

Analiza ugostiteljske ponude grada Karlovca

Latković, Katarina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:563104>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



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
Preddiplomski sveučilišni studij

KATARINA LATKOVIĆ

Analiza ugostiteljske ponude grada Karlovca

Analysis of the hospitality offer of the city of Karlovac

Završni rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija
Preddiplomski sveučilišni studij

Analiza ugostiteljske ponude grada Karlovca

Analysis of the hospitality offer of the city of Karlovac

Završni rad

Kolegij: **Upravljanje odnosima u turizmu i ugostiteljstvu**

Student: **Katarina Latković**

Mentor: **Izv.prof. dr. sc. Marina Laškarin Ažić**

Matični broj: **ps25425/20**

Opatija, lipanj 2024.



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

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI RADA

Ime i prezime studenta: Katarina Latković
Matični broj: Ps25425/20

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

Analiza ugostiteljske ponude grada Karlovca

izradila/o samostalno te sam suglasna/suglasan o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku.

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 su jasnooznačeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

U Opatiji, 21.06.2024.

Potpis studenta

Sažetak

Ugostiteljski sektor u gradu Karlovcu ima ključnu ulogu u doživljaju posjetitelja, te se očekuje visoka razina usluge i kvalitete. Međutim, kao i u drugim gradovima i Karlovac se suočava s izazovima poput konkurencije, globalizacije i standardizacije. Stoga je važno kontinuirano unapređivati ugostiteljsku ponudu kako bi se zadovoljile potrebe gostiju i ostvario turistički potencijal grada. Kroz promicanje lokalne kuhinje, podršku inovacijama, edukaciju djelatnika i povezivanje s turističkim atrakcijama, grad Karlovac može postati još privlačnija destinacija koja pruža nezaboravna iskustva svojim posjetiteljima.

Ključne riječi: ugostiteljska ponuda, grad Karlovac, turizam, globalizacija, standardizacija

Sadržaj

	Uvod	1
		3
1.	OPĆENITO O UGOSTITELJSTVU	
1.1.	Pojmovno definiranje i značajke ugostiteljstva	3
1.2.	Povijesni razvoj ugostiteljstva	8
1.3.	Podjela ugostiteljstva	10
1.4.	Karakteristike ugostiteljske ponude	13
2.	Kvantitativni pokazatelji turističke ponude u Karlovcu	17
2.1.	Analiza smještajnih kapaciteta grada Karlovca	17
2.2.	Analiza dolazaka i noćenja turista	18
2.3.	Analiza turističkih atrakcija grada Karlovca	20
2.4.	Analiza ugostiteljskih objekata i ponude grada Karlovca	25
3.	Analiza provedenog istraživanja	26
3.1.	Rezultati istraživanja	26
3.2.	Rasprava	34
4.	Prijedlozi za unapređenje	36
4.1.	Prijedlozi za unapređenje ugostiteljske ponude	36
5.	Zaključak	38
	Bibliografija	39
	Popis ilustracija	40
	Prilozi	41

Uvod

Turizam je u stalnom porastu i ima značajne pozitivne učinke u društvenim, političkim i kulturnim aspektima. U tom kontekstu ključnu ulogu ima ugostiteljstvo. Bez obzira na vrstu ugostiteljskog posla ili objekta, gosti očekuju visoku kvalitetu usluge. Uz sve veću potražnju za kvalitetom i razne izazove s kojima se suočavaju, kao što su konkurencija, globalizacija, segmentacija tržišta, standardizacija i informatizacija, oni koji se bave ugostiteljstvom doživljavaju dodatni pritisak.

Grad Karlovac, smješten u srcu Hrvatske, ima posebno značajnu poziciju zbog svoje geografske lokacije na raskrižju četiri rijeke - Kupe, Korane, Mrežnice i Dobre. Ova rijetka konfiguracija čini ga jedinstvenim i atraktivnim odredištem za turiste i posjetitelje koji traže spoj kulturne baštine, prirodnih ljepota i aktivnog odmora.

Kroz povijest, Karlovac je igrao važnu ulogu kao strateško vojno i obrambeno središte te kao grad koji je bio ključan za obranu od različitih invazija. To bogatstvo povijesnih događaja i arhitekture ostavlja dubok dojam na posjetitelje i pruža temelj za razvoj turizma. Osim toga, prirodne ljepote koje okružuju grad, poput šuma, rijeka i jezera, pružaju neograničene mogućnosti za različite aktivnosti na otvorenom, poput ribolova, planinarenja, biciklizma i raftinga. Ova prirodna obilježja čine Karlovac privlačnom destinacijom za ljubitelje prirode i aktivnog odmora.

Ugostiteljska ponuda grada Karlovca obuhvaća raznovrsne opcije za uživanje u gastronomiji i ugostiteljstvu. Od tradicionalnih restorana koji nude autentična jela lokalne kuhinje do modernih kafića i barova, Karlovac pruža raznolike mogućnosti za svaki ukus i prigodu. Također, u gradu se mogu pronaći i specijalizirane slastičarnice te kafići s bogatim izborom kvalitetnih kava i osvježavajućih napitaka. S obzirom na bogatu kulturnu baštinu grada, neki ugostiteljski objekti svojim gostima nude i posebne doživljaje poput večera uz živu glazbu ili tematske večeri inspirirane lokalnom poviješću.

Predmet rada ovog rada je analiza raznolike ponude ugostiteljskih usluga u gradu Karlovcu. Na temelju predmeta rada, izdvaja se *svrha rada*, a ista se odnosi na pružanje cjelovitog pregleda trenutne ugostiteljske ponude grada Karlovca. Kroz detaljnu analizu želi se istaknuti raznolikost, kvaliteta i specifičnosti ponude kako bi se stekao dublji uvid u stanje ugostiteljske industrije u tom području.

U tom kontekstu, analiza ugostiteljske ponude grada Karlovca ima za cilj pružiti dublji uvid u trenutno stanje industrije, identificirati snage i prilike za razvoj te prepoznati potencijalna područja poboljšanja.

Nadalje, cilj je predložiti strategije i preporuke za unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca s ciljem poboljšanja turističke privlačnosti i ukupnog iskustva posjetitelja. Kroz ostvarenje ovih ciljeva, rad će pridonijeti boljem razumijevanju i razvoju ugostiteljske industrije u Karlovcu.

Metode korištene kod izrade ovog rada su deskriptivna metoda, statistička metoda, metoda analize, te metoda anketiranja, a sve u svrhu prikazivanja i prikupljanja podataka koji potrebni za analizu u ovom završnom radu.

Rad je podijeljen na pet poglavlja kojeg usko čine uvod, tri glavna poglavlja i zaključak. U uvodu rada definira se predmet, svrha i ciljevi rada. Zatim slijedi poglavlje pod nazivom „*Općenito o ugostiteljstvu*“ koje obrađuje i definira pojam ugostiteljstva, njegov povijesni razvoj, kao i podjelu te karakteristike ugostiteljske ponude. Nadalje, u drugom djelu pod nazivom „*Kvantitativni pokazatelji ponude grada Karlovca*“ obrađuju se kvantitativni pokazatelji ponude iz grada Karlovca gdje se navodi i prikazuje broj smještajnih objekata, broj dolazaka i noćenja turista te turističke atrakcije i ugostiteljski objekti grada Karlovca. Treće poglavlje pod nazivom „*Analiza provedenog istraživanja*“, ispitanike se ispituje o znanju o ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca. U četvrtom poglavlju pod nazivom „*Prijedlozi za unapređenje*“ daju se prijedlozi za unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca. U zaključku se iznose glavni zaključci cjelokupne teme rada.

1. Općenito o ugostiteljstvu

Pružanje usluga gostima usko je povezano s razvojem društvenih odnosa i odraz je ljudskog razvoja i kulture. Ove usluge, poznate kao "ugostiteljske usluge", ono su što izdvaja ugostiteljsku industriju od ostalih gospodarskih aktivnosti. Cilj im je zadovoljiti potrebe koje proizlaze iz promjene stalnog prebivališta, kao i zadovoljiti potrebe lokalnog stanovništva koje koristi ove usluge. Ljudski faktor, koji uključuje i radnike koji pružaju uslugu i goste koji je koriste, neophodan je za postojanje svake usluge, pa tako i ugostiteljske. Ugostiteljstvo, koje je radno intenzivna djelatnost, sastoji se od različitih unutarnjih i vanjskih čimbenika koji međusobno djeluju kako bi zadovoljili potrebe i želje gostiju. Ključ uspjeha u ugostiteljstvu leži u sposobnosti da se svi ti elementi učinkovito organiziraju tako da konačna usluga koja se pruža korisnicima (gostima) ispuni ili premaši njihova očekivanja. Na percepciju gosta o rezerviranoj usluzi utječu čimbenici kao što su preporuke prijatelja i rodbine, marketinške poruke i prethodna iskustva (Laškarin Ažić, 2018., 12).

Potpoglavlja ovog poglavlja usmjerena su na definiranje temeljnog pojma ugostiteljstva, podjele ugostiteljstva kao i prikaza značajki i specifičnosti ugostiteljstva kao gospodarske djelatnosti te ugostiteljskih ponuda.

1.1. Pojmovno definiranje i značajke ugostiteljstva

Prema hrvatskoj znanstvenoj i stručnoj literaturi pojam "*ugostiteljstvo*" potječe od hrvatskog glagola "*ugostiti*", što se može prevesti kao „*radnja primanja gostiju, pružanja smještaja, te posluživanja hrane i pića*". S ekonomskog gledišta ugostiteljstvo se odnosi na pružanje usluga, kao što su smještaj, jela i pića.

Ugostiteljstvo je temelj na kojem se gradi turistička djelatnost, jer turisti koji privremeno borave u mjestu moraju koristiti usluge smještaja, prehrane i pića za zadovoljenje svojih primarnih potreba. Važno je napomenuti da se ugostiteljska industrija ne vrti samo oko zadovoljavanja potreba turista, jer je poznata i po pružanju usluga hrane i pića domaćim stanovnicima. Također, ugostiteljstvo je gospodarska uslužna djelatnost koja je temeljna sastavnica turističkog sustava i služi kao osnova za njegov razvoj. Primarna je poveznica unutar turističkog sustava i ima značajnu ulogu u stvaranju prihoda od turizma i otvaranju mogućnosti zapošljavanja. Od svih djelatnosti u sustavu turizma, ugostiteljstvo apsorbira najveći dio turističke potrošnje u Hrvatskoj, pri čemu je hotelski smještaj najsuperiorniji i

najsveobuhvatniji oblik smještaja, s najvećom iskorištenošću kapaciteta. Ugostiteljstvo je kroz povijest bilo usko isprepletano s razvojem društvenih odnosa na različitim razinama ljudskog razvoja i kulture. No, suvremeni oblik ugostiteljstva danas je povezan s uvjetima i društvenim odnosima primjerenim industrijskom i postindustrijskom razvoju (Galičić, 2012., 8).

Ugostiteljstvo se svrstava u gospodarsku djelatnost jer se usluge pružaju i prodaju na tržištu. Pružanje besplatnih ugostiteljskih usluga ne smatra se gospodarskom djelatnošću. Ugostiteljstvo se odvija u različitim vrstama objekata s različitim strukturama ponude usluga. Zbog toga općenito nije moguće za ukupnu gospodarsku djelatnost ugostiteljstva odrediti dominaciju jedne usluge nad drugima.

Također, ugostiteljstvo kao gospodarska djelatnost ima značajan utjecaj na razvoj drugih sektora. Kao takvo multiplikativno utječe na razvoj različitih gospodarskih djelatnosti kroz (Galičić, 2012):

- a) **Turističko posredovanje:** Razvoj ugostiteljstva često dovodi do povećane potražnje za turističkim uslugama i agencijama koje posreduju u organizaciji putovanja, rezervaciji smještaja i slično.
- b) **Promet:** Povećana potreba za putovanjima i kretanjem turista potiče razvoj prijevoznih usluga, kao što su avioprijevoz, željeznica, autobusi te razne druge transportne usluge.
- c) **Trgovinu:** Uz porast broja turista, povećava se i potražnja za proizvodima i uslugama, što potiče razvoj trgovine. Trgovine koje nude suvenire, lokalne proizvode i druge artikle često imaju koristi od turističkog prometa.
- d) **Bankarstvo:** Povećana financijska aktivnost u sektoru ugostiteljstva dovodi do rasta bančkih usluga. Banke pružaju financijske usluge ugostiteljskim poduzećima, a i sami turisti koriste bankarske usluge tijekom putovanja.
- e) **Ostale usluge i proizvodnju robe vezane za ugostiteljsko gospodarstvo:** Razvoj ugostiteljstva potiče potrebu za raznim pratećim uslugama, poput održavanja, čišćenja, marketinških i IT usluga specifičnih za ugostiteljski sektor. Također, proizvodnja roba povezanih s ugostiteljstvom, poput opreme, namještaja, posuđa, također može procvjetati

S obzirom na prirodu poslova, ugostiteljstvo se može opisati kao kombinirana proizvodno-uslužna djelatnost. Neke uloge uključuju proizvodne zadatke, poput pripreme hrane i pića, dok druge uključuju dužnosti usmjerene na pružanje usluga, poput pružanja usluga smještaja. Roba se prvenstveno proizvodi na temelju potražnje i odmah se prodaje gostima. Ugostiteljstvo obuhvaća široku paletu usluga i roba, koje se dodatno oplemenjuju dodatnim radom, što rezultira povećanjem tržišne cijene bez uključivanja troškova izvoza na strana

tržišta. Štoviše, ova industrija promiče mogućnosti zapošljavanja unutar destinacije ili zemlje, čime njezin značaj postaje još izraženiji. Ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost koja svoje značenje dobiva zbog svoje izvozne prirode, jer uključuje prodaju usluga i roba stranim turistima putem ugostiteljskih usluga. To se može nazvati izvozom usluga i robe, također poznat kao "izvoz na licu mjesta" ili "nevidljivi izvoz", koji ima veliku važnost za gospodarstvo određene zemlje ili regije.

