

Gastronomska ponuda restorana u Republici Hrvatskoj s "Michelin zvjezdicama"

Kovač, Ksenija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:068751>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-03**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENTA TURIZMA I
SPORTA

Ksenija Kovač

**GASTRONOMSKA PONUDA RESTORANAU
REPUBLICI HRVATSKOJ S „MICHELIN
ZVJEZDICAMA“**

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, veljača, 2024.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENTA TURIZMA I
SPORTA

Ksenija Kovač

**GASTRONOMSKA PONUDA RESTORANA U
REPUBLICI HRVATSKOJ S „MICHELIN
ZVJEZDICAMA“**

**THE GASTRONOMIC OFFER OF RESTAURANTS IN
THE REPUBLIC OF CROATIA WITH "MICHELIN
STARS"**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Čakovec, veljača, 2024.

ZAHVALA

Zahvaljujem se svom mentoru mr. sc. Ivanu Hegedušu, v. pred na strpljenju, podršci i vodstvu pri izradi ovog završnog rada. Hvala svim kolegama, profesorima i ostalom osoblju bez kojih studij ne bi bio zanimljiv, zabavan i poučan.

Također, zahvaljujem se obitelji i prijateljima koje su bile uz mene.

Ksenija Kovač

Sažetak

Mnogi ljudi smatraju da turizam, gastronomija i ljubav idu kroz želudac. Kako bi ljudi mogli okusiti okus određenog područja, regije i/ili zemlje važno je konzumirati njihovu autohtonu kuhinju. Budući da se Republika Hrvatska nalazi na vrlo malom teritorijalnom području koji pruža toliko različitosti, odnosno širok spektar drugačijih vrsta kuhinja upravo je gastronomski turizam put kojim bi se RH trebala razvijati.

Važnu ulogu za gastronomiju ima tradicija koja se je mijenjala načinom života naših predaka pa sve do danas, te koju mijenjamo modernim, tehnološkim trendovima. Upravo različitosti geografskih i gospodarskih uvjeta te kulinarski utjecaji kroz povijest uvjetovali su razvoju gastronomskih područja Republike Hrvatske. Tako specifične kulinarske navike i korištenje određenih namjernica možemo svrstati u tri veća područja, a to su makro regije Panonske i Peripanonske Hrvatske, Gorske Hrvatske i Primorske Hrvatske. Od svih regija posebno se ističe regija Jadranske obale odnosno mediteranska kuhinja jer se na tom području nalaze skoro svi restorani s *Michelin zvjezdicom*. Na području Hrvatske sveukupno nalazi se 82 restorana koji krasi svoj *imidž Michelin oznakom*. Od njih deset restorana ima zvjezdicu i dva restorana *green* zvjezdicu, a ona je itekako važna jer označava održivu praksu u kuhinji. Grad Rovinj posebno se ponosi svojom visokom gastronomijom jer je prvi grad koji je dobio restoran s *Michelin zvjezdicom* u Hrvatskoj, a danas ga krasi dva restorana *Monte* i *Agli Amici*. U cijeloj kontinentalnoj Hrvatskoj postoji samo jedan restoran s *Michelin zvjezdicom*, a to je restoran Noel u Zagrebu.

Za potrebe pisanja završnog rada, istraživanje je bilo provedeno putem anketnog upitnika, po principu slanje anketnog upitnika na *e-mail* adrese restorana koji posjeduju *Michelinovu zvjezdicu*, *Michelin zelenu zvjezdicu*, *Michelin preporuku* i oznaku *Big Gourmand* u 2022. godini. U istraživanju je sudjelovalo 15 restorana iz područja Republike Hrvatske gdje su se nastojale dobiti informacije i stavovi restorana. Također, nastojalo se je saznati održavanje kvalitete restorana, obrazovna struktura zaposlenika, demografski podaci gostiju, prosjek cijena jela, razlozi dolaska u restorane, najčešće pritužbe gostiju i sl.

Ključne riječi: *restorani u Hrvatskoj, Michelin star, Michelin preporuka, Big Gourmand, gastronomija, kulinarstvo, turizam*

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 20. veljače 2023.

