

# Ponuda zdrave prehrane kao konkurentska prednost u ugostiteljstvu

---

Ćehajić, Antonia

Undergraduate thesis / Završni 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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:174538>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-26**



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**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**

**ANTONIA ČEHAJIĆ**

**Ponuda zdrave prehrane kao konkurentska prednost u  
ugostiteljstvu**

**Offering healthy food as a competitive advantage in catering**

Završni rad

Zabok, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

**Ponuda zdrave prehrane kao konkurentska prednost u  
ugostiteljstvu**

**Offering healthy food as a competitive advantage in catering**

Završni rad

Kolegij: **Menadžment gastronomije i  
restoraterstva**

Student: **Antonia ČEHAJIĆ**

Mentor: Prof. dr. sc. **Slobodan IVANOVIĆ**

Matični broj: **23832/16**

Zabok, travanj 2023.



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 OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

ANTONIA ČEHAJIC

(ime i prezime studenta)

23832/16

(matični broj studenta)

PONUĐA ZDRAVE PREHRANE KAO KONKURENTSKA VEŠTOST U UGOSTITELJSTVU

(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 završnog 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 završnim 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 završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 11.09.2023.

Antonia Čehajic

Potpis studenta

## Sažetak

U ovom radu predmet istraživanja je zdrava prehrana kao takva te ponuda i konkurenta prednost iste u ugostiteljstvu točnije hotelijerstvu. Uvod predstavlja značenje i razvoj gastronomije i restoraterstva u hotelijerstvu te onoga što predstavlja suvremeno ugostiteljstvo. Suvremeno ugostiteljstvo uvelike utječe na razvoj raznih grana sa aspekta načina prehrane pa tako i na trendove u prehrani. Prema tome, detaljnije su obrađeni jedan od najpopularnijeg trenda- ekološka prehrana, te jedan od najzdravijeg načina prehrane- vegeterijanska prehrana. Također, definirani su osnovni principi zdrave prehrane kao i utjecaj načina prehrane na okoliš. U radu su obrađeni hoteli sa raznim certifikatima te posebne vrste turista kako bi došli do zaključka koji je usko povezan sa značajem nutricionizma u hotelijerstvu, a koji se nadalje veže na posebne skupine gostiju te programe koje hoteli nude među kojima su značajni razni wellnes programi. Na kraju, došlo se do zaključka da uvođenje zdrave prehrane u objekte značajno utječe na stvaranje konkurentske prednosti. Svijest važnosti prilagođavanja gastronomske ponude zahtjevima gostiju kod hotelijera sve više raste , no zasad među gostima ne postoji dovoljna svijest o važnosti zdrave prehrane u cilju poboljšanja kvalitete života, ali pomak u razmišljanju gostiju sve je veći i potrebniji.

Ključne riječi: zdrava prehrana; ugostiteljstvo; gastronomija.

## Sadržaj

<i>Uvod</i> .....	<b>1</b>
<b>1. Gastronomija i ugostiteljstvo</b> .....	<b>3</b>
1.1. Pojam, postanak i razvitak ugostiteljstva.....	5
1.2. Hotelijerstvo kao ugostiteljska djelatnost.....	7
<b>2. Ponuda zdrave prehrane u hotelijerstvu</b> .....	<b>11</b>
2.1. Aktualni trendovi u prehrani.....	13
2.1.1 Vegeterijanska prehrana.....	15
2.1.2 Ekološka prehrana.....	16
<b>3. Prednosti uvodenja zdrave prehrane u poslovanje</b> .....	<b>18</b>
3.1. Osnovni principi zdrave prehrane.....	19
3.1.2. Zeleni hoteli.....	23
3.1.3 Hoteli sa certifikatima zdrave prehrane.....	26
<b>4. Povezanost različitih vrsta turizma sa zdravom prehranom</b> .....	<b>28</b>
4.1. Zdrastveni turizam.....	29
4.2. Religija i prehrana.....	30
4.3. Posebni koncepti prehrane.....	32
<i>Zaključak</i> .....	<b>34</b>
<i>Bibliografija</i> .....	<b>36</b>

## Uvod

U ovom radu obrađena je tematika ponude zdrave prehrane kao konkurentske prednosti u hotelijerstvu. Glavna karika konkurentske prednosti je trend. Trend predstavlja smjer kretanja neke pojave u prirodi i društvu u određenom vremenu te kao takav naglo dolazi i obično ne traje dugo. Trend je opća sklonost prema nečemu i može se pojaviti u svim poljima društvenog života, od mode do prehrane. Kod svakog brendiranja potrebno je krenuti od istraživanja kupaca, tržišta, trendova, konkurencije i sebe samih. Danas je pandemija korona virusa zaslužna za trend povećane brige o zdravlju, a posljedično i zdrave prehrane. Prema tome, čovjekova potreba za sigurnošću nikada nije bila veća, a to uvelike utječe na poslovanje hotela i ostalih ugostiteljskih objekata. Sukladno sve većoj svjesnosti o utjecaju hrane na organizam važnost načina uzgoja, pripreme i konzumiranja namirnica te važnost ili štetnost pojedinih namirnica postaje sve bitnija turistu, ali i čovjeku svakodnevno. Mnogi pojedinci veliku važnost pridaju načinu života, hrani koju konzumiraju, određenim načinom pripreme i podrijetlu namirnica koje koriste te tako osjećaju sigurnost kada takvu hranu konzumiraju unutar svog doma. Putovanje takvim pojedincima može predstavljati problem obzirom da na taj način izlazi iz komfor zone jer nema mogućnost za nabavkom i pripremom namirnica kao što to čini kod kuće. Stoga veliku ulogu u putovanju i smještaju takvih gostiju imaju ugostitelji i hoteli obzirom da samo oni svojom ponudom mogu privući određenu skupinu turista te tako postići konkurentsku prednost na tržištu.

U suvremenom ugostiteljstvu javlja se sve više trendova, od veganske prehrane do bezglutenske i ekološke pa do nekih manje poznatih načina prehrane kao što su *raw food* i slično. Također, popularni su i mnogi dodaci prehrani za kojima poseže moderno društvo zbog ubrzanog načina života. Svaki od tih načina prehrane može uvelike utjecati i na razvoj, osim ugostiteljske ponude, specifičnih vrsta turizma. Zdrava hrana može biti motiv putovanja ruralnih, zdravstvenih, kulturnih, vjerskih, a ponajviše gastronomskih i vinskih turista. Većina turista opredijeliti će se za kvalitetnu i poznatu hranu što mnogi hoteli trebaju uzeti u obzir kod stvaranja svoje ponude, naravno ovisno o vrsti turista koje žele privući. Posljedično, hotelijerstvo ima velik utjecaj i na ostalo gospodarstvo pa tako raste popularnost OPGova i malih proizvođača. Turisti od svog putovanja žele jedinstveno iskustvo, a najviše cijene sigurnost, autentičnost te ugođaj, traže nešto novo, drugačije ali i realno kao i višu

kvalitetu usluga. Stoga će u ovom radu biti obrađeni trendovi kojima je moguće ostvariti sve navedeno za gosta.

Pristup ugostitelja u području prehrane kod ovog aktualnog trenda veoma je važan. Edukacija i informiranost o potrebama potrošača vrlo je bitna, poglavito jer, zbog porasta svijesti o zdravlju, gosti sa zdravstvenim problemima kao što su alergije, intolerancije na hranu, celijakija, dijabetes, autoimune bolesti i slično traže više, ali na kraju i cijene te će se uvijek vratiti u destinaciju i hotel u kojem im je posvećena posebna pažnja. Isto tako, ubrzani ekonomski razvoj i porast životnog standarda izazivaju pojavu novih turista, no i dalje najviše ih dolazi u destinaciju zbog razonode, rekreacije i odmora. Obzirom da suvremeni posjetitelji od odmora očekuju maksimalno opuštajuću atmosferu i sigurnost većina hotela ulaže u izgradnju kvalitetnih i dobro opremljenih wellness centara sa stručnim i educiranim osobljem koje će u svakom trenutku biti na raspolaganju posjetiteljima. Pružatelj ugostiteljskih usluga treba se prilagoditi aktualnim trendovima kako bi osigurao konkurentnost i diferentnost na postojećem tržištu i to na način da konstantno prati potražnju kako bi mogao zadovoljiti različite potrebe potrošača. Zaključno, održivost je jedan od najuočljivijih ugostiteljskih trendova u novije vrijeme, sa sve većim brojem ugostiteljskih poduzeća koji promiču svoju ekološku prihvatljivost, kao na primjer restorani koji promoviraju svoje vegetarijanske i veganske proizvode, zdravu hranu i zdrav način život općenito te hoteli koji koriste pametne žarulje i pametno grijanje kako bi uštedjeli energiju i iskoristili brojne druge prednosti takvog poslovanja.



# 1. Gastronomija i ugostiteljstvo

Hrana je do nedavno bila samo sastavni dio turističke ponude neke destinacije, iako je jako bitan element u turističkom doživljaju određene destinacije pa samim time i određenog smještaja. Tek nedavno se hrani počinje posvećivati sve veća pažnja te postaje statusni simbol. Danas način prehrane i ponuda hrane predstavlja stil života, a kada je hrana u pitanju turisti traže nove doživljaje ali i, sa druge strane, sigurnost kod konzumacije hrane. Prema tome, gastronomija ima velik značaj u hotelijerstvu. Gastronomija (od grčkog gaster=stomak ili želudac + nomos= pravilo, red) je kuharska vještina; vještina privređivanja dobrih jela; kult birane hrane i kuharske umjetnosti<sup>1</sup>. Prema tome, gastronomija je disciplina koja proučava odnos ljudskih bića sa njihovom prehranom, prirodno okruženje iz kojeg čovjek nabavlja svoje izvore hrane i načina na koji ih koristi, kao i socijalne i kulturne aspekte koji interveniraju u odnosu koji svako društvo uspostavlja sa svojom gastronomijom<sup>2</sup>. Od konzumiranja onoga što je priroda nudila do otkrića vatre preko otkrivanja nusproizvoda od životinja pa sve do molekularne gastronomije i inovativnih načina pripreme jela, u borbi za konkurentu prednost, gastronomija je postala veliki trend koji doživljava vrlo brze promjene koje je potrebno dobro popratiti. Kultura hrane u svim je civilizacijama oduvijek bila tijesno povezana s religijskim motivima žrtve ili posta, privremenom ili trajnom zabranom uživanja određenih jela ili pića, s točnim vjerskim propisima o pripremi i običajima kalendarske godine, što je pridonijelo raznolikosti i razvoju gastronomije<sup>3</sup>. Profesionalno kuharstvo, to jest, kulinarsko, razvija se uz dvorove velikaša te se postupno prenosi i na pučke kuhinje, koje razvojem postaju i prepoznatljive nacionalne kuhinje (npr. kineska, talijanska, francuska kuhinja i druge.)<sup>4</sup>.