Ugostiteljstvo kao pojam može se sagledavati s nekoliko aspekata, kao što su (Galičić, 2012, 9):

1. **Ekonomski aspekt:** Ugostiteljstvo ima ključnu ulogu u ekonomiji, stvarajući radna mjesta, generirajući prihode te pridonoseći ukupnom ekonomskom razvoju. Uz to, ono također pokreće druge sektore kroz potražnju za resursima, opremom i uslugama.
2. **Pravni aspekt:** Zakonski okvir regulira razne aspekte ugostiteljstva, uključujući uvjete poslovanja, prava radnika, sigurnosne standarde i druge propise. Ugostiteljski subjekti moraju poštivati ove zakone kako bi održali pravilno poslovanje.
3. **Društveni aspekt:** Ugostiteljstvo često predstavlja središte društvenih interakcija. Osim međusobnih odnosa među osobljem i gostima, ono može poticati društvene događaje i okupljanja te doprinosti socijalnoj koheziji.
4. **Kulturni aspekt:** Raznolikost ugostiteljske ponude često odražava kulturnu baštinu određene regije. Kroz gastronomiju, umjetnost, arhitekturu i druge aspekte, ugostiteljstvo pridonosi razmjeni kultura i obogaćivanju kulturnog iskustva.
5. **Politički aspekt:** Ugostiteljstvo je često povezano s međunarodnim turizmom, što implicira političke odnose između različitih zemalja. Politika, zakoni i regulacije igraju ključnu ulogu u oblikovanju okvira za turističke aktivnosti, a time i za ugostiteljstvo.

Ukupno gledajući, ovakav integrirani pristup omogućava bolje razumijevanje kompleksnosti i važnosti ugostiteljske industrije u kontekstu šireg turističkog gospodarstva.

M. Štambuk ugostiteljstvo definira kao gospodarsku djelatnost koja se sastoji od pružanja usluga smještaja, prehrane i pića. Smatra se delikatnom granom koja nudi osnovne, sekundarne i pomoćne usluge za poboljšanje kvalitete primarnih usluga (Ivanović, 2012., 1). Te dodatne usluge uključuju doček i ispraćaj gostiju, brigu o njihovim stvarima, usluge pranja rublja, prodaju svakodnevnih potrepština, organizaciju događanja i sportskih aktivnosti, najam sportske opreme, te organiziranje simpozija i kongresa. Te se usluge nastavljaju širiti i razvijati kako bi zadovoljile potrebe turista. Pomoćne usluge uključuju održavanje ugostiteljskih objekata, opreme i uređaja, pečenje kruha, peciva i kolača te preradu mesnih

proizvoda i drugih prehrambenih proizvoda (Tablica 1.).

Tablica 1. Prikaz usluga u ugostiteljstvu

OSNOVNE USLUGE	SEKUNDARNE DOPUNSKE USLUGE	ILI POMOĆNE USLUGE
Usluge smještaja	Prijam i ispraćaj gostiju	Održavanje ugostiteljskih objekata i opreme
Usluga prehrane	Prijenos stvari i prijevoz gostiju	Održavanje okoliša ugostiteljskog objekta
Usluga pića	Davanje obavijesti	Pranje i peglanje ugostiteljskog rublja
	Čuvanje vrijednih predmeta gostiju	Usluga pripreme hrane
	Čišćenje odjeće i obuće	Usluge garažiranja i mogućnost popravka vozila gostiju
	Sportske, zabavne i druge usluge	

Izvor: samostalna izrada autorice prema: Slobodan, I.: *Ekonomika ugostiteljstva*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2012., str. 2.

Specifičnosti ugostiteljskih usluga, kako ih opisuje Ivanović (2012., 2), ogledaju se u narednim značajkama:

1. **Neopipljivost:** Usluga je često neopipljiva ili nematerijalna, što znači da se ne može fizički dodirnuti ili posjedovati. Gosti doživljavaju uslugu kroz iskustvo, atmosferu, ljubaznost osoblja i slične nematerijalne aspekte.
2. **Heterogenost:** Ugostiteljske usluge su heterogene, tj. različite i variraju od jednog trenutka do drugog, od jednog gosta do drugog. Različiti gosti mogu imati različite zahtjeve i očekivanja, što čini usluge raznovrsnima i prilagođenima specifičnim potrebama.
3. **Istovremenost stvaranja i potrošnje:** U ugostiteljstvu se usluga često stvara i troši istovremeno. Na primjer, kada gost naručuje i konzumira obrok u restoranu, usluga se trenutno pruža i doživljava. Ova istovremenost stvaranja i potrošnje čini ugostiteljske

usluge dinamičnima.

4. **Neodvojivost:** Proizvodnja i potrošnja ugostiteljskih usluga često su neodvojive. To znači da se usluge obično pružaju tamo gdje i kada se odvija potrošnja, poput restorana, hotela ili turističkih destinacija.

Dakle, ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost koja obuhvaća pripremu, proizvodnju i usluživanje hrane, pića i napitaka na specijalizirani ugostiteljski način. Također uključuje pružanje usluga smještaja u posebno uređenim sobama i apartmanima te usluge zabave i odmora u ugostiteljskim objektima. Jednostavnije rečeno, ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost koja ima za cilj pružanje ugostiteljskih usluga u posebno uređenim prostorima i objektima (Ivanović, 2012., 3).

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj, ugostiteljske djelatnosti definirane su kao pripremanje hrane, pružanje ugostiteljskih usluga, pripremanje i usluživanje pića te pružanje usluga smještaja. Ova definicija također uključuje pripremu i opskrbu hranom za konzumaciju na drugom mjestu sa ili bez usluge, primjerice u prijevoznom sredstvu ili na priredbama.

Ugostiteljska djelatnost uključuje preradu raznih sirovina, poluproizvoda i proizvoda iz drugih djelatnosti, što zahtijeva dodatni napor. To je proizvodno uslužni program koji spaja uslugu s proizvodom. Posluživanje hrane i pića promatra se kao način davanja vrijednosti finalnim proizvodima, pri čemu usluga djeluje kao posrednik između proizvođača i potrošača hrane, pića i napitaka (Ivanović, 2012, 5).

Ono što ugostiteljstvo izdvaja od ostalih gospodarskih djelatnosti je jedinstven način i usmjerenost na pružanje usluga. Ne samo da zadovoljava osnovne potrebe za smještajem, hranom i pićem, već stvara mogućnosti za zadovoljenje društvenih, kulturnih, zdravstvenih i drugih potreba koje proizlaze iz boravka i traženja određenih usluga u ugostiteljskom objektu. Prema Ivanoviću (2012, 3), ugostiteljstvo omogućuje odmor, razonodu, rekreaciju, prihvata i boravak ljudima na turističkim i drugim putovanjima. Također osigurava hranu za stanovnike i turiste, omogućuje posjete mjestima ili objektima te podupire oporavak i rehabilitaciju nakon bolesti.

Drugi jedinstveni čimbenik u ugostiteljskoj industriji je komunikacija, koja zahtijeva stalnu usredotočenost ugostiteljskih djelatnika zbog njihove izravne interakcije s gostima. Ugostitelji svojim radom, znanjem i zalaganjem značajno doprinose pružanju ugostiteljske usluge koju gosti kasnije koriste i plaćaju. To zahtijeva stalno prilagođavanje zahtjevima gostiju i usklađivanje s gostima općenito (Ivanović, 2012).

Specifičnosti ugostiteljstva, uključujući materijalno-tehničke, tehnološke,

organizacijske i kadrovske aspekte, utječu na ciljeve i poslovanje ugostiteljske djelatnosti. Ono što ugostiteljstvo izdvaja od ostalih djelatnosti je stalna pripravnost koja se zahtijeva od ugostiteljskih radnika. Njihov rad počinje čim gost uđe u ugostiteljski objekt i izrazi svoje potrebe. Fluktuirajuća potražnja dovodi do neravnomjernog opterećenja tijekom dana, tjedana, mjeseci, pa čak i godina (Ivanović, 2012.).

1.2. Povijesni razvoj ugostiteljstva

Povijest ugostiteljstva uključuje razvoj i evoluciju uslužnih djelatnosti koje pružaju usluge hrane, pića i drugih događaja. Posao opskrbe hranom za zabave, sastanke i druga okupljanja postoji tisućljećima, a tragovi sežu do drevnih civilizacija. S vremenom je ova profesija narasla i razvila se u raznoliku industriju kakva je danas (Avelin Holjevac, 2002).

Koncept ugostiteljstva može se pratiti unazad do davnih vremena, kao što su civilizacije poput Starog Egipta, Grčke i Rima gdje su vladajuće klase obično održavale velike bankete, zahtijevajući usluge kuhara i poslužitelja za pripremu i distribuciju hrane. U drevnoj Kini, kraljevi i aristokrati bili bi domaćini velikih banketa tijekom festivala i u posebnim prigodama, zapošljavajući profesionalne kuhare koji će kasnije utjecati na kulinarsku umjetnost i ugostiteljske prakse. Ti su se događaji često održavali u čast bogova, slave vojne pobjede ili jednostavno demonstrirati bogatstvo i moć.

Ugostiteljstvo tog vremena uglavnom je bilo dio kraljevskih i plemićkih kućanstava. Hrana je bila vitalni dio njihove kulture i vjerskih običaja, a mnoge namirnice koje su se pripremale za te događaje, poput kruha, ribe i raznih vrsta mesa, bile su uobičajene u prehrani ovih civilizacija (Bakan, 2015).

Uloga ugostitelja u antičko doba obično je bila popunjena robovima ili slugama koji su bili odgovorni za pripremu i posluživanje hrane. U srednjem vijeku ugostiteljstvo se počinje strukturirati. Kuhari i poslužitelji često su bili dio kućnog osoblja u plemićkoj ili kraljevskoj kući. Nadalje, u Engleskoj je uspostavljen položaj "Master of the Revels", koji je bio odgovoran za upravljanje kraljevskom zabavom, uključujući pripremu i prezentaciju hrane. Banketi i gozbe ostali su popularan način proslave prigoda i pokazivanja gostoprimstva.

U srednjem vijeku došlo je do pomaka u ugostiteljskim uslugama osnivanjem konoba i gostionica koje su imale ključnu ulogu u opskrbi putnika hranom. Međutim, velike gozbe i banketi bili su još uvijek prvenstveno u domeni plemstva. Srednjovjekovna kuhinja bila je pod jakim utjecajem religijskih prehrambenih pravila i sezonske dostupnosti hrane. Pojava

trgovačkih puteva i križarski ratovi doveli su do razmjene kulinarskih ideja i sastojaka. U tom razdoblju prevladava uporaba začina, a razvijaju se i nove tehnike pripreme i prezentiranja hrane (Baker et.al, 2000).

Razdoblje renesanse promijenilo je ugostiteljsku praksu i dovelo do profesionalnih cehova kuhara i poslužitelja. Prezentacija hrane postala je oblik umjetnosti, a banketi su često bili izlozi za nove kulinarske kreacije. Začini su bili široko korišteni, a fokus je bio na korištenju svježih, lokalnih namirnica. Ugostiteljske usluge često su nudile gostionice i konobe koje su postale društvena središta.

Industrijska revolucija u 18. i 19. stoljeću donijela je značajne promjene u ugostiteljstvu. Urbanizacija i uspon srednje klase povećali su potražnju za ugostiteljskim uslugama, osobito u većim gradovima. Ugostitelji su počeli nuditi razne mogućnosti, od malih privatnih okupljanja do velikih javnih događanja.

U 20. stoljeću došlo je do formalizacije i profesionalizacije ugostiteljskih usluga. Ugostiteljske tvrtke i organizatori događaja postali su uobičajeni, pružajući usluge za vjenčanja, korporativna događanja i društvena okupljanja. Porast zračnog prometa i globalizacija također su utjecali na raznolikost ugostiteljskih opcija, sa fuzijom kulinarskih stilova iz različitih kultura.

Danas je ugostiteljstvo uspješna industrija sa širokim spektrom specijaliziranih usluga. Ugostitelji nude raznolike jelovnike, prilagođavajući se prehranbenim preferencijama i kulturnim ukusima. Industrija se također prilagodila tehnološkom napretku, uključivši online naručivanje, digitalne jelovnike i inovativne alate za planiranje događaja. Posljednjih godina bilježi se porast specijaliziranih ugostiteljskih usluga, uključujući ugostiteljstvo za ograničenja u prehrani (vegetarijanski, veganski, bez glutena), tematska događanja i zdravstveno osviještene opcije. Kamioni s hranom i pop-up ugostiteljstvo također su postali popularni, pružajući jedinstvena i mobilna iskustva objedovanja (Baker, et.al, 2000).

Tijekom svoje povijesti ugostiteljstvo se razvijalo kao odgovor na promjene društvenih normi, tehnološki napredak i kulinarske trendove. Danas ostaje bitan dio ugostiteljske industrije, nudeći niz usluga kako bi se zadovoljile različite potrebe klijenata i potrošača.

Počeci ugostiteljstva na području današnje Republike Hrvatske mogu se pratiti još iz doba Rimskog Carstva. U tom razdoblju počinje se javljati i razvijati ugostiteljstvo uz važne prometnice i u većim mjestima. U srednjem vijeku izgrađeni su hospiciji za smještaj putnika. Sljedećih godina ugostiteljstvo se razvija samostalno u većim, razvijenijim gradovima i mjestima. Ekspanzija poštanskog prometa u 16. stoljeću dovela je do otvaranja prvih

gostionica i prenoćišta, prvenstveno za putnike s ležajevima i smještajem za kola i konje. Krajem 19. stoljeća izgradnja željezničkih pruga i uvođenje parobrodskih linija potaknulo je osnivanje hotela i drugih ugostiteljskih objekata u gradovima i primorskim mjestima. Prvi hotel otvoren je 1868., zatim prvi registrirani hotel na otoku Hvaru 1848. i gostionica sa sobama u Dubrovniku 1854. godine (Ivanović, 2012., 12).

