

# Neki aspekti ugostiteljstva u 21. stoljeću

---

**Mirković, Nikolina**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:570219>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-04**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Preddiplomski sveučilišni studij Kulture i turizma (jednopedmetni)

**Nikolina Mirković**

**Neki aspekti ugostiteljstva u 21. stoljeću**

**Završni rad**

Zadar, 2020.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Preddiplomski sveučilišni studij Kulture i turizma (jednopedmetni)

**Neki aspekti ugostiteljstva u 21. stoljeću**

Završni rad

Student/ica:

Nikolina Mirković

Mentor/ica:

Šime Knežević, prof.

Zadar, 2020.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Nikolina Mirković**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Neki aspekti ugostiteljstva u 21. stoljeću** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 29. listopada 2020.

## SADRŽAJ

<a href="#">1. UVOD</a>	5
<a href="#">2. SUVREMENI PRISTUP UGOSTITELJSTVU</a>	7
<a href="#">2.1. Definiranje ugostiteljstva</a>	7
<a href="#">2.2. Gastronomija u ugostiteljstvu</a>	9
<a href="#">2.3. Suvremeni trendovi u ugostiteljstvu</a>	12
<a href="#">2.4. Hrana kao motiv</a>	14
<a href="#">3. STANDARDIZACIJA USLUGE U UGOSTITELJSTVU</a>	16
<a href="#">3.1. Restoranske usluge</a>	16
<a href="#">3.2. Barska usluga</a>	18
<a href="#">3.3. Hotelijerstvo i standardizacija</a>	21
<a href="#">3.4. Standardizacija unutar poslovanja</a>	25
<a href="#">4. SUVREMENI TRENDVI GASTRONOMIJE U UGOSTITELJSTVU</a>	33
<a href="#">4.1. Uravnotežena prehrana</a>	33
<a href="#">4.2. Piramida prehrane</a>	34
<a href="#">4.3. Koncepti suvremene gastronomije</a>	35
<a href="#">4.3.1. Koncept " My Plate "</a>	35
<a href="#">5. ZAKLJUČAK</a>	37
<a href="#">SAŽETAK</a>	38
<a href="#">ABSTRACT</a>	39
<a href="#">LITERATURA</a>	40

## 1. UVOD

Danas uslijed velikog broja turističkih kretanja diljem svijeta došlo je do razvoja ugostiteljstva i ugostiteljske usluge. U današnjem svijetu poslovanja i funkcioniranja veliki značaj se daje na kvaliteti i standardizaciji usluga u ugostiteljstvu. Standardizacija označava zajednički okvir kojeg se drže razna poduzeća, ustanove i drugi.

U ovom radu definirat će se problematika vezana uz ugostiteljstvo, standardizaciju, normizaciju ugostiteljstva kroz turizam. Tvrtke na turističkom tržištu izložene su stalnim promjenama i jakoj konkurenciji.

Posljednjih godina turizam je postao gospodarska grana unutar države, sve je više razvoja selektivnih oblika turističkih proizvoda i usluga. Konkurencija se posebno povećala u pogledu kvalitete, omjera cijena i troškovi, kao i vrijeme utrošeno na stvaranje usluga. Da biste bili uspješni na takvom tržištu,

Od ugostiteljskih objekata se traži da pruže kvalitetnu uslugu i poboljšaju svoje poslovanje na taj način bi razlikovali svoje usluge od konkurencije. Kako bi se postigla visoka razina kvalitete usluge važno je imati kvalitetan kadar unutar organizacije, u ovom slučaju ugostiteljskih objekata.

Ugostiteljski objekt mora stalno pratiti suvremene trendove u poslovanju kao i implementirati suvremenu tehnologiju unutar svog ugostiteljskog objekta kako bi bila konkurentna ispred drugih ugostiteljskih objekata.

Danas je turizam jedan od najvažnijih gospodarskih grana za svaku državu. Povećavanjem broja turističkih destinacija i ponude dolazi do stvaranja i negativnih posljedica. Posljedice se javljaju kroz ugrožavanje okoliša, što je u posljednje vrijeme najbolji primjer negativnosti masovnog turizma u Veneciji gdje je došlo do smanjenja broja dnevnih gostiju zbog prevelike zagađenosti. Primjenom upravljanja kvalitetom u ugostiteljstvu dolazi do povišenja kvalitete samog funkcioniranja tog poslovnog subjekta.

Razvojem tehnologije, avionskih kompanija te drugih oblika prometnih sredstava, a prije svega globalizacije, dolazi do velikog porasta kretanja turista, te danas turizam vidimo u pravom svjetlu kakav on zaista i je. Kako je turizam sam po sebi povezan sa različitim gospodarskim granama, tako on sačinjava većinu prihoda jedne zemlje. Danas turist u svojim turističkim putovanjima traži sigurnost, želju za rekreacijom te dobro iskorišteno dokoličarsko vrijeme kako bi se

maknuo od stresnih situacija uzrokovanih u svakodnevnom životu. Tada možemo sumirati turizam u želju za odmorom, relaksacijom te bijegom od svakodnevne monotonije.

## 2. SUVREMENI PRISTUP UGOSTITELJSTVU

### 2.1. Definiranje ugostiteljstva

Ugostiteljstvo je usluga i složena gospodarska djelatnost usmjerena na zadovoljavanje socijalnih potreba u smještaju, hrani i piću. Ugostiteljstvo pripada tercijarnom sektoru gospodarstva i uslužna je djelatnost koja se svodi na posluživanje gosta te pružanje smještajnih usluga.

" Ugostiteljstvo je složena djelatnost jer uključuje poslove:<sup>1</sup>

- proizvodni karakter (priprema hrane i pića),
- uslužni karakter (posluživanje hrane i pića; usluge smještaja),
- trgovački karakter (prodaja trgovačke robe),
- organizacijski karakter (organizacija seminara, kongresa,
- rekreacijski i zdravstveni karakter "

" Podjela ugostiteljstva:<sup>2</sup>

1. prema uslugama koje se pružaju turističkim potrošačima: 1. hotelijerstvo 2. restoransko poslovanje,
2. prema vrsti potrošača: 1. općenito (namijenjeno svim građanima) 2. turističko (za turiste),
3. prema vremenu pružanja turističkih usluga: 1. trajno ugostiteljstvo 2. sezonsko ugostiteljstvo (npr. samo u razdoblju od 1. travnja do 31. listopada).
4. prema mjestu pružanja ugostiteljskih usluga: 1. stacionarno ugostiteljstvo 2. mobilno ugostiteljstvo
5. prema vlasništvu nad proizvodnim sredstvima,
6. prema duljini boravka gostiju: 1. pansion (duži boravak gosta) 2. privremeni ugostiteljstvo (gosti koji kratko borave) "

---

<sup>1</sup> LASHLEY, C., LYNCH, P., ALISON J. MORRISON.: **Hospitality: a social lens, Advances in Tourism Research**, University of Stirling, p. 34

<sup>2</sup> LASHLEY, C., LYNCH, P., ALISON J. MORRISON.: Op.cit., p.35



Ljudska komponenta, kao jedna od sastavnih komponenta ugostiteljstva, je jedna od najvažnijih komponenti ugostiteljstva uzevši u obzir da je osnovni pokretač izvršitelj i kreator upravo čovjek. Što se tiče materijalne komponente ona uključuje sredstva i predmete potrebne za rad te namirnice.

Aspekti koji se odnose na mjesto samog ugostiteljskog objekta te njegovo okruženje tiče se prostorne komponente ugostiteljstva. Sve što se nalazi unutar objekta može funkcionirati besprijekorno, no uništena te onečišćena priroda oko samog objekta dakako će poremetiti ukupni dojam koji će na žalost gosti zapamtiti. Zbog te situacije svaki ugostiteljski radnik bi trebao voditi brigu o čistoći i urednosti, kako unutar, tako i van objekta.

Na gospodarstvo odlazi oko 65% turističke potrošnje koja se odnosi na smještaj, hranu te ostale usluge, zato se ugostiteljstvo smatra najvažnijom ekonomskom komponentom turizma.

" Osnovne karakteristike ugostiteljstva:

- Fokus svake ugostiteljske poslovne jedinice mora biti 1) ugostiteljsko osoblje (zbog radno intenzivne prirode ugostiteljstva), 2) ugostiteljski potrošači (o čijem zadovoljstvu ovisi uspjeh ugostiteljskog objekta) 3) tehnološka podrška (primjena tehničko-tehnoloških sredstava i suvremenih informacijskih tehnologija),
- Izvođenje ugostiteljskih usluga uvjetovano je prisutnošću korisnika - ugostiteljskog potrošača,
- Ugostiteljski proizvodi moraju se upotrijebiti odmah nakon proizvodnje, jer u protivnom postaju neupotrebljivi jer ne postoji mogućnost njihovog skladištenja,
- Usluga ugostiteljskog smještaja događa se u nematerijalnom obliku - ne može se preprodati, pokazati, prevesti,
- Ponuda ugostiteljskih usluga je neelastična, uvjetovana postojećim ugostiteljskim mogućnostima (prostornim, materijalnim, kadrovskim, ...), ali je zato potražnja za ugostiteljskim uslugama neograničena, raznolika i elastična,
- Misija ugostiteljstva nije samo ponuditi smještaj, hranu i piće u svojim objektima u određenoj količini i kvaliteti, već i pružiti gostoljubivost. Rezultat svakog posla trebao bi biti zadovoljstvo ne samo materijalnim, već i psihološkim potrebama ugostiteljskih potrošača. Potrebno je spriječiti greške koje se javljaju u modernim hotelima, posebno osjećaj otuđenosti i nedostatka kontakta s gostom. "<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> LASHLEY, C., LYNCH, P., ALISON J. MORRISON.: Op.cit., p.37

Nematerijalna aktivnost koja rezultira aktivnostima što jedna strana pruža drugoj je usluga. Iako usluga, kao i proizvod, drugoj strani nudi ponude za koje je zainteresirana, ipak usluga ima drugačije karakteristike od proizvoda. Dakako najvažnija karakteristika usluge je heterogenost jer se odnosi na ljudski faktor. " Heterogenost usluge odnosi se na sudjelovanje velikog broja neovisnih entiteta u stvaranju određene usluge. Varijabilnost usluga proizlazi iz kolebanja potražnje ovisno o sezoni, danima i razdobljima tijekom dana. Nemogućnost skladištenja usluga posljedica je procesa istodobnog stvaranja i potrošnje usluga, nematerijalnosti usluga i potrebe prisutnosti potrošača na mjestu stvaranja usluga. " <sup>4</sup>

Nadalje, ostale karakteristike usluge su prolaznost, neusklađivost, neopipljivost te odsustvo vlasništva.