Gastronomija obuhvaća kulturu hrane u cjelokupnom smislu. Upravo iz te kulture nailazimo na poveznicu između gastronomije, turizma, ugostiteljstva i hotelijerstva. Živimo u vremenu rastućeg interesa za hranu i prehranu, u skladu s time raste ljudska svijest o važnosti zdrave prehrane te se širi na sve ostale grane. Temeljni zahtjevi koji se očekuju od hrane u ugostiteljskim objektima su: da je ponuđena hrana kvalitetna, ukusna, vizualno

---

<sup>1</sup> Wikipedia.hr

<sup>2</sup> bs.warbletoncouncil.org

<sup>3</sup> Encikolpedija.hr

<sup>4</sup> Wikipedia.hr

privlačna i sigurna (to jest, zdravstveno ispravna)<sup>5</sup>. Iako mnogima gastronomija, pored prirodnih ljepota i raznih turističkih atrakcija, ne predstavlja glavni motiv dolaska u destinaciju, svakako je dobar i kvalitetan obrok jedan od presudnih dodanih vrijednosti. Očito je da se pred ugostitelje postavlja veliki izazov da kvalitetu podignu na višu razinu jer suvremeni potrošač želi sve i odmah. Dolazak vrhunskih *chefova* jedan je od presudnih poteza kod širenja gastronomske ponude ugostiteljskog objekta. Nadalje, ponuda lokalne tradicijske hrane uvijek privlači turiste, a na primjeru Hrvatske, u različitim područjima prevladavaju različite vrste prehrane od kojih je svaka na svoj način zanimljiva, posebna, ali i zdrava. Tako su Slavonija i Baranja poznate po svojim mesnim delicijama i vinu, kao i Istra koja je uz vino poznata po tartufima i maslinovom ulju. Duž dalmatinske obale prevladava jedna od najzdravijih prehrana - mediteranska prehrana koja se temelji na namirnicama biljnog prijekla i ribi te morskim plodovima, dok na samom jugu Hrvatske uspjevaju razne sorte voća. Kontinentalna Hrvatska nudi ruralni turizam te promovira održivi razvoj, te se u urbanim mjestima povezuju sve regije i ponuda restorana i hotela je raznolika.

Nadalje, ponuda hrane u ugostiteljstvu mora pratiti aktualne trendove u prehrani jer se samo tako mogu ispuniti očekivanja zdravstveno osviještenih gostiju. U prilog ugostiteljima ide činjenica da su danas gosti spremni platiti i višu cijenu za proizvodima visoke kvalitete pa će i podrijetlo hrane i njezina sigurnost gostima biti sve važniji. Ugostiteljska ponuda usmjerena prema ispunjavanju i očekivanju gosta mora naglasak staviti na učinke hrane, na zdravlje i na profiliranje ponude namijenjene zdravstveno osviještenim gostima.<sup>6</sup> Na kraju, objekti koji nude vegeterijansku, niskokaloričnu ili hranu namjenjenu posebnim skupinama postati će sve popularniji i sve traženiji upravo zbog porasta interesa za zdravlje i pravilnu prehranu te porasta zahtjeva za ponudom koja je prilagođena određenim populacijama kao što su: starije osobe, trudnice, djeca, sportaši i drugi. Smatra se da je najveći potrošački trend zdravlje, a budući da su ljudi u pravilu osjetljivi na svoje zdravlje i posljedično utjecaje koje prehrana na njega može imati, u budućnosti će sve više cijeniti angažiranost ugostitelja u ovom polju, ali i više očekivati od istih.

---

<sup>5</sup> Krešić, 2012., *Trendovi u prehrani*

<sup>6</sup> Krešić, 2012., *Trendovi u prehrani*

## 1.1. Pojam, postanak i razvitak ugostiteljstva

Ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost koja se bavi pripremom i prodajom hrane i pića, pružanjem usluga smještaja te zabave i rekreacije u specijaliziranim objektima. Ugostiteljska djelatnost je i pripremanje jela, pića i napitaka za potrošnju na drugom mjestu sa ili bez usluživanja (u prijevoznom sredstvu, na priredbama i slično) i opskrba tim jelima, pićima i napitcima (*catering*). Ugostiteljski objekti s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju razvrstavaju se u skupine<sup>7</sup>:

- Hoteli
- Kampovi
- Ostali ugostiteljski objekti za smještaj
- Restorani
- Barovi
- *Catering* objekti
- Objekti jednostavnih usluga.

Ugostiteljstvo je djelatnost koja se može obavljati na različite načine, te se stoga može podijeliti polazeći od različitih kriterija<sup>8</sup>

Kriteriji	Podjela ugostiteljstva
vrste usluga i tehnološki proces rada ugostiteljskog objekta	⇒ hotelijerstvo i restoraterstvo
vremensko razdoblje obavljanja djelatnosti	⇒ opće i turističko
segment korisnika ugostiteljskih usluga	⇒ stalno i sezonsko
dužina boravka gostiju	⇒ prolazno i pansionsko
mjesto pružanja ugostiteljskih usluga	⇒ stacionarno i pokretno
komercijalnost poslovanja	⇒ komercijalno i nekomercijalno
vlasništvo	⇒ državno, privatno i mješovito

**Tablica 1. Podjela ugostiteljstva**

Izvor: Ivanović, S., *Ekonomika ugostiteljstva*, Opatija

<sup>7</sup> NN.hr, *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti*

<sup>8</sup> Galičić, 2012., *Uvod u ugostiteljstvo*

Ipak, tradicionalna i osnova podjela upućuje na:

- Hotelijerstvo: prvenstveno se ubrajaju objekti za smještaj.
- Restoraterstvo: ubrajaju se oni objekti u kojima se pružaju usluge prehrane i pića.

U ugostiteljstvu postoje posebni organizacijski oblici, gospodarski subjekti i poslovne jedinice u kojima se obavlja ugostiteljska djelatnost, zatim postoje znatne specifičnosti u pogledu potrebnih elemenata rada, radnih procesa, ekonomike, organizacije i tehnike poslovanja, ekonomske politike i organizacije ugostiteljstva <sup>9</sup>.

Razvoj ugostiteljstva povezan je s pojavom i jačanjem trgovine, pa su se prvi ugostiteljski objekti (svratišta, prenoćišta, krčme) pojavili u većim trgovačkim središtima, lukama, sajmištima, naseljima nastalima na poznatim trgovačkim putevima, hodočasničkim mjestima ili kod glasovitih hramova<sup>10</sup>. Razvoj ugostiteljstva seže od tako zvanih karavana-saraja iz starog Egipta preko pandokeja, katagoga i katalizma u antičkoj Grčkoj pa sve do Luja 16. i Francuske u kojoj su se pojavili prvi restorani. Tijekom 17. stoljeća nastaju prve kavane, omiljena okupljališta intelektualaca i umjetnika. U doba vladavine Luja 16. gradili su se prvi hoteli, odnosno raskošni dvorci u kojima su francuski plemići povremeno boravili i priređivali gozbe (dvorci su nosili ime *hôtel*, što korijenski dolazi od latinske riječi *hospes*, a označava gosta)<sup>11</sup>. Nakon pojave parnog stroja ugostiteljstvo doživljava veliki zamah. Hoteli se rapidno razvijaju, a potražnja je sve veća. Putnici putuju na sve veće udaljenosti te zahtjevaju više i bolje. Rast restorana je konzekvenca agrarne revolucije, želje masa da se hrani u urbanim područjima, i želje elita za kvalitetnijom hranom u statusno prestižnim okruženjima bez potrebe da se zapošljava vlastiti kuhar <sup>12</sup>. Sa rastom i razvojem restorana te povećanjem potražnje mijenjao se i način pripreme i posluživanja hrane. Cjelokupan proces preobrazbe prehrambene proizvodnje na malo za lokalne jedinice u specijaliziranu proizvodnju na veliko za izvoz doveo je i do propasti tradicija i kultura, te tako smanjio iskustva neposredne prehrambene proizvodnje i, dugo slavljenu, radost zajedničkog lokalnog uživanja u lokalno proizvedenim namirnicama<sup>13</sup>. Danas se ljudi

---

<sup>9</sup> Galičić, 2012., *Uvod u ugostiteljstvo*

<sup>10</sup> Enciklopedija.hr

<sup>11</sup> Enciklopedija.hr

<sup>12</sup> Zir.nsk.hr

<sup>13</sup> Petrini, 2013., *Dobro, čisto, pravedno*

ponovo pokušavaju vratiti jednostavnijem i mirnijem načinu života bježeći od gradske vreve i užurbanog načina života te svojom potražnjom potiču stvaranje sebi prilagođene ponude. Tako svoj procvat doživljavaju mali i obiteljski hoteli, glamping i kampovi te direktno utječu na lokalnu poljoprivredu, razvoj OPGova i farmi životinja. Toplina osobnog pristupa nenadomjestiva je ičim drugim, a svaki takav hotel želi upoznati gosta sa autentičnim lokalnim vrijednostima među kojima je jedna od glavnih hrana i piće.

Dakle, što se samog razvoja ugostiteljstva, a time i hotelijerstva, tiče može se reći da on traje još i danas. Naime, sve su veći zahtjevi za kvalitetom usluga ali i svi ostali aktualni izazovi kao što su povećana konkurencija, globalizacija i informatizacija. Turistički ekonomski stručnjaci predviđaju da će „hotelska industrija“ postati vodeća industrija svijeta a hotelijerstvo najvažniji reprezent ugostiteljstva, a razvijati će se najbrže i to temeljeno na gostoprimstvu<sup>14</sup>.

## 1.2. Hotelijerstvo kao ugostiteljska djelatnost

Pojmovi „hotel“ i „hotelijerstvo“ potječu od francuske riječi hôte koja znači gost, a izvedena je iz latinske riječi hostes što znači gost, gostoprimac i hospital što znači kuća za goste, definirao je Radić. Hotelijerstvo kao dio ugostiteljske gospodarske djelatnosti čini osnovicu gostoprimstva i ugostiteljskih usluga smještaja <sup>15</sup> Ugostiteljski objekt koji je osnovni reprezent hotelske industrije je hotel. Hotel je objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja i doručka, no u hotelu se također realiziraju i razni hotelski programi koji mogu biti motiv posjeta turista ili mogu samo nadopunjavati hotelske usluge kako bi turisti imali ugodniji, sadržajniji i po mogućnosti produžili boravak. Ono što čini hotelsku ponudu jesu<sup>16</sup>:

- Usluge smještaja
- Usluge prehrane i pića
- Kongresne usluge
- Sportski sadržaji
- Zabavni sadržaji
- Prodaja robe.

---

<sup>14</sup> Pirija, 2003., *Standardi u turističkom ugostiteljstvu*

<sup>15</sup> Floričić, 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

<sup>16</sup> Pavia, 2009., *Menadžment procesnih funkcija u hotelijerstvu*

Također, objekti iz skupine hoteli razvrstavaju se sukladno obveznim ugostiteljskim uslugama u vrste<sup>17</sup>:

- Hotel baština (*heritage*),
- Difuzni hotel,
- Hotel,
- Aparthotel,
- Turističko naselje,
- Turistički apartmani,
- Pansion,
- Integralni hotel (udruženi),
- Lječilišne vrste; Lječilišni hotel baština, Lječilišni hotel, Lječilišni aparthotel, Lječilišno turističko naselje, Lječilišni turistički apartmani, Lječilišni pension, Lječilišni difuzni hotel i Lječilišni integralni hotel,
- Hoteli posebnog standarda; Hotel business, Hotel meetings, Hotel congress, Hotel club, Hotel casino, Hotel holiday resort, Hotel coastal holiday resort, Hotel family, Hotel small & friendly, Hotel senior citizens, Hotel health & fitness, Hotel wellness, Hotel diving club, Hotel motel, Hotel ski, Hotel za osobe s invaliditetom i Hotel bike.