Hrvatska je dobila pozornost kao turistička destinacija, što je dovelo do kupovine Ville od strane Društva južnih željeznica iz Beča. Angiolina u Opatiji 1882. godine i preuređenje u hotel. Društvo Južnih željeznica tada je 1884. godine počelo graditi hotel Kvarner, koji se smatra prvim "modernim hotelom" u Hrvatskoj. Time je obilježen razvoj ugostiteljstva u zemlji, izgradnjom modernih hotela i ugostiteljskih objekata u većim gradovima i primorskim mjestima. Politički, ekonomski i društveni čimbenici imali su značajnu ulogu u dugoročnom razvoju ugostiteljstva. U drugoj polovici 20. stoljeća industrija je doživjela intenzivniji rast zbog masovnog turizma, što je rezultiralo izgradnjom hotela i ugostiteljskih objekata za prihvat većeg broja turista. Danas ugostiteljstvo zauzima značajno mjesto u gospodarstvu Hrvatske, doprinosi BDP-u i zapošljava značajan dio radne snage. Dodatno, ugostiteljstvo potiče rast i unapređenje ostalih grana i djelatnosti vezanih uz proizvodnju i pružanje ugostiteljskih usluga. Zajamčena su daljnja istraživanja ove industrije u Hrvatskoj (Ivanović, 2012., 13).

1.3. Podjela ugostiteljstva

Ugostiteljsku djelatnost moguće je obavljati na više različitih načina koji su oblikovali standarde njezine kategorizacije. Podjela je nastala temeljem nekoliko razlika koje su proizašle iz tehnoloških procesa, raznih oblika finalnih proizvoda ili pak usluga, organizacijsko-tehničkih osobina i različitih načina putem kojih je moguće pružiti te usluge.

Pod ugostiteljskom djelatnošću obično se podrazumijeva (Ivanović, 2012., 19):

a) Pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane:

- Ovo obuhvaća restorane, kafiće, fast food objekte, catering usluge i sve druge oblike poslovanja gdje se priprema hrana i pružaju usluge prehrane.

b) Pripremanje i usluživanje pića i napitaka:

- Ovaj segment uključuje barove, kafiće, pivnice, vinoteke i druge objekte koji se specijaliziraju za pripremu i posluživanje različitih pića, uključujući alkoholna i bezalkoholna pića.

c) **Pružanje usluga smještaja:**

- Ova kategorija obuhvaća hotele, motele, hostele, apartmane, kampove i sve druge objekte koji nude smještaj gostima.

Ugostiteljski sektor često kombinira ove različite aspekte kako bi pružio cjelovito iskustvo gostima. Osim navedenog, ugostiteljstvo također može obuhvaćati dodatne usluge poput događanja, konferencija, wellnessa i slično, ovisno o vrsti objekta i ponudi.

Međutim, prema Ivanoviću (2012., 5), najzastupljeniji način podjele ugostiteljstva je prema tehnološkom proizvodnom sustavu, namjeni i načinu pružanja usluga u ugostiteljskim objektima na:

1. **Hotelijerstvo:**

- **Tehnološki sustav proizvodnje:** Uključuje smještajne kapacitete, poput hotela, motela, hostela i sličnih objekata. Ovdje se fokusira na pružanje usluga smještaja gostima.
- **Svrha:** Glavna svrha hotelijerstva je pružanje udobnog smještaja gostima koji putuju izvan svojeg doma, bilo poslovno ili turistički.
- **Način pružanja usluga:** Uključuje razne aspekte poput recepcije, sustava rezervacija, usluga čišćenja, restorana i drugih sadržaja u sklopu hotela.

2. **Restoraterstvo:**

- **Tehnološki sustav proizvodnje:** Fokusira se na pripremu i posluživanje hrane i pića. Restoraterstvo uključuje restorane, kafiće, barove, catering usluge i slične objekte.
- **Svrha:** Osnovna svrha restoraterstva je pružiti gostima ukusnu hranu i piće, obično u prostoru koji se razlikuje od njihovog doma.
- **Način pružanja usluga:** Ovisno o vrsti objekta, može uključivati razne stilove usluga poput samoposluživanja, a-la-carte usluge, brze hrane ili fine dining iskustava.

Ova podjela pomaže jasno razumjeti različite aspekte i specifičnosti sektora unutar ugostiteljske industrije. Međutim, važno je napomenuti da mnogi ugostiteljski objekti često kombiniraju elemente iz oba sektora kako bi pružili raznovrsno iskustvo gostima.

Premda ima više načina putem kojih se pružaju usluge hrane i pića, njihovo izvršavanje moguće je podijeliti na dva osnovna koncepta, to su (Boella, 2005):

a. **U okviru smještajnih objekata:**

- Ova kategorija uključuje pružanje restoraterskih usluga unutar smještajnih objekata poput hotela, motela, pansiona i sličnih. Restorani unutar tih objekata često služe kao

dopuna osnovnoj djelatnosti smještaja.

- Primarni cilj ovakvih restorana je zadovoljavanje potreba gostiju za hranom i pićem tijekom njihovog boravka u objektu za smještaj.
- Restoran se smatra sporednom djelatnošću i često je integriran u cjelokupno iskustvo boravka gostiju u smještajnom objektu.

b. U samostalnim objektima:

- Ova kategorija obuhvaća restorane, gostionice, buffete i slične objekte koji djeluju autonomno, odvojeno od smještajnih objekata.
- Ti objekti obično imaju vlastiti prostor, osoblje i usluge, te se fokusiraju isključivo na pružanje hrane i pića gostima.
- Često su to nezavisni poslovi, uključujući i male obiteljske restorane ili obrte, ali mogu postojati i veliki lanci brze hrane ili restorana poput McDonald's.

Što se tiče vremenskog perioda bavljenja ugostiteljskom djelatnošću, daljnja podjela uključuje podjelu na opće i turističko ugostiteljstvo. Opća ugostiteljska ponuda proteže se tijekom cijele godine i uključuje dio koji je namijenjen isključivo lokalnom stanovništvu i prolaznim osobama koje se ne smatraju turistima. S druge strane, turističko ugostiteljstvo je usmjereno na pružanje usluga turistima u turističkim destinacijama, pri čemu su turisti primarna ciljna publika, a uključuje i gradske ugostiteljske objekte. Turistička ugostiteljska djelatnost primarno je usmjerena na turiste, dok su ostali korisnici poput stanovnika manje prioritetni.

Ugostiteljstvo se dalje dijeli prema tipu klijentele i postoji stalno i sezonski. Stalno ugostiteljstvo služi gostima tijekom cijele godine, dok sezonski catering zadovoljava oscilacije turističke potražnje u pojedinim razdobljima godine. Sezonska priroda djelatnosti dovodi do neiskorištenosti ugostiteljskih kapaciteta, što rezultira potrebom za sezonskom radnom snagom. Godišnja doba obično se kategoriziraju kao "zima" i "ljetno" i pod utjecajem su klimatskih čimbenika. Dodatno, duljina boravka gostiju dovela je do podjele branše na "prolazno" i "pansionsko" ugostiteljstvo. Usputno ugostiteljstvo pruža usluge turistima ili gostima koji borave kraće od tri dana, dok pansionsko pruža usluge gostima koji borave najmanje tri dana (Galičić, 2016).

Druga podjela u ugostiteljstvu temelji se na komercijalnom aspektu financiranja, pri čemu je komercijalno ugostiteljstvo dostupno svim pojedincima radi zarade, dok nekomercijalno ugostiteljstvo služi određenim skupinama kao što su studenti, radnici i pacijenti u određenim prostorima bez cilja ostvarivanja profit.

Nadalje, gledano sa aspekta vlasništva, ugostiteljski objekti mogu biti ili u državnom vlasništvu (javna ugostiteljstva) ili u privatnom vlasništvu (privatna ugostiteljstva). Karakteristike oba tipa vlasništva prikazana su u nastavku (Galičić, 2016):

1. Javna ugostiteljstva (državno vlasništvo):

- **Vlasništvo:** Ovi objekti su u vlasništvu države ili lokalnih vlasti.
- **Primjeri:** Mogu uključivati restorane, kafiće, hotele i druge ugostiteljske objekte koji su pod upravom ili vlasništvom javnih ili državnih institucija.
- **Ciljevi:** Ponekad su ciljevi javnih ugostiteljskih objekata usmjereni na pružanje usluga građanima ili podršku turizmu u određenom području.

2. Privatna ugostiteljstva (privatno vlasništvo):

- **Vlasništvo:** Objekti su u vlasništvu privatnih pojedinaca, tvrtki ili korporacija.
- **Primjeri:** Uključuju restorane, kafiće, hotele i druge ugostiteljske objekte koji su privatno vlasništvo ili pod upravom privatnih poduzetnika.
- **Ciljevi:** Ciljevi privatnih ugostiteljskih objekata obično su povezani s profitom i pružanjem kvalitetnih usluga kako bi privukli i zadržali goste.

Važno je napomenuti da u stvarnosti postoji raznolikost u vlasničkoj strukturi ugostiteljskih objekata, a neki objekti mogu imati hibridni model vlasništva, gdje je vlasništvo dijelom privatno, a dijelom javno. Odluka o vlasništvu često ovisi o različitim faktorima, uključujući zakonodavstvo, političke odluke, ekonomske uvjete i preferencije vlasnika.

1.4. Karakteristike ugostiteljske ponude

Veliki razmjeri turističkog kretanja doveli su do različitih gospodarskih i društvenih procesa, koje je zbog njihove količine i specifičnosti potrebno planirati i organizirati. Te mjere trebale bi biti usklađene s gospodarskim i društvenim interesima zemalja primateljica i emitinata, kao i regija u kojima se ti procesi odvijaju. Ponuda, uz potražnju, igra ključnu ulogu u određivanju konkurencije i cijena na tržištu. Ponuda se obično definira kao količina dobara ili usluga ponuđenih po određenim cijenama unutar određenog vremenskog okvira i na određenom tržištu. Ugostiteljska ponuda odnosi se na količinu robe koja se namjerava prodati po određenim cijenama na domaćem tržištu ili po određenom tečaju na inozemnom tržištu. Također obuhvaća sve aspekte prostora ili mjesta namijenjenog zadovoljavanju različitih potreba, kao što su smještaj, hrana, piće i dopunske ugostiteljske usluge. Složenost potražnje, njena vremenska i prostorna nestabilnost, predstavljaju izazove u formiranju ponude i mogu dovesti do značajnih pogrešaka (Galičić, 2012., 26).

Elastičnost ugostiteljske ponude pokazuje odnos između promjena u ponudi i odgovarajućih promjena u cijeni proizvoda ili usluge.

Analiza ugostiteljske ponude identificira četiri ključne pretpostavke koje su bitne za

uspješno poslovanje u ovoj industriji, a to su (Galičić, 2012., 26):

1. Atraktivnost usluge:

- Atraktivnost usluge u ugostiteljstvu ovisi o različitim faktorima, uključujući udaljenost od tržišta iz kojeg dolaze gosti. Što je ugostiteljski objekt bliži emitivnom tržištu (tržištu potražnje), to može privući više posjetitelja.
- Intenzitet razvijenosti i koncentracija ugostiteljske ponude u nekom prostoru također igraju ključnu ulogu. Gusta koncentracija ugostiteljskih objekata može stvarati atraktivnu destinaciju.

2. Prometna dostupnost:

- Prometna dostupnost igra ključnu ulogu u privlačenju gostiju. Gosti obično preferiraju brzi, sigurni, udobni i jeftini način dolaska do ugostiteljskog objekta.
- Kvaliteta prometne povezanosti utječe na stupanj posjećenosti, pa je važno osigurati dobru dostupnost putem cesta, željeznice, zračnih luka ili drugih prijevoznih sredstava.

3. Prijemni kapaciteti:

- Prijemni kapaciteti uključuju smještajne, konzumne i druge kapacitete koje gosti koriste tijekom boravka. To može obuhvaćati od soba za iznajmljivanje do visokokvalitetnih hotela, terasa kafića i restorana.
- Gosti često biraju ugostiteljske objekte ovisno o ponuđenim prijemnim kapacitetima, pa je važno osigurati raznolik i kvalitetnu ponudu.

4. Promocija:

- Promocija je ključna za povezivanje ugostiteljske ponude s potražnjom. To uključuje marketinške aktivnosti, oglašavanje, online prisutnost, i druge načine komunikacije s potencijalnim gostima.
- Učinkovita promocija može povećati svijest o ugostiteljskom objektu i privući potrebne goste.

U kombinaciji, ove četiri pretpostavke čine temelje uspješnog poslovanja u ugostiteljstvu, a njihova međusobna povezanost igra ključnu ulogu u privlačenju i zadržavanju klijentele.

Kao najznačajnije karakteristike ugostiteljske ponude, moguće je navesti sljedeće (Galičić, 2012., 27):

1. Dislociranost od ugostiteljske potražnje:

- Ova karakteristika naglašava da je prostor na kojem se formira ugostiteljska

ponuda često udaljen od izvora potražnje. Turisti, na primjer, moraju putovati do odredišta kako bi pristupili ugostiteljskim objektima. Razumijevanje ove dislociranosti pomaže u planiranju marketinških strategija i prilagodbi ponude ciljanoj publici.

2. **Heterogenost:**

- Heterogenost se odnosi na raznolikost potražnje. Različiti gosti imaju različite potrebe, želje i motive, stoga ugostiteljska ponuda mora biti raznolika i prilagođena različitim skupinama potrošača. Kroz prilagođavanje usluga i ponude, ugostiteljski objekti mogu privući različite segmente tržišta.

3. **Neelastičnost:**

- Neelastičnost ugostiteljske ponude znači da kapaciteti ne mogu trenutno reagirati na promjene u potražnji. Ugostiteljski objekti su obično planirani za dulji vremenski period, a prilagodbe kapaciteta zahtijevaju značajne napore i vrijeme. Ovo može predstavljati izazove u upravljanju sezonskim fluktuacijama potražnje.

4. **Statičnost:**

- Statičnost ugostiteljske ponude naglašava da se usluge mogu konzumirati samo na licu mjesta, gdje se nude. Potrošači moraju fizički doći do ugostiteljskog objekta kako bi koristili ponuđene usluge. Ova karakteristika ističe važnost promocije i marketinških aktivnosti kako bi se privukla ciljana publika.

