grafikona je moguće zaključiti da je većina gostiju bila zadovoljna ili izrazito zadovoljna, nešto manji broj ispitanika bio je neodlučan ili nezadovoljan.

**Grafikon 18.** Zadovoljstvo ispitanika rasporedom javnog prijevoza



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Kao što se dalo pretpostaviti odgovori na pitanje o rasporedu javnog prijevoza su različiti za većinu ispitanika. Ipak, više ljudi je zadovoljno (58 osoba) ili izrazito zadovoljno (52 osobe) nego što je nezadovoljno, točnije više od polovice ispitanika ima pozitivno iskustvo.

Iz prethodna tri pitanja ankete i rezultata vidljivih na grafovima može se zaključiti da su turisti pretežito zadovoljni javnim gradskim prijevozom u Zagrebu. Ukoliko usporedimo cijene prijevoza u Zagrebu i ostalim europskim glavnim gradovima može se reći da je Zagreb iznimno povoljan. Gosti su bili zadovoljni i prometnom povezanošću, ipak činjenica je da je većina ispitanika minimalno koristila usluge javnog prijevoza. Dio domaćih turista izrazilo je nezadovoljstvo rasporedom. Iz dobivenih odgovara na ovo pitanje može se zaključiti da je potrebno usavršiti aplikacije i sustave u ZET-u koje javljaju vrijeme dolaska autobusa ili tramvaja, te povećati broj prijevoznih linija.

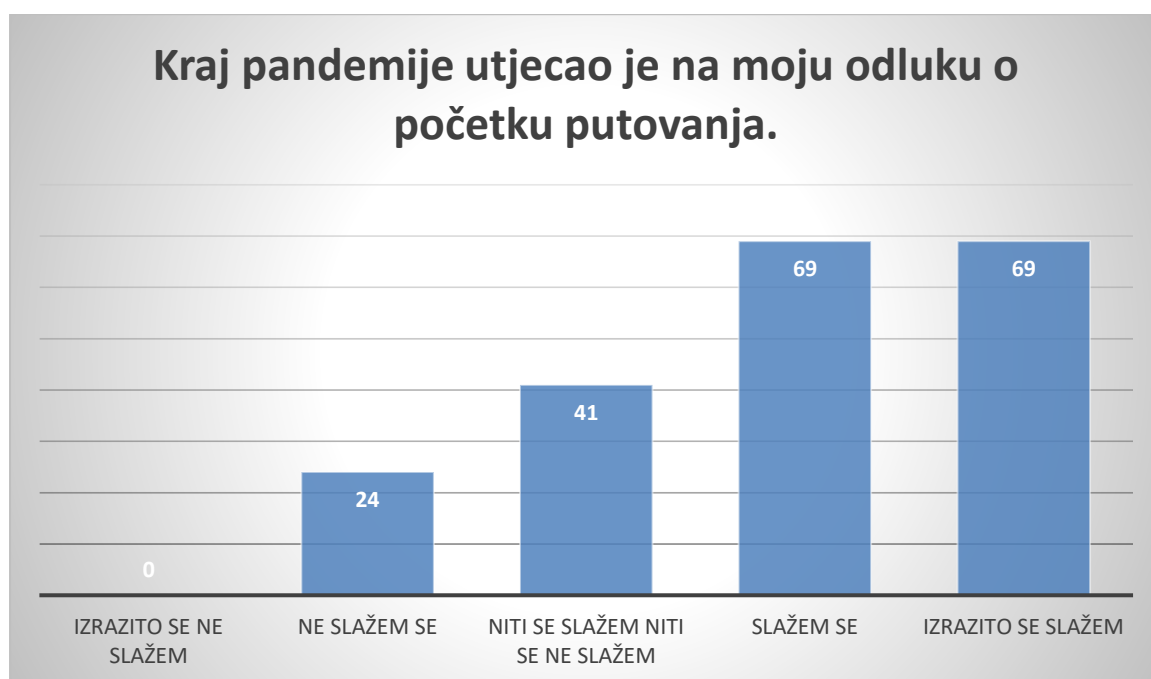
Logistički tokovi ljudi u gradu Zagrebu odnose se na kretanje ljudi unutar grada, povezanost javnog prijevoza i protok informacija vezanih za promet i druge relevantne aktivnosti. Zagreb je glavni grad Hrvatske i najveći urbani centar u zemlji, stoga je važno da logistički tokovi budu dobro organizirani kako bi se osigurala učinkovita mobilnost stanovništva i razmjena informacija.

Javni prijevoz igra ključnu ulogu u logističkim tokovima ljudi u Zagrebu. Zagrebački tramvajski sustav, koji je jedan od najstarijih u Europi, ima razgranatu mrežnu liniju koja omogućuje relativno brzo kretanje unutar grada. Autobusi pokrivaju područja koja nisu dosegnuta tramvajem, a vlakovi povezuju Zagreb s drugim gradovima diljem Hrvatske i susjednim zemljama.

U pogledu tokova informacija, Grad Zagreb koristi različite kanale za pružanje relevantnih informacija građanima. To uključuje službene internetske stranice, mobilne aplikacije, društvene medije i javne obavijesti. Građani mogu dobiti informacije o prometnim uvjetima, izmjenama u rasporedu javnog prijevoza, radovima na cestama i drugim važnim obavijestima. Jedina mana je što često navedeni tok informacija često nije prikazan u stvarnom vremenu. Logistički tokovi turista u Zagrebu obuhvaćaju povezanost javnog prijevoza, pametne sustave upravljanja prometom i protok informacija. Ovi tokovi igraju ključnu ulogu u osiguravanju usklađenosti mobilnosti građana i turista, smanjenju prometnih gužvi i pružanje relevantnih informacija o prometu. Neprekidno poboljšanje ovih logističkih tokova ključno je za stvaranje održivog i ugodnog urbanog okruženja u Zagrebu.

Nakon pitanja o zadovoljstvu javnog prijevoza u nastavku se ocjenjuje razina slaganja sa pojedinim tvrdnjama.