ZAVRŠNI ZADATAK br. 2022-MTS-I-106

Pristupnik: Ksenija Kovač (0313022903)
Studij: Izvanredni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta
Smjer: Menadžment turizma

Zadatak: **Gastronomska ponuda restorana u Republici Hrvatskoj s "Michelin zvjezdicama"**

Opis zadatka:

Mnogi ljudi smatraju da da turizam, gastronomija i ljubav idu kroz želudac. Svaka zemlja na svijetu ima svoju specifičnu gastronomsku ponudu. Kakva je gastronomska ponuda u Republici Hrvatskoj i ima li puno restorana u Republici Hrvatskoj koji se mogu pohvaliti da imaju "Michelin zvjezdicu"? Ako i neki restorani u Republici Hrvatskoj imaju takozvanu "Michelin zvjezdicu" kako i na koji način su zaslužili navedenu zvjezdicu? U kojim županijama postoje restorani s navedenim zvjezdicama i koja županija ih u Republici Hrvatskoj ima najviše? Postoji li koji restoran sa "Michelin zvjezdicom" i u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske ili se takvi restorani nalaze pretežno na Jadranskoj obali? Kako i na koji način se oni promoviraju i kakva je budućnost takvih restorana? Kakva je kvaliteta usluge i kakva je obrazovna struktura restorana koji su dobili "Michelin zvjezdicu"?

Rok za predaju rada: 20. rujna 2023.

Mentor:

mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Predsjednik povjerenstva za završni ispit:

SADRŽAJ

SAŽETAK

1. UVOD	1
2. GASTRONOMIJA U HRVATSKOJ	2
2.1. Definicija gastronomije	2
2.2. Povijesni razvoj gastronomije	3
2.3. Gastronomska turistička ponuda u Republici Hrvatskoj	4
2.4. Promocija gastronomije u Hrvatskoj	6
2.5. Pravila, propisi i standardi	7
3. MICHELIN ZVJEZDICE	9
3.1. Michelin zvjezdice u Hrvatskoj	9
3.1.1. Restorani s Michelin zvjezdicom	10
3.1.2. Restorani s Michelin zelenom zvjezdicom	21
3.1.3. Michelin Big Gourmand restorani	22
3.1.4. Restorani s Michelin preporukom	22
3.2. Kriteriji za postizanje Michelin oznake	22
4. ISTRAŽIVANJE GASTRONOMSKE PONUDE RESTORANA U RH S „MICHELIN ZVJEZDICAMA“ U 2022. GODINI	23
4.1. Metodologija istraživanja	23
4.1.1. Problem istraživanja	25
4.1.2. Predmet istraživanja	25
4.1.3. Cilj istraživanja	25
4.2. Karakteristike uzorka	26
4.3. Rezultati istraživanja	28
4.4. Ograničenja istraživanja	37
5. ZAKLJUČAK	38
6. LITERATURA	42
PRILOZI	48

1. UVOD

Značenje riječi „gastronomija“ u većini rječnika navodi se kao „znanje ili umijeće biranja, pripremanja te jedenja dobre hrane“. Možemo reći da nam se već tu daje do znanja da nije riječ o procesu koji nam samo pojašnjava što treba jesti, već uključuje pitanja kako i zašto treba jesti (Stipčić, 2022). Već od samih početaka svoje povijesti ljudi su počeli putovati po svijetu iz različitih razloga i potreba, a jedan od njih je gastronomija. S vremenom čovjek je svojim razvojem žudio za što boljom i kvalitetnijom prehranom, samim time i mijenjao se način pripremanja hrane i pića, poprimajući nove inovativne oblike. Kombinacija tradicije, trendova i novih ideja prerasle su u kulinarsko umijeće. U posljednjim desetljećima gastronomija dobiva najveći uzlet u povijesti. Zato visoko kvalitetna gastronomska ponuda jedan je od glavnih segmenata za dobrom budućnošću turizma u Republici Hrvatskoj.

U ovom radu prikazano je istraživanje gastronomske ponude s *Michelin zvjezdicama*, *Michelin preporukama* i oznakama *Big Gourmand*. Prikazano je koliko takvih restorana ima Republika Hrvatska, kakve su cijene jela, demografski pokazatelji gostiju, nazive jela na kojima su temeljene *Michelin zvjezdice* te druge podatke.