Vrijednost bilo kakve usluge uvjetovana je količinom te kvalitetom posla potrebnog za njezinu realizaciju. Kvaliteta ugostiteljske usluge čini njezinu vrijednost većom ili manjom.

## **2.2. Gastronomija u ugostiteljstvu**

Posljednjih nekoliko desetljeća suvremeni turizam obuhvatio je veliki spektar kada se govori o ponudi i potražnji s ciljem ostvarivanja dobrih ekonomskih učinaka te naravno zadovoljavanja svih potreba turista.

Kako je u ugostiteljstvu i općenito u turizmu najpozitivnija stvar zadovoljan turist, tako su se razvili neki selektivni oblici turizma kao što su urbani, ruralni, zdravstveni te eno gastronomski koji predstavlja poseban oblik kulturnog turizma.

" Podjela eno gastronomije na dva segmenta, hranu i vino, uvjetovala je razvoj dviju specifičnih podvrsta turizma:

- turizam hrane, odnosno gurmanski ili kulinarski turizam i
- vinski turizam. " <sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> WOBBER K.W. **Benchmarking in Tourism and Hospitality Industries**, The Selection of Benchmarking Partners, Cabi publishing, p.55

<sup>5</sup> GEIĆ, S. **Menadžement selektivnih oblika turizma**, Sveučilište u Splitu, Stručni studij Split, Split, p. 101

Bogatstvo gastronomskih različitosti Republike Hrvatske čine brojne " ...zemljopisne i klimatske osobitosti, kulturološko nasljeđe, specifičnosti korijenski različitih tradicija, običaja i navika, raznovrsna obilježja ruralnih i urbanih sredina te mnogi drugi elementi. "<sup>6</sup>

Pojam gastronomija dolazi od grčke riječi gastri - želudac i nomos - znanje ili zakon, a uzima u obzir sve što se odnosi na kulinarsku struku, poznavanje različitih jela i načina njihove pripreme, odnosno prema drugom značenju gastronomija se definira kao kult birane hrane i kulinarskog umijeća. U današnje vrijeme riječ gastronomija ne odnosi se samo na pripremu različitih vrsta jela. Riječ je o jednoj vrsti znanosti o prehrani koja se dotiče u jednu ruku umjetnosti, tradicije i korištenja domaćih resursa u samoj pripremi jela.

Polazeći od navedenog, gastronomski turizam je izlet u kojem je dakako najdominantniji motiv sama kultura pripremljene hrane i pića. Osim prezentacijskog i konzumacijskog procesa bitan je i "...sam proces pripreme jela, vina ili ulja u kojemu gosti često žele i osobno aktivno sudjelovati, od nabave namirnica kod lokalnih dobavljača pa do pripreme jela pod paskom vrhunskih majstora".<sup>7</sup>

Gastronomska kultura destinacije ima vrlo važno mjesto u stvaranju turističke ponude. Gastronomski turizam definira se kao putovanje sa izraženom željom za isprobavanjem hrane tipične za posjećene lokacije. Gastronomski turizam doživljajno je putovanje kroz gastronomske regije za rekreaciju i zabavu, a sastoji se od posjeta festivalima i sajmovima, tržnicama, kuharskim predstavama, demonstracijama i degustacijama, jednom riječju, svim turističkim događanjima vezanim uz hranu. Ova vrsta turizma putovanje je tijekom kojeg se posjetitelj upoznaje s karakterističnim načinom života odredišta, upoznajući gastronomske karakteristike određenog okruženja.

Posljednjih godina mnoga su istraživanja istraživala povezanost gastronomije i turizma. Okus je vrlo specifična odrednica na koju je najteže utjecati jer pripada subjektivnoj dimenziji. Specifični gastronomski okus može se definirati kao užitak zbog konzumacije određene hrane, dok gastronomske sklonosti znače odabir jedne od ponuđenih alternativa. Gastronomska baština sastavni je dio kulturne turističke destinacije i može se smatrati specifičnim turističkim proizvodom.

---

<sup>6</sup> WOBER K.W.: Op.cit., p. 57

<sup>7</sup> PETRIĆ, L.: **Upravljanje turističkom destinacijom**, Sveučilište u Splitu, Split, p. 77

Eno gastronomski turizam može se definirati kao "...specifični oblik turizma koji uključuje putovanje i boravak privremenih posjetitelja motiviranih elementima ponude gastronomskih specijaliteta i vina nekog turistički receptivnog područja." <sup>8</sup>

Nadalje, navodi se kako je "...eno gastronomski turizam najčešće dio dodatne ponude u turizmu, a obuhvaća:

- gastro ture,
- gastro vodiče,
- gastro manifestacije,
- škole kuhanja." <sup>9</sup>

Pojmovi eno gastronomije i turizma isprepliću se i uvjetuju, pa na sami razvoj eno gastronomije utječe najviše sami razvoj turizma. Povezanost tih dviju disciplina dala je utjecaj i na revalorizaciju eno i gastro kulture i njezino prilagođavanje suvremenim uvjetima i potrebama. <sup>10</sup>

Bogata nacionalna kuhinja pruža priliku za širenje kvalitete ponude, stvaranje hedonističkog ambijenta za turiste, što otvara prostor za stvaranje dugoročno održive turističke ponude određenog prostora.

Ljudi konzumiraju hranu koju vole, što znači da je okus vrlo važan u odabiru hrane. Međutim, ukus je samo jedan segment profiliranja turističke potražnje i potrošnje hrane. Dostupnost hrane, percepcija zdravstvene koristi konzumiranja određene hrane, korisnost i cijena su čimbenici koji dodatno utječu na prehrambene sklonosti. Kada govorimo o izboru određene hrane onda se to odnosi na svjesne i ne svjesne odluke koje kupac donosi u vrijeme konzumacije i kupovine hrane.

Kuharstvo u Republici Hrvatskoj je dugo bilo zanemareno, no s vremenom je postalo cijenjeno i traženo zanimanje kojem se posvećuje sve veći broj mladih perspektivnih osoba koje kuharstvo povezuje ne samo sa gastronomijom i hotelijerstvom nego i sa maslinarstvom, voćarstvom, vinogradarstvom, te su samim time svjesni kako je kuharstvo zanimanje za kojim je potražnja, za sada, u stalnom usponu. <sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> ŽUTELIJA, Ž.: **Zemlja gastronomskih različitosti. Hrvatska eno - gastronomija.**, 2012.,10-12.

<sup>9</sup> PETRIĆ, L.: Op.cit., p. 78

<sup>10</sup> Ibid

<sup>11</sup> Ibid.

Sve većim razvojem ruralnog turizma eno gastronomski pod oblik turizma koji se temelji na gastronomskoj i vinskoj ponudi turistima postaje sve interesantniji i privlačniji. Za ovaj pod oblik turizma bitno je imati raznovrsnu i nenametljivu ponudu, unutar koje trebaju biti vidljive posebnosti i raznovrsnosti poput regionalnih, nacionalnih i tradicionalnih jela.

Te posebnosti trebaju biti temeljene na segmentima specifičnih potrošača, primjerice vegetarijanaca, ljubitelja organske hrane, lovcima, ribolovcima i drugima. Karakterističnost ovog pod oblika turizma tiče se ponude gastro putovanja sa određenom tematikom npr. Kolinje, plemenitaška hrana, seljačka kuhinja.

Gastronomski turizam podrazumijeva posjet destinaciji čiji je primarni motiv zanimanje za autohtonu nacionalnu ili regionalnu gastronomiju i obuhvaća konzumaciju hrane i pića, stjecanje znanja o pripremi hrane te također i pohađanje različitih kulinarskih tečajeva.

Iako su svi putnici u prošlosti morali u mjestima gdje su boravili konzumirati hranu, gastronomski turizam je ipak noviji fenomen. Kombinacija hrane, vina i putovanja popularna je od početka 19. stoljeća. Takav tip putovanja u to vrijeme bio je omogućen samo višoj klasi ljudi radi prevelikih troškova.

### **2.3.Suvremeni trendovi u ugostiteljstvu**

Turizam kao pojava podložan je stalnim promjenama te se pojavljuje u različitim oblicima. Posljednjih godina pojam selektivnog turizma postao je neizostavan. Prateći trendove uočava se važnost primjene novih oblika ponude u ugostiteljstvu, a pogotovo u gastronomiji. Razvoj gastronomskog turizma povećalo je priljev turista u određene turističke destinacije. Tehnološkim napretkom i gospodarskim razvojem dolazi do promjena kada se govori o željama, potrebama i navikama ljudi.