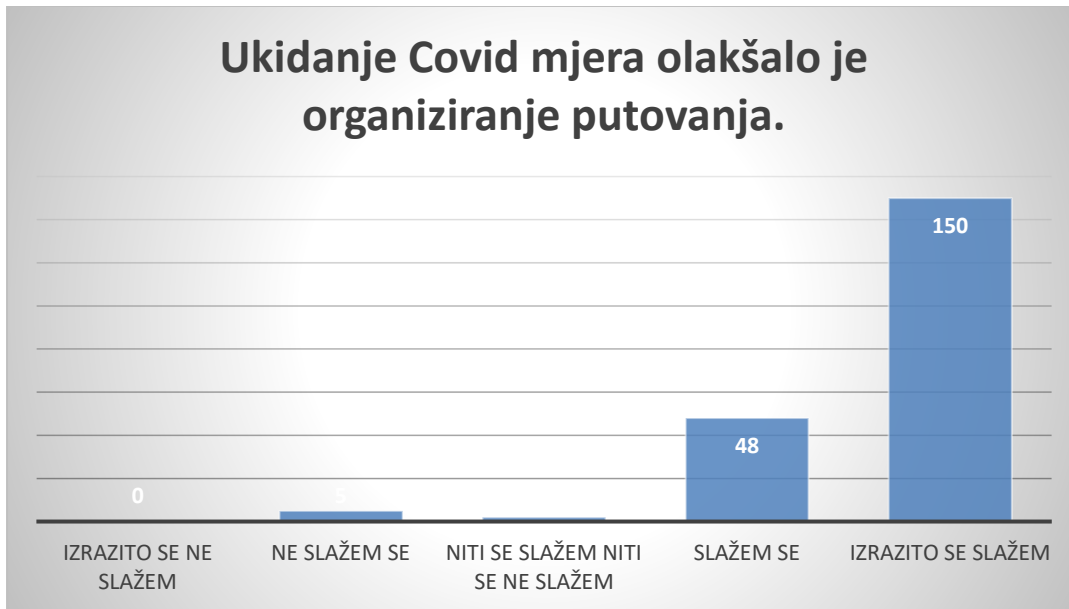
**Grafikon 19.** Stav ispitanika o utjecaju završetka pandemije na početak putovanja



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Iz istraživanja je moguće zaključiti da je kraj pandemije potaknuo brojne goste na početak putovanja. Izrazito se slažu i slažu se s navedenom izjavom čak 138 od ukupnih 205 ispitanika. S navedenom tvrdnjom 24 osobe se nisu složile, a njih 41 se niti slaže niti ne slaže.

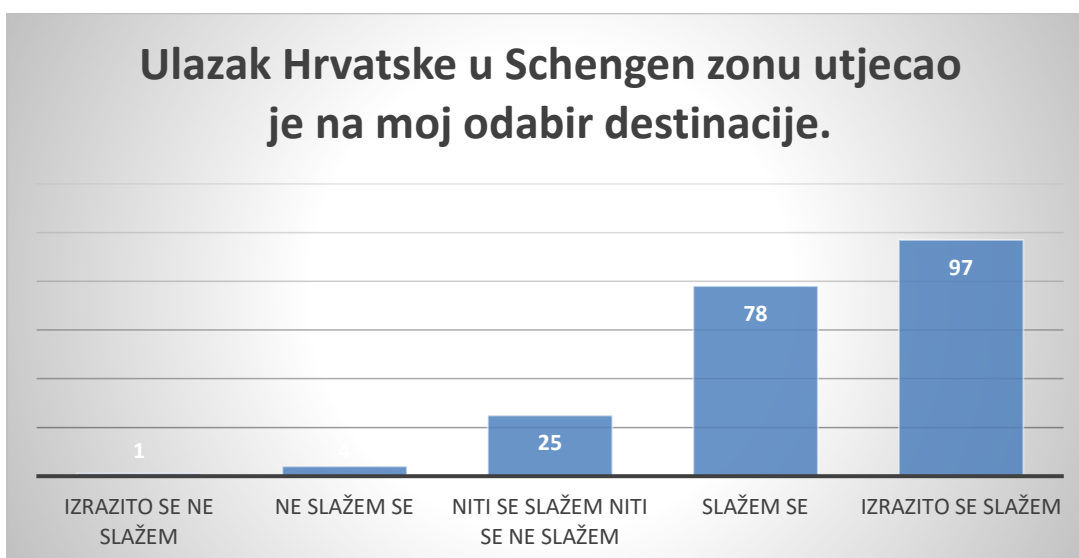
**Grafikon 20.** Stav ispitanika o ukidanju Covid mjera



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Preko 96% ispitanika se slaže ili izrazito slaže s tvrdnjom da je ukidanje mjera olakšalo organiziranje putovanja. S navedenom tvrdnjom 5 ispitanika se ne slaže i njih 2 se niti slaže niti ne slaže.

**Grafikon 21.** Stav ispitanika o ulasku RH u Schengen zonu



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa



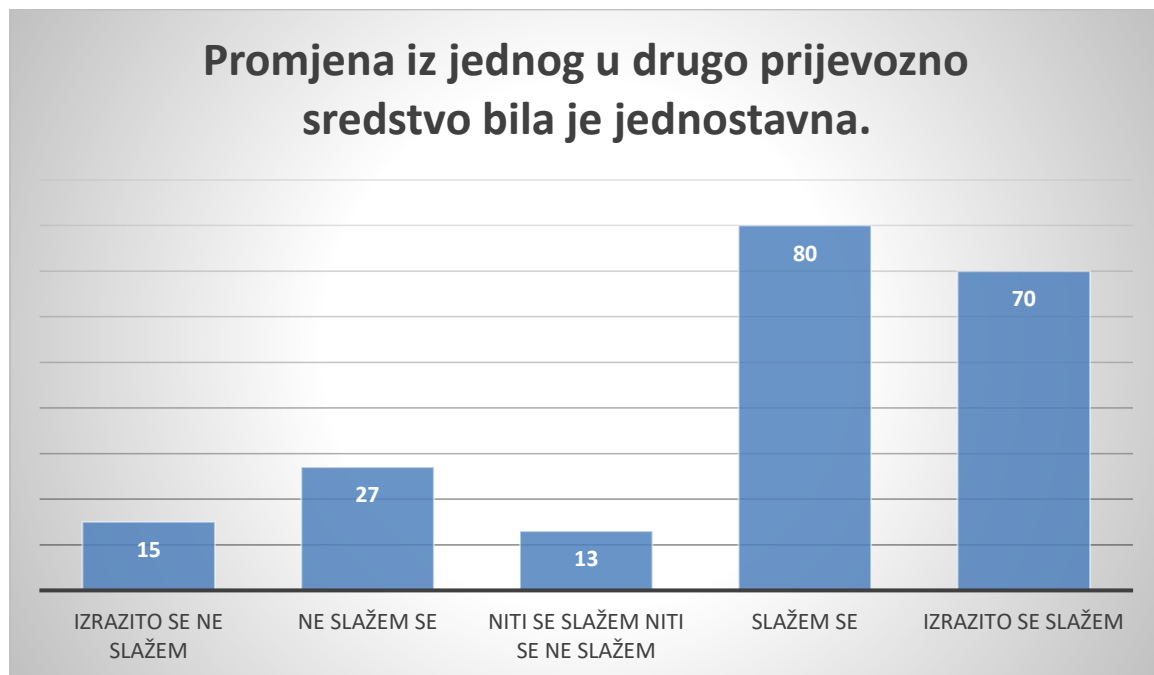
Iz rezultata istraživanja može se zaključiti da je ulazak Hrvatske utjecao na odabir Zagreba kao destinacije. Velik broj ispitanika se slaže ili izrazito slaže s tvrdnjom da je ulazak Hrvatske u Schengen zonu utjecalo na odabir destinacije (preko 85% ispitanika).

Iako je kraj pandemije pokrenuo veću lavinu rezervacija da se zaključiti da bi dio gostiju svejedno posjetilo Zagreb i hostel Bureau bez obzira na pandemiju i restrikcije.