5. **Sezonski karakter:**

- Sezonski karakter ukazuje na činjenicu da se ugostiteljska potražnja ne koristi jednako tijekom cijele godine. Turistička destinacija ili ugostiteljski objekt može doživjeti intenzivniji promet tijekom određenih sezona ili događanja. Planiranje i prilagodba ponude prema sezonskim varijacijama ključni su za optimizaciju poslovanja

Ugostiteljstvo predstavlja ključnu gospodarsku djelatnost koja je usko povezana s razvojem društva i kulture. Pružanje usluga gostima, bilo da su turisti ili lokalno stanovništvo, obuhvaća širok spektar aktivnosti, uključujući smještaj, pripremu hrane i pića te posluživanje istih. Ključni elementi ugostiteljstva su ljudski faktor, organizacija usluga te zadovoljavanje potreba i očekivanja gostiju. Ugostiteljstvo potječe od glagola "ugostiti" i odnosi se na radnju primanja gostiju, pružanja smještaja te posluživanja hrane i pića. Ova industrija je temelj turizma te ima ključnu ulogu u stvaranju prihoda i zapošljavanju. Ugostiteljstvo također ima

značajan utjecaj na razvoj drugih sektora poput turističkog posredovanja, prometa, trgovine, bankarstva te proizvodnje roba i usluga. Ugostiteljstvo se opisuje kao kombinacija proizvodno-uslužne djelatnosti s obzirom na prirodu poslova koji uključuju pripremu hrane i pića te pružanje usluga smještaja. Kroz povijest, razvoj ugostiteljstva pratio je promjene društvenih normi, tehnološki napredak i kulinarske trendove. Danas je ugostiteljstvo raznolika industrija koja nudi različite usluge i iskustva.

U nastavku rada obrađuju se kvantitativni pokazatelji iz ponude grada Karlovca.

2. Kvantitativni pokazatelji ponude grada Karlovca

Kada se govori o turističkoj ponudi, važno je ukratko se osvrnuti na njezin opseg. U najširem smislu, turistička ponuda obuhvaća sve bitne elemente i karakteristike destinacije. To uključuje čimbenike kao što su geografski reljef, klima, vodena tijela, flora, fauna, infrastruktura, prometna dostupnost, naselja i ukupna suprastruktura. Lohmann, Panosso-Neto i Rodrigues (2017) identificiraju tri ključne kategorije unutar turističke ponude: turističke atrakcije, turistički sadržaji i usluge te popratna turistička infrastruktura. Slično, Vanhove (2017) ističe koncept turističkog sustava koji predstavlja povezanost između turističke ponude, elemenata koji premošćuju jaz između ponude i potražnje i stvarne turističke potražnje. Dodatno, Vanhove ističe ključnu ulogu lokalne radne snage i stanovništva u razvoju turizma unutar određene destinacije. Važno je napomenuti da se dalje neće raspravljati o svim gore navedenim aspektima turističke ponude, jer je nemoguće dati iscrpnu analizu svakoga od njih.

Kvantitativno ispitivanje trenutnog stanja Karlovca provodi se analizom mjerljivih statističkih podataka i pokazatelja. Ti pokazatelji daju uvid u sektor turizma, uključujući broj posjetitelja i trajanje njihovog boravka. Podaci korišteni za ovu analizu preuzeti su sa službenih stranica Grada Karlovca i mogu se pronaći u godišnjem izvješću Grada Karlovca te službenim stranicama Grada Karlovca.

2.1. Analiza smještajnih kapaciteta grada Karlovca

Ovo poglavlje pruža dublji uvid u dostupne smještajne kapacitete u gradu, istražuje raznolikost opcija smještaja te analizira broj smještajnih jedinica i broj kreveta u pojedinoj kategoriji smještajne jedinice.

Tablica 2 Prikaz smještajnih kapaciteta na području grada Karlovca u 2022. godini

Kategorija smještajne jedinice	Broj objekata
Hoteli	4
Hosteli	3
Učenički dom	1
Smještaj obrti i tvrtke	10
Objekti u domaćinstvu	111
Kampovi	1
Objekti na OPG-u	1
Ukupno	131

Izvor: samostalna izrada autorice

Na području grada Karlovca, u 2022. godini zabilježeno je ukupno 131 smještajni objekt od čega 4 hotela, 3 hostela, 10 soba za iznajmljivanje u vlasništvu obrta i poduzeća, 111 objekata u domaćinstvu te po jedan kamp i objekt na OPG-u. Na temelju analize kategorije i broja smještajnih jedinica prisutnih u gradu Karlovcu vidljivo je da prevladava privatni smještaj, u 80% slučajeva (Tablica 2) (Visit Karlovac, Smještaj, 2024).

Tablica 3 Prikaz broja smještajnih jedinica i broja kreveta u kategorijama smještajnih jedinica u 2022. Godini

Kategorija smještajne jedinice	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
Hoteli	149	269
Hosteli	67	209
Učenički dom	26	104
Smještaj obrti i tvrtke	58	126
Objekti u domaćinstvu	160	436
Kampovi	7	25
Objekti na OPG-u	1	4
Ukupno	468	1173

Izvor: samostalna izrada autorice

Na području grada Karlovca zabilježeno je ukupno 468 smještajnih jedinica te 1173 kreveta u 2022. godini. Nadalje, najveći broj smještajnih jedinica nalazi se u objektima u

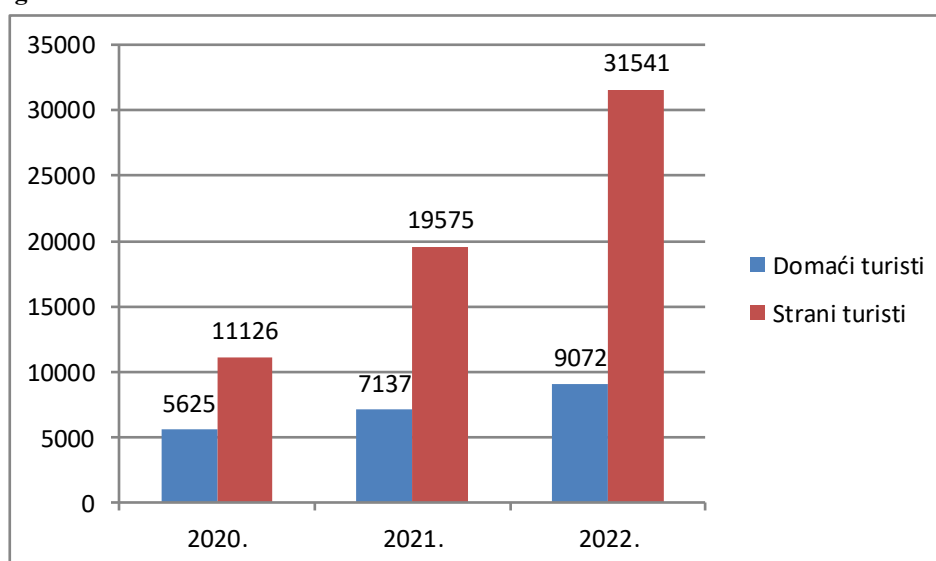
domaćinstvu, dok najmanji broj u objektima na OPG-u, svega 1 sa 4 kreveta (Tablica 3).

2.2. Analiza dolazaka i noćenja turista

Grad Karlovac kontinuirano bilježi rast i razvoj svog turističkog sektora sve do pandemijske 2020. godine kada je svijet pogodio virus Covid – 19. Analizirajući podatke iz prethodne godine, Karlovac je od 1. siječnja do 31. prosinca 2022. ostvario ukupno 40.613 dolazaka i 81.018 noćenja. Ove brojke pokazuju značajan porast od 52,04% u dolascima i 40,11% u noćenjima u odnosu na prethodnu godinu. Štoviše, od toga su 64.733 noćenja pripisana turistima, a najviše u srpnju i kolovozu, odnosno 56% ukupnog broja. Unatoč brojnim ograničenjima kretanja tijekom te godine, turistička djelatnost uspjela se oporaviti u 2021. godini, što ukazuje na perspektivnu budućnost turističkog razvoja Karlovca. To se može zahvaliti sve većim ulaganjima u turističke kapacitete, što je Karlovac učinilo traženom destinacijom među putnicima. Godina 2022. svjedočila je snažnom oporavku grada, ulivajući obnovljeni osjećaj optimizma na turističkom tržištu.

Što se tiče ekonomskog učinka, promet od smještaja doživio je značajan rast od 154% u odnosu na 2021. godinu. Unatoč znatnom porastu dolazaka i noćenja, prosječna duljina boravka smanjena je u 2022. godini, u prosjeku 1,99 dana, u usporedbi s 2,16 dana 2021. godine (Izvješće Grada Karlovca, 2024.).

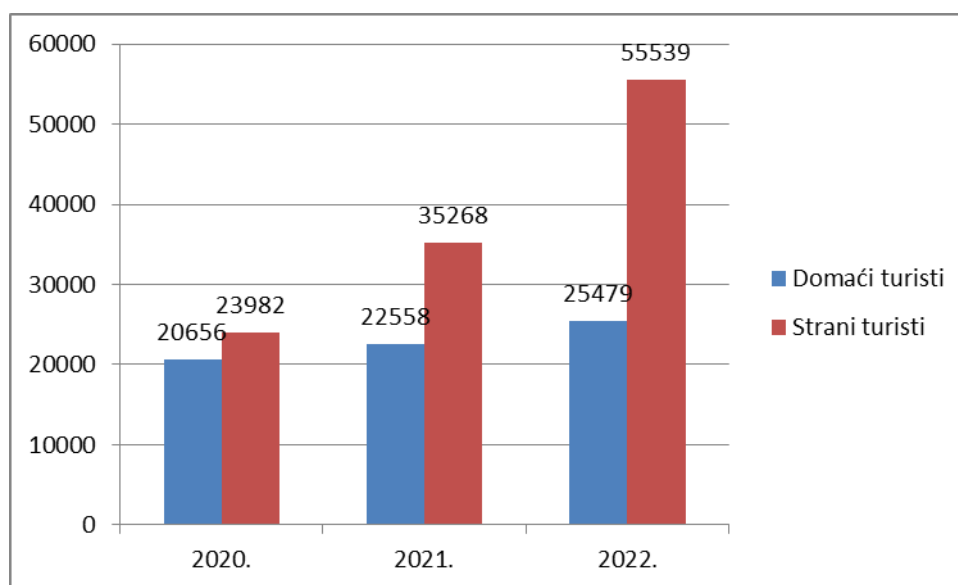
Grafikon 1. Prikaz dolazaka domaćih i stranih turista u vremenskom razdoblju od 2020 - 2022. godine na području grada Karlovca



Izvor: samostalna izrada autorice

Grafikon 1. ilustrira stalni porast priljeva stranih i domaćih turista u grad Karlovac tijekom godina. No, valja napomenuti da su strani posjetitelji brojčano nadmašili domaće u pogledu sastava potrošača. Naime, u 2021. godini Karlovac je ugostio 19.575 stranih turista, što je brojka značajno porasla na 31.541 u 2022. Nasuprot tome, broj domaćih turista iznosio je 7.137 u 2021., što je doživjelo blagi porast na 9.072 u 2022. Usporedbom s 2020. godinu postaje evidentno da je ukupan broj dolazaka u Karlovac porastao za impresivnih 142,45%.

Grafikon 2. Prikaz noćenja domaćih i stranih turista u vremenskom razdoblju od 2020 do 2022 godine na području grada Karlovca



Izvor: samostalna izrada autorice

Nadalje, grafikon 2. Prikazuje noćenja u vremenskom razdoblju od 2020 – 2022. godine. Turističku djelatnost grada Karlovca prvenstveno pokreću strani turisti, budući da oni čine većinu dolazaka i noćenja. Usporednom analizom noćenja stranih turista u 2021. i 2022. godini uočeno je da je došlo do značajnog porasta s 35.262 u 2021. na 55.539 u 2022. Isto tako, značajan porast bilježi i broj noćenja domaćih turista (s 22.558 na 25.479). Usporedbom 2022. godine s pandemijom obilježenu 2020. vidljivo je da je grad Karlovac zabilježio 81,5% porasta ukupnih noćenja.

2.3. Analiza turističkih atrakcija grada Karlovca

Temeljem službenih stranica, kreiran je popis atrakcija grada Karlovca te je isti prikazan na mapi po brojevima ispod nabrojanih atrakcija (Visit Karlovac, Doživite, 2024):

1. *Zdenac*: Zdenac je prekrasna prirodna atrakcija koja predstavlja tradicionalni izvor pitke vode. Osim što pruža osvježenje prolaznicima, Zdenac je i simbol lokalne povijesti i tradicije.
2. *Katolička crkva Presvetog Trojstva*: Ova impozantna crkva predstavlja arhitektonski dragulj grada Karlovca. Sagrađena je u baroknom stilu i poznata je po svojoj bogatoj unutrašnjosti te vrijednim umjetničkim djelima.
3. *Pravoslavna crkva sv. Nikole*: Izvanredan primjer pravoslavne arhitekture, ova crkva je važan vjerski i kulturni centar za lokalnu pravoslavnu zajednicu. Posjetitelji mogu uživati u njezinoj ljepoti i duhovnosti.
4. *Gradski muzej Karlovac*: Muzej koji čuva bogatu kulturnu baštinu grada Karlovca kroz arheološke nalaze, umjetničke zbirke i povijesne artefakte. Posjetitelji mogu naučiti o povijesti i razvoju grada kroz interaktivne izložbe.
5. *Galerija Zilik*: Galerija koja promovira suvremenu umjetnost kroz raznolike izložbe i kulturne događaje. Posjetitelji mogu razgledati djela lokalnih i međunarodnih umjetnika te sudjelovati u umjetničkim radionicama.
6. *Stari grad Dubovac*: Impresivna srednjovjekovna tvrđava smještena na brdu iznad grada. Dubovac nudi prekrasan panoramski pogled na okolicu i pruža uvid u bogatu povijest grada i regije.
7. *Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić*: Kulturna institucija koja nudi širok spektar književnih djela, multimedijalnih resursa i edukativnih programa za sve uzraste. Knjižnica je mjesto susreta ljubitelja knjiga i kulture.
8. *Galerija Vjekoslav Karas*: Galerija posvećena životu i djelu Vjekoslava Karasa, poznatog karlovačkog umjetnika. Posjetitelji mogu razgledati njegove slike, skulpture i grafike te bolje upoznati lokalnu umjetničku scenu.
9. *Gradsko kazalište Zorin dom*: Kazalište koje nudi raznolik repertoar predstava, koncerata i kulturnih događaja za lokalnu publiku. Posjetitelji mogu uživati u kazališnim izvedbama i umjetničkim performansama.
10. *Kino Edison*: Kino s dugom tradicijom prikazivanja filmskih hitova i umjetničkih ostvarenja. Posjetitelji mogu uživati u filmskoj umjetnosti u ugodnom ambijentu kina
11. *Galerija Ulak*: Galerija koja promovira lokalne umjetnike i njihova djela. Posjetitelji

moгу razgledati slike, skulpture i druge umjetničke instalacije te podržati lokalnu umjetničku scenu.