U prvom dijelu je pobliže objašnjen pojam gastronomije i značaj gastronomskog turizma te povijesni razvoj gastronomije u Hrvatskoj. Nadalje, govori se o raznolikosti gastronomske ponude u Hrvatskoj koja je podijeljena u tri makro regije Hrvatske. U daljnjem dijelu pažnja je posvećena promociji gastronomije te pravilima, propisima i standardima ugostiteljskih objekata. U glavnini rada posebno su naglašeni restorani s *Michelin zvjezdicom*, također je svaka oznaka posebno objašnjena. Isto tako, pobliže je opisani svaki restoran u Republici Hrvatskoj koji ima *Michelin zvjezdicu*. U posljednjem dijelu rada slijedi poglavlje istraživanja gastronomske ponude restorana s *Michelin zvjezdicom* u 2022. godini. U tom dijelu prikazujemo „sliku“ restorana i gostiju. Prvo je opisana metodologija istraživanja, odnosno predmet, problem i cilj istraživanja. U drugom dijelu slijede karakteristike uzorka i rezultati istraživanja dobiveni anketnim upitnikom koji su prikazani pomoću grafikona i opisa. Pred sam kraj završnog rada slijedi zaključak u kojem su istaknute najvažnije činjenice završnog rada. Na kraju slijedi literatura koja se je koristila pri pisanju završnog rada, kao i popis grafikona, slika i tablica te prilozi. Za pisanje završnog rada korišteni podaci su prikupljeni iz primarnih i sekundarnih izvora.

2. GASTRONOMIJA U HRVATSKOJ

Gastronomija je nezaobilazni dio tradicije hrvatskog područja i važan čimbenik njihova suvremenog identiteta te je sastavni dio turističke ponude ugostiteljskih objekata kao i različitih gastronomskih manifestacija poput Priredbe tartufa u Istri, *Marunadu* na Kvarneru, *Paprika festa* u Baranji i u Lugu ili manifestacije Kaj su jeli naši stari u Vrbovcu.

Dakle, jela se temelje na tradiciji ili su pripremljena na tradicionalan način, a vrlo su često prilagođena suvremenim kulinarskim načelima (http://ss-drugabm.skole.hr/rije_i_mirisi_i_okusi_godina_kulturne_ba_tine/listopad_hrvatska_tradicionalna_gastronomska_ba_tina?show=album&id=19).

2.1. Definicija gastronomije

Sama riječ gastronomija govori nam da je riječ o kuhanju i onome što ima veze sa kuhanjem i kulinarstvom. U širem smislu obuhvaća gurmanstvo, sladokustvo, a u najširem smislu vezu hrane i kulture, odnosno umjetnost pripremanja hrane, kulinarsku umjetnost (Drpić, Vukman, 2014). Razvojem kuharstva kroz stoljeća ne govori se više o kuharstvu, nego o kuharskom umijeću, kulinarskom umijeću ili gastronomiji (Geić, 2011). Razvoj kulinarskih običaja i navika ovisi o geografskom, društvenom i povijesnom aspektu pa su prema tome različite kulinarske kulture kao skupine stavova i ukusa koje ljudi povezuju s prehranom i kuhanjem (Žaper, 2004). Prema definiciji Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih naroda (UNWTO) navodi kako se temelji na aktivnostima koju odlikuje iskustva posjetitelja koji su povezani s hranom, rodnim proizvodima i aktivnostima tijekom putovanja. Osim izvorna tradicionalna i/ili moderna kulinarska iskustva gastronomski turizam uključuje i aktivnosti poput pohađanje kulinarskih tečajeva, sudjelovanje na manifestacijama hrane i posjetu lokalnim proizvođačima (<https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>). *World Food Travel Association* (WFTA) smatra da je gastronomija usko povezana s lokalnom kulturom, odnosno da je ujedno i mjesto koje poetskim stilom povezuje posjetitelje koji kušanjem hrane mogu okusiti mjesto da bi ga osjetili. Stoga, kako navode svjetske turističke organizacije poput UNWTO-a danas gastronomski turizam je jednako važan kao divljenje arhitekturi posjećene destinacije, posjet muzejima ili uživanje u glazbi (Boranić Živoder i Tomljenović).

Gastronomski turizam puno je više od konzumiranja hrane i posjeta restoranima. On uključuje različite aktivnosti poput festivala, posjet proizvođačima hrane, restoranima, tržnicama,

sajmovima, degustacijama, demonstracijama kuhanja ili drugim iskustvima vezanim za hranu. Kao važnost motivacije vezane uz gastronomiju koja je dio cjelokupnog putovanja, mijenja se upotreba različite terminologije u konceptu gastronomskog turizma, što je prikazano u tablici (Boranić Živoder i Tomljenović, 2022:10).