Logistički je jednostavnije i sigurnije planiranje putovanja. Iako su se navike ranih rezervacija u usporedbi s godinama prije pandemije promjenile vidi se i porast novih rezervacija. Ukoliko gosti i odluče rezervirati unaprijed računaju na period besplatnog otkazivanja. Rezervacije s bespovratnom stopom su se smanjile.

Ulaskom Hrvatske u Schengen zonu olakšava se ulazak u državu i smanjene su gužve. Iako nije obuhvaćeno istraživanjem vrlo vjerojatno je i promjena valute pozitivno utjecala na odabir destinacije. Logistički je jednostavnije putovati bez prepreka i promjena valuta. U kombinaciji sveg navedenog Hrvatska je postala još dostupnija turistima.

**Grafikon 22.** Stav o promjeni prijevoznih sredstava

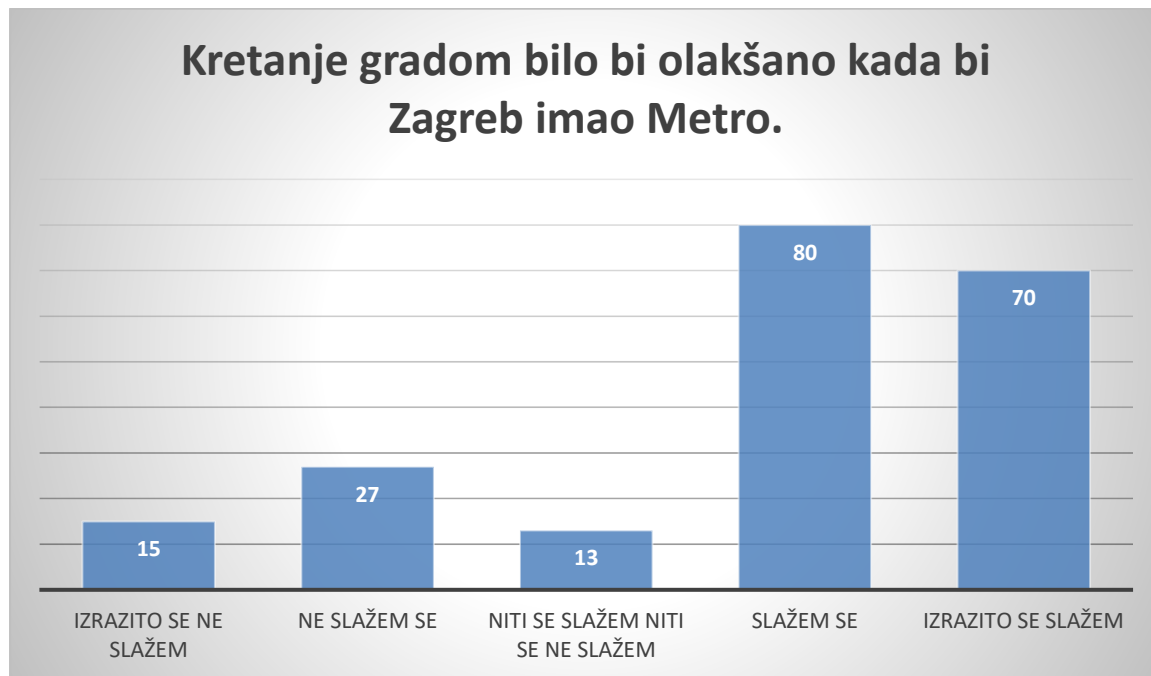


Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Gosti su izrazili i svoje slaganje uz tvrdnju “Promjena iz jednog u drugo prijevozno sredstvo bila je jednostavna“. Sa izjavom se slaže 80 ispitanika, odnosno njih 39%, zatim izrazito se

slaže 70 ispitanika (34%). Ostatak ispitanika spada pod skupnike koje se izrazito ne slažu, ne slažu ili niti slažu niti ne slažu sa navedenom izjavom.

**Grafikon 23.** Stav ispitanika o korištenju Metroa u Zagrebu



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Iz rezultata ankete je vidljivo da gosti smatraju kako bi kretanje gradom bilo olakšano kada bi Zagreb imao neki oblik Metro-a, odnosno podzemne željeznice. Izrazito se slaže 70 ispitanika (34%), slaže se visokih 80 ispitanika (39%).

Za većinu ispitanika prijelaz iz jednog u drugo prijevozno sredstvo bilo je jednostavno, ipak većina turista smatra da bi kretanje grada bilo olakšano kada bi Zagreb imao neki oblik podzemne željeznice. Iako se šire pješačke zone u Zagrebu, pa tako i u staroj Vlaškoj gdje se nalazi hostel Bureau, u centru se i dalje stvaraju velike gužve. Stanovnici grada Zagreba u odnosu na ostale glavne gradove u velikom broju i dalje koriste automobile kao svoje glavno prijevozno sredstvo. Grad Zagreb treba dodatno razmisliti o alternativnim oblicima prijevoza, većem korištenju bicikla i sl. kako bi se smanjile gužve. Potrebno je u većoj mjeri uvesti i korištenje željeznica za međugradski prijevoz. Iako je krenula rekonstrukcija brojnih pruga uz pomoć EU-fondova potrebno je dodatno modernizirati i popularizirati korištenje vlakova u svakodnevnici. Kako bi se olakšao prijelaz između tramvaja, autobusa ili vlaka svi sustavi moraju biti usklađeni i u stvarnom vremenu. Transport je izuzetno važan element, ne samo u

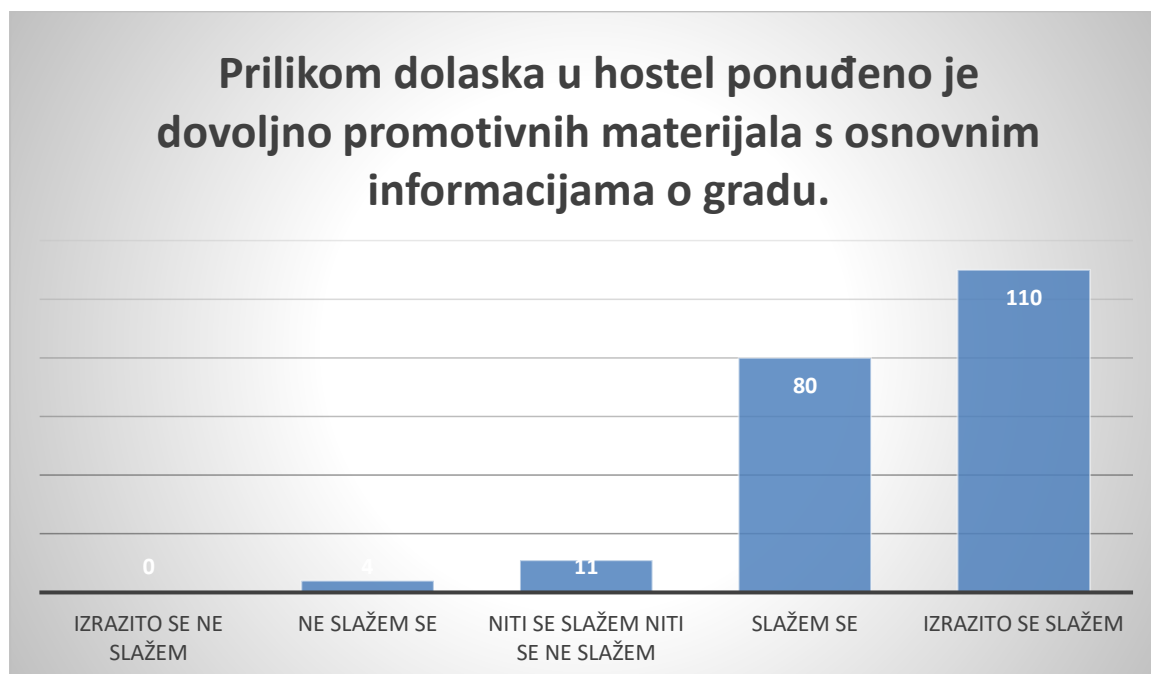
logistici, već i u svakodnevnom životu. Cilj logistike je ostvariti što bržu isporuku uz minimalne distribucijske troškove. Da bi se to postiglo, potrebna je moderna infrastruktura i dobra povezanost postojećih sustava prijevoza.