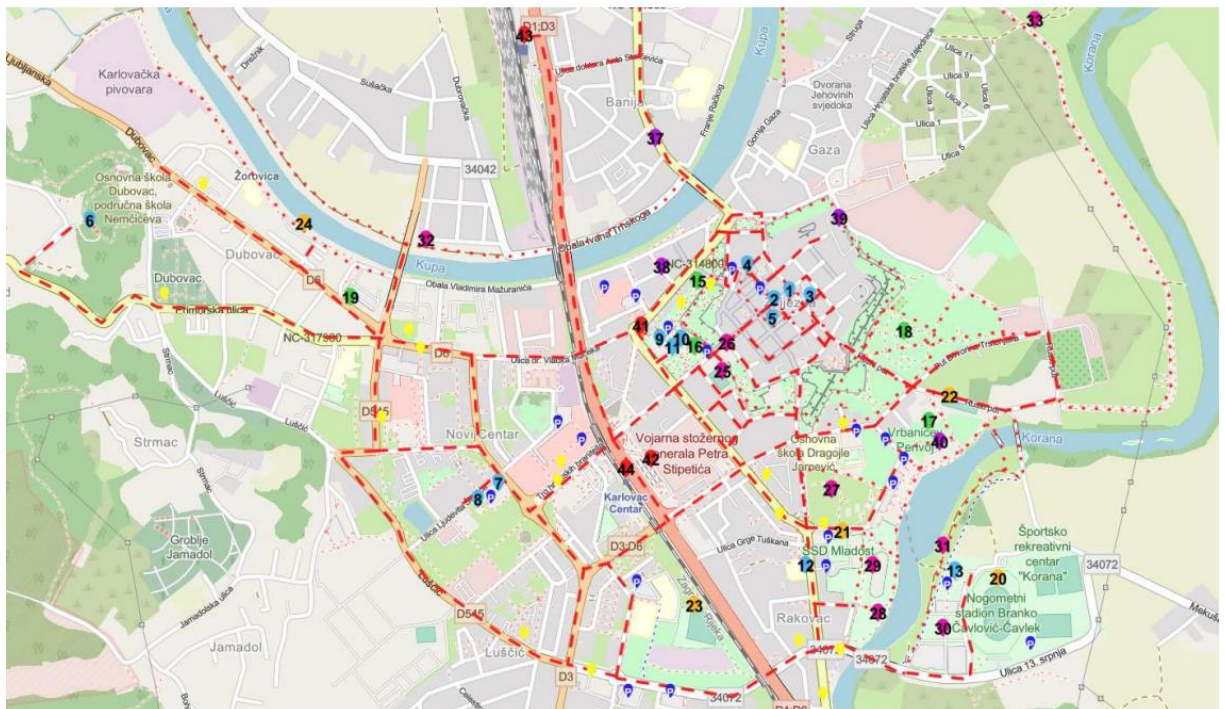
12. *Nikola Tesla Experience Center Karlovac*: Interaktivni centar posvećen životu i radu Nikole Tesle, jednog od najvećih svjetskih izumitelja. Posjetitelji mogu učiti o Teslinim inovacijama i eksperimentirati s znanstvenim principima.
13. *Aquatica Freshwater Aquarium Karlovac*: Jedinstveni akvarij posvećen slatkovodnim ekosustavima i lokalnoj flori i fauni. Posjetitelji mogu istraživati raznolikost slatkovodnih vrsta riba i biljaka te naučiti o očuvanju vodenih ekosustava.
14. *Muzej Domovinskog rata Karlovac-Turanj*: Muzej koji prikazuje povijest Domovinskog rata i ulogu grada Karlovca u tom razdoblju. Posjetitelji mogu razgledati eksponate, fotografije i dokumente te bolje razumjeti povijesni kontekst.
15. *Promenada*: Šetalište uz obalu rijeke Korane koje nudi prekrasan krajolik i mogućnost opuštajuće šetnje ili rekreacije. Posjetitelji mogu uživati u mirnom okruženju i prirodnim ljepotama.
16. *Modrušanov park*: Park koji pruža prostor za opuštanje i rekreaciju u prirodnom okruženju. Posjetitelji mogu šetati stazama, piknikirati ili uživati u igri na dječjim igralištima.
17. *Vrbanićev perivoj*: Prekrasan park koji nudi zelenilo i mir u srcu grada. Posjetitelji mogu uživati u šetnji kroz park, promatrati ptice ili se opustiti na klupama.
18. *Arboretum*: Botanički vrt koji sadrži raznolike biljne vrste i uređene površine za šetnju i odmor. Posjetitelji mogu istraživati različite biljne vrste i uživati u ljepoti prirode.
19. *Marmonotova aleja*: Aleja koja spaja povijesni dio grada s prirodnim ljepotama. Posjetitelji mogu šetati alejom i uživati u arhitekturi i zelenilu.
20. *Nogometni stadion Branko Čavlović-Čavlek*: Sportski objekt namijenjen nogometnim utakmicama i sportskim događajima. Posjetitelji mogu pratiti nogometne utakmice i bodriti lokalni sportski klub.
21. *Školska sportska dvorana Mladost*: Sportski kompleks koji nudi različite sportske aktivnosti i događaje za lokalnu zajednicu. Posjetitelji mogu sudjelovati u sportskim turnirima ili pratiti sportske događaje.
22. *Teniski tereni TK Karlovac*: Teniski klub s terenima otvorenima za javnost. Posjetitelji mogu igrati tenis ili pohađati teniske tečajeve.
23. *Baseball stadion*: Sportski objekt namijenjen baseball utakmicama i treningu. Posjetitelji mogu pratiti baseball utakmice ili se aktivno uključiti u ovaj sport.
24. *Veslački klub Korana*: Klub koji promiče veslanje i vodene sportove na rijeci Korani.

- Posjetitelji mogu iznajmiti čamce ili sudjelovati u veslačkim natjecanjima.
25. *Sokolski dom*: Kulturni centar koji organizira različite kulturne događaje i aktivnosti. Posjetitelji mogu prisustvovati koncertima, izložbama ili kazališnim predstavama.
 26. *Košarkaško igralište Šanac*: Sportski kompleks namijenjen košarkaškim utakmicama i treningu. Posjetitelji mogu igrati košarku ili pratiti sportske turnire.
 27. *Vunsko polje*: Prirodni rezervat koji nudi mogućnost promatranja ptica i šetnje kroz prirodu. Posjetitelji mogu uživati u miru i tišini te promatrati raznolikost biljnog i životinjskog svijeta.
 28. *Foginovo kupalište*: Popularno kupalište uz rijeku Koranu koje nudi prostor za plivanje i rekreaciju. Posjetitelji mogu uživati u kupanju ili se opustiti na obali rijeke.
 29. *Atletski stadion*: Sportski kompleks s atletskim terenima za trening i natjecanja. Posjetitelji mogu pratiti atletske utakmice ili sudjelovati u sportskim aktivnostima.
 30. *Sportsko rekreacijski centar Korana (ŠRC Korana)*: Centar koji nudi različite sportske aktivnosti i rekreacijske sadržaje za posjetitelje. Uključuje teretanu, bazene, sportske terene i druge sadržaje za aktivnosti na otvorenom i zatvorenom
 31. *Šetnica Korana*: Šetnica koja pruža ugodnu šetnju uz obalu rijeke Korane, okružena prirodnim krajolikom. Posjetitelji mogu uživati u mirnoj atmosferi i prekrasnom pogledu na rijeku.
 32. *Šetnica Kupa*: Još jedna šetnica koja pruža mogućnost opuštajuće šetnje uz obalu rijeke Kupe. Posjetitelji mogu uživati u prirodnim ljepotama i osvježiti se uz rijeku.
 33. *Nasip Kupa-Korana*: Ugodna šetnica koja povezuje rijeke Kupu i Koranu, nudeći posjetiteljima prekrasan krajolik i mogućnost opuštajuće šetnje u prirodi.
 34. *Biciklističke rute*: Karlovac nudi raznolike biciklističke staze koje vode kroz grad i okolicu, omogućujući posjetiteljima istraživanje atraktivnih lokaliteta na biciklu.
 35. *Žitna lađa*: Tradicionalna drvena lađa koja je nekad služila za prijevoz žita, danas je turistička atrakcija koja nudi vožnje rijekom Koranom. Posjetitelji mogu doživjeti autentično iskustvo plovidbe na tradicionalnom plovilu.
 36. *Hotel Europa*: Renomirani hotel u centru grada Karlovca koji nudi udoban smještaj i razne hotelske sadržaje za poslovne i privatne goste.
 37. *Boutique hotel Florian & Godler*: Luksuzni boutique hotel smješten u povijesnoj jezgri grada Karlovca, koji nudi ekskluzivan smještaj i visoku razinu usluge.
 38. *Hotel Carlstadt*: Hotel koji kombinira tradicionalni šarm s modernim udobnostima, idealan za poslovne putnike i turiste koji traže udoban smještaj u centru grada.
 39. *Hostel Bedem*: Pristupačni smještaj namijenjen putnicima s manjim budžetom, koji

nudi udobne sobe i društvene prostorije za druženje i opuštanje.

40. *Hotel Korana Srakovčić*: Hotel smješten uz rijeku Koranu koji nudi miran i opuštajući boravak u prirodi, uz udoban smještaj i razne rekreacijske sadržaje.
41. *Karlovački miljkaz*: Obilježje koje označava središte grada Karlovca i služi kao orijentir za posjetitelje koji istražuju grad.
42. *Autobusni kolodvor Karlovac*: Glavni autobusni terminal koji povezuje Karlovac s drugim gradovima u Hrvatskoj i regiji, omogućujući putnicima jednostavan pristup javnom prijevozu.
43. *Željeznički kolodvor Karlovac*: Glavni željeznički terminal koji povezuje Karlovac s drugim dijelovima Hrvatske i susjednim zemljama, pružajući putnicima mogućnost putovanja vlakom.
44. *Željeznička stanica Karlovac Centar*: Dodatna stanica željezničke mreže koja olakšava pristup centru grada Karlovca putnicima koji dolaze vlakom.

Slika 1. Prikaz turističkih atrakcija grada Karlovca



Izvor:samostalna izrada autorice u Google maps

Navedene atrakcije i objekti predstavljaju bogatstvo kulturnih, povijesnih, prirodnih i sportskih sadržaja koje grad Karlovac nudi svojim posjetiteljima. Raznolikost ponude omogućuje svakom posjetitelju da pronađe nešto što odgovara njihovim interesima i

preferencijama, bilo da su u potrazi za kulturnim iskustvom, aktivan odmorom u prirodi ili sportskim aktivnostima.

Osim što ovi objekti obogaćuju turističku ponudu grada, oni također doprinose lokalnoj zajednici pružajući prostor za kulturne događaje, sportske aktivnosti te promicanje umjetnosti i obrazovanja.

2.4. Analiza ugostiteljskih objekata i ponude grada Karlovca

U gradu Karlovcu postoji raznovrsna ponuda ugostiteljskih objekata koji zadovoljavaju različite ukuse i preferencije posjetitelja. Na službenim stranicama grada navedeno je 36 ugostiteljskih objekata a u nastavku se prikazuju ukratko neki od njih (Ugostiteljski objekti u Karlovcu, 2024):

1. Restorani:

- Restoran "KA-555": Poznat po izvrsnoj domaćoj i internacionalnoj kuhinji te ugodnom ambijentu.
- Restoran "Lovački rog": Specijaliziran za jela od divljači i tradicionalne hrvatske specijalitete.
- Restoran "Srakovčića": Nude bogat izbor jela s roštilja, ribljih specijaliteta i domaćih jela.
- Restorani "Žganjer": Ovi restorani, koji se nalaze u Karlovcu i Jaškovu, poznati su po svojim domaćim specijalitetima i izvrsnoj usluzi.

2. Pizzerije:

- "Pizzeria Batak": Nudi širok izbor pizza s različitim nadjevima i tijestima.
- "Pizzeria Roma": Poznata po autentičnim talijanskim okusima i velikim porcijama.

Raznolikost ugostiteljske ponude u gradu Karlovcu, kao što je prikazano kroz navedene podjele na restorane i pizzerije, svjedoči o bogatstvu gastronomske scene grada. Ovi ugostiteljski objekti ne samo da nude širok spektar jela i specijaliteta, već i pružaju posjetiteljima različite atmosfere i doživljaje. Restorani poput "KA-555", "Lovačkog roga" i "Srakovčića" ističu se svojom kvalitetnom ponudom tradicionalnih i internacionalnih jela, dok pizzerije poput "Bataka" i "Rome" nude autentične okuse talijanske kuhinje kroz raznolike varijante pizza.

Ova raznolikost omogućuje posjetiteljima da pronađu opcije koje odgovaraju njihovim ukusima i preferencijama, istovremeno doprinoseći šarmu i privlačnosti grada kao gastronomske destinacije.