Tablica 1. Gastroturistička terminologija u odnosu na turističku motivaciju i druge vrste turizma

GURMANSKI TURIZAM	Visok interes - putovanje na određite s primarnim motivom posjeta određenom restoranu, tržnici ili vinariji. Sve ili gotovo sve aktivnosti povezane su s hranom.
GASTRONOMSKI TURIZAM	
KULINARSKI TURIZAM	Umjeren interes – posjet lokalnoj tržnici, festivalu, restoranu ili vinariji nakon dolaska kao dio šireg spektra aktivnosti životnog stila.
RURALNI/URBANI TURIZAM	Nizak interes – posjet lokalnoj tržnici, festivalu hrane, vinariji ili restoranu jer je to „nešto drugačije”. Nizak interes/nema interesa – posjet tipičnom restoranu tijekom putovanja zbog potrebe za jelom.

Izvor: Boranić Živoder i Tomljenović, 2022:12

2.2. Povijesni razvoj gastronomije

Umijeće pripremanja hrane može se promatrati od trenutka kada je otkrivena vatra, što je omogućilo prve primitivne tehnike pripreme hrane. Kultura hrane može se pratiti nakon izuma kruha i juhe te kada se povrću počinje dodavati meso i riba. Drevni narodi imali su razvijeno kuharstvo, među kojima se posebno ističu Egipćani, Perzijanci, Grci, Rimljani i Kinezi, a tome svjedoče papirusi starog Egipta koji sadrže prve recepte u današnjem smislu (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=21351>). Prema završnom radu (Sačić, 2016: 9-10) navodi kako vladanjem Rimljana po Sredozemnom moru uz Hrvatsku obalu danas postoji značajan utjecaj talijanske kuhinje. Hrvatska se može pohvaliti neizostavnim najboljim maslinovim uljem, maslinom, tjesteninama, plodovima mora i ribama, smokvama, lavandom i ostalim delicijama koje predstavljaju Hrvatsku obalnu *gastro* ljepotu. Ako pak gledamo unutrašnjost zemlje koja je potpuno različita zbog utjecaja Austro-Ugarske, odnosno još se uvijek osjeća utjecaj austrijske i mađarske kuhinje. Prvi zapisani povijesni počeci poznavanja

gastronomije zapisani su rukopisom kuharica na mađarskom jeziku, a jedna od njih je i kuharica Nikole Zrinskog pod nazivom „Rukopisna knjižica kulinarskog umijeća čakovečkog dvora Zrinskih iz 17. stoljeća“. Kuharica je ušla u katalog koji je hrvatski ban Nikola Šubić Zrinski dao izraditi 1662. godine, a danas se kuharica čuva u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu. Danas, Hrvatska gastronomska ponuda je visoko pozicionirana što se vidi iz rezultata dobivenih međunarodnih *gastro* priznanja, a jedne od njih su i *Michelinove zvjezdice*.

2.3. Gastronomska turistička ponuda u Republici Hrvatskoj

Kako se navodi u Leksikografskom zavodu Miroslav Krleža „glavno obilježje hrvatske kuhinje je njena raznolikost, te nije moguće izdvojiti tipičnu kuhinju ili tipično jelo“. Različitosti geografskih i gospodarskih uvjeta te kulinarski utjecaji drugih kultura kroz povijest uvjetovali su razvoju većih gastronomskih regije Hrvatske. Prema svojim specifičnostima i specijalitetima područja su razvrstana u tri makro regije, a to su Panonska i Peripanonska Hrvatska, Gorske Hrvatska i Primorska Hrvatska.