#### 4.2.4. Ocjena zadovoljstva gosta logističkim informacijskim tokovima

U nastavku su obrađena pitanja u 3 dijela. Prvi dio se odnosi općenito na informacije dobivene od strane hostela Bureau, zatim informacije zaprimljene preko web stranice hostela i posljednje informacije zaprimljene preko OTA kanala. Na prvi dio pitanja odgovarali su svi ispitanici, na druga dva dijela gosti su odgovarali ovisno o načinu rezervacije. Sva pitanja postavljena su na način da gosti iskazuju razinu slaganja s navedenim tvrdnjama prema Likertovoj skali.

##### Logistika informacija u hostelu Bureau

Grafikon 24. Stav ispitanika o promotivnim materijalima u hostelu

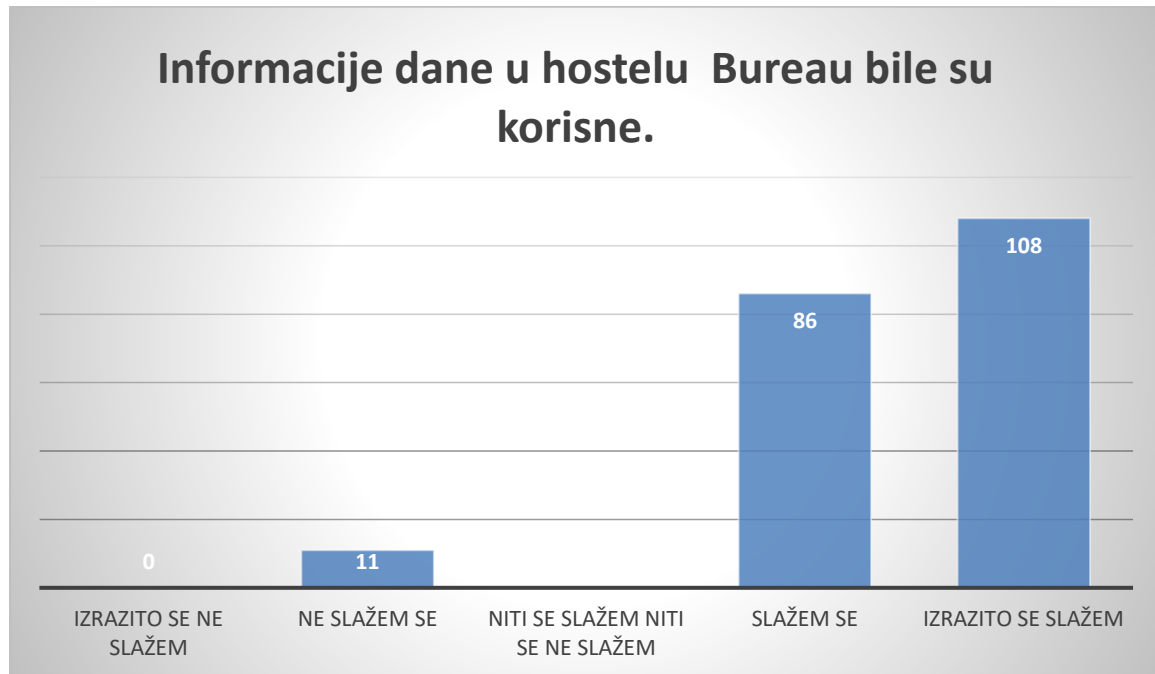


Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Gosti se većinski slažu i izrazito slažu s tvrdnjom “Prilikom dolaska u hostel ponuđeno je dovoljno promotivnih materijala s osnovnim informacijama o gradu“. Njih 80 se slaže i 110 se

izrazito slaže s navedenom izjavom, što znači da je 93% gostiju pravovremeno zaprimilo potrebne mape i brošure za snalaženje u gradu Zagrebu.

**Grafikon 25.** Stav ispitanika o dobivenim informacijama u hostelu



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

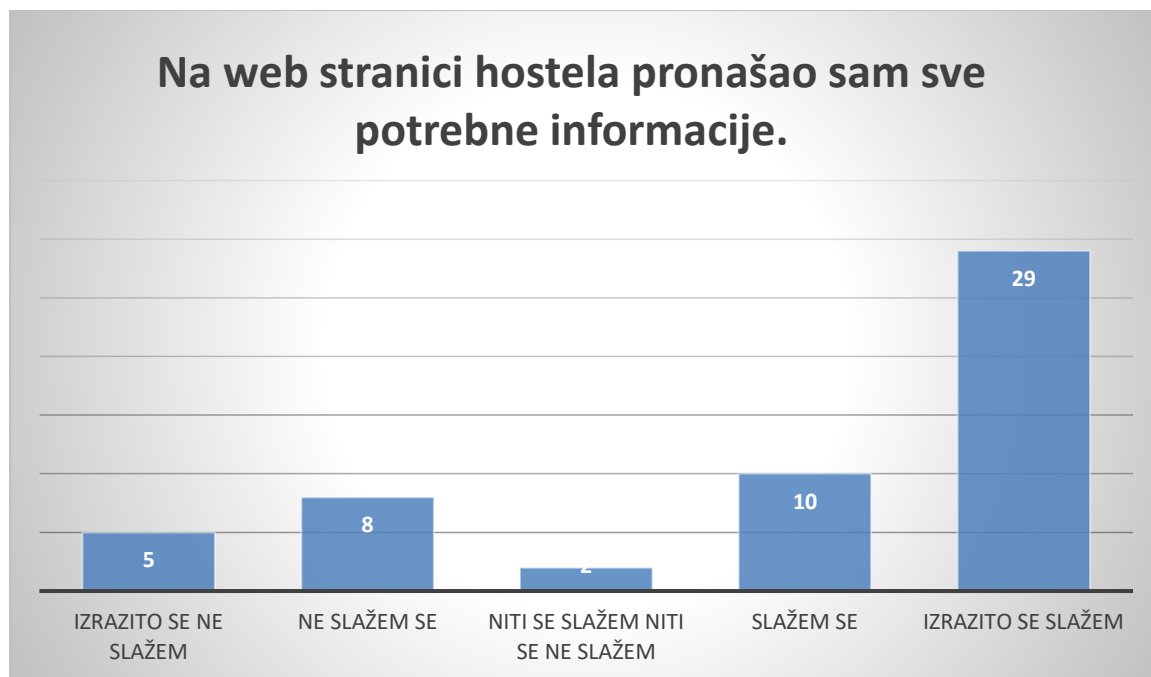
Istraživanje o razini slaganja s tvrdnjom da su informacije dane u hostelu Bureau bile korisne potvrđuje većina gostiju. Točnije, 108 osoba se izrazito slaže i 86 osoba se slaže s navedenom tvrdnjom.