U korak sa društvenim promjenama, turizam je prošao brojne promjene u vremenu i prostoru. Dakako razlog promjenama u turizmu je modernizacija društva što obuhvaća pojmove poput urbanizacije, tehničkog napretka, industrijalizacije, diferencijacije te internacionalizacije koji su u trenutnom usponu.<sup>12</sup>

Gledajući kroz vrijeme, ugostiteljstvo je podložno stalnim promjenama, te je potrebno ići u korak sa istima. Posljednjih godina starija populacija ljudi te umirovljenici putuju puno više

---

<sup>12</sup> GRŽINIĆ, J., BEVANDA, V., : **Suvremeni trendovi u turizmu**, Sveučilište Jurja Dobrile, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Rijeka, 2014., p. 6

nego su prije putovali, to su takozvani turisti koji su u "zlatnom dobu" te svoju ušteđevinu stečenu konstantnim radom kroz život koriste u turističke svrhe za zadovoljavanje svojih potreba za novim iskustvima, dokolicom te kulturnim uzdizanjem.<sup>13</sup>

Usljed povećane industrijalizacije i tehnološkog napretka dolazi do lakše cirkulacije turista od domicila do određene turističke destinacije. Povodom toga sve više se razvijaju turističke agencije koje nude širok spektar paketa i aranžmana po prihvatljivoj cijeni koji uključuju sve što je jednom turistu potrebnom od prijevoza do smještaja u ugostiteljskom objektu tako da se klijent, u ovom slučaju turist, ne mora brinuti oko organizacije svog odmora.

Razvojem digitalizacije informacije postaju dostupnije svima te je to uvelike utjecalo na postojeće turističke destinacije koje su sada dobile velik broj konkurentskih turističkih odredišta. Međutim turizam u ekonomskom smislu postaje sve globalniji, samim time društveno okruženje turističkih subjekata postaje nesigurnije, te to dovodi do pitanja hoće li se zadržati pozitivan smjer u kretanju kada govorimo o turističkim trendovima.<sup>14</sup>

Kada govorimo o negativnim utjecajima koji utječu na turizam to je prvenstveno svjetska kriza. U 2020. godini svijet je pogodio COVID-19 virus koji je utjecao na cjelokupno gospodarstvo svijeta, a ponajviše na turizam. Došlo je do velikog pada u potražnji i potrošnji zbog utjecaja velike sile, no jedno od glavnih obilježja turizma je da se brzo oporavlja od krize. Utjecaj krize doveo je do promjene u sklonostima potrošača te se mijenjaju preferencije kod odabira proizvoda. " Sve veća mobilnost turističke potražnje utječe i na sve veće podudaranje u sklonostima turističkih potrošača, na stvaranje globalnog stila življenja, sličnih preferencija kod odabira turističkog proizvoda, što sve vodi trendu rastuće standardizacije i homogenizacije turističkog tržišta. " <sup>15</sup>

Veliki utjecaj na pad turističke potrošnje u 2020. godini imale su zrakoplovne kompanije koje su povodom novonastale situacije morale privremeno prekinuti svoje usluge. Danas se turisti služe zrakoplovima kako bi što prije došli do svojih ciljnih odredišta. Turisti niže platežne moći koriste se nisko tarifnim letovima po prihvatljivim cijenama, te tako nastavljaju i put u određenoj destinaciji odsjedajući u hostelima po dosta niskim cijenama.

---

<sup>13</sup> GRŽINIĆ, J., BEVANDA, V., : Op.cit., p. 8

<sup>14</sup> ČAVLEK, N.: **Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav**, Školska knjiga, Zagreb, 2011., p. 98

<sup>15</sup> ČAVLEK, N.: Op.cit., p. 99

## 2.4.Hrana kao motiv

Hrana je jedan od bitnijih elemenata cjelokupnog ugostiteljskog iskustva, ipak do nedavno pojam hrane bio je samo jedna od sastavnica turističke ponude, a tek prije nekoliko godina hrani se počinje pridavati veća pažnja. Potreba je osnovni zahtjev i mora biti ispunjen u svrhu nastavka života, samim time hrana spada pod najbitniju potrebu i predstavlja područje koje vrijedi istražiti.

Kada govorimo o aktivnostima koje turist bez pogovora prihvaća kao što su sportska rekreacija, razgledavanja i slično, dolazimo do saznanja da kada dolazi do konzumacije neke nove, nepoznate hrane u turističkoj destinaciji, dolazi do velike doze skeptičnosti. Čak u situacijama kada se jelo priprema već poznatim namirnicama, a turist se nalazi u izvan domicilnom miljeu, dolazi do oklijevanja prvenstveno jer je turist promijenio svoj poznati i "sigurni" ambijent sa nekim novim, stranim ambijentom. Svako putovanje u nepoznato, kod turista izaziva visok stupanj opreznosti zbog novih i drugačijih standarda oko pripreme namirnica, higijene i kvalitete.

U današnje vrijeme kada je gastronomija uvelike napredovala, hrana predstavlja određeni stil života, nečiji identitet, a razlike u ukusima i svježini hrane govori nam kako svaka osoba ima različite predodžbe o tome što je ukusno, što nije. Da bi se čovjek osjećao ugodno i lagodno na svom putovanju, rutinu konzumacije hrane često prenosi sa sobom radi osjećaja kućne praktičnosti.

Svako odstupanje od dnevne rutine kod čovjeka stvara određenu dozu nelagode. Kako u svakodnevnom životu, tako i u turizmu dolazi do odstupanja od rutine, tako zvana "rotacija rutine", kada turist na primjer odstupa od svakodnevne navike konzumirajući različitu hranu koja ima neki od "osnovnih sastojaka" hrane koju konzumira u svakodnevnom životu.<sup>16</sup>

Glavni motiv svakog turista je želja za upoznavanjem nečega novog, drugačijeg. Tako je i kod isprobavanja hrane, čovjek izlazi iz svoje rutine te istraživa nove okuse hrane i pića koja do tada nije probao. No gledajući širu sliku, isprobavanje nepoznate hrane može imati negativne posljedice: nezadovoljstvo sa isprobanim, nenadane alergijske reakcije. Dakako nakon takvih situacija turist zasigurno neće imati lijepu uspomenu.

---

<sup>16</sup> LONG, L.: *Culinary Tourism*, University of Kentucky Press: Lexington, 2003., p.. 44

Mnogim istraživanjima došlo je do rezultata da se najveći turistički doživljaj događa preko gastronomskog turizma. Tu hrana predstavlja glavni motiv, ili "push faktor", koji je zaslužan za stvaranje valjanog i dobrog turističkog iskustva.<sup>17</sup>

Poboljšanje gastronomskog turizma vrlo je obećavajuće, radi utjecaja na razvitak ruralnih područja. Proces jedenja zdrave i neiskvarene hrane promovira održivu i organsku prerađivačku proizvodnju što tradiciji daje značaj u smislu da što su zdraviji proizvodi, potražnija i cijene za istim su veće.

Nacionalna kuhinja odraz je načina života, povijesne baštine i tradicije zemlje. Način pripreme, sastojci, posluživanje i jedenje hrane uvjetovano je klimatskim, etnografskim i antropološkim karakteristikama zemlje.

Gastronomski turizam može se integrirati s drugim segmentima turističke ponude. To je suvremeni turizam, točnije novi oblik turističkog proizvoda koji je promoviran putem turoperatora ili marketinških agencija s glavnim ciljem promoviranja određene destinacije. Pored geografskih i kulturnih varijabli gastronomskog turizma, varijable poput socijalnog statusa i demografskih karakteristika također određuju imidž turista.

---

<sup>17</sup> Long, L.: Op.cit, p.45



### 3. STANDARDIZACIJA USLUGE U UGOSTITELJSTVU

#### 3.1. Restoranske usluge

Priprema i pružanje ovih usluga uključuje planiranje potreba za hranom i pićima, njihovu nabavu i skladištenje, preradu hrane, pripremu hrane, slatkiša, pića i pića, ugostiteljstvo i naplatu računa. Pružanje ovih usluga obično se obavlja u okviru jednog pogona, a postupak proizvodnje traje relativno kratko - obično u istom danu. Složenost ovakvog zanata dovodi do formiranja posebnih sektora zaduženih za hranu i piće koji se posebice formiraju na mjestima gdje je velika cirkulacija ljudi, na primjer veliki all inclusive hoteli.

Sektor hrane i pića složen je odjel ponajprije zbog raznovrsnosti ponude koja nudi i brojne dodatne usluge kao što su dvadeset četverosatna posluga u sobi, organizacija banketa i druge mogućnosti pripreme hrane i pića. Tu su pripreme ugostiteljskih usluga izvan hotela, ručak - paketi, automatsko piće, kao i barovi u hotelskim salonima, hodnicima i predvorjima.<sup>18</sup>

Postoji nekoliko vrsta restorana poput:

- KLASIČNI RESTORAN je obično dio hotela, ali može biti i neovisno od hotela. Namijenjen je visokim i velikim skupinama ljudi koji traže prvu klasu usluge.
- SPECIJALIZIRANI RESTORAN spada u skupinu restorana koji su specijalizirani za proizvodnju i uslugu određenih vrsta hrane,
- RESTORAN EXPRESS je restoran brze hrane u unaprijed pripremljena hrana, standardne kvalitete.
- CAFFE-RESTORAN je posebna je vrsta ugostiteljske trgovine koju treba pružiti usluga hrane i pića, koja kombinira restoran i kafić.<sup>19</sup>

Direktor hrane i pića u uglednom hotelu mora biti spreman za razne zadatke svakog dana. U određenom smislu, ovaj položaj zahtijeva dvije različite osobe da neprestano poboljšavaju operaciju. Jedan je vođa ili vizionar strategije koji gleda u budućnost operacije (ovo može trajati samo mjesec ili tri mjeseca, ili može trajati i cijelu godinu). Drugi je menadžer koji se stalno

---

<sup>18</sup> BOELLA, J.M.: **Human Resource Management in the Hospitality Industry**, An Introductory Guide, EIGHTH EDITION, University of Brighton, 2005., p. 29

<sup>19</sup> AVELIN HOLJEVAC, I.: **Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji**, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički menadžment, Opatija, 2002., p. 78

kreće kroz organizaciju i osigurava da svi događaji idu po planu te da usluga nadilazi očekivanja gostiju.