Prvi hotel u Hrvatskoj, Jägerhorn, otvoren je 1827. godine i odmah nakon otvaranja postao je društveno i kulturno središte Zagreba. Hotel je potpuno preuređen 2015. godine, a prilikom preuređenja vodilo se računa o očuvanju njegove kulturne vrijednosti<sup>18</sup>. Hotelijerstvo je preduvjet za razvoj turizma. Nemoguće je zamisliti turizam bez hotelijerstva

---

<sup>17</sup> NN.hr, *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl.27*

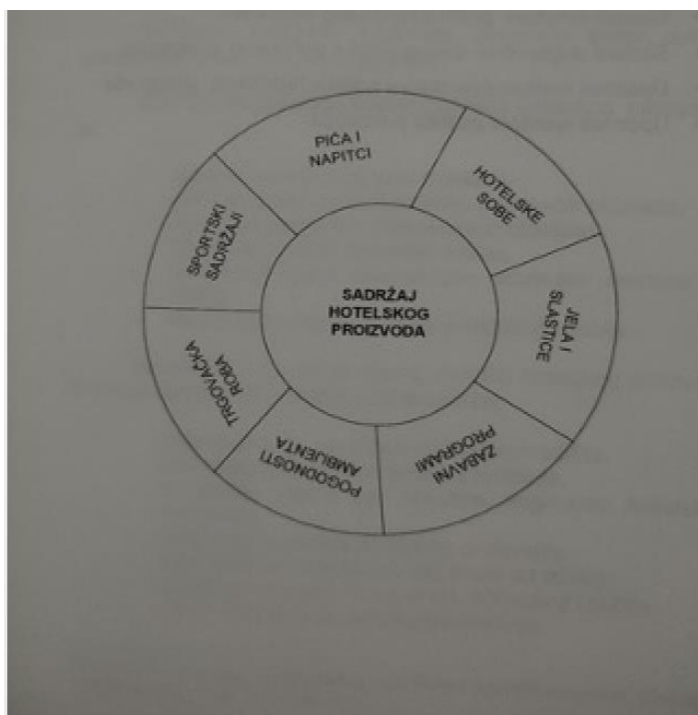
<sup>18</sup> [www.hotel-jagerhorn.hr/hr/](http://www.hotel-jagerhorn.hr/hr/), 04.12.2020

i obratno. Također pojavom masovnog turizma došlo je i do masovne izgradnje hotela. Hotelijerstvo je usko povezano i sa ostalim gospodarstvom, razvija se sukladno općim društveno-ekonomskim promjenama te omogućava i potiče razvoj mnogih vrsta turizma. Prema tome, može se reći da je hotelijerstvo, zbog pružanja usluga hrane, smještaja i pića, najznačajniji dio ugostiteljstva te u turistički razvijenim zemljama pridonosi realizaciji dvije trećine svih turističkih noćenja.

Hotelski objekt svojim proizvodom smatra sve usluge koje nudi na turističkom tržištu, dok gost proizvodom smatra usluge kojima se udovoljava njegovim željama i potrebama prilikom boravka u hotelu<sup>19</sup>To su:

- Proizvodi za podmirenje potreba domicilnog stanovništva
- Proizvodi prvenstveno za goste i posjetitelje hotela
- Proizvodi isključivo za goste hotela.

Hotelski proizvod mora biti autentičan i prepoznatljiv, a osnovne karakteristike su mu neopipljivost te to što je neprenosiv.



**Slika 1. Struktura hotelskog proizvoda**

Izvor: Berc-Radišić, B., Promocija u hotelijerstvu, 2005.

<sup>19</sup> Florićić, 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

Kako se mijenjaju promjene u potrebama potrošača tako se mijenjaju i trendovi u ugostiteljstvu:

Trendovi u načinu života	Promjene u potrebama potrošača
Gubitak klasične strukture obitelji i mijenjanje obrazaca obiteljskog života	Umanjuje se važnost vještine kuhanja i općenito kućanskih poslova
	Smanjuje se broj obroka koji se konzumiraju u krugu obitelji te se oni ograničavaju na posebne prigode
	Nepostojanje osobe u domaćinstvu koja je prvenstveno posvećena nabavci hrane i kuhanju
Rad postaje dominantan u tjednom rasporedu. Taj trend, u pravilu, prati rast prihoda.	Sve više vremena provodi se na radnom mjestu
	Manje vremena preostaje za kućanske poslove i kuhanje
	Konzumacijom hrane izvan doma nadoknađuje se manjak vremena
Način života sve je zahtjevniji i sa sve više stresa	Potreba za praktičnošću i želja za posjedovanjem kontrole sve su izraženiji
	Dnevni raspoređi sve su više individualni i sve manje fleksibilni.
	Želja za ugodnim provođenjem dnevnog odmora i maksimiziranjem slobodnog vremena
Osobno zdravlje i sigurnost postaju sve važniji	Želja za podrškom u odabiru pravilne prehrane
	Zabrinutost za podrijetlo i sigurnost hrane
	Želja za tradicionalnom hranom uz modernu uslugu

Tablica 2. Trendovi u načinu života suvremenih potrošača i promjene u njihovim potrebama (Kowrygo, 2008.)

Izvor: Galičić, V., Uvod u ugostiteljstvo, 2012.

Hotelierstvo se mijenjalo od tradicionalnog prvobitnog hotelijerstva koje se baziralo na pružanju usluga smještaja, prehrane i točenja pića do modernih oblika organizacije i formiranja konkurentskih hotelijerskih usluga temeljenih na kvaliteti, raznovrsnosti ponude, segmentaciji i diferencijaciji te disruptivnoj tehnologiji<sup>20</sup>. Kontinuirane inovacije i transformacije utječu na razvoj turizma budućnosti, afirmiraju neke nove kontekste i vrijednosti te formiraju izazove nove konkurentnosti<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> Floričić, T., 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

<sup>21</sup> Floričić, T., 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*



## 2. Ponuda zdrave prehrane u hotelijerstvu

Hrana osim prehrambene vrijednosti može i pozitivno utjecati na zdravlje. Međutim, pojava kroničnih nezaraznih bolesti koje se dovode u vezu s prehranom sve je veća. Osim intenzivnih promjena u prehrani koje su se dogodile u posljednjih 150 godina, sjedilački način života i izloženost štetnim tvarima iz okoliša djelovali su zajedno s genetički kontroliranim biokemijskim procesima te time utjecali na povećanje učestalosti pojave kroničnih bolesti<sup>22</sup>. Zahtjevi potrošača u odnosu na hranu drastično su postali veći posljednjih dvadesetak godina. Veliki izazov se stavlja pred ugostitelje da zadovolje ponudom sve veća očekivanja od hrane. U prilog tome, najjači potrošački megatrend je zdravlje, u svim svojim segmentima.

Zbog porasta interesa za zdravlje, pravilnu prehranu i funkcionalnu hranu, očekuje se da će objekti koji nude vegeterijansku hranu, niskokaloričnu hranu ili hranu namijenjenu posebnim skupinama postati sve popularniji i sve traženiji<sup>23</sup>. Dakle, jedna od strategija koju ugostitelji mogu koristiti za povećanje svoje konkurentnosti jest uvođenje zdrave prehrane kao dijela svoje ponude. Može se zaključiti da su aktualni trendovi u ugostiteljstvu usmjereni na brigu o zdravlju te samim time usmjeravaju i svoju ponudu u segmentu hrane i pića. U obzir kod kreiranja ponude treba uzeti različite faktore kao što su: personalizirana prehrana, ekološki proizvedena hrana, sigurnost hrane, prehrambena vrijednost i slično. Zdrava prehrana se odnosi na konzumiranje namirnica koje su hranjive i blagotvorne za tijelo. To uključuje hranu bogatu vitaminima, mineralima i drugim hranjivim tvarima, kao što su voće, povrće, cjelovite žitarice, riba, mahunarke i orašasti plodovi. Osim toga, važno je izbjegavati hranu koja je puna šećera, soli, masnoća i drugih štetnih tvari. Najveći problem predstavlja sve veća dostupnost industrijski prerađene hrane te je sve teže sustići aktualne trendove u prehrani. Međutim ponuda zdrave prehrane sve se više grana te seže do onih hotela i restorana koji nude organske namirnice, salate, juhe, *juicye*, *smoothie* i druge zdrave opcije, onih koji nude vegeterijansku i vegansku prehranu te onih koji se specijaliziraju za određene vrste hrane, poput azijske ili mediteranske.

---

<sup>22</sup> Krešić, G.,2012., *Trendovi u prehrani*

<sup>23</sup> Krešić, G.,2012., *Trendovi u prehrani*

Hoteli također kako bi se promovirali organiziraju razne sajmove i uvode razne certifikate kako bi pokazali ponudu zdrave hrane ali i moderne gastronomije kojom će privući širok spektar gostiju. Jedan od takvih sajmovea održava se u hotelu Rixos Premium u Dubrovniku. To je Mediteranski sajam zdrave prehrane, ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva. Cilj sajma je postizanje veće razine ekološke svijesti, održivi razvoj, promocija zdrave prehrane, ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva, a kroz kvalitetu plasman i marketing<sup>24</sup>. Sajam okuplja ljubitelje zdravog življenja i privlači mnoge gurmane obzirom da u gastro showu sudjeluju poznati kuhari, od Italije do Turske. Mediteranski sjamovi održavaju se i u Hotelu Ivan u Amadria Parku.



Slika 2. 21.mediteranski sajam

Izvor: Slobodnadalmacija.hr, 2023.

Nositelj vrijednog certifikata “gluten free” je Hotel Park Plaza Arena u Puli. Istovremeno je i a'la carte restoran ovog hotela postao jedini na Jadranu s kompletnom 'gluten free' ponudom. Standard 'BOSK gluten free' namijenjen je hotelijerima i ugostiteljima, i pruža praktično znanje o pripremi i posluživanju bezglutenskih jela, a razvijen je na temelju znanstveno dokazanih i globalno prihvaćenih protokola za sigurnost hrane te se temelji na principima

<sup>24</sup> Slobodnadalmacija.hr, *Otvorenje mediteranskog sajma*, 2023.

HACCP sustava, dobroj proizvođačkoj praksi (DPP) i dobroj higijenskoj praksi (DHP). Kao dokaz da je sve navedeno prepoznato i od strane gostiju hotela govori i upravo primljeno prestižno priznanje TripAdvisora - Certificate of Excellence (certifikat izvrsnosti) kojeg je Park Plaza Arena dobio nakon priznanja Travelers' Choice 2017, istog turističkog portala, isključivo na osnovu recenzija gostiju koji su boravili u hotelu<sup>25</sup>.