Na temelju prethodna 2 pitanja, može se zaključiti da većina gostiju u hostelu ima pozitivno mišljenje o logističkim tokovima informacija. Prema rezultatima, gosti su pravovremeno zaprimili potrebne mape i brošure o gradu Zagrebu, što ukazuje na učinkovitu dostavu promotivnih materijala pri dolasku u hostel. Osim toga, većina gostiju ocijenila je informacije dane u hostelu kao korisne. Kako bi se gosti snalazili što bolje u gradu i iskoristili sve pogodnosti bitna je komunikacija između recepcionera, ažuriranih promo materijala koje nudi turistička zajednica i gosta. Ovi rezultati sugeriraju da su logistički tokovi informacija u hostelu uspješno podržali potrebe gostiju i pridonijeli njihovom snalaženju u gradu Zagrebu.

## Logistika informacija – korisnici web stranice

Razinu slaganja s navedenim tvrdnjama u nastavku iskazalo je 54 ispitanika.

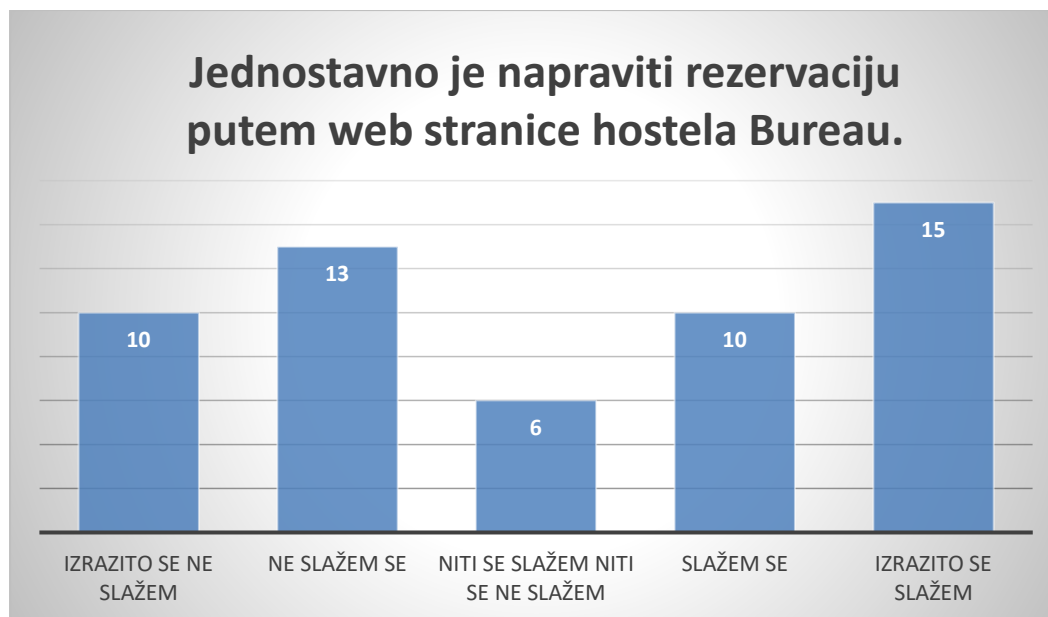
**Grafikon 26.** Stav ispitanika o dobivenim informacijama putem web stranice hostela



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Prilikom popunjavanja ankete 54 ispitanika izrazilo je svoju razinu slaganja sa tvrdnjom “Na web stranici hostela pronašao sam sve potrebne informacije.” Na ovo pitanje odgovarale su samo osobe koje su koristile web stranicu hostela. Najveći broj od 29 ispitanika se izrazito slaže s tvrdnjom, više od polovice, točnije 53% ispitanika. Deset ispitanika se slaže s izjavom (19%). Tek 2 osobe (4%) se niti slažu niti ne slažu s izjavom. Osam osoba (15%) se ne slaže sa izjavom na da su na webu pronašli sve potrebne informacije. Izrazito se ne slažu 5 (9%) ispitanika s navedenom tvrdnjom.

**Grafikon 27.** Stav ispitanika o rezervaciji putem web stranice



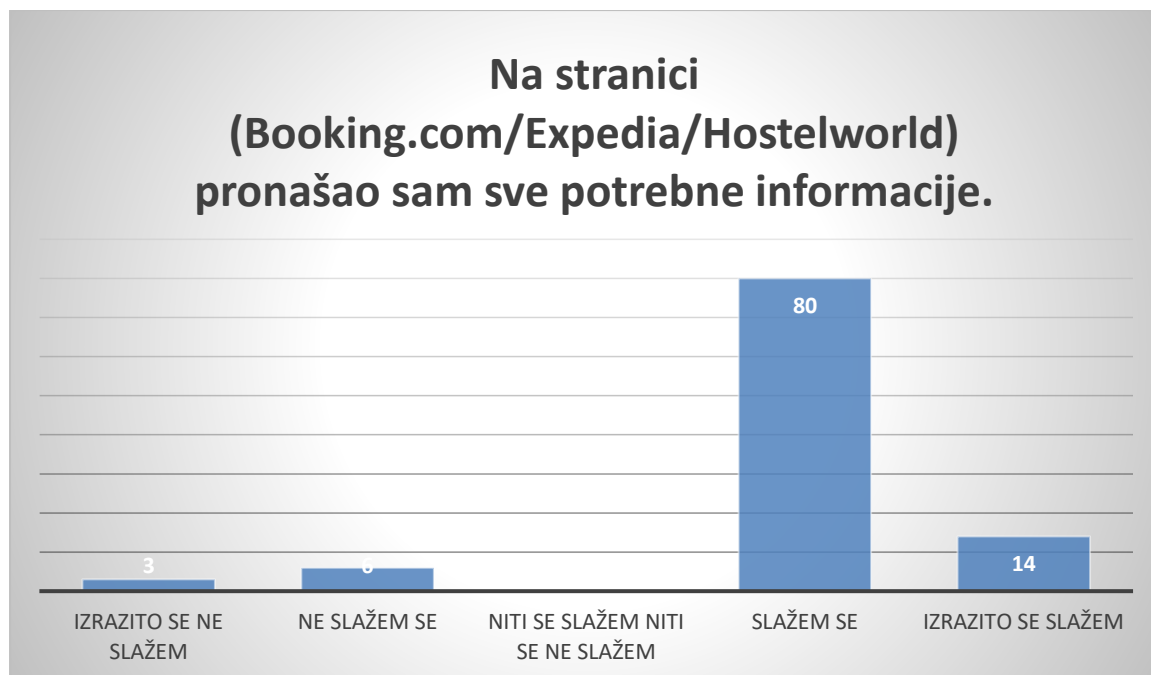
Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Kao i na prethodno pitanje, tako i na ovo je odgovorilo 54 gostiju. Izrazili su svoje slaganje s izjavom “Jednostavno je napraviti rezervaciju putem web stranice hostela“. Najveći broj gostiju – 15 izrazito se slaže (28%), 10 osoba se slaže s navedenom izjavom.