Kod pružanja hotelskih usluga koje se tiču hrane i pića treba se osvrnuti na:

1. Problem planiranja. Planiranje se dakako počinje od pregledavanja jelovnika u kojemu se nalaze sve želje i preferencije gosta. Jelovnik, kao ogledalo svakog objekta koji uključuje pripremu hrane i pića, utječe na broj zaposlenih osoba koje su potrebne da bi se hrana iz jelovnika pripremila te uređenje interijera i eksterijera samog ugostiteljskog objekta.
2. Financijski problem. Financijski problemi su jako važni bez obzira dali se u godini poslovanja očekuje financijska dobit ili minimiziranje određenih troškova. Bez obzira na ishod potrebno je izraditi proračune radi procjene očekivanog prihoda i troškova.
3. Brigu o korisniku. Kada gost iz ugostiteljskog objekta ode s pozitivnom recenzijom velika je mogućnost njegova povratka. Stoga svaka briga o gostu se isplati, jer su stalni gosti najvažniji za sveukupni financijski uspjeh.<sup>20</sup>

Restoran je ugostiteljski lokal u kojoj se pripremaju i poslužuju topla jela i hladna jela, topla i hladna bezalkoholna pića i pića. nalazi se u restoranu najveći izbor svih jela. Na njemu se pripremaju jela od raznih sastojaka različiti načini. Restoran priprema jela i služi za glavno obroci-ručak i večera.

---

<sup>20</sup> AVELIN HOLJEVAC, I.: Op.cit, p.79.

### 3.2. Barska usluga

Bar se kao ugostiteljski objekt ponajprije podrazumijeva kao objekt koji pruža usluge točenja pića i razonode dok se ponegdje također vrše i usluge prehrane. Oznaka pod nazivom "bar" dolazi po mnogima od Francuske riječi „barriere“ ,što bi u prevedenom smislu značilo „pregrada, ograda, brana, granica“.<sup>21</sup>

Bar se kao specifični ugostiteljski objekt prvi put pojavio u Sjevernoj Americi. U Europi se najprije pojavio u Velikoj Britaniji, a nakon nje i u drugim zemljama. U vrijeme kada su Europljani naseljavali Sjevernu Ameriku počele su se širiti i otvarati taverne (vrste ugostiteljskih objekta). Taverne su po svojoj namjeni najbližnje ugostiteljskim objektima.<sup>22</sup>

Povijest barova datira još iz doba stare Grčke i Rimskog carstva gdje su se ljudi okupljali i družili te je stariji naziv za bar glasio takozvana „taverna“. Možemo pratiti tradicionalne koncepte barova sve od antičke Grčke i Rima. Po svim gradovima i selu, konobe i taverne su posluživale alkoholna pića s hranom za putnike. Kako se vrijeme mijenjalo i sve se više ljudi počelo okupljati unutar istih, ovaj povijesni tradicionalni oblik ugostiteljstva počeo je širiti svoje poslovanje i usluge raznim igrama i drugim oblicima zabave.

Nakon 1800-ih, svrha i postojanje taverna postaje nezaobilazna zbog istovremenih pojavljivanja mnoštva sličnih objekata na svakom uglu koje danas nazivamo hotelima. Profitabilnost ove gospodarske grane doživjela je nagli pad zbog prezasićenosti te kako bi povećali ili nastojali zadržati profit, vlasnici taverni i konoba su počeli nuditi ilegalne aktivnosti.<sup>23</sup>

U početku su se počeli sastajati vojnici, ljudi sumnjivih radnji, kopači zlata i kockari. Takvi barovi nisu bili posebnog izgleda već su samo imali pregradu koja je predstavljala ograničeni prostor između gostiju i barmena. Pregrada je u tim vremenima imala funkciju zaštite radnika, odnosno da na neki način odvoji gosta od radnika koji ga je posluživao. Izgled barijere u prošlosti ličio je rukohvatu jer gost tada nije imao mogućnost odložiti svoje piće na pult nego je čašu držao u ruci, također gost je svoje piće ispijao stojeći zbog nedostatka barskih sjedalica. Barmeni su posluživali goste raznim vrstama pića koji su se s godinama sve više poboljšavali i postajali raznolikiji. Kako se asortiman alkoholnih i bezalkoholnih pića povećavao, povećava se i unaprjeđuje oprema barova te sitan inventar. Osoblje u baru je stručnije, specifičnije, za

---

<sup>21</sup> BOELLA, J.M.: Op.cit., p. 33

<sup>22</sup> MAROŠEVIĆ, I.: **Poslovanje barova**, A.G. Matoš d.d., Samobor, 1996., p. 45

<sup>23</sup> MAROŠEVIĆ, I.: Op.cit., p. 46

stolovima goste uslužuju konobari dok za barskim pultom barmeni. Nekada su barmeni na zahtjev gostiju miješali pića i pripremali koktele, a kasnije su sami počeli preporučivati gostima određene mješavine pića. Barovi se kroz vrijeme počinju prilagođavati i nadopunjavati novim idejama za piće, novim inventarom, kako bi gostima pružili maksimalnu uslugu. Danas ne postoji naselje ili grad koji lokacijski i geografski ne sadrži bar jer postaje obavezno mjesto sastajališta prolaznika, poslovnih ljudi te druženja istih ili je služio za zadovoljenje potreba domaćeg stanovništva. Bar kao samostalna poslovna jedinica treba poslovati tehnološki i organizacijski autonomno što podrazumijeva adekvatnu oprema kojom će se gosti i osoblje koristiti te osoblje koje će obavljati radne procese potrebne za redovito poslovanje bara.

Postoje radni procesi koji se obavljaju unutar bara i koji se moraju podijeliti. Što je veći bar, veći je i broj radnika te se samim time poslovi unutar objekta dijele. Dobrom organizacijom s kompetentnom radnom snagom bar će poslovati ekonomično i rentabilno. Pod kompetentnom radnom snagom mislimo na osoblje koje će uspješno obavljati radne procese koje će im biti dodijeljene, uz to kulturno i obrazovano.<sup>24</sup>

Kada govorimo o odabiru pravog radnika za bar, tada se traže osobe koje: samostalno obavljaju radne procese bez dodavanja napora ostalih kolega, lako komuniciraju s gostima. Razumijevanje gosta posjeduju dobre ljudske kvalitete kao što su odanost, moralnost, spretnost te strpljivost. Prvi jezik kojim se služe mora biti onaj koji se koristi u zemlji u kojoj bar posluje, a onda engleski jezik. Engleski jezik mnogi smatraju stručnim jezikom ove gospodarske grane zbog svoje specifičnosti i rasprostranjenosti govora.

Organizacija rada u baru ovisi o više čimbenika a to su:

1. Vrsta bara (aperitiv, plesni, kabaret itd.),
2. Veličina (kapacitet) i kategorija bara,
3. Tehnologija pripremanja i posluživanja usluga,
4. Broj i zahtjevnost (platežna mogućnost) gostiju koji posjećuju bar,
5. Vrsta, kvaliteta i količina traženih usluga,
6. Cjelogodišnje ili sezonsko poslovanje,
7. Broj zaposlenika i njihova stručnost, učinkovitost u radu.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> MAROŠEVIĆ, I.: Op.cit., p. 49

<sup>25</sup> BOELLA, J.M.: Op.cit., p.37

Hotelski bar nastaje kao potreba za mjestom u kojem bi gosti mogli boraviti, unutar manjih hotela unazad dva stoljeća. Potrebe gostiju su se uvećavale stoga se i bar kao ugostiteljski objekt morao širiti kao na primjer aperitiv-bar, Juice-bar, milk-bar i slično. Izbor i vrsta usluga prilagođena je mjestu gdje se nalazi te je uobičajeno da nudi izvrsne aperitive, digestive, vina i slično.

Ova vrsta bara raspolaže s udobnim foteljama i stolovima s kapacitetom primanja 30-40 (u manjim hotelima služi kao mjesto gdje se popodne može popiti kava dok uvečer bar služi kao mjesto zabave i opuštanja uz pića uz glazbu).

Barmen je prva osoba koja može odgovoriti na pitanje svakog gosta, konobara ili menadžera kada je u pitanju struka. Njegova kvaliteta rada unutar barskog točionika kao i komunikacija s gostom te ostali popratni administrativni i higijenski poslovi ovise o poslovanju bara. Njegove glavne osobine koje ovo zvanje traži i zahtjeva su: kultura, dobro poznavanje stranih jezika, ljepota u izražavanju (iskren smiješak kao jedna od najvidljivijih facijalnih iskaza u ugostiteljstvu), pažljivost, dobar smisao za humor, povjerljivost, umjerenost, poštenje te želja za učenjem novih trendova.<sup>26</sup>

Posao barmena također se sastoji od redovitih praćenja trendova i kreacija u svrhu zadovoljstva gosta. Na umu treba imati da gosti koji posjećuju njegovo radno mjesto često su drugačijih običaja i stavova iz raznih zemalja Svijeta, stoga je nužno i opće znanje koje će barmenu, odnosno mješaču pića olakšati rad i komunikaciju. Zbog dobre komunikacije, svaki barmen mora znati barem jedan strani jezik, jer gost nekada sam sjedne za šank u želji za interakcijom sa barmenom koji mora biti dostupan za gosta u tom trenutku, odgovoriti mu na pitanja te mu nikako upadati u riječ.

Unatoč tome da se barmen bavi miksologijom te barske mješavine kreira samostalno ili u timu, njegovi razvijeni receptori za okus i ukus moraju ga voditi k tome da piće koje nastaje treba biti izvrsno balansirano, stoga njegove loše navike poput pušenja ili preveliko uživanje u alkoholu treba postati prošlost.

---

<sup>26</sup> MAROŠEVIĆ, I.: Op.cit., p. 56

### 3.3. Hotelijerstvo i standardizacija

U ovom dijelu rada definirat će se pojam i vrste standarda. Nadalje definirat će se krovna organizacija koja se brine o standardizaciji na razini svijeta.

" Međunarodna organizacija za normizaciju (engleski International Organization for Standardization; kratica ISO) je međunarodno tijelo za donošenje norma koje je sastavljeno od predstavnika raznih nacionalnih normizacijskih tijela." <sup>27</sup>

Uloga organizacije je konstantno praćenje promjene trendova i poslovanja te implementiranje tih promjena u sustav poslovanja, te tako poboljšava standarde i sustave.