Slika 3. Park Plaza Arena- gluten free certifikat  
Izvor: hrturizam.hr

## 2.1. Aktualni trendovi u prehrani

Jedan od glavnih izazova u uvođenju zdrave prehrane u poslovnu kulturu je borba protiv kulture brze hrane i nezdravih navika prehrane koje su uobičajene u mnogim kulturama. Hoteli bi trebali raditi na stvaranju kulture zdrave prehrane koja će se, između ostaloga, temeljiti i na educiranju i poticanju zaposlenika da donosu zdrave prehrane odluke. Kako bi hoteli i restorani ostali konkurentni, važno je da prepoznaju važnost zdrave prehrane i načina života za svoje potrošače i aktivno rade na stvaranju okruženja koje će poticati zdrave navike i ponašanja. Uočeno je da, u suvremenom svijetu u kojem vladaju mnogi trendovi, jedan od najaktualnijih su trendovi u prehrani što je još jedan dobar čimbenik ka promicanju zdrave prehrane u hotelima kako bi se povećala njihova konkurentnost obzirom da megatrendovi imaju potencijal jakog utjecaja na živote i ponašanje potrošača. Aktualni trendovi u prehrani usmjereni su prema:

- Porastu svijesti o utjecaju hrane na zdravlje
- Personaliziranoj prehrani

<sup>25</sup> Istra.hr, *Prvi gluten free hotel u Istri*

- Porastu vjerodostojnih informacija o hrani
- Zaštiti hrane koja je specifična obzirom na podrijetlo, način proizvodnje ili druge značajke.
- Isticanju važnosti bioaktivnih komponenata u hrani
- Funkcionalnoj hrani
- Smanjenom unosu dodataka prehrani te davanju prednosti cjelovitoj hrani
- Konzumaciji ekološki proizvedene hrane i razumijevanju njezina djelovanja na globalnu ekologiju
- Sigurnosti hrane
- Smanjenoj konzumaciji mesa te povećana konzumacija hrane biljnog podrijetla (žitarice, mahunarke, povrće)
- Porast interesa za gotovom i polugotovom hranom
- Smanjenju unosa soli

Na tisuće novih inicijativa pokrenuto je u cijelom svijetu da bi se promovirala ekološka poljoprivreda, zaštita malih poljoprivrednika, proizvodnja zdravih, sigurnih, kulturno raznovrsnih namirnica, te regionalizacija distribucije, trgovine i prodaje<sup>26</sup>.

Tako su glavni trendovi u ugostiteljskoj ponudi:

- Funkcionalna hrana: ona koja osim odgovarajuće prehrambene vrijednosti pozitivno utječe na jednu ili više funkcija u organizmu.
- Mediteranska hrana: ima obilježja liberalne vegeterijanske prehrane, bogate omega-3 masnim kiselinama, vlaknima, vitaminima B skupine, i raznovrsnim antioksidansima. Istodobno je siromašna zasićenim mastima.
- Makrobiotička prehrana: temelji se na specifičnim filozofskim načelima (restrikcija unosa mesa i hrane životinjskog podrijetla te važnost konzumiranja svježe, minimalno obrađene hrane uz izbjegavanje rafinirane hrane).
- Bezglutenska prehrana: Gluten je posebna vrsta proteina koja se nalazi u pšenici, ječmu, zobi i raži, a ovakva prehrana izbjegava te namirnice pogotovo zbog alergijskih reakcija koje iste mogu izazivati.

---

<sup>26</sup> Petrini, 2013., *Dobro, čisto, pravedno*

- Vegeterijanska i ekološka prehrana kod kojih je vegeterijanska jedna od najvećih trendova a ekološka prehrana je jako značajna i u procesu rasta.

### 2.1.1 Vegeterijanska prehrana

Trendu porasta prihvaćanja vegeterijanske prehrane pridonijeli su mnogobrojni dokazi koji potvrđuju da se učestala konzumacija mesa dovodi u vezu s povećanom učestalošću pojave mnogih bolesti današnjice kao što su karcinom, kardiovaskularne bolesti, osteoporoza i druge<sup>27</sup>. Osim toga, vegeterijanstvo je i način života koje ima svoje korijene u dalekoj prošlosti, a razlozi za odabir takve vrste prehrane su mnogobrojni te su se mijenjali s vremenom. Na dalekom istoku vegeterijanstvo je dio vjerskog svjetonazora, pripadnici pokreta *new age*, tibetanci, rastafarijanci i drugi vegeterijanstvo prakticiraju radi izbjegavanja zadavanja boli životinjama i njihova ubijanja, a glavni motiv osamdesetih godina dvadesetog stoljeća postaje briga za zdravlje. Može se zaključiti da je vegeterijanstvo način života kojim se tjelesno i duševno zdravlje nastoji očuvati prehranom što se uglavnom svodi na hranu biljnoga podrijetla.

Ovisno o vrsti hrane koju konzumiraju, vegetarijanci se svrstavaju u podgrupe: vegani (u potpunosti izbjegavaju hranu, odjeću i obuću životinjskoga podrijetla, te proizvode testirane na životinjama); semivegetarijanci (ne jedu crveno meso, a jedu piletinu i ribu); laktovegetarijanci (jedu mliječne proizvode); ovolaktovegetarijanci (jedu jaja i mliječne proizvode); peskovegetarijanci (jedu ribu); makrobiotičari (uglavnom izbjegavaju meso iz zdravstvenih razloga te ravnomjerno konzumiraju namirnice koje nastoje uzimati iz svojega prirodnoga okoliša).<sup>28</sup> Sukladno tome, ugostitelji svakako moraju svoju ponudu prilagoditi takvim turistima jer njihov broj sve više raste i na taj način čini veliki udio potrošača na tržištu. Pri planiranju ponude potrebno je pratiti sva načela vegeterijanske prehrane vodeći računa da isto jelo bude vizualno privlačno i ukusno, a osoblje informirano te iskreno kada gostu daje informacije o ponudi.

Prema istraživanju koje je u SAD-u 2009. godine provelo Nacionalno udruženje ugostitelja (*National Restaurant Association*), 71% ispitanih šefova kuhinja izjavilo je da

<sup>27</sup> Krešić, G., 2012., *Trendovi u prehrani*

<sup>28</sup> Enciklopedija.hr

uvrštanje vegeterijanske ponude smatraju izrazito važnim i aktualnim, dok je 63% ispitanika izjavilo da je ponuda za vegane apsolutni trend<sup>29</sup>.

### 2.1.2 Ekološka prehrana

Ponuda kvalitetnih domaćih poljoprivrednih proizvoda (uključivši i one iz ekološke proizvodnje) kroz turizam pridonosi poboljšanju kvalitete cjelokupnog turističkog proizvoda zemlje i povećanju njegove konkurentnosti na svjetskom turističkom tržištu<sup>30</sup>. Ekološka poljoprivreda je glavni faktor ekološki uzgojene hrane te kombinira tradiciju, inovaciju i znansot za unapređenje okoliša, a do intenzivnog širenja takve poljoprivrede dolazi osamdesetih godina dvadesetog stoljeća.

Ekološka hrana uzgojena je pod strogo kontroliranim uvjetima, koji isključuju korištenje sintetičkih pesticida i kemijskih gnojiva, genetskog modificiranja i slično. Zagovornici ekološke hrane tvrde da osim što ne sadrži štetne tvari, sadrži i znatno više hranjivih sastojaka, kao na primjer 28% više vitamina C, 29 % više magnezija, 10 % više kalcija, 13 %više fosfora, više bjelančevina, antioksidanasa i tako dalje<sup>31</sup>. Stoga, takav način prehrane ima veliku konkurentnu prednost u hotelima i restoranima kada su u pitanju turisti koji zagovaraju i žive zdrav način života te onih koji sve više traže i cijene hranu “kojoj se vjeruje”.

Uvođenje zdrave prehrane u poslovanje može pomoći u zaštiti okoliša. Održiva hrana, poput organske hrane i hrane s manje emisija ugljika, može smanjiti loš utjecaj objekata na okoliš. Hoteli i restorani koji se brinu o okolišu i nude ekološki proizvedenu hranu mogu privući klijente koji traže održive i etične opcije hrane. Najčešći potrošači su visokoobrazovani, viših primanja, u dobi do 30 do 49 godina, najčešće s djetetom. Prema tome ugostitelji trebaju prilagoditi ponudu takvoj skupini gostiju kako bi osigurali konkurentnost kod tog segmenta tržišta. Također, ekološku hranu je moguće uvrstiti u ponudu ekohotela, biohotela, kao i u ponudu specijaliziranih restorana te u raznim vrstama turizma kao što su ruralni, zdravstveni, sportski, ekoturizam koji su najuže povezani sa

---

<sup>29</sup> National Reastaurant Association, 2010.

<sup>30</sup> Krešić, G., 2012., *Trendovi u prehrani*

<sup>31</sup> Prirodaidrustvo.hr

ugostiteljstvom. Nadalje, uočeno je da u svijetu konstantno rastu površine pod ekološkom poljoprivredom kao i samo tržište ekoloških proizvoda. Međutim, ekološko osviješteni gosti traže ekološki osviještene domaćine. Prema tome, potrebno je obratiti pažnju i na niz drugih čimbenika kod formiranja eko turizma. Jedan od najvećih je smanjenje potrošnje plastike i ostalih štetnih sastojaka za prirodu.



Slika 4. 9 koraka prema svijetu s manje plastičnog otpada.  
Izvor: web : <https://www.cimerfraj.hr/ideje/eko-turizam-hrvatska>

U skladu s trendovima porasta ekološke svijesti i održivog razvoja ekološka hrana ima velik potencijal plasmana kroz turizam i ugostiteljstvo<sup>32</sup>. U ožujku 2017. godine, Booking.com je proveo istraživanje o važnosti održivog turizma. Globalna anketa je obuhvatila 10.000 putnika od kojih je 42 % izjavilo da im je ekološka vrijednost putovanja i destinacije važna. Nasuprot rastu ekološke svijesti turista, samo 25 % smještajnih objekata, uključenih u anketu, je potvrdilo kako donekle vodi računa o načelima eko turizma<sup>33</sup>.

### **3. Prednosti uvođenja zdrave prehrane u poslovanje**

Činjenica je da ugostiteljski objekt, uvođenjem inovacija dobiva na imidžu kao organizacija koja prati suvremene trendove, ali ujedno odgovara i zahtjevima tržišta i time omogućava unapređenje poslovanja i opstanak u veoma konkurentskim uvjetima. Dakle, uvođenje zdrave prehrane u poslovanje može imati mnoge prednosti. Osim što može pomoći u privlačenju novih klijenata, poboljšanju poslovne reputacije i stvaranju pozitivne radne atmosfere, zdrava prehrana i promoviranje zdravog načina života može imati, osim na ugostiteljstvo, utjecaj na mnoge sfere u turizmu i gospodarstvu. Dakle, uvođenje zdrave prehrane u poslovanje može pomoći ugostiteljima u privlačenju novih turista.