U idućem poglavlju predstavlja se analiza provedenog istraživanja o ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca.

3. Analiza provedenog istraživanja

U ovom poglavlju prikazuje se analiza provedenog istraživanja o ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca. Kroz analizu prikupljenih podataka, istraživali su se različiti aspekti ugostiteljske ponude, uključujući kvalitetu usluge, raznolikost ponude, cijene te općenito iskustvo. Svrha ovog istraživanja bila je identificirati snage i slabosti trenutne situacije u ugostiteljskom sektoru, kako bi se moglo predložiti konkretne strategije i preporuke za poboljšanje ponude i zadovoljstva posjetitelja.

Instrument istraživanja u ovom radu je anketni upitnik. Anketni upitnik je sadržavao 14 pitanja, a anketnom upitniku je pristupilo 67 ispitanika. Samo anketiranje se vršilo online, a poveznice su se djelile putem društvenih mreža. Istraživanje je provedeno krajem veljače 2024. godine, a ispitanici su odabrani nasumično, bez ikakvih ograničenja ili zahtjeva u pogledu dobi, spola ili statusa. Taj slučajni odabir omogućio je reprezentativnost uzorka, što je omogućilo dublje razumijevanje stavova i mišljenja raznolike populacije. Ova metodologija istraživanja dopušta širu perspektivu i bolje informiranje o percepciji i stavovima različitih skupina ljudi u kontekstu analize ugostiteljske ponude u gradu Karlovcu.

3.1. Rezultati istraživanja

U nastavku rada prikazuju se rezultati provedene ankete o ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca. Upitnik je sadržavao pitanja o kvaliteti ugostiteljske ponude, raznolikosti jela i pića, cijenama, te ukupnom zadovoljstvu. Ispitanici su također imali priliku ostaviti komentare i prijedloge za poboljšanje.

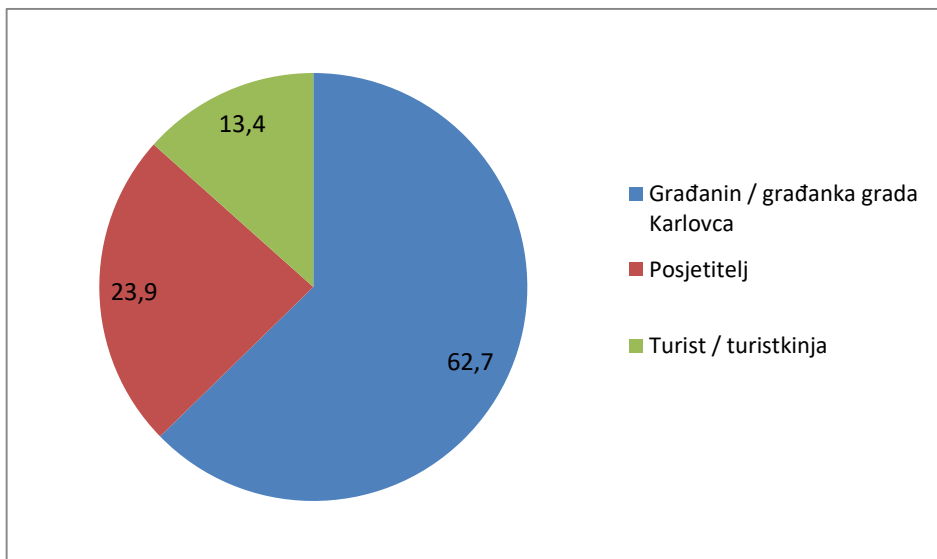
Tablica 4 Sociodemografski podaci ispitanika

Spol	Broj ispitanika	Postotak
Ženski	50	74.6%
Muški	17	25.4%
Dobna skupina	Broj ispitanika	Postotak
Do 18 godina	10	14.9%
18 - 25	39	58.2%
26 - 35	9	13.4%
36 - 50	5	7.5%
51 - 65	4	6%
Trenutačni radni status	Broj ispitanika	Postotak
Učenik / student	22	32.8%
Zaposlen / samozaposlen	43	64.2%
Nezaposlen	2	3%

Izvor: samostalna izrada autorice

Tablica 4. prikazuje sociodemografske podatke ispitanika. Dobiveni rezultati istraživanja pružaju značajne uvide u demografske karakteristike sudionika, njihove preferencije i potencijalno povezane obrasce ponašanja. Analiza ovih rezultata otkriva nekoliko ključnih saznanja koja su relevantna za razumijevanje ciljne publike i potreba vezanih uz gastronomski turizam u gradu Karlovcu. Prvo, što se tiče spola ispitanika, značajna većina sudionika bila je ženskog spola, čineći 75% ukupnog uzorka. Ovo ukazuje na veći interes žena za istraživanje ugostiteljske ponude grada Karlovca ili potencijalno veću uključenost žena u turističke aktivnosti općenito. Drugo, analiza dobne strukture sudionika pokazuje da su mladi između 18 i 25 godina najzastupljenija dobna skupina, čineći 58,2% ukupnog uzorka. To sugerira snažan interes mladih za istraživanje i sudjelovanje u gastronomskim događajima i turističkim aktivnostima. Ova informacija može poslužiti kao smjernica za razvoj turističkih programa i manifestacija koji ciljaju ovu dobnu skupinu, prilagođavajući im sadržaje i aktivnosti koje odgovaraju njihovim preferencijama i interesima. Treće, što se tiče trenutnog radnog statusa ispitanika, većina sudionika bila je zaposlena ili samozaposlena, što čini 64,2% ukupnog uzorka. Ovo sugerira da većina sudionika ima stabilan izvor prihoda i potencijalno veću financijsku sposobnost za sudjelovanje u turističkim aktivnostima i događajima. Međutim, prisutnost manjeg udjela studenata i nezaposlenih također ukazuje na važnost prilagođavanja ponude turističkih aktivnosti i događaja različitim ciljnim skupinama, uključujući i one s ograničenijim financijskim resursima.

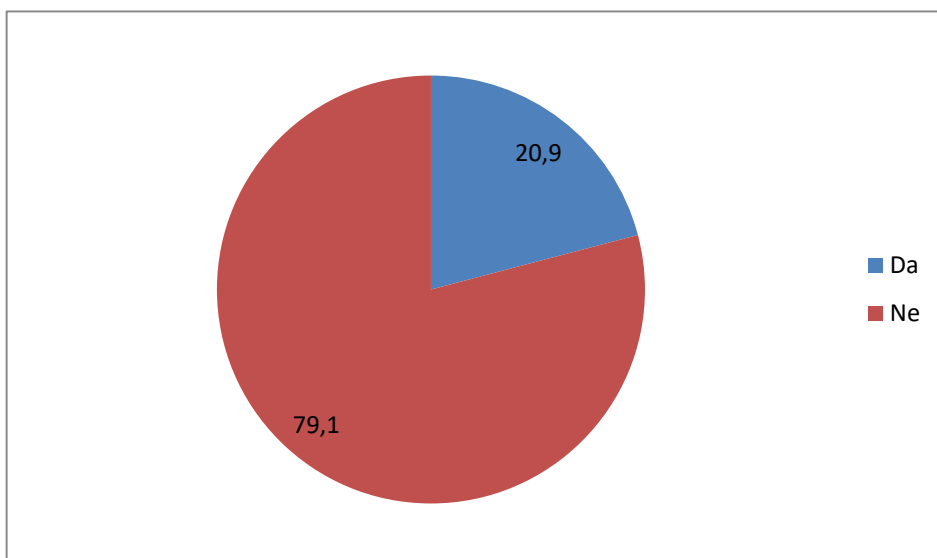
Grafikon 3. Prikaz statusa ispitanika



Izvor: samostalna izrada autorice

Prema grafikonu 3. većina sudionika ankete su građani ili građanke grada Karlovca, što čini 62,7% ukupnog broja ispitanika. Posjetitelji grada čine 23,9% sudionika, dok turisti čine 13,4%.

Grafikon 4. Prikaz uključenosti u ugostiteljske djelatnosti



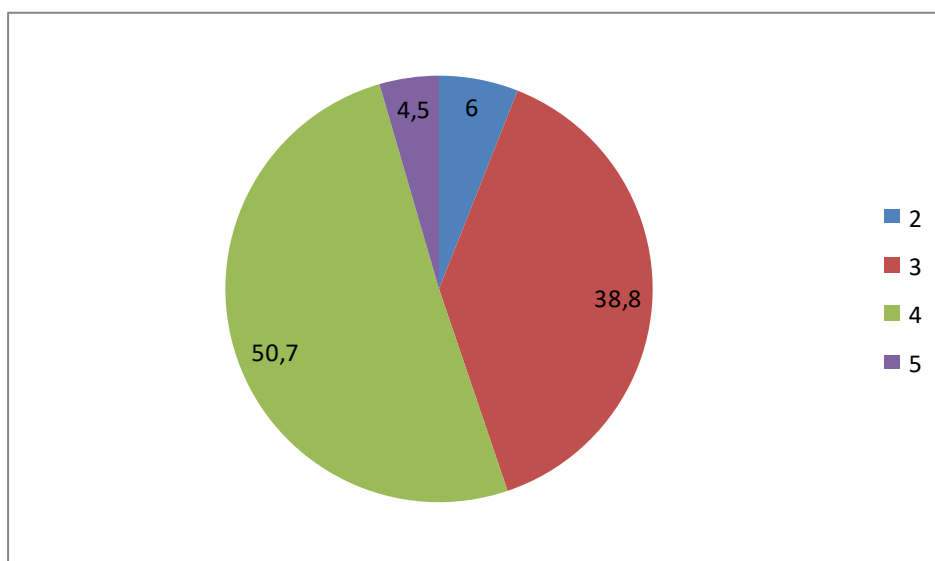
Izvor: samostalna izrada autorice

Sukladno rezultatima grafikona 4. od ukupnog broja sudionika ankete, 20,9%

izjavljuje da se ili netko iz njihove uže obitelji bavi nekom od ugostiteljskih djelatnosti, dok 79,1% to ne čini.

Na pitanje o tome čime se bave ili netko iz uže obitelji po pitanju ugostiteljskih djelatnosti, najveći broj ispitanika odgovara da se bave različitim aspektima ugostiteljstva i turizma. To uključuje iznajmljivanje apartmana uz rad u hotelijerskoj kompaniji, poslove konobara, slastičara, kuhara, recepciju, upravljanje restoranima i druge aspekte ugostiteljstva.

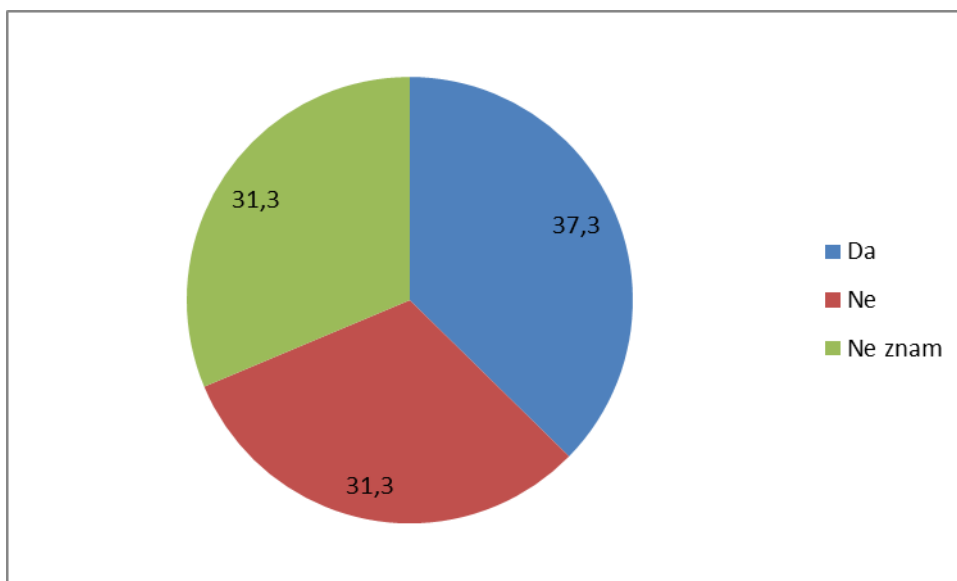
Grafikon 5. Ocjena trenutne ugostiteljske ponude grada Karlovca



Izvor:samostalna izrada autorice

Nadalje, postavljeno je pitanje o tome kako ocjenjuju trenutnu ugostiteljsku ponudu grada Karlovca (Grafikon 5). Najveći broj sudionika ankete (50,7%) ocjenjuje kvalitetu trenutne ugostiteljske ponude na području grada Karlovca s ocjenom 4. Slijedi značajan udio sudionika (38,8%) koji ocjenjuje kvalitetu s ocjenom 3. Manji broj sudionika (6,0%) daje ocjenu 2, dok je samo 4,5% ispitanika dalo najvišu ocjenu 5. Ovi rezultati pokazuju da većina sudionika ankete smatra da je kvaliteta ugostiteljske ponude u Karlovcu pristojna do dobra, s većinom ocjena između 3 i 4.