" Vrste sustava:

- sustava upravljanja kvalitetom (ISO 9001),
- sustava upravljanja okolišem (ISO 14001),
- sustava upravljanja informacijskom sigurnosti (ISO 27001),
- sustava upravljanja suzbijanjem podmićivanja (ISO 37001),
- sustav upravljanja zdravljem i zaštitom na radu (ISO 45001) i
- sustav upravljanja energijom (ISO 50001)." <sup>28</sup>

Riječ standard u modernom smislu riječi postala je "mjera ili kvaliteta koju je uspostavilo neko tijelo ili autoritet, kroz običaje ili koje je prihvatila većina".<sup>29</sup>

" U industriji, standardizacijom se postiže:

- ujednačenost dimenzija i kvalitete tehničke robe
- zamjenjivost dijelova
- izbjegavanje opetovanog konstruiranja elemenata i poluproizvoda koji su jednom već konstruktivno riješeni (ušteta intelektualnog angažmana skupe radne snage)
- jednoznačnost tehničkih detalja pri ugovaranju isporuka i kooperantskih aranžmani dr."<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> BRITVIĆ, J.: **Moderni sustavi upravljanja u organizacijama**, Praktični menadžment, Vol. II, br. 2, 2011., p.14.

<sup>28</sup> BRITVIĆ, J.: Op.cit., p.15

<sup>29</sup> LAZIBAT, T.: **Upravljanje kvalitetom**, Znanstvena knjiga, Zagreb, 2008., p.17.

<sup>30</sup> LAZIBAT, T.: Op.cit., p.18

Standardizacija je važan pojam koji kao što je navedeno definira ujednačenost kriterija na globalnoj razini kako bi se olakšali procesi te definirala pravila zajedničke „igre“. Standardizacijom se također postiže bolja kvaliteta usluga, proizvoda i procesa u svakodnevnom poslovanju, jer su oni ujednačeni prema zadanim kriterijima.

Kada se govori o međunarodnim odnosima i transferima onda se ugovorom definiraju standardi koji će se primijeniti u tom procesu. Kada dolazi do robne razmjene između dvije države usklađuju se standardi, odnosno vrši se nostrifikacija u zemlji koja prihvaća tu robu. Nostrifikacija je standardna procedura u svim državama, a ona laički rečeno označava „prijevod“ i usklađivanje nečeg određenog prema domaćim propisima.

U pravilu, standard označava stručnu regulativu koja definira dimenziju, materijale, kvalitetu i svojstva proizvoda. U Hrvatskoj, o standardizaciji brine Hrvatski Zavod za Normizaciju (HZN) čija je uloga uvođenje nacionalnog sustava normi koje se uvelike određuju temeljem međunarodnog sustava normi propisanog od strane ISO ( " International Organization for Standardization " ).<sup>31</sup>

Normizacija je "...djelatnost uspostavljanja odredaba za opću i višekratnu uporabu koje se odnose na postojeće ili moguće probleme radi postizanja najboljeg stupnja uređenosti u danome kontekstu."<sup>32</sup>

Normizacija se može definirati i kao: " Proces skraćenog puta, nastao kao rezultat svjesnog napora u društvu da se smanji broj nekih predmeta. On dovodi ne samo do smanjenja postojeće složenosti, nego nastoji spriječiti nepotrebnu složenost u budućnosti. Normizacija se temelji na konsenzusu zainteresiranih strana." <sup>33</sup>

Načela normizacije:

- Opći konsenzus,
- Uključivanje svih zainteresiranih strana,
- Javnost,
- Stupanj razvoja tehnike,
- Koherentnost zbirke normi. <sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> TRBOJEVIĆ, N.: **Normizacija i razvoj proizvodnih sustava**, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2014., ISBN 978- 953-7343-72-9

<sup>32</sup> Ibid

<sup>33</sup> SMJEROG, S.: **Norme i normizacija**, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2017

<sup>34</sup> TRBOJEVIĆ, N ., Op.cit.

Djelatnost koja se bavi uspostavljanjem odredbi za opću i ponovnu upotrebu, a odnosi se na probleme dostizanja najvišeg stupnja uređenosti u nekom kontekstu zove se normizacija. Prvenstvena uloga normizacije je oblikovanje, izdavanje i primjena normi, a poboljšanje korisnosti proizvoda i usluga te eliminiranje barijera u trgovini glavne su koristi od normizacije.<sup>35</sup>

Glavne ciljeve djelatnosti normizacije mogu se iščitati iz same njene definicije. Govorimo o tome normizacija osigurava da bilo koji proizvod ili usluga u posebnim uvjetima služi namjenu za koju je prikladan te ograničava različitosti odabirom primjerenog broja tipa ili veličine.

U posljednje vrijeme se javljaju eko standardi u hotelijerstvu, podrazumijeva se da se radi o nečem prirodnom i biološki ispravnom bez modifikacije. Eko oznaka se definira kao predodžba o utjecaju određenih proizvoda, materijala, robe i proizvoda na okoliš i prirodu. Eko pojam se pojavljuje sve više u posljednjih dvadesetak godina od pojave problema onečišćenja zemaljske kugle. Danas, sve više se u prvi plan stavlja briga o planeti te se sve više pokreću razne mjere i aktivnosti kako bi se smanjilo onečišćenje i povećala održivost same prirode.

Za proizvode čiji su prvenstveni pokretač gorivo i energija, 1970 godine dolazi do uporabe zelenih oznaka koje su specifično namijenjene za takav tip proizvoda široke potrošnje. Zelene oznake prvo su se koristile u SAD i Kanadi na sustavima u proizvodnji što je dovelo do ispunjavanja minimalnih standarda iskorištenosti energije. Eko standardi prvenstveno prikazuju sustave koji se bave proizvodnjom hrane i sirovine široke potrošnje koje su zakonski donesene, a namjena im je održavanje brige za okoliš.<sup>36</sup>

Danas u svijetu se sve više se pozornost usmjerava prema provođenju standardizaciji kvalitete u poslovanju. Poduzeća i kompanije su pozitivno prihvatile donesene standarde i njihovu primjenu, također to se dogodilo i u turističkom sektoru hotelijerstva o kojem je ovdje riječ.

Kada se standardiziraju procesi i prihvate ISO standardi oni omogućuju lakše i kvalitetnije funkcioniranje u poslovanju, pogotovo kada je riječ o hotelijerstvu. Nadalje, sama primjena ISO standarda označava marketinšku promociju određene destinacije jer gostima pokazuje da je taj objekt visokokvalitetan u svom procesu poslovanja. Dakako posjedovanje ISO certifikata uvelike pridonosi poslovanju i reklami objekta namijenjenog za ugostiteljske svrhe.

---

<sup>35</sup> Ibid

<sup>36</sup> International Organization for Standardization, <http://www.iso.org/iso/home/standards.htm>, (15.07.2020)



Proces uspostavljanja kvalitete hotelskih proizvoda i usluga podrazumijeva standardizaciju na svim razinama u procesu stvaranja i pružanja usluga. Standardi su nužni jer osiguravanje kvalitete proizvoda i usluga kao i učinkovito i učinkovito poslovanje.

Posljedica potrebe zajamčiti kvalitetu proizvoda i usluga stvorene su norme, tj. norme, koje određuju karakteristike i zahtjeve koje ona proizvodi a usluge bi trebale biti ispunjene kako bi odgovarale njihovoj svrsi.<sup>37</sup>

Standardi usvajaju konsenzusom od strane nadležnog tijela, a postupak je njihov uvod je dobrovoljan, to je složen proces koji prije svega zahtijeva timski rad i odvija se u fazama:

- uvođenje standarda,
- obrazovanje i obuka zaposlenika,
- primjena normi,
- regulacija primjene normi,
- poboljšanje standarda.<sup>38</sup>

Područja primjene normi u hotelijerstvu su raznolika i to ih određuje vrsta normi. Najvažnija područja primjene standarda u hotelijerstvu su:

- " standarde u izgradnji hotelskih objekata, "
- " standardi opreme i uređenja prostorija i ostalih prostora, "
- " standardi opreme i rasporeda kuhinjskog bloka, "
- " standarde procesa rada u hotelu, "
- " standardi kvalitete hotelskih proizvoda i usluga, "
- " standardi upravljanja hotelima,"
- " standardi komunikacije i poslovne etike,"
- " standardi hotelskog informacijskog sustava, "
- " osoblje i radni standardi,"

---

<sup>37</sup> AVELIN-HOLJEVAC, I.: **Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji**. Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2002., p. 12

<sup>38</sup> Ibid

- " standardi hotelske terminologije i simbola, "
- " okolišni standarda,"
- " sigurnosni i zdravstveni standardi zaposlenika,"
- " standardi sigurnosti hrane,"
- " ostali standardi."<sup>39</sup>

Ovisno o tome jesu li standardi uspostavljeni kao opće norme ili su definirani samo tvrtka ima interne i vanjske standarde.

Tako da procesi u tvrtki mogu standardizirati:

1. interna standardizacija,
2. vanjska standardizacija (prihvatanje međunarodnih standarda),
3. kombiniranjem interne standardizacije i utvrđenih međunarodnih standarda.<sup>40</sup>

### **3.4. Standardizacija unutar poslovanja**

Ideja o standardizaciji upravljanja kvalitetom u kompanijama pojavila se 1970-ih godine prošlog stoljeća. ANSI (Američki nacionalni institut za standardizaciju) bio je prvi koji je objavio službeni standard kvalitete, a slijede ih drugi, prije svega Velika Britanija, Francuska i Francuska Njemačka je definirala slične standarde.

ISO (Međunarodna organizacija za standardizaciju) prvu je objavio 1987. Godine međunarodni standardi kvalitete. ISO definira na temelju najboljih iskustava u svijetu standarde iz različitih područja, a njihov je cilj pružiti bržu interakciju unutar tvrtke i na svjetskom tržištu.