Sve više ljudi danas brine o svom zdravlju i traži zdrave opcije hrane. Hoteli koji nude zdravu hranu mogu privući ovu publiku i postati odredište za one koji traže istu. Hoteli se takvim načinom mogu uvelike istaknuti na tržištu te poboljšati poslovnu reputaciju. Prema tome, hoteli koji su poznati po svojim zdravim opcijama hrane mogu postati sinonim za zdravu prehranu i privući pozornost javnosti. Ovo može pomoći ugostiteljima da stvore pozitivnu percepciju među klijentima i zaposlenicima te poboljšaju svoj brend. Uočeno je da je zdrava prehrana kao način jačanja imuniteta još više dobila na važnosti nakon pandemije koronavirusa, posebice za rizične skupine građana. Povećana je potražnja za lokalnim, tako zvanim funkcionalnim proizvodima. Ti trendovi se sve više prate a neki su postali i djelom zakonodavnog okvira. Tako se u slučaju pekarske industrije zbog štetnih zdravstvenih učinaka kod prekomjernog unosa kuhinjske soli propisima ograničava dodavanje soli u kruhu. Kako bi educirala potrošače te u isto vrijeme zadovoljila zahtjeve

---

<sup>32</sup> Krešić, G., 2012., *Trendovi u prehrani*

<sup>33</sup> Cimerfraj.hr



tržišta mesna industrija samovoljno smanjuje količinu soli u mesnim proizvodima. Na tržištu sada imamo i domaći sladoled s više proteina, smanjenom količinom masti i šećera, mliječna industrija proizvodi funkcionalne jogurte i pudinge, dok industrija pića funkcionalne vode i sokove i slično<sup>34</sup>.

Pozitivna crta kod promoviranja zdrave prehrane u ugostiteljstvu može biti i to što u današnje vrijeme raste interes za proizvodima visoke kvalitete za koje su potrošači spremni platiti i višu cijenu. Loše prehrambene navike su posljedica, prije svega, nedovoljne upućenosti u ovu problematiku, manjka slobodnog vremena i dinamike života pri čemu se hrana uglavnom konzumira izvan kuće pa dizajneri inovativnog jelovnika moraju naći način da educiraju goste i ukažu im na dobro poznate činjenice vezane za pravilnu prehranu. Zato će ovo ujedno biti i dobar marketing za ugostiteljski objekt<sup>35</sup>.

### 3.1. Osnovni principi zdrave prehrane

Ugostiteljski objekti koji žele svoju konkurentnost postići uvođenjem zdrave prehrane u svoj meni moraju se držati prehrambenih preporuka, smjernica te osnovnih principa. Znanstveno potvrđeni principi hrane su<sup>36</sup>:

- RAZNOLIKOST– prosto rečeno u svoju prehranu treba uključiti sve grupe hrane kako bi zadovoljili naše fiziološke prehrambene potrebe, u prijevodu unosimo sve esencijalne tvari kako bi naše tijelo moglo „normalno“ funkcionirati.
- UMJERENOST– ovaj pojam se odnosi na unos energije, masti, dodanog šećera, soli i alkohola. Primjer na pojedincu koji ne želi povećati svoju tjelesnu masu, a jede mnogo voća, povrća, cjelovitih žitarica, orašastih plodova - ukoliko i s tom nutritivno bogatijom i zdravijom hranom unosi više kalorija nego što ih potroši njegova kilaža će se povećati. Također, alkohol koji čak u manjim i umjerenim količinama može imati blagotvoran učinak na zdravlje, primjerice čaša crnog vina na dnevnoj bazi pokazuje antioksidativni i protektivni učinak na kardiovaskularni sustav dok u velikim količinama ima vrlo negativne posljedice na zdravlje.

---

<sup>34</sup> Hgk.hr

<sup>35</sup> Possector.hr

<sup>36</sup> Thenutrition.com, *Osnovni principi zdrave prehrane*

- RAVNOTEŽA– Niti jedna namirnica nije zabranjena. Čovjek u svojoj prehrani može uključiti apsolutno sve namirnice, međutim, ono što stvara razliku između pravilne i nepravilne prehrane jest koliko često i u kolikim količinama se pojedine namirnice jedu.

Nadalje, pravilna prehrana podrazumijeva zdravo unošenje svih neophodnih hranjivih tvari (ugljikohidrati, masti, proteini, vitamini, minerali i voda), umjereno količinski, raznoliko, primjereno životnoj dobi, fizičkoj i mentalnoj konstituciji, radnim i intelektualnim naporima, klimi i radnoj okolini u kojoj živimo, zastupljenih i iskorištenih u odgovarajućoj ravnoteži da se održi optimalno zdravlje<sup>37</sup>. U skladu sa time, ugostitelji trebaju odabrati tržišni segment kojem se žele okrenuti te prilagoditi svoju ponudu istima kako bi privukli turiste koji su najprofitabilniji za njihovo poslovanje.

### 3.1.1. Utjecaj prehrane na zdravlje i okoliš

Ruralni turizam i ruralni hoteli imaju mogućnost najviše profitirati od promicanja ponude zdrave prehrane i zdravog načina života. Naime, obiteljskih i malih hotela najviše ima daleko od grada, a takva mjesta nude mnoštvo turističkog sadržaja i doživljaja koja nisu dio moderne svakodnevnice. Zdrava prehrana usko je povezana sa time u pogledu lokalnih proizvoda tih mjesta, vlastita domaća proizvodnja, trend uzgoja bilja u vlastitome vrtu i slično. Sa druge strane, zagađenje okoliša vrlo je alarmantno te čovječanstvo postaje sve svjesnije istoga te sve osjetljivije prema toj temi, uz mnogo inicijativa u ovoj domeni. Smatar se da, prije svega, jedan od načina na koji možemo smanjiti negativan utjecaj na okoliš je jesti lokalno i sezonski kako nebi bilo potrebe za transport i veća pakiranja hrane. Jestu više biljne hrane također može biti jedan od načina. To ne mora nužno isključivati meso. Međutim, mesna industrija jedan je od većih zagađivača okoliša, pa bismo manjim unosom mesa, a većim unosom biljne hrane mogli utjecati na okoliš.

Istraživanja su pokazala da se oko 200 kg hrane po osobi godišnje baci, a od toga je 50 posto otpad iz kućanstva. Najviše se hrane baca u domaćinstvima (53%) i procesima prerade hrane (19%), što čini 72% ukupno bačene hrane. Slijede gubici ili bacanje hrane u primarnoj

---

<sup>37</sup> Fitness.com.hr, *Vodič kroz osnovne principe pravilne prehrane*

proizvodnji (poljoprivredi, ribarstvu) te ugostiteljstvu i trgovačkom sektoru veleprodaji i maloprodaji<sup>38</sup>. Količina hrane koja se na globalnoj razini baca više je nego dovoljna da nahrani svaku gladnu osobu na planet.



**Slika 5. Prekomjerno bacanje hrane**

Izvor: web ; <https://www.hzjz.hr/>

Danas postoje hoteli koji su dio “zero waste” strategije, strategije koju je Svjetska organizacija za zaštitu prirode WWF prepoznala kao jednu od iznimno važnih. Sve ranije navedene zabrinjavajuće su potaknule zagrebačku Esplanadu da se kao prvi hotel u Hrvatskoj i regiji priključi globalnom projektu 'Food Waste' WWF-a nastojeći pridonijeti smanjivanju otpada od hrane te tako smanjiti svoj štetan utjecaj na okoliš i Planet Zemlju. WWF Adria kroz suradnju sa zagrebačkim hotelom Esplanade teži održivom razvoju, te zajedno koračaju ka njihovoj „zero waste“ strategiji.

<sup>38</sup> Hzjz.hr, *Prekomjerno bacanje hrane- globalni problem*



**Slika 6. Food Waste reduction initiative**

Izvor: gastro.24sata.hr

Bacanje hrane je velik ekonomski problem za gospodarstvo, ali i za potrošače. Poticanje hotela da naprave promjenu nije samo korak ka njihovom osvješćivanju, već i ka podizanju svijesti o ovom problemu kojega bi, u konačnici, trebao biti svjestan i svaki pojedinac<sup>39</sup>. Inicijative koje se odnose na upravljanje otpadom su<sup>40</sup>:

- Razdvajanje otpada i odlaganje u odgovarajuće spremnike
- Reduciranje papirnatih proizvoda
- Korištenje materijala za pakiranje s mogućnošću ponovnog korištenja
- Konzumacija vode iz aparata, smanjena upotreba plastičnih boca
- Korištenje dozatora za šampone i sapune koji se mogu dopuniti
- Korištenje dugovječnih LED žarulji i svjetla
- Kompostiranje i proizvodnja humusa koji se vraća u poljoprivrednu proizvodnju
- Suradnja s dobavljačima koji promoviraju odgovorno poslovanje i zbrinjavanje otpada.

Uočeno je da takav stav prema dobrobiti planete na kojoj živimo predstavlja i vrlo dobar marketing za poduzeće, prvenstveno jer prikazuje odgovorno poslovanje te podiže svijest o

<sup>39</sup> Wwfadria.org

<sup>40</sup> Floričić, T., 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi konkurentnosti*

brizi za istu. Isto tako hotelijerstvo je jedno od najvećih potrošača mnogobrojnih resursa pa je opterećeno i razmjernim energetske troškovima.

Od zelene revolucije, preko biotehnoške, do današnjeg poticanja na opskrbljivanje namirnicama iz jednog jedinog centra, uplitanje industrijskih tehnologija u tradicionalne i prirodne sustave lokalne proizvodnje povećalo je ranjivost ekosustava- To je dovelo do onečišćenja zraka, vode i tla, a sada se širi nova vrsta genetičkog oštećenja, genetski modificirani organizmi<sup>41</sup>.

Zdrava hrana, domaći proizvodi, zaboravljeni okusi, čista priroda, svježi zrak, rekreacija i istraživanje nepoznatog postali su neizostavni sastojak zdravog života kojemu danas streme sve generacije. Zaključeno je, da je ponuda zdrave hrane velika prednost u cjelokupnoj ponudi nekog hotela. Uvođenje radionica za najmlađe te edukacije o ekološkom i održivom također bi bila velika prednost naspram konkurencije.

### 3.1.2. Zeleni hoteli

Hoteli građeni po uzoru na zeleni turizam su objekti koji su ekološki prihvatljivi, a njihovi menadžeri su usmjereni k programima očuvanja vode i energije te smanjenja otpada. Uz to, takvi menadžeri znaju da ti programi, osim što su nužni za očuvanje eko sistema, štede novac<sup>42</sup>. Princip poslovanja zasnovan je na odgovornom upravljanju, to jest brizi o zagađenju okoliša, kod nabave robe zahtijevaju se isporuke s minimalnom ambalažom, koristi se organska posteljina i namirnice. Isto se odražava kroz racionalno postupanje u svezi s potrošnjom vode i energije<sup>43</sup>. Hoteli su veliki rasipnici energije gdje mnogo energije odlazi na svakodnevnu rasvjetu, korištenje perilica za suđe i rublje ili na klimatiziranje i grijanje. Stoga je smanjenje potrošnje energije jedna od osnovnih smjernica rada zelenih hotela. Proizvodnja i transport hrane također mogu predstavljati ekonomsko i ekološko opterećenje pa mnogi hoteli imaju vlastite ekološke ili organske farme, gdje je hrana odnosno obroci svježi, sezonski i kontroliranog podrijetla. Hotelijeri postižu tržišnu diferencijaciju primjenom različitih metoda odgovornog upravljanja hotelom<sup>44</sup>:

---

<sup>41</sup> Petrini, 2013., *Dobro, čisto, pravedno*

<sup>42</sup> Green Hotel Association, n.d.