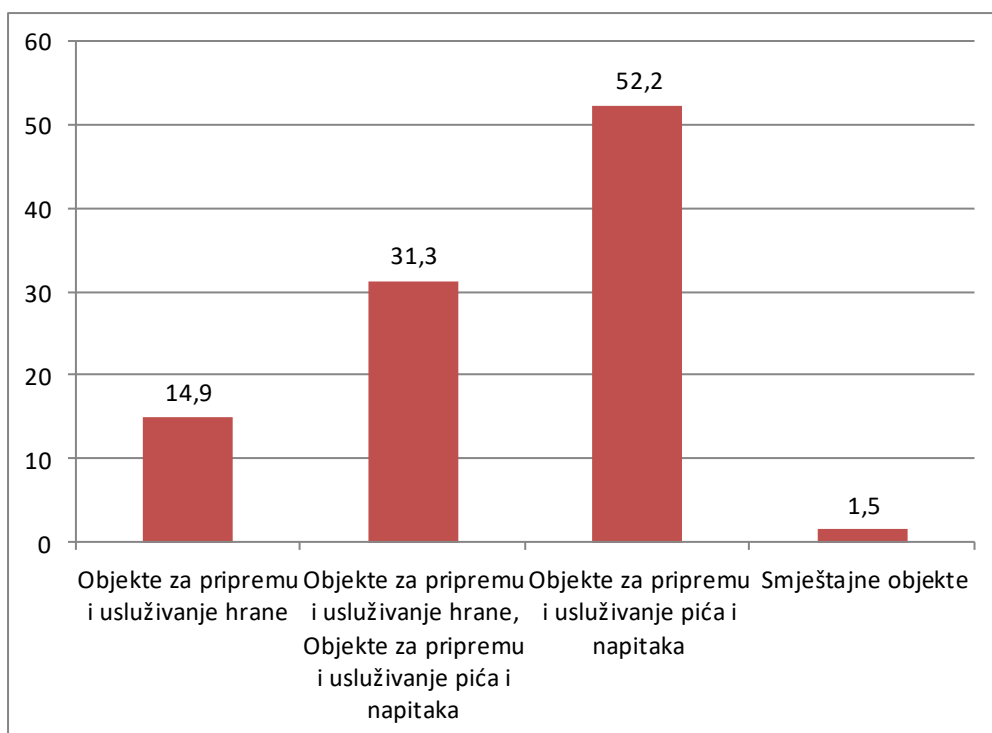
Grafikon 6. Prikaz doživljaja broja ugostiteljskih objekata



Izvor: samostalna izrada autorice

Prema rezultatima grafikona 6., 37,3% sudionika ankete smatra da u gradu Karlovcu postoji dovoljan broj ugostiteljskih objekata. S druge strane, 31,3% sudionika iskazuje mišljenje da broj ugostiteljskih objekata u Karlovcu nije dovoljan. Zanimljivo je primijetiti da isti postotak, također 31,3% ispitanika, nije siguran u točan odgovor ili nije donio konačan zaključak o dovoljnosti broja ugostiteljskih objekata. U konačnici, rezultati istraživanja sugeriraju da postoji heterogenost u mišljenju sudionika o dovoljnosti broja ugostiteljskih objekata u gradu Karlovcu.

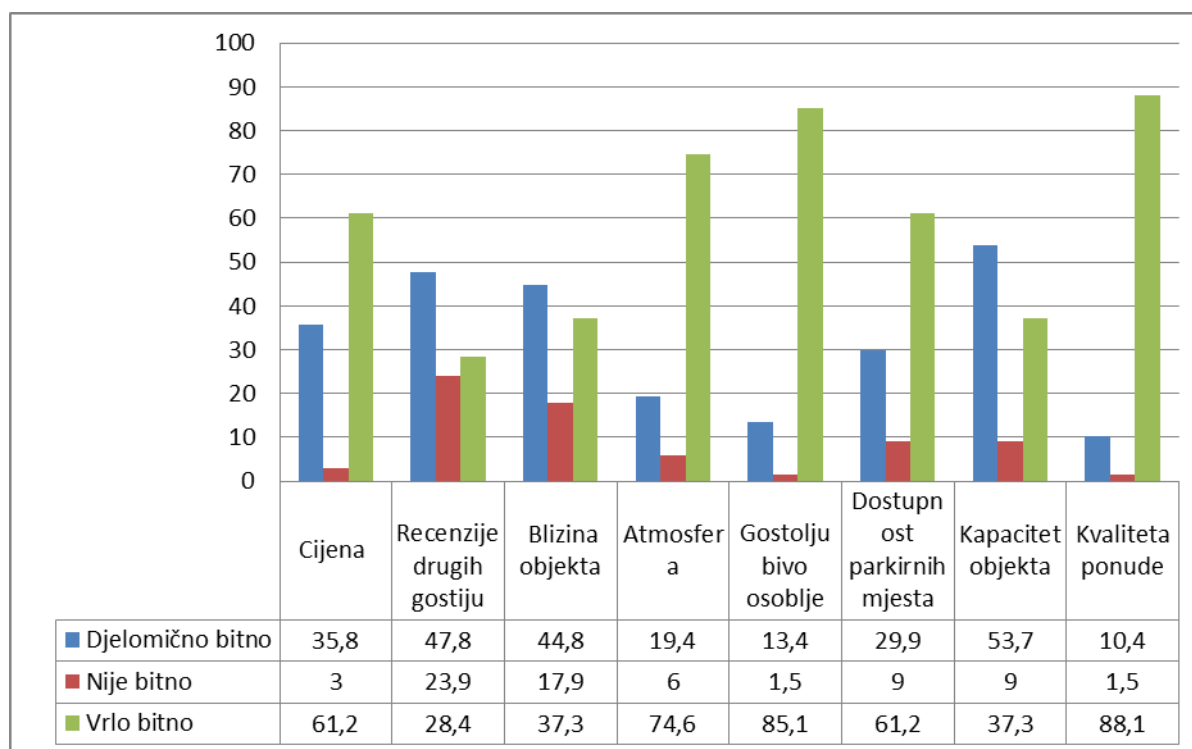
Grafikon 7. Prikaz najčešće posjećivanih ugostiteljskih objekata



Izvor: samostalna izrada autorice

Grafikon 7. prikazuje da su najčešće posjećivani objekti za pripremu i usluživanje pića i napitaka, 52,2% sudionika ankete. Objekte za pripremu i usluživanje hrane najčešće posjećuje 14,9% sudionika, dok samo 1,5% posjećuje smještajne objekte. 31,3% sudionika posjećuje i objekte za pripremu hrane i objekte za pripremu pića.

Grafikon 8. Kriteriji pri odabiru ugostiteljskog objekta



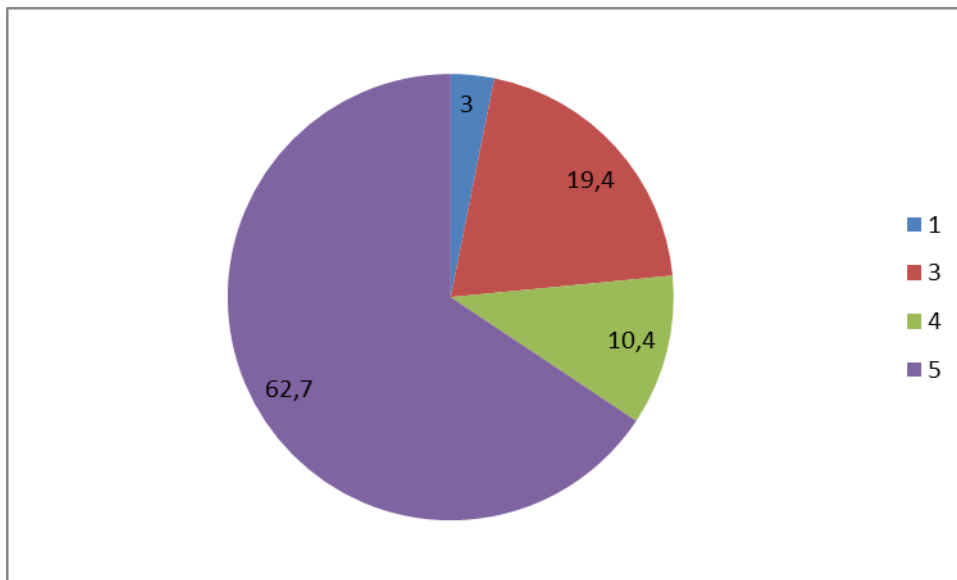
Izvor: samostalna izrada autorice

Kada je riječ o odabiru ugostiteljskog objekta, postoji niz kriterija koje pojedinci uzimaju u obzir kako bi osigurali optimalno iskustvo. U grafikonu 8. prikazani su kriteriji prema kojima su ispitanici odabirali ugostiteljski objekt. Cijena se ističe kao važan faktor za većinu sudionika anketiranja, pri čemu je za 61,2% sudionika vrlo bitna. Ovo jasno ukazuje da financijski aspekt igra značajnu ulogu u njihovom odabiru, što nije neuobičajeno s obzirom na raznolike ekonomske pozicije pojedinaca. Također, recenzije drugih gostiju također su ocijenjene značajnima, pri čemu 28,4% ispitanika ističe njihovu važnost. Ovo sugerira da povratne informacije drugih korisnika imaju značajan utjecaj na odluku o posjetu određenom ugostiteljskom objektu, što dodatno potvrđuje rastući utjecaj online recenzija u suvremenom društvu. Atmosfera i gostoljubivo osoblje ocijenjeni su kao vrlo bitni kriteriji pri odabiru objekta za 74,6% odnosno 85,1% sudionika. Ovi rezultati naglašavaju važnost doživljaja i osjećaja dobrodošlice u ugostiteljskom objektu, što može imati ključnu ulogu u stvaranju pozitivnog iskustva kod gostiju. Dostupnost parkirnih mjesta također je istaknuta kao bitan faktor za većinu sudionika (61,2%), što može biti ključno s obzirom na često ograničene parkirne kapacitete u urbanim područjima poput grada Karlovca. Kvaliteta ponude ocijenjena je kao vrlo bitan kriterij za većinu sudionika (88,1%), što naglašava važnost kvalitetne hrane i usluge u ugostiteljskom sektoru. Ovo potvrđuje da gosti Karlovca teže prema visokim

standardima kvalitete i ugodnom iskustvu tijekom posjete restoranima ili kafićima.

S druge strane, kapacitet objekta nije ocijenjen kao ključan faktor, s obzirom na to da je za samo 37,3% sudionika vrlo bitan. Ovo može ukazivati na to da većina sudionika preferira intimnije ili manje gužve u ugostiteljskim objektima.

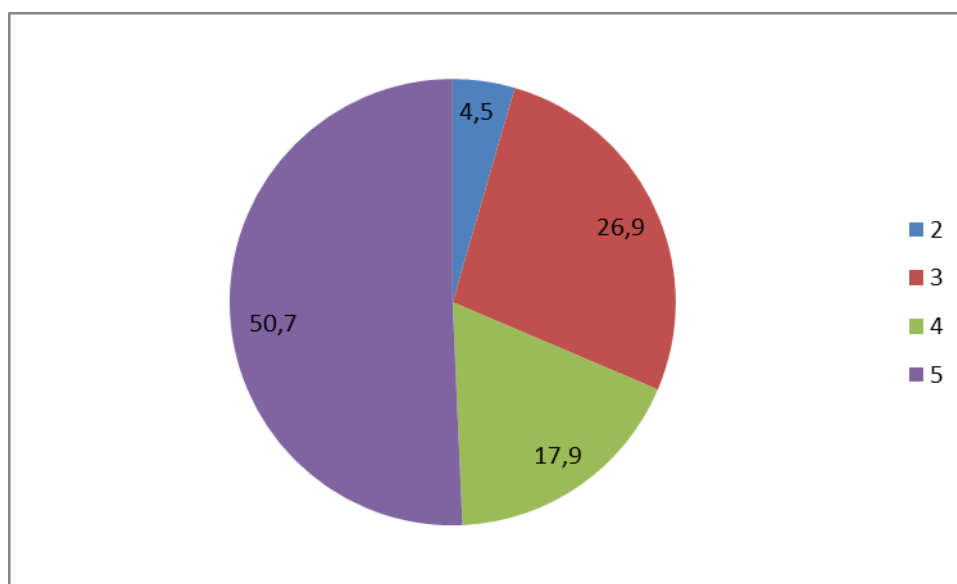
Grafikon 9. Namjera ponovnog dolaska/posjete



Izvor: samostalna izrada autorice

Prema rezultatima grafikona 9. vidljivo je da većina sudionika (62,7%) planira ponovno posjetiti grad Karlovac, što ukazuje na pozitivno iskustvo i zadovoljstvo koje su doživjeli tijekom prethodne posjete. Ovi rezultati sugeriraju da grad Karlovac ima potencijal privući ponovne posjete turista te da ostavlja pozitivan dojam na svoje goste. Također, važno je istaknuti da je samo manji broj sudionika (3%) izrazilo nesklonost ponovnom posjetu, što ukazuje na relativno mali postotak nezadovoljnih posjetitelja.

Grafikon 10. Namjera preporuke grada Karlovca prijateljima/poznancima



Izvor: samostalna izrada autorice

Grafikon 10. pokazuje da većina sudionika (50,7%) namjerava preporučiti prijateljima/poznancima posjet gradu Karlovcu. Ovo ukazuje na pozitivno iskustvo i zadovoljstvo sudionika te sugerira da smatraju grad Karlovac vrijednim posjeta i da bi ga rado preporučili drugima. Samo manji postotak sudionika (4,5%) nije siguran ili ne namjerava preporučiti grad Karlovac, što sugerira da postoji prostor za poboljšanje u promociji grada i privlačenju potencijalnih posjetitelja.

3.2. Rasprava

Analizom rezultata istraživanja o ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca, mogu se izvući važne spoznaje o stavovima i mišljenjima sudionika. U pogledu dobne strukture ispitanika, najveći udio čini dobna skupina od 18 do 25 godina (58,2%), što ukazuje na značajnu prisutnost mlade populacije u istraživanju. Većina ispitanika (64,2%) je zaposlena ili samozaposlena, dok je značajan broj (32,8%) učenika ili studenata. Nadalje, kada je riječ o statusu ispitanika kao posjetitelja grada Karlovca, većina se identificira kao građani/građanke grada Karlovca (62,7%), dok su turisti/turistkinje i posjetitelji u manjini.

Zanimljivo je da većina ispitanika (79,1%) ili netko iz njihove uže obitelji nije uključen u ugostiteljsku djelatnost. Međutim, postoje pojedinci njih 20,9% koji su naveli različite uloge u ugostiteljstvu kojima se bave poput konobara, kuhara ili recepcionista u ugostiteljskim objektima.

Kada je u pitanju ocjena kvalitete trenutne ugostiteljske ponude u Karlovcu, većina ispitanika (50,7%) dala je ocjenu od 4, što sugerira općenito zadovoljstvo kvalitetom ponude. Također, većina ispitanika smatra da grad Karlovac ima dovoljan broj ugostiteljskih objekata (37,3%).