Iz rezultata prethodnih dva pitanja može se zaključiti da postoje određeni problemi s web stranicom hostela, budući da dio gostiju nije bio uspješan u pronalaženju svih potrebnih informacija. Stoga bi Hostel Bureau trebao uložiti napore u poboljšanje svoje web stranice kako bi prilagodio potrebe i očekivanja gostiju svih uzrasta. Ovo će omogućiti bolje zadovoljavanje potreba gostiju i poboljšanje njihovog iskustva u hostel Bureau.

Također, potrebno je i poboljšanje logističkih tokova podataka u vezi s procesom rezervacije putem web stranica hostela Bureau. Hostel bi trebao uložiti pomoć u olakšavanje procesa rezervacije kako bi gostima pružio jednostavnije i intuitivnije iskustvo. Poboljšanje sustava rezervacije može pomoći u povećanju zadovoljstva gostiju i privlačenju novih korisnika, što će imati pozitivan utjecaj na poslovanje hostela Bureau.

**Grafikon 28.** Stav ispitanika o informacijama dobivenih putem OTA kanala



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Od ukupnih 103 ispitanika s izjavom “Na stranici (Booking/Expedia/Hostelworld) pronašao sam sve potrebne informacije“ se izrazito slaže 14 ispitanika (14%). Najveći broj ispitanika je potvrdio da se slaže, u postotku čak 77%, odnosno 80 gostiju.

**Grafikon 29.** Stav ispitanika o izradi rezervacije putem OTA kanala



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Rezultati slaganja na izjavu “Izrada rezervacije preko stranice (Booking.com/Expedia/Hostelworld) bila je jednostava“ ne iznenađuju. Većina gostiju od ranije je upoznata načinom funkcioniranja stranica od ranije. Čak 85 (83%) ispitanika se izrazito slaže s izjavom dok se 5 ispitanika slaže (5%).

Istraživanje o logističkom tijeku informacija u prošla 2 grafa prikazalo je zadovoljstvo OTA kanalima. Rezultati pružaju zanimljiv uvid u preferencije gostiju i njihov način dobivanja informacija. Prema rezultatima istraživanja, gosti su pokazali veću sklonost prema korištenju popularnih OTA kanala poput Booking.com-a, Expedia ili Hostelworlda u odnosu na korištenje web stranice hostela. Ovo ukazuje na to da su se gosti već upoznali s načinom funkcioniranja ovih kanala i već su se navikli na proces pretraživanja stranica i pronalaženje potrebnih informacija. Uz to, rezultati upitnika pokazuju da su navedeni OTA kanali ocijenjeni kao jednostavni za korištenje i izradu rezervacija. Također nude i posebne uvjete za korisnike, što može biti privlačno za goste i pridonijeti zadovoljstvu. Ukupno gledajući, istraživanje o logističkom tijeku informacija i zadovoljstvu OTA kanalima pruža korisne uvide o preferencijama gostiju i načinu pristupa informacijama. Ovi rezultati mogu biti korisni za hostel Bureau kako bi prilagodili svoju web stranicu i poboljšali ponudu informacija, kao i unaprjeđenje programa lojalnosti. U nastavku će se ispitati i zadovoljstvo gostiju loyalty programom.

**Grafikon 30.** Stav ispitanika o korištenju Loyalty programa

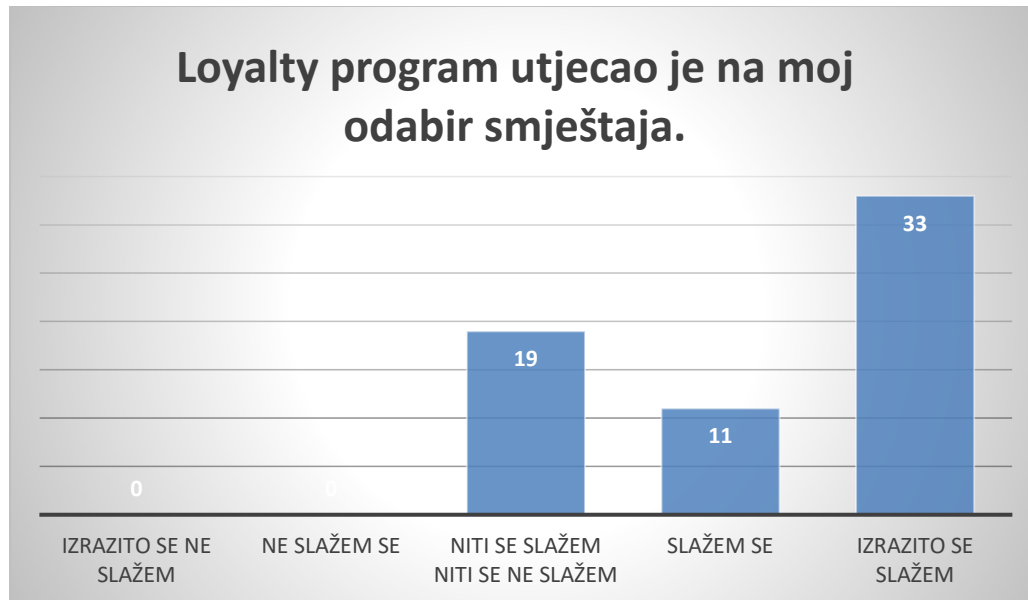


Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa



Istraživanje je pokazalo da je 63 (61%) ispitanika prilikom rezervacije koristilo neki oblik Loyalty programa i njihove pogodnosti. Nešto manji broj ljudi, točnije njih 40 (39%) nije koristilo navedene pogodnosti.

**Grafikon 31.** Utjecaj Loyalty programa na odabir smještaja



Izvor: Izrada autorice na temelju podataka iz provedenih anketa

Na posljednjem pitanju ankete zaprimili smo 63 odgovora osoba koji su prilikom rezervacije koristili Loyalty pogodnosti. Ispitanici si izrazili razinu svog slaganja s tvrdnjom “Loyalty program utjecao je na moj odabir smještaja.“. Trideset i tri osobe izrazito se slažu s navedenom izjavom, odnosno preko polovice ispitanika (točnije 52%). Jedanaest osoba (17%) se slaže sa izjavom, dok ih se 19 (30%) niti slaže niti ne slaže.