<sup>43</sup> Gržinić, Bevanda, 2014., *Suvremeni trendovi u turizmu*

<sup>44</sup> Gržinić, Bevanda, 2014., *Suvremeni trendovi u turizmu*

- Smanjena potrošnja energije i vode
- Smanjena emisija ugljičnog dioksida
- Briga o razlaganju čvrstog otpada
- Minimum korištenja deterdženata i ostalih kemijskih sredstava
- Smanjenje zagađenja životne sredine
- Utjecaj na očuvanje lokalne bio raznolikosti.

Stupanj redukcije tih troškova utječe na konačan financijski rezultat, povećava profit i čini hotel cjenovno bitno konkurentijim, omogućavajući usredotočenje na gosta i zauzetost kapaciteta<sup>45</sup>.

Hotel Split primjer je *boutique* hotela koji je građen po načelima zelene gradnje te je u obiteljskom vlasništvu. Namirnice iz domaćeg uzgoja i kontroliranog podrijetla, tradicionalna dalmatinska kuhinja, ali i poznata internacionalna jela je ono čime se posebno ističe restoran<sup>46</sup>. Također, potrošnja energije mu je vrlo niska te ima rezervoare za skupljanje kišnice, kante za recikliranje otpada na svim pogodnim mjestima te educirane zaposlenike.



**Slika 7. Hotel Split**

Izvor: web; [www.omh.hr/hr/hotel/hotel-split](http://www.omh.hr/hr/hotel/hotel-split)

<sup>45</sup> Gržinić, Bevanda, 2014., *Suvremen itrendovi u turizmu*

<sup>46</sup> Dabar.srce.hr

Još jedan primjer eko hotela je Valamar. Valamar veliku pozornost poklanja upravo održivom poslovanju, što znači smanjenje potrošnje energije i vode, zbrinjavanje otpada, uštedu resursa te brigu o zaposlenicima i lokalnoj zajednici. Između ostalog, Valamar Riviera je prva u Hrvatskoj uvela certifikat Healthy Meal Standard.



**Slika 8. Hotel Valamar President Dubrovnik**

Izvor: web; <https://www.tripadvisor.com/>

### 3.1.3 Hoteli sa certifikatima zdrave prehrane

U cilju postizanja nove konkurentnosti i prepoznatljivosti ekološki i društveno osviještenih hotelijerskih poduzeća kreirani su sustavi posebnih oznaka koji standardima postavljaju zahtjeve u dizajniranju, opremanju i poslovanju smještajnih objekata<sup>47</sup>.

*Healthy meal* standard je prvi certifikat za zdrave jelovnike, uglavnom za turističke objekte, prvenstveno za restorane i hotele. Također uključuje obrazovanje osoblja te različite certifikate za prehranu i goste s posebnim prehrambenim potrebama. Certifikacija i standardizacija *Healthy Meal Standard* osigurat će hotelima promociju i atraktivne usluge u sklopu zdravstvenog turizma na višoj razini. HMS pokriva i područje bezglutenskog jelovnika, jelovnika bez laktoze, jelovnika za djecu te sportaše. Prema tome HMS može privući velik broj turista u sezoni, ali i zvan nje. Organizacija mora zadovoljiti opće zahtjeve<sup>48</sup>:

- Utvrditi procese koji su potrebni za sustav upravljanja kvalitetom prehrane i njihovu primjenu u organizaciji
- Odrediti kriterije i metode potrebne da se osigura učinkovito odvijanje i upravljanje tim procesima, te odrediti slijed i međusobno djelovanje tih procesa
- Osigurati dostupnost potrebnih resursa i informacija koji su nužni za potporu pri provođenju i nadziranju tih procesa
- Nadzirati, mjeriti i analizirati te procese i provoditi postupke nužne za ostvarivanje planiranih rezultata i neprekidno poboljšavanje tih procesa
- Uspostaviti HMSAT tim i njihove aktivnosti
- Izraditi Priručnik za vođenje sustava upravljanja kvalitete prehrane HMS.
- Izraditi Knjigu normativa i jelovnika.

Certifikatima se hotel opredjeljuje za očuvanje okoliša, promovira zdrav smještaj, zdravu prehranu i zdravo okruženje za goste i zaposlenika te izravno utječe na njihovo zadovoljstvo<sup>49</sup>.

---

<sup>47</sup> Florčić, T., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

<sup>48</sup> [Healthymealstandard.eu](http://Healthymealstandard.eu)

<sup>49</sup> Florčić, T., 2022, *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*



Porečki hotel Valamar Diamant prvi je uveo certifikat Healthy Meal Standard, koji targetira goste sa specifičnim prehrambenim potrebama, navikama i željama, a posebice sportaše koji ovaj hotel često biraju za svoje pripreme. Valamar se odlučio za certifikate za osobe s intolerancijom na gluten, za vegane, vegetarijance, sportaše i za osobe koje žele reducirati i uravnotežiti svoju tjelesnu masu<sup>50</sup>. Također, prema ovom standardu, sva hrana u ponudi mora imati i navedene hranjive vrijednosti, što uključuje energetska vrijednost, masti, ugljikohidrate, bjelančevine, te informacije o alergenima.



**Slika 9. Valamar Diamant Hotel & Residence Poreč**

Izvor: web; Valamar.com

---

<sup>50</sup> Valamar-riviera.com

## 4. Povezanost različitih vrsta turizma sa zdravom prehranom

Zdrava hrana i selektivni oblici turizma su usko povezani. Za razliku od masovnog turizma, kojeg odlikuju anonimnost i standarizirane usluge i doživljaji, selektivni oblici su fleksibilniji i nude spektar doživljaja kod kojih individualnost i osobne preferencije turista dolaze do izražaja, zbog čega su i humaniji<sup>51</sup>. Gost želi više od sunca i prirode, a gastronomija je bitan aspekt dolaska na određenu destinaciju. Jedan od novijih izazova turizma, a posebno zdravstvenog turizma je pridavanje posebne pažnje nutritivnom sastavu hrane, specifičnim potrebama gosta i primjenjivanje znanja iz nutricionizma za poboljšanje cjelokupne ponude. Općenito, korisnici hotelskog smještaja mogu biti gosti na odmoru, gosti iz poslovnih te gosti iz obiteljskih razloga. Svatko od tih gostiju ima drugačije prioritete, očekivanja i zahtjeve od svog odmora, pa tako i samog smještaja i svega što je uključeno u njega. Kako bi bilo laše segmentirati tržište i zadovoljiti potrebe raznovrsnih gostiju u suvremenom svijetu pojavljuju se selektivni oblici turizma kao što su:

- Ekološki turizam
- Kulturni turizam
- Ruralni turizam
- Zdrastveni turizam
- Sportski turizam
- Vjerski turizam
- Gastronomski turizam
- Urbani turizam I ostali

Od navedenih oblika uočeno je kako mnogi imaju popriličnu vezu sa hranom a trenutno najznačajniji i najpopularniji su zdravstveni i, ekološki/održivi turizam. Također, mediteranska prehrana predstavlja jedan od najznačajnijih trendova u prehrani obzirom da je dokazano da ljudi koji žive na području Mediterana imaju duži životni vijek i manju učestalost kroničnih bolesti<sup>52</sup>.

Nadalje, dio ponude hotela i lječilišta u turizmu je wellness u kojem je osim fizičkog i emocionalno, točnije, mentalno zdravlje prioritet. Uočeno je kako *wellbeing* postaje novi luksuz u hotelijerstvu .U raznim izvorima se navodi kako 40-60% turista čine ekoturisti i oni

---

<sup>51</sup> Rabotić, 2013., *Selektivni oblici turizma*

<sup>52</sup> Floričić, T., 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

koji borave u prirodi; 70% američkih turista u Europi su kulturni turisti, dok ih je u Australiji 50% , a u Kanadi 40 %; 37% ukupnog turističkog prometa u svijetu odnosi se na kulturni turizam<sup>53</sup>

#### 4.1. Zdravstveni turizam

Ulazimo u novo doba turizma gdje svakome odmor i luksuz predstavlja nešto drugo, tako je to za nekoga personalizacija načina prehrane, što podrazumijeva posebnu opremljenost kuhinja te educiranost osoblja u pripremi hrane, kako bi dobili upravo ono što traže. Segment turizma vezan uz putovanje s ciljem unapređivanja osobnog ili zdravlja člana obitelji, naziva se zdravstveni turizam. Zdravstveni turizam je složena gospodarska aktivnost u kojoj bitno mjesto zauzima stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, postupaka fizikalne medicine i programiranih fizičkih aktivnosti u svrhu održavanja i unapređenja fizičkog, mentalnog i duhovnog zdravlja turista te poboljšanja kvalitete njihovog života<sup>54</sup> . Dakle, zdravstveni turizam je turizam povezan sa putovanjem u lječilišta ili druge destinacije čija je primarna svrha poboljšanje fizičkog stanja gosta.

Gosti koji odlaze na takve destinacije najčešće su osobe koje imaju posebne prehrambene potrebe te prehrana utječe na njihov način života što je osobito izraženo tijekom putovanja zbog nemogućnosti planiranja obroka i načina prehrane. Gosti s posebnim potrebama za vrijeme svog odmora, osim zdravih okolišnih faktora, imaju potrebu za<sup>55</sup>:

- posebnim zahtjevima za personalizirani plan prehrane
- *wellness* programima prehrane i tjelesne aktivnosti
- personaliziranom pripremom hrane primjerene njihovim zdravstvenim stanjima
- informiranosti o mreži stručnjaka kojima se mogu obratiti u slučaju potrebe.