Glavni zadatci normiranja kvalitete u hotelijerstvu su:

- Kontinuirano poboljšavanje proizvodne, procesne i uslužne kvalitete te zadovoljavanje želja potrošača,
- Unaprjeđenje sigurnosti ljudskog života, biljaka i životinja

---

<sup>39</sup> Ibid

<sup>40</sup> BAKER, S., BRADLEY, P., HUYTON, J.: **Principles of Hotel Front Office Operations**, London, Continuum, 2000., p. 12

- kontrola interesa kupca i društva u svjetskom kontekstu,
- razvitak i poboljšanje proizvodnje i prometa roba, tj. Obavljanje posla kao racionalnijeg upotreba radne snage, materijala i energije,
- Poboljšanje međunarodnog poslovanja sprječavanjem ili uklanjanjem tehničkih poslova zapreka.<sup>41</sup>

Najvažniji međunarodni standardi koji se odnose na osiguranje kvalitete u hotelijerstvu su:

1. Standardi serije ISO 9000 (ISO 9001; ISO 9004; ISO 9011),
2. Standardi serije ISO 14001,
3. Standardi sigurnosti hrane, koji uključuju:
  - HACCP sustav
  - ISO 22000 standardi,
4. OHSAS 18001 standardi,
5. ISO 26000 standardi,
6. ISO 50001 norme.<sup>42</sup>

Za uspostavljanje kvalitete hotelskih usluga, također su važni standardi:

- ISO 10018 (2004),
- ISO 18513 (2008),
- ISO 27001,
- ISO 31000.<sup>43</sup>

Najznačajniji od međunarodnih standarda je serija ISO 9000 standarda koji jesu vezano za upravljanje kvalitetom. Oni su skupina ovisnika komplementarne ideje, namjere, pravila i

---

<sup>41</sup> Ibid

<sup>42</sup> COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: **Tourism Principles and Practice.** Harlow, England, 2005., str. 23

<sup>43</sup> Ibid

načela što se primjenjuju u tvrtkama koje certifikatom dokazuju da su formirali mehanizam kvalitete prema utvrđenom norme.

Međunarodni standardi ISO 9000 prvi su put usvojeni 1987. godine, ali zbog stalnih promjene na globalnom tržištu koje se neprestano mijenjaju i nadopunjuju. Na primjer, standardi koji su usvojeni 1987. godine, izmijenjeni su 1994., a 2000. uspostavljena je nova verzija. Pravo tijekom 2000. ovi su standardi u potpunosti revidirani kako bi se stvorila nova serija ISO-a 9000: 2000.

Norme serije ISO 9000 uključuju grupe normi na osnova za uspostavu sustava upravljanja kvalitetom:

- " ISO 9000, "
- " ISO 9001, "
- " ISO 9004, "
- " ISO 9011."<sup>44</sup>

Standardi primijenjeni na ovaj način, uz priznavanje kvalitete u obliku certifikata, mogu otvoriti put kompaniji na međunarodno tržište. Njihova je svrha u hotelijerstvu postizanje apsolutnog zadovoljstva gostiju.

Standard ISO 9001 temelji se na principima koji su osnova za kreiranje, primjenu, održavanje i unapređenje sustava upravljanja kvalitetom. Principi su izvedeni na temelju zajedničko iskustvo i znanje stručnjaka širom svijeta angažiranih od strane Tehničkog Odbora Međunarodne organizacije za normizaciju.

Principi su općenitog tipa i odnose se na način organiziranja procesa organizacije:

1. usredotočiti se na korisnika (gosta hotela);
2. liderstvo;
3. Angažiranje zaposlenika;
4. Orijentacija na procesni pristup;
5. kontinuirano poboljšanje kvalitete hotelske usluge;

---

<sup>44</sup> COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: Op.cit., p.25

6. donošenje odluke na temelju činjenica;

7. Upravljanje odnosima<sup>45</sup>

Korisnički fokus. Ovaj se princip odnosi na razumijevanje sadašnjosti i budućnosti potrebe korisnika usluga, njihovo ispunjenje i želja da premaše njihova očekivanja. Rukovodstvo. Ona podrazumijeva uspostavu jedinstva svih struktura i definiranje smjera u kome treba krenuti poduzeće, da bi učinilo i pružilo uslugu zadovoljavajuću kvalitete. Vođe moraju stvoriti atmosferu, motivirati kolege i biti odgovorni za ispunjenje ciljeva.

Poslovanje na ovom principu doprinosi:

- razumijevanje rada organizacije i veća motivacija zaposlenika da postignu prepoznato ciljevi organizacije,
- bolja komunikacija s potrošačima / korisnicima

Angažiranje zaposlenika i njihova maksimalna posvećenost poslovanje su osnovni preduvjet za stvaranje kvalitetnog proizvoda (usluge) koji bi trebao zadovoljiti svojim korisnicima.

Ključne prednosti ovog načela su:

- motivirani, predani, odgovorni i voljni zaposlenici da doprinesu stalnom unapređenju i
- inovativnost i kreativnost za postizanje ciljeva organizacije.<sup>46</sup>

Željeni poslovni rezultati su lakši postiću se ako se upravljanje aktivnostima u društvu odvija kao trajni proces, pa su svaki pojedinac i aktivnost dio cjelokupnog sustava i mogu se podijeliti na nekoliko procesa koji vode do konačnog proizvoda ili usluge.

Posao na ovom principu osigurava:

- niži troškovi i kraće trajanje aktivnosti,
- učinkovitije korištenje resursa,
- predvidljivi rezultati i usredotočenost na kontinuirano poboljšavanje.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Ibid

<sup>46</sup> BAKER, S., BRADLEY, P., HUYTON, J.: Op.cit., p.18

<sup>47</sup> BAKER, S., BRADLEY, P., HUYTON, J.: Op.cit., p.19

Neprekidno poboljšavanje cjelokupnog učinka organizacije, Trajni cilj organizacije trebalo bi poticati i poboljšavati sve radne procese i stalno praćenje je li to postignuto planirani učinak. Donošenje odluka na temelju činjenica.

Uvažavanjem činjenica zasnovanih na analizi dostupne informacije i podaci pri donošenju odluka o kvaliteti daju se na sljedeći način prednosti:

- donošenje odluka na temelju dostupnih informacija,
- povećanje sposobnosti dokazivanja učinkovitosti prethodnih odluka kroz znanje relevantne činjenice,
- povećati sposobnost razmatranja, osporavanja i promjene mišljenja i odluka.<sup>48</sup>

Menadžment veza. Uzajamno korisni odnosi sa svim entitetima koji sudjelovati u stvaranju proizvoda (usluga) povećavaju sposobnost stvaranja vrijednosti, koji pruža sljedeće prednosti:

- povećana sposobnost svih u lancu vrijednosti,
- fleksibilnost i brzina zajedničkog reagiranja na promjene na tržištu, potrebe i očekivanja korisnici,
- optimizacija troškova i resursa.<sup>49</sup>

Da bi se uspostavio i certificirao sustav upravljanja kvalitetom, organizacija mora udovoljavaju zahtjevima navedenim u ovom standardu. Ovi se zahtjevi primjenjuju na sljedeća područja:

1. " Predmet i područje primjene "
2. " Normativne reference "
3. " Pojmovi i definicije "
4. " Obratite se organizaciji "
5. " Vodstvo "
6. " Planiranje "

---

<sup>48</sup> COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: Op.cit., p.27

<sup>49</sup> BAKER, S., BRADLEY, P., HUYTON, J.: Op.cit., p.20

7. " Podrška "
8. " Operacije "
9. " Procjena rada "
10. " Poboljšanja "<sup>50</sup>

Nova revizija standarda ISO 9001 iz 2015. godine ima znatno napredniju strukturu u odnosu na varijantu standarda iz 2008. godine, koja pruža veću komplementarnost sa ostale standarde na polju sustava upravljanja.

Prva tri elementa (zahtjeva) za obje verzije standarda su općenita i odnose se na:

1. Predmet i područje primjene. Svi zahtjevi ovog međunarodnog standarda su opći i oni bi trebali biti primjenjivi na sve organizacije, neovisno o njihovoj vrsti, veličini i proizvodi koje opskrbljuju.
2. Normativne reference. Standard se normativno navodi u cjelini ili djelomično ISO 9000: 2005 – Osnove.
3. Uvjeti i definicije - Klauzula je proširena i uključuje reviziju postojećih uvjeta s oslanjajući se na novi ISO 9001 standard u pogledu pojmova i definicija. Navedeni su ukupno 69 pojmova i definicija.

Nova verzija norme postavlja sljedeće zahtjeve:

4. Kontekst organizacije. Ovaj zahtjev podrazumijeva analizu stanja u organizaciji u kao dio razvoja na domaćem i međunarodnom tržištu. Kontekst organizacije uključuje:
  - " razumijevanje organizacije i njenog konteksta, "
  - " razumijevanje potreba i očekivanja dionika, "
  - " određivanje opsega sustava upravljanja kvalitetom, "
  - " sustav upravljanja kvalitetom i njegovi procesi. " <sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: Op.cit., p.29

<sup>51</sup> Ibid

Novi je zahtjev da organizacija definira unutarnju (menadžment, organizacijsku strukturu, norme itd.) i vanjskih parametara (kulturnih, društvenih, političkih, pravnih, ekonomskih, prirodno okruženje i natjecanje na međunarodnoj, nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj razini razina, ključni pokretači i trendovi koji utječu na ciljeve organizacije), na što se treba osvrnuti kako bi se izbjegle moguće negativne posljedice, tj. kao kriterij za politiku upravljanje rizicima.