Iz dobivenih odgovora na posljednja 2 pitanja ankete može se zaključiti da postoji veza između češćeg putovanja i korištenja Loyalty programa. Osobe koje putuju češće imaju veću svijest o finansijskim koristima koje mogu ostvariti putem navedenih programa. S obzirom na to da mnogi kanali za rezervaciju, poput Booking.com, Hostelworld ili Expedia, nude povoljnije cijene za registrirane korisnike, često se putovanje može dovesti do većeg broja rezervacija i vremena većeg broja pogodnosti koje korisnici ostvaruju. Istraživanje pokazuje da Loyalty program utječe na odabir kanala rezervacije i u konačnici odabir smještaja.

Ova saznanja sugeriraju da je Loyalty program koristan i za Hostel Bureau. Kako bi privukao i zadržao redovite goste, kao i one koji ostvaruju duži boravak u hostelu, Hostel Bureau bi trebao razmotriti uvođenje sličnih povlastica putem vlastite web stranice. Time bi

nagradili vjerne goste i stvorili dodatnu motivaciju za ponovne rezervacije. Povlastice mogu uključiti popuste na cijene smještaja, besplatne nadogradnje, besplatne usluge ili druge pogodnosti koje bi privukle goste da se vrate i ostanu duže u hostelu.

Uvođenje Loyalty programa ili sličnih povlastica može biti u interesu Hostel Bureaua jer bi to moglo povećati lojalnost gostiju, privući nove goste i pomoći u stvaranju konkurentske prednosti na tržištu.

### 4.3. Smjernice za budućnost

U nastavku je napisano nekoliko smjernica za budućnost poslovanja hostela Bureau utemeljenih na istraživanju logističkih tokova:

**Automatizacija procesa:** potrebno je dodatno istražiti mogućnosti automatizacije logističkih procesa u hostelu. To može uključiti aplikaciju sustava za upravljanje inventarom i rezervacijama koji automatski ažuriraju dostupnost sobe, kao i korištenje sustava za upravljanje energetsom potrošnjom i drugim tehnologijama koje će smanjiti ljudski utjecaj na logističke tokove, a pritom zadržati socijalizaciju između radnika recepcije i gostiju.

**Optimizacija inventara:** Analiziranje podataka o potražnji i korištenju soba u svrhu pravilnog upravljanja inventarom. Korištenje alata za predviđanje potražnje i optimizacija rasporeda sobe kako bi se maksimalno iskoristio kapacitet hostela. Na ovaj način će se izbjeći prazne sobe ili overbooking situacije.

**Implementacija pametnih sustava:** Korištenje pametnih sustava u hostelima za lakše praćenje logističkih tokova. Na primjer, mogu se koristiti pametne brave na vratima sobe koje se otvaraju putem mobilnih aplikacija gostiju, što će ubrzati proces prijave i odjave iz hostela. S obzirom da se radi o hostelu, self-check in nije opcija jer većina klasičnih gostiju preferira ljudski kontakt.

**Analiza podataka o gostima:** Uz pomoć analitičkih podataka, dobivenih preferencija gostiju i njihovih obrazaca rezervacije moguće je planiranju logističkih tokova. Podaci dobiveni ovim istraživanjem i zaprimljenim recenzijama uvelike će utjecati na daljnje uvođenje noviteta i korekcija u poslovanju. Hostel Bureau će uložiti u unapređenje vlastite web stranice kako bi potaknuo što više gostiju na direktnu rezervaciju smještaja. Dodatno ponuditi povlastice u okviru programa vjernosti kao npr. popusti na cijene smještaja ili ostalih usluga,

besplatne nadogradnje u skuplju sobu, besplatne usluge ili druge pogodnosti koje bi privukle goste da se vrate ili produže svoj boravak u hostelu.

**Održivost i ekološka osviještenost:** Logistički tokovi hostela mogu biti optimizirani kako bi se smanjio negativan utjecaj na okoliš. Iako se u ovom radu nije istraživalo o održivosti, svaka tvrtka dužna je u svoje poslovanje uvesti održive prakse poput recikliranja, smanjenja potrošnje vode i energije te korištenja ekološki prihvatljivih materijala. Hostel Bureau je u tu svrhu promjenio postojeća rasvjetna tijela i zamjenio ih štednim led žaruljama koje se pale na senzor. Također, postavljene su i nove klime u sobama koje smanjuju potrošnju električne energije. Potiče se radnike i goste na savjesno korištenje vode i ostalih energenata.

**Suradnja s dobavljačima i lokalnom zajednicom:** Hostel Bureau nastaviće njegovati partnerske odnose s pouzdanim dobavljačima koji mogu pružiti pouzdane i brže logističke usluge. Također, bitno je i poticati daljnju suradnju s lokalnom zajednicom kako bi podržali lokalno gospodarstvo i razvili održive logističke tokove.

**Kontinuirano praćenje i poboljšanje:** Redovito praćenje logističkih tokova i analiziranje rezultata kako bi pravovremeno identificirali potencijalne probleme i prilike za poboljšanje. Cilj je da hostel nastavi biti otvoren za inovacije i tehnološke napretke koji bi mogli unaprijediti logističke procese.

## ZAKLJUČAK

U ovom diplomskom radu istraženi su logistički tokovi u poslovanju hostela Bureau, s posebnim fokusom na logističke tokove gostiju, uključujući tok informacija i prijevoza. Cilj istraživanja bio je pružiti detaljan uvid u ove logističke tokove i njihovu ulogu u optimizaciji poslovanja hostela.

Na temelju prikupljenih podataka i analiza, utvrđeno je da su logistički tokovi gostiju ključni za pružanje kvalitetnog iskustva i postizanje visokog nivoa zadovoljstva. Tok informacija odnosi se na sve aktivnosti koje se odvijaju prije dolaska gosta u hostel, tijekom boravka i nakon odlaska. Učinkovita komunikacija između hostela i gostiju, kao i pružanje točnih i relevantnih informacija o smještaju, uslugama, lokalnim atrakcijama i slično, igra ključnu ulogu u stvaranju povjerenja i zadovoljstva gostiju.

Također, istraženi su i logistički tokovi prijevoza gostiju. Efikasno organiziran prijevoz gostiju od i do hostela, kao i unutar destinacije, može značajno utjecati na ukupno iskustvo gostiju. Pružanje pouzdanih i ugodnih prijevoznih opcija, kao i pravovremeno obavještanje gostiju o rasporedu i mogućnostima prijevoza, doprinosi njihovom zadovoljstvu i olakšava njihov boravak.

Kroz istraživanje također su identificirani i neki izazovi s kojima se hostel suočava s logističkim tokovima gostiju. Ovi izazovi uključuju nepredvidljivost putovanja ili promjene u rasporedu. Međutim, upotrebom tehnoloških rješenja kao što su online platforme za rezervaciju, mobilne aplikacije za informacije o smještaju i prijevozu, te uspostavljanje učinkovitih sustava podrške gostima navedene prepreke mogu biti svladane.