Većina objekata takav turizam prepoznaje kao dio svoje strategije razvoja. Također, zdravstveni turizam obuhvaća vrlo široko područje od *wellnesa* i lječilišnog turizma (spa) do medicinskog turizma. Jedni od najvećih lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj su<sup>56</sup>:

- Crikvenica – SB za medicinsku rehabilitaciju Thalassotherapie
- Selce – Terme Selce

---

<sup>53</sup> Rabotić, 2013., *Selektivni oblici turizma*

<sup>54</sup> [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

<sup>55</sup> Vitamini.hr; *Savjeti i preporuke putovanja kod posebnih stanja*

<sup>56</sup> [www.Zane.hr](http://www.Zane.hr)

- Rovinj – Bolnica za ortopediju i rehabilitaciju „Prim. dr. Martin Horvat“
- Veli Lošinj – Lječilište za bolesti dišnih organa i kože
- Ivanić Grad – SB za medicinsku rehabilitaciju Naftalan
- Krapinske, Varaždinske I Stubičke Toplice – SB za medicinsku rehabilitaciju

## 4.2. Religija i prehrana

Utjecaj religije na prehranu vidljiv je od davnina. Jedan od tih je uloga koju hrana u određenoj religiji ima, što znači da ovisno o vjeri postoje i prehrambene restrikcije. Prehrambene restrikcije uvjetovane vjerskom pripadnošću mogu se odnositi na: hranu koja se smije ili ne smije konzumirati, hranu koja se smije konzumirati u određeno doba dana ili godine, vrijeme dana u koje se smije konzumirati hrana, način pripreme hrane te pravila kada, kako i koliko dugo postiti<sup>57</sup>. Određena različita pravila u prehrani različitih religija, osim na duhovnoj razini, bazirana su i okrenuta prema ljudskom zdravlju. Kako bi se stvorila kvalitetna turistička ponuda za turiste vjernike, potrebno je dobro upoznati sva pravila religije općenito, otkuda i zašto su potekla, a posebice pravila prehrane, kako bi se iskazalo poštovanje prema njihovom načinu života i njima samima. Ponuda certificiranih proizvoda ili usluga te poštivanje specifičnosti prilikom pripreme hrane značajno pridonose porastu povjerenja potrošača odnosno povećavaju zadovoljstvo gosta<sup>58</sup>.

Najpoznatiji oblici takve prehrane su:

1. Halal gastronomija: Halal je specifična prehrana za muslimansku vjeru koja podrazumijeva konzumaciju dopuštene hrane i prehrane. Proizvodi ne smiju imati podrijetlo od nečega što je zabranjeno halal standardom. Proizvodi ne smiju sadržavati svinjetinu, meso mazge i magaradi, alokohl, krv, štetne additive i opojne tvari<sup>59</sup>. Također, takva hrana se ne smije mješati sa ostalom. Osim konzumacije takve vrste hrane potrebno je halal turistima omogućiti uvjete za dostojno obavljanje vjerskih obreda u skladu sa standardima. Koncept halal turizma nastao je prije šest godina, a s obzirom na munjevit rast, uskoro bi mogao postati najrezistentniji oblik,

<sup>57</sup> Vranešić i Alebić, 2006., *Hrana pod povećalom*

<sup>58</sup> Krešić, 2012., *Trendovi u prehrani*

<sup>59</sup> Floričić, 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

stoga je nužno da brojne zemlje svoje usluge prilagode gostima koji uglavnom dolaze iz zemalja Arapskog zaljeva, Bliskog istoka te sjeverne Afrike<sup>60</sup>

2. Kosher gastronomija: Kosher hrana je hrana u skladu sa zakonom kojeg dopušta Tora. To znači da se jela spremaju, kuhaju i kombiniraju točno na određeni način. Životinje se moraju klati na najbezbolniji način, smije se jesti samo meso preživača koji imaju papke, zatim peradi i ribe<sup>61</sup>. Među zabranama je i istovremena konzumacija, te zajedničko čuvanje, pripremanje i kuhanje mesa i mlijeka. Voće koje rodi na stablima u tijeku tri godine od sadnje nije kosher i ne smije se jesti, baš kao ni plodovi koji su izrasli na njivi koja je bila obrađivana tijekom sedme godine, godine odmora za zemlju. Između ostalog Tora zabranjuje kuhanje, te općenito upotrebu vatre u subotu<sup>62</sup>. Alkohol je načelno dopušten, no koristi se strogo u liturgijskim običajima.

Obzirom da je Halal i Kosher prehrana prepoznata kao oblik zdrave prehrane uočeno je da tu specifičnu hranu ne konzumiraju samo pripadnici određene vjerske zajednice, već ju odabiru i ostali potrošači koji prepoznaju jamstvo standarda kod pripreme i podrijetla takve hrane.

Nadalje, vjerski turizam se javlja kao novi oblik turizma. Vjerski turizam je jedan od najstarijih oblika turizma koji se kao specifičan oblik turizma (uz zdravstveni turizam) počeo javljati u najranijoj povijesti kada su ljudi zbog obavljanja religijskih obreda posjećivali za to određena mjesta - svetišta, i pritom prelazili veće udaljenosti<sup>63</sup>. Smatra se da takav oblik turizma zbog prilagođenih infrastrukturnih, kulturnih te gastronomskih sadržaja predstavlja ekonomski vrlo koristan oblik turizma. Vjerski turizam značajni je oblik aktivnosti koji omogućava i zadržavanje tradicijskih vrijednosti i vjerskih kvaliteta zajednica kao i ekonomski oporavak zapuštenih područja<sup>64</sup>.

Vrsta odmora uvjetovana je čovjekovom životnom i radnom sredinom, ostvarenim prihodima kao i dostignutoj razini obrazovanja i kulture<sup>65</sup>. Ugostitelji koji se educiraju o ulozi hrane u kulturološkom religijskom okviru pokazuju poštovanje i uvažavanje potreba

---

<sup>60</sup> Imperij.com, *Halal turizam u Hrvatskoj I gastronomska ponuda*

<sup>61</sup> Floričić, 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

<sup>62</sup> Tportal.hr, *Koser pravila prehrane i izraelska kuhinja*

<sup>63</sup> Wikipedia.org., *Vjerski turizam*

<sup>64</sup> Upuhh.hr, *Vjerski turizam tržište vrijedno više od 18 milijardi eura*

<sup>65</sup> Gržinić, Bevanda, 2014., *Suvremeni trendovi u turizmu*

svojim gostima, a upravo ta predanost ispunjenju njihovih želja može biti najveći korak kod privlačenja turista vjernika, a poglavito na najpopularnijim lokacijama vjerskog turizma kao što su Vatikan, Lourdes i Međugorje. Prilagodba svih sudionika lanca hrane (uključujući proizvođače hrane i pružatelje usluga prehrane) potrebama potrošača-vjernika može značajno pridonijeti podizanju razine kvalitete proizvoda ili usluge, te tako utjecati na pridobivanje novih potrošača.

### 4.3. Posebni koncepti prehrane

Zaključeno je da se danas u svijetu povećao interes za proizvodnju zdrave hrane i to zbog mnogo čimbenika. Prepoznaju se četiri osnovna utjecaja na donošenje odluke vezano za izbor prehrane koji svoj odraz reflektiraju u ponudi hotelijerstva: kulturni faktori, životni stil, psihološki utjecaji, trendovi hrane. Pri razmatranju aspekta konkurentnosti hrane i pića u suvremenom hotelijerstvu ističe se važnost prehrambenih brendova, marki velikih i međunarodnih ugostiteljskih tvrtki koji svojim brend *identity* – identitetom i brend *promise*, obećanjem kvalitete putem cjelovite prepoznatljivosti osvajaju vjeronost gostiju<sup>66</sup>. Također, sve je više alergija i intolerancija na hranu što uzrokuje rast potrošača za proizvodima koji su prilagođeni posebnim prehrambenim zahtjevima.

Koncepti ponude posebne prehrane su<sup>67</sup>:

1. *Raw food* - živa hrana - koncept uključuje ponudu hrane koja se ne kuha na temperaturi višoj od 115 stupnjeva, nije pasterizirana i nije obrađena pesticidima i kemikalijama. Pristalice tvrde da je daleko zdravija od uobičajene prehrane kuhanom hranom, tvrdeći da se kuhanjem uklanjaju mnogi prirodni enzimi koji hranu čine hranjivom. Inicijativi „Pokret sirove hrane“ posljednjih godina raste popularnost, pa zbog toga turisti koji se tako hrane traže u hotelima ponudu koja odgovara njihovim prehrambenim navikama i principima.
2. *Slow food* - sporo posluživanje autentične hrane - novi trend u prehrani koji promiče kulturu hrane i vina, te se hrana konzumira sporo i u nekoliko slijedova od kojih je zaključan desert. Također, brani bioraznolikost hrane i poljoprivrednih proizvoda širom svijeta, protivi se standardizaciji okusa i navikama nezdrave hrane, štiti

---

<sup>66</sup> Floričić, 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

<sup>67</sup> Floričić, 2022., *Suvremeno hotelijerstvo izazovi nove konkurentnosti*

kulturni identitet vezan za hranu i gastronomske tradicije, čuva tehnike uzgoja i prerade hrane naslijeđene iz tradicije, te štiti domaće, divlje životinjske i biljne vrste.

3. Molekularna gastronomija – *experience* restorani posebnog doživljaja – istražuje se kako hrana reagira na različite kuharske tehnike i kako pet osjeta utječe na percepciju hrane i način uživanja u istoj.
4. *Haut cuisine* - visoka kuhinja - gastronomija elitnih gurmanskih restorana i luksuznih hotela. Visoku kuhinju odlikuje pažljiva priprema i pomna prezentacija hrane po visokoj cijeni. Također koristi najbolje dostupne sastojke u određenom ambijentu i žanru te se strogo pridržava kodificiranih pravila kulinarskih tradicija.
5. *Street food* - tematizirana brza hrana - hrana koja je brzo spremna za jelo, a prodaje se na javnoj površini iz vozila ili sa štanda. Često je pobuđivala sumnju u kvalitetu i higijenu no Turska je u 15.stoljeću maknula tu stigmu kada su doneseni i standardi kojih su se prodavači morali pridržavati.
6. *Ghost kitchen* - kuhinje „duhovi“ - ugostiteljske tvrtke iznajmljuju neiskorištene hotelske restorane ili banketne kuhinje koji uslijed promjena u tržišnim uvjetima nemaju konkurentnost, te koriste te kuhinje kao čvorišta za dostavu pripremljene hrane za potrebe manjih lokanih hotela i drugih smještajnih struktura u turističkoj destinaciji. Ključni aspekt konkurentnosti je lokacija guste naseljenosti i intenziteta potražnje te mogućnost dostave hrane u vremenskom rasponu od 7 do 10 minuta.

Kada govorimo o prepoznatljivoj turističkoj destinaciji jedan od temelja je i ponuda hrane za osobe koje boluju od posebnih stanja kao što su određene kronične nezarazne bolesti, alergije, celijakija i ostale bolesti koje zahtijevaju posebnu prehranbenu skrb. Gosti s posebnim potrebama za vrijeme svog odmora, osim zdravih okolišnih faktora, imaju potrebu za:

- posebnim zahtjevima za personalizirani plan prehrane
- *wellness* programima prehrane i tjelesne aktivnosti
- personaliziranom pripremom hrane primjerene njihovim zdravstvenim stanjima
- informiranosti o mreži stručnjaka kojima se mogu obratiti u slučaju potrebe.

Ulazimo u novo doba turizma gdje svakome odmor i luksuz predstavlja nešto drugo, tako je to za nekoga personalizacija načina prehrane, što podrazumijeva posebnu opremljenost kuhinja te educiranost osoblja u pripremi hrane, kako bi dobili upravo ono što traže.