Također, kada su u pitanju kriteriji pri odabiru ugostiteljskog objekta, ispitanici najviše cijene kvalitetu ponude (88,1%) i gostoljubivo osoblje (85,1%). Što se tiče namjere ponovnog posjeta gradu Karlovcu, većina ispitanika (62,7%) izrazilo je želju za ponovnim posjetom, dok je većina njih (50,7%) također spremna preporučiti grad Karlovac prijateljima ili poznanicima.

Uzimajući u obzir ove rezultate, može se zaključiti da postoji općenito pozitivan dojam o ugostiteljskoj ponudi u gradu Karlovcu, ali i prostor za unapređenje i daljnji razvoj kako bi se dodatno zadovoljile potrebe i očekivanja posjetitelja.

U idućem poglavlju daje se prijedlog unapređenja ugostiteljske ponude grada Karlovca.

4. Prijedlozi za unapređenje

U ovom poglavlju obrađuju se mogući prijedlozi za unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca.

4.1. Prijedlozi za unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca

Unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca predstavlja ključni faktor u jačanju turističke privlačnosti ovog grada. Kroz primjere i strategije, možemo sagledati kako bi se ovo moglo ostvariti. Promocija lokalne kuhinje jedna je od ključnih strategija za jačanje turističke privlačnosti Karlovca. Grad obiluje bogatom kulturnom i gastronomskom baštinom, što pruža jedinstvenu priliku za isticanje autentičnih karlovačkih jela i tradicionalnih recepata. Grad bi mogao organizirati manifestacije poput "Festivala karlovačke gastronomije" koji bi promovirao lokalne specijalitete poput Karlovačkog kuvara ili kvarnerskog pršuta.

Kroz suradnju s lokalnim restoranima, ti bi se specijaliteti mogli istaknuti na

jelovnicima i prezentirati posjetiteljima kao neizostavan dio karlovačkog iskustva. Dalje, podrška inovacijama u ugostiteljskom sektoru ključna je za privlačenje modernih putnika. Grad bi mogao poticati otvaranje novih restorana s inovativnim konceptima poput "pop-up" restorana koji nude sezonske degustacijske menije ili "food truck" festivala koji promoviraju raznolikost kuhinja i kulinarskih trendova. Primjerice, suradnja s mladim kuharima i poduzetnicima omogućila bi otvaranje novih restorana s modernim pristupom tradicionalnoj karlovačkoj kuhinji, privlačeći tako mladu publiku i ljubitelje gastronomije iz cijelog svijeta. Edukacija i certifikacija ugostiteljskih djelatnika ključna je za podizanje kvalitete usluge i standarda u restoranima i kafićima. Grad Karlovac bi mogao organizirati programe edukacije i obuke za ugostiteljske djelatnike koji bi obuhvatili teme poput gostoprimstva, higijene hrane, enologije i kulinarskih vještina.

Organiziranje radionica i tečajeva u suradnji s lokalnim obrazovnim institucijama ili uglednim kulinarskim školama moglo bi doprinijeti razvoju stručnih kadrova u ugostiteljstvu i osigurati visoku razinu usluge za posjetitelje. Još jedan prijedlog za unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca je razvoj tematskih restorana ili kafića koji bi reflektirali različite aspekte lokalne kulture i povijesti. Primjerice, restoran ili kafić inspiriran poviješću Karlovca, kao što je tematski restoran smješten u staroj gradskoj jezgri koji poslužuje jela i pića karakteristična za određeno povijesno razdoblje ili tematski kafić koji naglašava važnost Karlovačke pivovare kroz dekor i ponudu pića.

Ovakvi tematski prostori mogu pružiti posjetiteljima jedinstveno iskustvo koje istovremeno promovira lokalnu kulturu i tradiciju. Povezivanje ugostiteljske ponude s turističkim atrakcijama ključno je za stvaranje sveobuhvatnog turističkog doživljaja. Grad bi mogao organizirati gastronomske ture koje kombiniraju posjet lokalnim restoranima s obilaskom kulturnih i prirodnih znamenitosti grada. Primjerice, turističke agencije ili lokalni ugostitelji mogli bi nuditi "Vinske ture" koje uključuju posjet obližnjim vinarijama i degustacije lokalnih vina, istovremeno promovirajući vinsku tradiciju Karlovca i okolice.

Zaključno, unapređenje ugostiteljske ponude grada Karlovca zahtijeva sveobuhvatan pristup koji uključuje promicanje lokalne kuhinje, podršku inovacijama, edukaciju i certifikaciju ugostiteljskih djelatnika te povezivanje s turističkim atrakcijama. Kroz primjere i strategije, grad može postati prepoznatljiva gastronomska destinacija koja privlači raznoliku publiku i pruža nezaboravna iskustva posjetiteljima. Ovi napori ne samo da bi poboljšali turističku ponudu grada, već bi također doprinijeli gospodarskom rastu i jačanju lokalne zajednice.

Zaključak

Turizam u gradu Karlovcu predstavlja važan segment gospodarstva, obogaćen povijesnom baštinom, prirodnim ljepotama i raznolikom ugostiteljskom ponudom. Kroz povijest, Karlovac je bio ključno obrambeno središte, a danas privlači turiste svojom bogatom kulturnom baštinom i prirodnim resursima. Ugostiteljski sektor u gradu Karlovcu ima ključnu ulogu u doživljaju posjetitelja, te se očekuje visoka razina usluge i kvalitete.

Na temelju analize provedenog istraživanja o ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca te prijedloga za unapređenje iste, možemo zaključiti da postoji potreba za daljnjim razvojem i poboljšanjem kako bi se ispunile potrebe posjetitelja i podigla razina zadovoljstva. Prvo, demografski podaci sudionika istraživanja ukazuju na značajnu prisutnost mladih te većinom zaposlenih ispitanika, što sugerira potencijalnu financijsku sposobnost za sudjelovanje u turističkim aktivnostima. Također, većina ispitanika pokazuje pozitivan dojam o trenutnoj ugostiteljskoj ponudi grada Karlovca, što implicira da postoji temelj za daljnji razvoj.

Prijedlozi za unapređenje, kao što su promicanje lokalne kuhinje, podrška inovacijama, edukacija i certifikacija ugostiteljskih djelatnika te povezivanje s turističkim atrakcijama, mogu biti ključni u ostvarivanju tog cilja. Na primjer, organizacija festivala karlovačke gastronomije ili poticanje otvaranja novih restorana s inovativnim konceptima može privući pažnju turista i podići kvalitetu ugostiteljske ponude. Također, edukacija i certifikacija ugostiteljskih djelatnika mogu osigurati visoku razinu usluge i zadovoljstvo posjetitelja.

Uz sve navedeno, važno je kontinuirano pratiti povratne informacije posjetitelja te prilagođavati ponudu i aktivnosti kako bi se osiguralo konstantno poboljšanje. Kroz sveobuhvatan pristup i suradnju svih relevantnih dionika, grad Karlovac može postati prepoznatljiva gastronomska destinacija koja privlači raznoliku publiku i pruža nezaboravna iskustva posjetiteljima.

U zaključku, marketinška situacija u gradu Karlovcu također zahtijeva pažnju. Uz pomoć Turističke zajednice, potrebno je jačati marketinšku kampanju kroz društvene mreže, ciljajući posebno tržišta gradova u blizini kako bi se promovirali jednodnevni izleti. Povećanje vidljivosti Karlovca na društvenim mrežama i turističkim platformama može značajno doprinijeti privlačenju većeg broja posjetitelja. Kontinuirano ulaganje u marketing i promociju ključni su za dugoročni uspjeh i prepoznatljivost Karlovca kao atraktivne turističke destinacije.

Bibliografija

Avelin Holjevac, I. (2002) *Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički menadžment, Opatija.

Bakan, R., Salopek, D. (2015) *Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju*, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica.

Baker, S., Bradley, P., Huyton, J. (2000) *Principles of Hotel Front Office Operations*, London, Continuum.

Boella, J.M.: *Human Resource Management in the Hospitality Industry, An Introductory Guide*, EIGHTH EDITION, University of Brighton, 2005.

Galičić, V. (2012) *Uvod u ugostiteljstvo*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

Galičić V. (2016) „*Principi i praksa turizma i hotelijerstva*“, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Laškarin Ažić, M. (2018) *Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

Lohmann,G.and Panosso Netto, A., Rodrigues,C. B. (2017) *Tourism supply.*, CABI.

Slobodan, I. (2012) *Ekonomika ugostiteljstva*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija.

Visit Karlovac, Izvješće o programu rada za 2022. godinu: Turistički promet u 2022. godini, dostupno na: https://visitkarlovac.hr/wp-content/uploads/2023/04/IZVJESCE_O_IZVRSENJU_PROGRAMA_RADA_ZA_2022_GODINU-FINAL.pdf (01.02.2024).

Vanhove, N. *The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice* (3rd ed.). Routledge. 2017, <https://doi.org/10.4324/9781351263801>

Visit Karlovac, Smještaj, dostupno na: <https://visitkarlovac.hr/smjestaj/> (05.02.2024).

Visit Karlovac, Doživite, dostupno na: <https://visitkarlovac.hr/aktivni-odmor/> (05.02.2024).

Visit Karlovac, Ugostiteljski objekti u Karlovcu, dostupno na: <https://visitkarlovacounty.hr/ugostiteljski-objekti-u-karlovcu/> (10.02.2024).

Plan razvoja grada Karlovaca od 2021 – 2030, dostupno na: https://www.karlovac.hr/UserDocsImages/2022%20dokumenti/Plan%20razvoja%20grada%20Karlovca_za%20objavu.pdf?vel=2037467 (06.02.2024).

Popis ilustracija

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz turističkih atrakcija grada Karlovca	24
--	----

POPIS TABLICA

Tablica 1. Prikaz usluga u ugostiteljstvu	6
Tablica 2 Prikaz smještajnih kapaciteta na području grada Karlovca u 2022. godini	18
Tablica 3 Prikaz broja smještajnih jedinica i broja kreveta u kategorijama smještajnih jedinica u 2022. Godini.....	18
Tablica 4 Sociodemografski podaci ispitanika	27


POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Prikaz dolazaka domaćih i stranih turista u vremenskom razdoblju od 2020 - 2022. godine na području grada Karlovca	19
Grafikon 2. Prikaz noćenja domaćih i stranih turista u vremenskom razdoblju od 2020 do 2022 godine na području grada Karlovca	20
Grafikon 3. Prikaz statusa ispitanika	28
Grafikon 4. Prikaz uključenosti u ugostiteljske djelatnosti	28
Grafikon 5. Ocjena trenutne ugostiteljske ponude grada Karlovca.....	29
Grafikon 6. Prikaz doživljaja broja ugostiteljskih objekata	30
Grafikon 7. Prikaz najčešće posjećivanih ugostiteljskih objekata.....	31
Grafikon 8. Kriteriji pri odabiru ugostiteljskog objekta	32
Grafikon 9. Namjera ponovnog dolaska/posjete	33
Grafikon 10. Namjera preporuke grada Karlovca prijateljima/poznancima	34

Prilozi



UGOSTITELJSKA PONUDA U GRADU KARLOVCU

B *I* U  

Poštovani/Poštovana,

hvala što ste odvojili vremena za sudjelovanje u ovom istraživanju. Ova je anketa dio istraživanja kojim se ispituju stavovi i mišljenja o ugostiteljskoj ponudi u gradu Karlovcu. Rezultati ovog istraživanja namijenjeni su izradi završnog rada.

U anketi nema točnih i netočnih odgovora. Molimo da samostalno i iskreno označite odgovore koji najbolje odražavaju vaše stavove i mišljenja, te da odgovorite na sva pitanja u anketi.

Ispunjavanje ankete traje 10-ak minuta i potpuno je anonimno. Ako poželite u bilo kojem trenutku možete odustati od daljnjeg ispunjavanja ankete.

Još jednom hvala za Vaš vrijedan doprinos ovom istraživanju.

Spol *

- Muški
- Ženski

Dobna skupina *

- Do 18 godina
- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 50
- 51 - 65
- Više od 65 godina

Trenutačni radni status *

- Zaposlen / samozaposlen
- Nezaposlen
- Učenik / student
- U mirovini

Ispunjavam anketu kao:

- Građanin / građanka grada Karlovca
- Turist / turistkinja
- Posjetitelj

...

Bavite li se Vi ili netko iz Vaše uže obitelji nekom od ugostiteljskih djelatnosti? *

- Da
- Ne

Ako se Vi ili netko iz vaše uže obitelji bavite nekom od turističke djelatnosti navedite kojom.

B *I* U  

Tekst kratkog odgovora

Kako biste ocijenili kvalitetu trenutne ugostiteljske ponude na području grada Karlovca? *

- | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Uopće nisam zadovoljan/a | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti sam zadovoljan/a |

Smatrate li da u gradu Karlovcu ima dovoljan broj ugostiteljskih objekata? *

- Da

Koje ugostiteljske objekte najčešće posjećujete? *

- Smještajne objekte
- Objekte za pripremu i usluživanje hrane
- Objekte za pripremu i usluživanje pića i napitaka

Koliko su Vam bitni sljedeći kriteriji kod odabira ugostiteljskog objekta? *

	Vrlo bitno	Djelomično bitno	Nije bitno
Cijena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recenzije drugih gostiju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blizina objekta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atmosfera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gostoljubivo osoblje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostupnost parkirnih mj...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kapacitet objekta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteta ponude	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Planiram ponovno posjetiti grad Karlovac *

	1	2	3	4	5	
U potpunosti se ne slažem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	U potpunosti se slažem

Namjeravate li preporučiti prijateljima / poznanicima da posjete grad Karlovac? *

	1	2	3	4	5	
U potpunosti se ne slažem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	U potpunosti se slažem

Koje ugostiteljske objekte biste Vi preporučili poznanicima / turistima?

B *I* U  

Tekst kratkog odgovora

Koje su Vaše preporuke za poboljšanje ugostiteljske ponude u gradu Karlovcu?

Tekst dugog odgovora