U zaključku se može istaknuti da su logistički tokovi gostiju od ključnog značaja za uspješno poslovanje hostela. Upravljanje navedenim tokovima ima za cilj pružanje najboljeg mogućeg iskustva gostiju, povećanje njihova zadovoljstva i ostvarivanje konkurentske prednosti. Stoga, hostelima se preporuča posvetiti pozornost optimizaciji logističkih tokova gostiju, te investirati u tehnološka rješenja koja će im pomoći to i ostvariti.

## Popis literature

### Knjige:

1. Bloomberg, J.D.: Logistika, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, 2006.
2. Brčić, D. i Ševrović, D.: "Logistika prijevoza putnika", Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2012.
3. Ferišak, V. i dr. : Poslovna logistika, Informator, Zagreb, 1983.
4. Ferišak, V. Nabava: politika, strategija, organizacija, management. Zagreb, 2002.
5. Horak S., Turizam i promet, Zagreb, 2007., str. 28.
6. Krešić D. i Miličević K. : Priručnik, Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb, travanj 2010.
7. Mrnjavac, E.: "Logistički menadžment u turizmu" Opatija, 2010.
8. Šamanović, J.: "Mikrologistika kao funkcija gospodarenja i instrument prilagođivanja promjenama na tržištu", Računovodstvo i financije, br. 2, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, 1994.
9. Vouk, R. „Uloga menadžmenta opskrbnog lanca u povećanju konkurentnosti poduzeća“, 1017
10. Z. Zekić: Logistički model dinamičke optimizacije poslovanja poduzeća Ekonomski pregled, 52 (3-4) 393-417 (2001)
11. Zelenika, R. i Pupovac, D.: Suvremeno promišljanje temeljnih fenomena logističkog sustava, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci, god. 18, sv. 2, Rijeka, 2000.

### Članci:

1. SCIENTIFIC PROGRESS VOLUME 3 | ISSUE 2 | 2022 ISSN: 2181-1601 Uzbekistan www.scientificprogress.uz Page 470 THE ROLE OF LOGISTICS IN TOURISM FUNCTIONS AND OPPORTUNITIES," International Finance and Accounting: Vol. 2019 : Iss. 5 , Article 16.
2. Tairova, M.; Asadov, F.; and Aminova, N. (2019) "LOGISTICS SYSTEM IN TOURISM: FEATURES,

## Internet izvori:

1. City logistics, URL: <https://globalcitylogistics.org/home/a-freight-and-the-city/urban-logistical-challenges/>
2. Državni zavod za statistiku, URL: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>
3. Evisitor, URL: <https://www.evisitor.hr/eVisitor/hrHR/Account/Login?ReturnUrl=%2FeVisitor%2Fen-US>
4. NARODNENOVINE, URL: [https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016\\_06\\_54\\_1410.html](https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1410.html),

## Popis ilustracija

### Popis slika

<b>Slika 1.</b> Usporedba dolazaka 2022. i 2021. god prema državama u hostelu Bureau .....	16
<b>Slika 2.</b> Usporedba broja dolazaka 2022. u odnosu na 2021. godinu hostel Bureau .....	17
<b>Slika 3.</b> Usporedba broja noćenja 2022. u odnosu na 2021. godinu u hostelu Bureau.....	17
<b>Slika 4.</b> Broj noćenja u hostelu 2023. i 2022. godine u periodu od početka siječnja do kraja svibnja.	18
<b>Slika 5.</b> Usporedba broja dolazaka 2023. u odnosu na 2019. godinu hostel Bureau .....	19
<b>Slika 6</b> Usporedba broja noćenja 2023. u odnosu na 2019. godinu hostel Bureau.....	20
<b>Slika 7.</b> Usporedba ukupnog broja turista 2023. u odnosu na 2019. godinu hostel Bureau .....	21

### Popis tablica

<b>Tablica 1.</b> Dolasci i noćenja turista u Zagrebu, usporedba 2022. i 2021. god. ....	15
<b>Tablica 2.</b> Usporedba dolazaka, noćenja i broja turista 2022. i 2021. god u hostelu Bureau.....	16
<b>Tablica 3.</b> Usporedba broja dolazaka, noćenja i broja turista u hostelu Bureau 2023. i 2019. godine	19

## Popis grafikona

<b>Grafikon 1.</b> Spolna struktura ispitanika .....	33
<b>Grafikon 2.</b> Dobna struktura gostiju .....	34
<b>Grafikon 3.</b> Nacionalnost ispitanika .....	35
<b>Grafikon 4.</b> Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja .....	35
<b>Grafikon 5.</b> Ekonomski status ispitanika .....	36
<b>Grafikon 6.</b> Motivi ispitanika za dolazak u hostel Bureau .....	37
<b>Grafikon 7.</b> Broj noćenja u hostelu Bureau .....	38
<b>Grafikon 8.</b> Korištena prijevozna sredstva od polazne točke .....	38
<b>Grafikon 9.</b> Korištena prijevozna sredstva u destinaciji .....	39
<b>Grafikon 10.</b> Broj korištenih prijevoznih sredstava korištenih do dolaska u hostel Bureau.....	40
<b>Grafikon 11.</b> Broj korištenih prijevoznih sredstava u destinaciji .....	40
<b>Grafikon 12.</b> Prosječna potrošnja ispitanika na prijevozna sredstva .....	41
<b>Grafikon 13.</b> Zagreb kao ciljane destinacija - da ili ne .....	42
<b>Grafikon 14.</b> Vrijeme istraživanja ispitanika.....	43
<b>Grafikon 15.</b> Izvor informacija o hostelu Bureau .....	43
<b>Grafikon 16.</b> Zadovoljstvo ispitanika prometnom povezanošću .....	44
<b>Grafikon 17.</b> Zadovoljstvo ispitanika cijenom javnog prijevoza.....	45
<b>Grafikon 18.</b> Zadovoljstvo ispitanika rasporedom javnog prijevoza.....	46
<b>Grafikon 19.</b> Stav ispitanika o utjecaju završetka pandemije na početak putovanja .....	47
<b>Grafikon 20.</b> Stav ispitanika o ukidanju Covid mjera .....	48
<b>Grafikon 21.</b> Stav ispitanika o ulasku RH u Schengen zonu .....	48
<b>Grafikon 22.</b> Stav o promjeni prijevoznih sredstava .....	49
<b>Grafikon 23.</b> Stav ispitanika o korištenju Metroa u Zagrebu .....	50
<b>Grafikon 24.</b> Stav ispitanika o promotivnim materijalima u hostelu.....	51
<b>Grafikon 25.</b> Stav ispitanika o dobivenim informacijama u hostelu .....	52
<b>Grafikon 26.</b> Stav ispitanika o dobivenim informacijama putem web stranice hostela.....	53
<b>Grafikon 27.</b> Stav ispitanika o rezervaciji putem web stranice .....	54
<b>Grafikon 28.</b> Stav ispitanika o informacijama dobivenih putem OTA kanala .....	55
<b>Grafikon 29.</b> Stav ispitanika o izradi rezervacije putem OTA kanala .....	55
<b>Grafikon 30.</b> Stav ispitanika o korištenju Loyalty programa.....	56
<b>Grafikon 31.</b> Utjecaj Loyalty programa na odabir smještaja .....	57