5. Vodstvo. podrazumijeva sposobnost i vještina vođa, vođa i vizionara za:

- stvara atmosferu u kojoj će zaposleni biti zainteresirani za budućnost tvrtke,
- dobro ocjenjuje ljude i njihove karakteristike i komunicira s njima,
- potiče suradnike na realizaciji postavljenih ciljeva,
- komunicira i radi s ljudima.<sup>52</sup>

Vođa mora biti vizionar, kako bi mogao predvidjeti potrebne ciljeve u budućnosti promjene, kao i akcije za njihovu provedbu. Pravi vođe vode organizaciju do uspjeha, oni su pro aktivni, razumiju promjene u okruženju i tržišno su orijentirani. Najvažnija značajka Vođa nije biti egoist koji ističe sebe, jer je poslovni rezultat proizvod raditi zajedno.

6. planiranje. Planiranje uključuje korištenje resursa i procesa sa zahtjevom za održavanje sustav dok je organizacija u fazi promjene. Realizacija politike kvalitete uvjetovana je postavljanjem ciljeva, što bi trebalo dovesti do poboljšanja performansi. Prema prilikama definiranje ciljeva potrebno je uzeti u obzir:

- trenutne i buduće potrebe organizacije i tržišta,
- odgovarajući nalazi revizijskog pregleda,
- razine zadovoljstva dionika,
- rezultati samo procjene,
- usporedbe s konkurentima i
- resursi potrebni za postizanje definiranih ciljeva.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Ibid

<sup>53</sup> COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: Op.cit., p.30



7. Podrška uključuje upravljanje resursima (organizacija je obavezna da identificira i osigurava sve resurse potrebne za sustav upravljanja kvalitetom kao i za njih upravlja). Ti su resursi:

- ljudske, fizičke i financijske potrebe organizacije za njeno funkcioniranje,
- treba održavati razinu performansi,
- dokumentirane informacije,
- poboljšanje promjena u organizacijskim procesima i osiguravanje ispunjavanja zahtjeva kupaca.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: Op.cit., p.31

## 4. SUVREMENI TRENDOWI GASTRONOMIJE U UGOSTITELJSTVU

U ovom dijelu rada obradit će se problematika suvremenih trendova u prehrani i ponudi ugostiteljstva, odnosno služenju hrane. Danas je gastronomija napredovala uslijed tehnoloških dostignuća, globalizacije te sve većih potreba i želja čovjeka. Uravnotežena prehrana uključuje kombiniranje hrane proporcionalno tijelu svakodnevno je dobivao sve tvari koje mu omogućuju pravilno funkcioniranje. Da čovjeku bude dobro za zdravlje treba oko 40 različitih hranjivih sastojaka i gradivnih blokova.

To uključuje vitamine, minerali, proteini, ugljikohidrati, masti i voda. Sve ove tvari nalaze se u hrani koja konzumiramo svaki dan, ali niti jedna vrsta hrane ne sadrži sve što je tijelu potrebno, stoga je od izuzetne važnosti konzumirati raznoliku hranu radi osiguranja potrebnog unosa hranjivih tvari u tijelo.

### 4.1. Uravnotežena prehrana

Današnja prehrana daleko je napredovala od zadovoljavanja idealnih potreba i ravnoteže hranjivih sastojaka. Broj ljudi koji se odlučuje za zdrav način života, koji uključuje uravnoteženiju prehranu, redovitu tjelesnu aktivnost, svjesnu usredotočenost na postizanje emocionalne i mentalne stabilnosti, svakim danom raste. Činjenica je da se čovjek odmaknuo od prirode i njezinih principa, a posljedice koje iz toga proizlaze su bolesti srca i krvotoka, razne vrste raka, dijabetes, artritis, depresija i slično.

Prehrambena piramida, kao vodič za pravilno uravnotežen obrok, prvi je put predstavljena 1992. godine i izmijenjena 2005. godine. Ovaj se koncept pokazao neupadljivim jer nije upućivao na razlikovanje zdrave i nezdrave hrane, pa ga je u svibnju 2011. zamijenio novi koncept uravnotežene prehrane, tzv. My plate. Tanjur podijeljen u četiri dijela, u kojem su dvije veće četvrtine tanjura rezervirane za povrće i složene ugljikohidrate, a preostale dvije za voće i proteine uz dodatak mliječnih proizvoda, jednostavan je za upotrebu i nezaboravan vodič za sastavljanje pravilno uravnoteženog obroka.<sup>55</sup>

Zbog sve veće svijesti o važnosti prehrane, kao čimbenika u održavanju zdravlja, menadžeri ugostiteljstva trebali bi se prilagoditi potrebama tržišta i gostima ponuditi pravilno uravnotežene i kvalitetne obroke koji uključuju hranu bogatu hranjivim tvarima sa što manje

---

<sup>55</sup> GILLESPIE, C.: *European Gastronomy into the 21st Century*, The Scottish Hotel School, 2004., p.67

"loših" masti, prazne kalorije iz ugljena. hidrati i nekvalitetni proteini. Stoga gastronomskoj ponudi treba dati novu dimenziju u kojoj koncept "Moja tanjur" može poslužiti kao model za prilagodbu jelovnika kako bi se smanjila količina zasićenih masti, punomasnih mliječnih proizvoda, neželjenih ugljikohidrata, masnog mesa i umetnula što više integralnih namirnica, mahunarki, voća, povrća, ribe i orašastih plodova.

## 4.2. Piramida prehrane

Široko prihvaćenu i populariziranu prehrambenu piramidu uvelo je američko Ministarstvo poljoprivrede 1992. godine. Njegova je promocija imala za cilj educirati američku javnost i uvesti promjene u prehrani radi smanjenja bolesti koje su uzrokovane nezdravom hranom. Prehrambena piramida kao vodič za sastavljanje uravnoteženih obroka vizualna je prezentacija kako planirati dobro uravnotežen obrok, tj. Koje vrste hrane i u kojoj količini biste trebali jesti svaki dan.<sup>56</sup>

Namirnice se dijele u šest osnovnih skupina i raspoređene na četiri kata (razine). Gornji katovi piramide prikazuju hranu koja se treba uzimati u manjim količinama, dok donji katovi prikazuju hranu koja se treba svakodnevno konzumirati. Prema ovom konceptu, osnova svakodnevne prehrane trebale bi biti žitarice. Preferiraju se cjelovite žitarice zbog vlaknastog sadržaja koji pomaže pri regulaciji crijevne bioflore i sprečavanju kroničnih bolesti. Zatim, tu su voće i povrće koje čine sljedeću razinu piramide kao hrana bogata vitaminima, mineralima, antioksidantima i dijetalnim vlaknima.<sup>57</sup>

Preporučuje se konzumacija u sirovom obliku, svježe ubranog i sezonskog voća i povrća. Mlijeko i mliječni proizvodi slijede s manjim udjelom kao hrana bogata proteinima, vitaminima i mineralima - posebno kalcijem i tiaminom. Preporuča se odabrati one proizvode s nižim postotkom masti. Meso, riba, jaja, mahunarke (grah, grašak), orašasti plodovi i sjemenke stavljaju se na vrh piramide, što znači da ih treba uzimati u malim količinama. Prednost treba dati nemasnom mesu (piletina, puretina, riba) i odgovarajućim zamjenama, poput mahunarki, a ponekad i jaja.

Meso je izvor energije i visoko vrijednih bjelančevina, minerala (magnezij, kalij i fosfor) i elemenata u tragovima (željezo, cink i selen). Riba i plodovi mora bogati su omega-3 masnim

---

<sup>56</sup> GILLESPIE, C.: Op.cit., p.68

<sup>57</sup> MEŠTRIĆ, T., MARINJAK, R., MUSTAĆ, M., MAGAŠ, Z., LOVRENČIĆ, B.: **Suvremeni trendovi u gastronomiji**, Birotisak, Zagreb, 2007., p. 39

kiselinama. Jaja su izvor bjelančevina, željeza, kalcija, fosfora i vitamina. Količina jaja je ograničena na 2-3 jaja tjedno zbog visokog sadržaja kolesterola. Hrana koju treba minimalno konzumirati nalazi se na samom vrhu piramide, a to su masti, ulja, slatkiši, sol i alkoholna pića. Riječ je o skupini namirnica s tzv. „Prazne kalorije“, visoka energija i niska hranjiva vrijednost - nizak sadržaj bjelančevina, vitamina i minerala.<sup>58</sup>

### 4.3. Koncepti suvremene gastronomije

#### 4.3.1. Koncept " My Plate "

U svibnju 2011. američko Ministarstvo poljoprivrede (USDA) oformilo je novi simbol zdrave prehrane, tanjur " My Plate ", koji je podijeljen u osnovne skupine hrane. Zdravstveni radnici dizajnirali su tanjur koji je prosječan obrok u kojem se jedna polovica sastoji od žitarica i bjelančevina, a druga manji dio voća i veći dio povrća. Na boku je naznačena i potrebna količina mliječnih proizvoda.<sup>59</sup>

Novi koncept uravnotežene prehrane, vizualno predstavljen u obliku tanjura, osmišljen je kako bi potaknuo potrošače na zdraviji odabir hrane u borbi protiv trenda rastuće pretilosti. Uravnoteženje prehrane podrazumijeva ravnotežu bjelančevina, masti, ugljikohidrata, vitamina i minerala, tako da se zadovoljavaju sve dnevne potrebe prema preporuci Svjetske zdravstvene organizacije (RDA).