## Zaključak

U suvremenom poslovanju poduzetnici moraju, kako bi se istaknuli na tržištu, pratiti aktualne trendove. Ugostiteljstvo od svog nastanka prate brojne promjene kako je društvo napredovalo, pa se tako do današnjeg dana jako mjenja potražnja. Jedna od najvažnijih grana ugostiteljstva je hotelijerstvo obzirom da objedinjuje smještaj, hranu i piće, te je usko povezano sa turizmom i turističkim doživljajem. Od biblijskih vremena hotelijerstvo se razvijalo u zdravstvenom smislu te su tako bila poznata mnoga odmarališta i destinacije usko povezana sa zdravljem i brigom o sebi, isto kao i religijske destinacije obzirom da je i religija jedan od motiva putovanja. Izumom parnog stroja dolazi do pojave koja se zove „masovni turizam“ te danas ima veliki utjecaj na održivi turizam koji je također jedan od vodećih oblika turizma.

U suvremenom svijetu poslovanja, konkurentnost je ključni faktor za uspjeh. Svakodnevno se pojavljuju novi restorani, hoteli, razni objekti brze prehrane i slično, a postojeće se nastavljaju širiti kako bi ostvarile što veći profit. Stoga je važno da objekti prepoznaju različite načine za povećanje svoje konkurentnosti na tržištu. Jedna od strategija koju tvrtke mogu koristiti za povećanje svoje konkurentnosti jest uvođenje zdrave prehrane kao dijela svoje ponude. Menadžeri hotela mogu iskoristiti različite aspekte zdrave prehrane i njezinu važnost kako bi postale konkurentnije na tržištu. Postoji nekoliko razloga zašto bi bilo dobro uvesti i promovirati zdrav jelovnik. Jedan od ključnih razloga je povećana svijest potrošača o zdravom načinu života. Sve više ljudi prepoznaje važnost zdrave prehrane i traže zdrave alternative u svojoj prehrani kao i sigurnost doma na putovanjima, posebice zbog sve veće informiranosti i nakon kriznih vremena. Pored toga, objekti koji nude zdravu prehranu te posluju u skladu sa održivim razvojem mogu pridonijeti povećanju produktivnosti i smanjenju troškova. Međutim, uvođenje zdrave prehrane u poslovanje nije uvijek jednostavno. Postoje mnoge prepreke koje ugostiteljski objekti moraju savladati kako bi uspješno implementirale zdravu prehranu u svoje poslovanje. Jedna od najvećih prepreka je cijena. Zdrava hrana može biti skuplja od nezdrave hrane, što može povećati troškove, no dugoročno gledano, održivi hoteli i zelena gradnja koriste obnovljive izvore energije te održive i reciklirane materijale što pridonosi povećanju produktivnosti te zadovoljstvu osoblja i gosta. Još jedna prepreka je nedostatak svijesti i edukacije. Objekti koji nude zdravu hranu moraju prvenstveno educirati svoje zaposlenike o zdravoj prehrani i njenim prednostima. To može uključivati organiziranje seminara, webinaru ili drugih oblika edukacije. Osim toga, zdrav način života je usko povezan sa zdravom prehranom pa hoteli u svoje objekte mogu implementirati razno razne programe i aktivnosti kako bi dodatno privukli goste koji žele uživati blagodate zdravog života. Također, ugostitelji moraju biti svjesni da zdrava hrana neće biti privlačna svima. Mnogi ljudi i dalje vole brzu i nezdravu hranu, a neki ljudi mogu smatrati da je zdrava hrana neukusna. Prema tome, objekti koji žele uvesti zdravu hranu kao konkurentnu prednost svog poslovanja se moraju potruditi da ponude ukusne i raznolike opcije koje će privući različite tržišne segmente. Suradnja sa nutricionistima ili drugim stručnjacima za prehranu od velike je pomoći menadžerima kod prilagodbe svojih menua kako bi se prilagodili specifičnim potrebama tržišne potražnje.

Uspješni hoteli se razlikuju od onih manje uspješnih po usluzi koju pružaju svojim gostima. Kvaliteta je danas postala temeljnim čimbenikom za ostvarenje profitabilnosti i konkurentnosti, a jedna od najvažnijih je kvaliteta zaposlenika koja se odnosi na posebna znanja koja on ima. Također, standardi i certifikati ukazuju na stvaranje povjerenja prema hotelima pa tako i u Hrvatskoj postoje mnogi restorani i hoteli koji nose certifikate zdrave



prehrane a uključuju eko certifikat, gluten *free* standarde i *healthy meal* certifikat koji je detaljnije obrađen u ovom radu. Nadalje, u svijetu se javljaju i neki posebni koncepti hrane koje ugostitelji implementiraju u svoju ponudu kako bi bili u trendu i time privukli goste. Obzirom da se ti trendovi rapidno mjenjaju potrebno ih je pomno pratiti, provoditi ispitivanja tržišta, ankete i slično. Sigurnost hrane je jedan od najvećih izazova kod implementacije zdrave hrane u svoju ponudu. Ugostitelji se moraju suočiti s velikim brojem proizvoda na tržištu i teško je odabrati pravu hranu koja je zdrava i koja će biti prihvatljiva i po određenom standardu te od pouzdanih dobavljača. To može biti dug i težak proces, a nabavljači moraju biti sigurni da dobavljači imaju dobre procese kontrole kvalitete hrane. Izbor hrane ovisi o različitim čimbenicima, kao što su etnička pripadnost, vjerska uvjerenja, osobne preferencije i sklonosti. Stoga, tvrtke moraju pažljivo razmotriti sve te faktore kako bi opravdali svoj brend i privukli “zdrave” turiste.

## Bibliografija

- Berc-Radišić, Branka. *Promocija u hotelijerstvu*. Opatija : Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2005.
- Cimerfraj.hr, *Ekološki turizam u Hrvatskoj: 7 zelenih koraka prema eco-friendly smještaju*,  
<https://www.cimerfraj.hr/ideje/eko-turizam-hrvatska>
- Fitness.com, *Vodič kroz 4 osnovna pravila pravilne prehrane*, 2022.,  
<https://www.fitness.com.hr/prehrana/nutricionizam/Vodic-kroz-osnovne-principe-pravilne-prehrane.aspx>
- Floričić, Tamara. *Suvremeno hotelijerstvo: izazovi nove konkurentnosti*. Pula : Sveučilište "Jurja Dobrile", Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", 2022
- Galičić, Vlado. *Uvod u ugostiteljstvo*. Opatija : Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2012.
- Green Hotels Association, <https://greenhotels.com/index.php>
- Gržinić, Jasmina, i Vanja Bevanda. *Suvremeni trendovi u turizmu*. Pula : Sveučilište Jurja Dobrile : Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", 2014.
- Healthy Meal Standard, *Kako izgleda prosec HMS?*, <https://healthymealstandard.eu/certifikat/>
- Hotel jagerhorn, web izvor, [www.hotel-jagerhorn.hr/hr/](http://www.hotel-jagerhorn.hr/hr/), 04.12.2020
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021.  
<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=21351>>.
- Hrvatska gospodarska komora, web izvor, *Epidemija poticaj za razvoj tržišta zdrave prehrane*, 2020., <https://www.hgk.hr/press/epidemija-poticaj-za-razvoj-trzista-zdrave-prehrane>
- Hrvatski zavod za javno zdrastvo, web izvor, *Prekomjerno bacanje hrane- globalni problem*,  
<https://www.hzjz.hr/sluzba-zdravstvena-ekologija/prekomjerno-bacanje-hrane-globalni-problem/>
- Imperij.com, *Halal turizam u Hrvatskoj I gastronomska ponuda*, 2022., <https://imperij.com/agro-gastro-eko/halal-turizam-u-hrvatskoj-i-gastronomska-ponuda/>
- Krešić, Greta. *Trendovi u prehrani*. Opatija : Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2012.
- Narodne novine, *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl.27*, 2015. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015\\_08\\_85\\_1648.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html)
- National restaurant association, *Research & Media*, <https://restaurant.org/>
- Nutrivision, *Osnovni principi pravilne prehrane*, <https://thenutrivision.com/osnovni-principi-pravilne-prehrane/>
- Petrini, Carlo. *Dobro, čisto, pravedno: načela nove gastronomije*. [prevela s talijanskoga Anđelija

- Klarić Šlogar], Zagreb : Algoritam, 2013.
- Possector.hr, <https://possector.hr/>
- Priroda i društvo.hr, *Šta je ekološka hrana*, <https://prirodaidrustvo.hr/novosti/zdravlje/sta-je-ekoloska-hrana>
- Rabotić, Branislav. *Selektivni oblici turizma*. 2., prerađeno i dopunjeno izd. Beograd : Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013.
- Tportal.hr, *Upoznajte se s košerpravilima prehrane i izraelskom kuhinjom*, 2012., <https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/upoznajte-se-s-koser-pravilima-prehrane-i-izraelskom-kuhinjom-20120315>
- Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske, *Vjerski turizam: Tržište vrijedno više od 18 milijardi eura*, <https://www.upuhh.hr/novosti/item/52-vjerski-turizam-trziste-vrijedno-vise-od-18-milijardi-eura>
- Valamar-riviera, *Valamar Riviera prva u Hrvatskojuvela certifikat Healthy Meal Standard*, 2016., <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-riviera-prva-u-hrvatskojuvela-certifikat-healty-meal-standard/#image-27>
- Vitamini.hr, *Savjeti i preporuke za putovanaj kod posebnih stanja*, 2019., <https://vitamini.hr/hrana-i-zivot/fitness-i-ljepota/savjeti-i-preporuke-putovanja-kod-posebnih-stanja-14027/>
- Vranešić Bender, Darija. *Hrana pod povećalom*. Zagreb : Profil International, 2006.
- Zir.nsk.hr, *Ponuda zdrave prehrane kao konkurentska prednost u ugostiteljstvu*, Duvnjak, Ana, 2017. citirano od Symons;1983.
- Warbletoncouncil.org., *Značenje gastronomije*, Rhodes, Sara, 2021. <https://bs.warbletoncouncil.org/gastronomia-4008>
- Wikipedia, *Gastronomija*. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Gastronomija>
- World Tourism Organization, <https://www.unwto.org/>
- WWF Adria, *WWF pomaže hotelima da smanje količine otpade od hrane*, 2019., <https://www.wwfadria.org/hr/?350933/WWF-pomae-hotelima-da-smanje-koliine-otpada-od-hrane>

## **Popis ilustracija**

### **Tablice**

Tablica 1. Podjela ugostiteljstva	05
Tablica 2. Trendovi u načinu života suvremenih potrošača i promjene u njihovim potrebama	10

### **Slike**

Slika 1. Struktura hotelskog proizvoda	09
Slika 2. 21. mediteranski sajam	12
Slika 3. Park Plaza Arena- gluten free certifikat	13
Slika 4. 9 koraka prema svijetu s manje plastičnog otpada	17
Slika 5. Prekomjerno bacanje hrane	21
Slika 6. <i>Food waste Reduction Initiative</i>	22
Slika 7. Hotel Split	24
Slika 8. Hotel Valamar President Dubrovnik	25
Slika 9. Valamar Diamant Hotel & Residence Poreč	27