Područje Panonske i Peripanonske Hrvatske smatramo Slavoniju, Posavinu, nizinski panonski krajolik u sjeveroistočnom dijelu zemlje, te brežuljkasti peripanonski prostor na područja sjeverozapadnog dijela zemlje: Međimurja, Podravine i Hrvatskog zagorja. U tim područjima zajednička svojstava prehrane su korištenje svinjske masti, svinjetine kao osnove mesne prehrane i obilja mlijeka i mliječnih prerađevina te bučing ulja. Značajne razlike vide se samo u izboru namjernica, nazivu jela. Specijalitetima tog područja smatraju se *štruklova* juha, bučnica, purica s mlincima, orehnjača, *kalapajsani kalamper*. Na području središnje hrvatske meso ima veliki značaj gdje se u velikom omjeru prerađuje u suhomesnate proizvode kao što su: kobasice, šunka, slanina, čvarci ili poznati slavonski kulen. Meso iz *tiblice* su dimljeni komadi svinjetine koji su spremljeni u svinjsku mast, a posuda se zove *tiblica*. *Čušpajz*, odnosno čorba od graha, mrkve, ječma i kiselog zelja ili repe u različitim kombinacijama ili *čobanac*, poznati gulaš od različitog mesa, s žličnjacima i/ili krumpirom, također su davna jela koja se danas spremaju. *Štrukli* ili savijača od domaćeg lisnatog tijesta, a mogu biti slatki ili slani, pečeni ili kuhani ili u juhi, s nadjevom od jabuka, sira, maka, bundeve, repe i dr. To je jedno od najpopularnijeg jela tog područja. Nekada svakodnevno na stolu nalazila su se jela od ječmene, heljdine ili prosene kaše, a te su namirnice sve češće na suvremenim jelovnicima.

Makro regija Gorske Hrvatske kako i sam naziv govori gorsko-planinski prostor Hrvatske. Sa sjevera graniči sa Slovenskom granicom i prostire se sve do jugoistoka uz granicu Bosne i Hercegovine, odnosno područje Like i Gorskog kotara. Nekada su najveće bogatstvo ovog područje činile grane ovčarstva i govedarstva te tako i mogućnosti za proizvodnju mliječnih proizvoda, ali i svježe sušeno ovčje meso. Meso se i danas priprema s kiselim zeljem, grahom ili repom, peče se ispod peke, na žaru ili suši na dimu. Kao prilog mesu najčešći je krumpir ličkog naziva *ličke pole*. U tom području posebno su poznata jela od mesa divljači, poput gulaša od veprovine ili srnetine. Također, jela od različite vrste gljiva kojima obiluju tamošnje šume. U tim krajevima mlijeko i mliječni proizvodi imaju važnu ulogu u kuharstvu poput ličkog sira škripavca i *ličke base* - specijalitet koji se priprema od slojeva soljenog svježeg i nesoljenog kuhanog mlijeka. Možemo istaknuti glasoviti *poljički soparnik* ili *zeljenik* (pogača od blitve) kao nematerijalnu kulturnu baštinu.

U makro regiju Primorske Hrvatske podrazumijevamo dio Hrvatske uz Jadransku obalu odnosno Istru, Kvarner i Dalmaciju. Kao i u cijelom Sredozemlju, tako i na području Jadrana prevladava mediteranska kuhinja. Osnovna obilježja ove kuhinje odnose se na upotrebu maslinova ulja, jela na osnovi ribe i morskih plodova, kao i jela na osnovi sipe, lignji i hobotnice. Od njih se rade najpoznatija jela Dalmacije, *buzare* i *broditi* - jela pripremljena od više vrsta riba i morskih plodova u jednom loncu, dok se ribe peku na *gradelama* ili ispod peke. Konzumira se mnogo povrća, grahorica, ali i samoniklog bilja, kao što je livadno bilje, divlje šparoge, odnosno mišanca¹. Od povrća se pripremaju jušni složenci (*maneštre*) ili se rade *nalešo* - kuhano, začinjeno češnjakom i maslinovim uljem. Od mesa najviše vole jela od govedine *paštica*, koja se radi pirjanjem s začinskim biljem, smokvama i suhих šljiva, crnog vina te slanine, a najčešći su prilog njoki. Od svinjetine dimljenjem i sušenjem na otvorenom se rade pršuti i pancete. Od mliječnih prerađevina najpoznatiji je suhi ovčji paški sir s otoka Paga. Poznata im je sklonost prema prepečenom kruhu koji ima više naziva: *baškotu*, *paškotu*, *baškotinu*, *škanjatama*. Možemo opisati jednostavno da je to kolač koji je u dalekoj prošlosti ribarima i pomorcima zamjenjivao bijeli kruh za njihovih dugih boravak na moru (Sačić, 2016:12-13).

¹Mišanca je naziv za samoniklo bilje u Dalmaciji koje su seljaci prikupljali prilikom rada na polju i čuvanja stoke te im je bio najveći izvor hrane.