Preporuke koje idu uz primjenu koncepta "My plate" su sljedeće:

- Kalorijska ravnoteža - jesti hranu u manjim obrocima,
- Povećati unos voća i povrća koji bi trebao biti barem polovica obroka,
- Barem polovica žitarica treba biti integralna,
- Konzumacija nemasnih mliječni proizvodi ili proizvodi s niskim udjelom masti.
- Smanjite količinu natrija u hrani poput juha, kruha i smrznute hrane odabirom one s nižim udjelom,
- Uzimanje vode umjesto sokova sa šećerom.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> MEŠTRIĆ, T., MARINJAK, R., MUSTAĆ, M., MAGAŠ, Z., LOVRENČIĆ, B.: Op.cit., p.39

<sup>59</sup> MEŠTRIĆ, T., MARINJAK, R., MUSTAĆ, M., MAGAŠ, Z., LOVRENČIĆ, B.: Op.cit., p.40

<sup>60</sup> GILLESPIE, C.: Op.cit., p.69

Grupe hrane koje uključuju prehranu zasnovanu na konceptu „Moj tanjur“:

- Proteini u koje spadaju mesna hrana, riba, grahorice, jaja te različite sjemenke. Vegetarijanske mogućnosti u ovoj skupini su grahorice, proizvodi od soje, orašasti plodovi i sjemenke. Preporuka je da se konzumira što manje masno meso.<sup>61</sup>  
Ova skupina namirnica, osim bjelančevina, bogata je i vitaminom B i E, željezom, cinkom i magnezijem.
- Žitarice – hrana koja se sastoji od pšenice, riže, ječma i zobi smatra se žitaricama. U ovu skupinu spadaju kruh, tjestenina, razne kašice, žitarice, tortilje, griz i ostali proizvodi od žitarica.
- Voće - bilo koje voće ili sok čiji je sadržaj 100% voća pripada ovoj skupini. Voće može biti svježe, konzervirano, smrznuto, suho, cijelo, nasjeckano ili cijedeno. Konzumacija voća smanjuje rizik od mnogih kroničnih i kardiovaskularnih bolesti. Korištenjem voća, umjesto neke druge visokokalorične hrane, povoljno utječemo na niži unos kalorija, a time i na mršavljenje ili održavanje tjelesne težine u preporučenim granicama.<sup>62</sup>
- Povrće - Bilo koje povrće ili sok čiji je sadržaj 100% povrća pripada ovoj skupini. Povrće može biti kuhano, svježe, smrznuto, konzervirano, suho, cijelo, nasjeckano ili pire. Zbog biološke vrijednosti i uloge u tijelu, potrebno ga je svakodnevno koristiti u prehrani. Hranjiva vrijednost povrća ogleda se u velikom bogatstvu ugljikohidrata, od kojih su najvažniji škrob, glukoza i celuloza.
- Svi tekući mliječni proizvodi i druga hrana od mlijeka spadaju u ovu skupinu. Preporuča se odabrati mliječne proizvode s niskim udjelom masnoće ili s malo masnoće. Ti su proizvodi neophodni jer sadrže kalcij, kalij, vitamin D i proteine koji su potrebni za razdoblje rasta i razvoja ljudskog tijela.

---

<sup>61</sup> GILLESPIE, C.: Op.cit., p. 72

<sup>62</sup> MEŠTRIĆ, T., MARINJAK, R., MUSTAĆ, M., MAGAŠ, Z., LOVRENČIĆ, B.: Op.cit., p. 46

## 5. ZAKLJUČAK

U ovom radu definirana je problematika ugostiteljstva, kao i gastronomije, odnosno primjena novih trendova u svijetu ugostiteljstva. Trendovi i promjene su se pojavili uslijed tehnološkog razvoja svijeta, drukčijeg načina života te nemogućnosti pravilne prehrane uslijed nedostatka vremena. Nadalje definiran je problem standardizacije i kvalitete u ugostiteljstvu. Hotelijerstvo kao ugostiteljski objekt i turizam su danas značajna gospodarska grana u Republici Hrvatskoj. Turizam čini 19 posto hrvatskog BDP-a. Kao takav se počeo razvijati posljednjih dvadeset godina nakon izlaska iz socijalističkog modela upravljanja. U Hrvatskoj iz godine u godinu se obaraju rekordi u turističkoj sezoni, ali izvan nje.

U današnjem svijetu poslovanja i funkcioniranja veliki značaj se daje na kvaliteti i standardizaciji usluga. Standardizacija označava zajednički okvir kojeg se drže razna poduzeća, ustanove i drugi. Standardizacija i njezina primjena označava ujednačenje kriterija kako bi se svi mogli prema njima ravnati.

Manjkom slobodnog vremena i prevelikom zaposlenošću ljudi sve više jedu hranu van svojih domova. To su obroci bogati energijom u pogledu nutritivnog sastava, no vitamina i minerala im dakako manjka. Novi načini prehrane negativno utječu na čovjekovo zdravlje, dolazi do razvoja pretilosti te ostalih kardiovaskularnih bolesti.

Čovjeku se svakodnevno mijenjaju prehrambene navike, dio vremena provodi izvan kuće i za to vrijeme treba obratiti pažnju na pravilnu konzumaciju hrane, tj. da se ne preskaču obroci. Svaki bi čovjek trebao doručkovati prije polaska na posao. Dokazano je da ljudi koji idu na posao bez doručka nisu u mogućnosti pružiti svoj maksimum.

## **SAŽETAK**

U ovom radu istraživalo se ugostiteljstvo 21.stoljeća, njegovu problematiku za standardizaciju i normizaciju ugostiteljstva kroz turizam. Promjene u turizmu dovele su do promjena u ugostiteljstvu, a neke od tih su obrađene u radu. Nadalje, rad se bazira donekle i na nove oblike "moderne" hrane kojoj je turist sve više privržen.

Ključne riječi: ugostiteljstvo, karakteristike ugostiteljstva, gastronomija, standardizacija, normizacija, prehrana, zdrava prehrana.

## **ABSTRACT**

Some aspects of hospitality in the 21st century.

This paper investigates the hospitality of the 21st century, its problems for standardization of hospitality through tourism. Changes in tourism have led to changes in the hospitality industry, and some of these have been addressed in the paper. Furthermore, the final paper is based to some extent on new forms of "modern" food to which tourists are increasingly attached.

Key words: catering, characteristics of catering, gastronomy, standardization, standardization, nutrition, healthy nutrition.



## LITERATURA

1. AVELIN HOLJEVAC, I.: **Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji**, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički menadžment, Opatija, 2002.
2. BAKAN, R., SALOPEK, D.: **Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju**, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, 2015
3. BAKER, S., BRADLEY, P., HUYTON, J.: **Principles of Hotel Front Office Operations**, London, Continuum, 2000.
4. BOELLA, J.M.: **Human Resource Management in the Hospitality Industry**, An Introductory Guide, EIGHTH EDITION, University of Brighton, 2005.
5. BRITVIĆ, J.: **Moderni sustavi upravljanja u organizacijama**, Praktični menadžment, Vol. II, br. 2, 2011.
6. COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, G., GILBERT, D., WANHILL, S.: **Tourism Principles and Practice**. Harlow, England, 2005.
7. ČAVLEK, N.: **Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav**, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
8. GEIĆ, S. **Menadžment selektivnih oblika turizma**, Sveučilište u Splitu, Stručni studij Split, Split
9. GILLESPIE, C.: **European Gastronomy into the 21st Century**, The Scottish Hotel School, 2004.
10. GRŽINIĆ, J., BEVANDA, V., : **Suvremeni trendovi u turizmu**, Sveučilište Jurja Dobrile, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Rijeka, 2014.
11. LASHLEY, C., LYNCH, P., ALISON J. MORRISON **Hospitality: a social lens, Advances in Tourism Research**, University of Stirling
12. LAZIBAT, T.: **Upravljanje kvalitetom**, Znanstvena knjiga, Zagreb, 2008.
13. LONG, L.: **Culinary Tourism**, University of Kentucky Press: Lexington, 2003.
14. MAROŠEVIĆ, I.: **Poslovanje barova**, A.G. Matoš d.d., Samobor, 199.
15. MEŠTRIĆ, T., MARINJAK, R., MUSTAĆ, M., MAGAŠ, Z., LOVRENČIĆ, B.: **Suvremeni trendovi u gastronomiji**, Birotisak, Zagreb, 2007.
16. MOUTINHO, L.: **Strateški menadžment u turizmu**, Masmedia, Zagreb, 2005
17. PETRIĆ, L.: **Upravljanje turističkom destinacijom**, Sveučilište u Splitu, Split
18. TRBOJEVIĆ, N.: **Normizacija i razvoj proizvodnih sustava**, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2014.

19. ŽUTELIJA, Ž.: **Zemlja gastronomskih različitosti. Hrvatska eno - gastronomija.**, 2012.
20. WOBER K.W. **Benchmarking in Tourism and Hospitality Industries**, The Selection of Benchmarking Partners, Cabi publishing.

# Nikolina Mirković

E-mail : ninamirko05071@gmail.com    Telefon : 099/4020949    Adresa : Vukovarska 1  
e

## Radno iskustvo

---

U.O. Riva Dalmacija

Svi 2019 — Još uvijek

Konobar / Servirka

Posluživanje gostiju te ostali zadatci vezani za ugostiteljstvo, kontakt s gostima te održavanje radnog prostora čistim.

Mango moda d.o.o.

Stu 2018 — Tra 2019

Prodavač / student

Slaganje robe te pomaganje kupcima pri odabiru, preslagivanje skladišta. Također unaprjeđivanje prodaje komunikativnim pristupom kupcu.

Falkensteiner Funimation Club Borik

svi 2015 — ruj 2017

Konobar / sezonski

Sezonski radnica kao konobarica. Glavne odgovornosti služenje gosta te uspostavljanje kontakta s gostom. zadnje godine sezonskog rada promaknuta na Coctail bar s odgovornošću vođenja smjene te provedbe inventure.

Diadema d.o.o.

List 2014 — Tra 2015

Prodavač

Glavna odgovornost prodaja robe te pomaganje kupcima. 4 mjeseca proglašena prodavačem mjeseca zbog ostvarenog prodajnog prometa.

## Obrazovanje

---

### Jezični

Ruj 2010 — Svi 2014

Gimnazija Vladimir Nazor

Jezični smjer.

Engleski jezik aktivno pisanje i govor

Talijanski jezik aktivno pisanje i govor

### Kultura i turizam

List 2014 — Ruj 2020

Studij Turizma i komunikacijskih

znanosti . Prvostupnik kulture i

turizma.

Stečeno znanje o marketinškim zadacima, upravljanje kriznim situacijama, obrađivanje statističkih , stečeno informatičko znanje.