Važno je istaknuti da je mediteranska prehrana upisana u reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva UNESCO-a, a to daje poseban značaj ponude u Hrvatskom turizmu. Ujedno na području Jadrana nalaze se devet od deset restorana s *Michelin zvjezdicom*.

2.4. Promocija gastronomije u Hrvatskoj

Budući da je oduvijek gastronomska i kulinarska kultura bila cijenjena posebno u elitnim krugovima, Hrvatska veću pozornost daje tek u početku ovog stoljeća, odnosno tek kada su određeni *chefovi* poprimili medijsku pozornost. Radi manjka medijske pozornosti za gastronomijom u prošlosti, mnogi vrhunski šefovi nisu bili istaknuti. Za njih se je znalo samo u krugovima gastronomije ili koji su profesionalno vezani za to područje. Razvojem Hrvatske kao turističke destinacije potrebno je postojeće restorane dovesti na „višu“ razinu i otvoriti nove tzv. *fine dining*² restorane. Razvojem medija rasla je popularnost gastronomskim temama pa tako i za određenim *chefovima* i restoranima. Sve popularnije teme o gastronomiji važno je objektivno i profesionalno prikazati javnosti. Pritom važno je ocijeniti restorane kako bi publika imala uvid u kvalitetu usluge, odnosno kako bi sami mogli postati gosti i okusiti specijalitete *chefova* (Papak, 2020:25). O tome govore podaci TOMAS istraživanja u kojima su prikazani motivi dolaska turista u Hrvatsku. Svima je poznato, a to potvrđuju podaci da je najveći motiv dolaska u Hrvatsku more i prirodne ljepote, ali ne može se turistička ponuda temeljiti samo na tome. Zato je važno promovirati Hrvatsku s ostalim motivima, a među njima je i gastronomija. U 2019. godini motiv gastronomija je zauzela 7. mjesto na području Jadrana. Ako 2019. godinu usporedimo sa 2014. godinom gdje je zauzela 4. mjesto vidimo da je imala popriličan pad. Nadalje, u tablici nalaze se deset najvažnijih motiva dolaska na području Jadrana i kontinentalne Hrvatske (TOMAS istraživanje, 2019: 32).

Tablica 2. Motivi dolaska u Hrvatsku

Rang	Jadranska Hrvatska	%	Rang	Kontinentalna Hrvatska	%
------	--------------------	---	------	------------------------	---

² *Fine dining* restoran može se definirati kao restoran s vrhunskom poslugom, dobrim uređenjem, kvalitetnim priborom za jelo, te elaboriranom kuharicom u kojoj se koriste vrhunski sastojci, i u kojem su zabranjeni nižerazredni sastojci (npr.: konzervirano povrće ili smrznuta riba).

1.	More	81.5	1.	Priroda	31.7
2.	Priroda	56.2	2.	<i>Turing, sightseeing</i>	26.0
3.	Gradovi (<i>city break</i>)	23.8	3.	Gradovi (<i>city break</i>)	25.9
4.	<i>Touring</i>	21.0	4.	Sport i rekreacija	24.1
5.	Sport i rekreacija	14.9	5.	Posao	21.7
6.	Kultura i umjetnost	12.7	6.	Kultura i umjetnost	15.7
7.	Gastronomija	6.6	7.	Planinarenje	9.8
8.	Zabava i festivali	5.5	8.	Sela	9.6
9.	Sela	4.5	9.	Gastronomija	6.6
10.	Manifestacije i događanja	4.2	10.	Manifestacije i događanja	6.3

Izvor: Istraživanje TOMAS 2019.: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2020: 32

2.5. Pravila, propisi i standardi

Gastronomski turizam obuhvaća mnoge sektore, a svaki sektor ima pravila, propise i standarde. Važno je kako bi se osigurala sigurnost hrane i usluge te pouzdanost i kvaliteta. Najvažniji element zakona koji se odnosi na hranu jest sigurnost. Zakonom o hrani, NN 18/23 glasi: „utvrđuje se temelj za osiguranje visoke razina zdravlja ljudi i interesa u vezi s hranom, uzimajući u obzir posebice razlike u opskrbi hranom, uključujući tradicionalne proizvode, pritom osiguravajući učinkovito funkcioniranje tržišta“. Zakon utvrđuje osnovna načela i odgovornosti, odnosno: „utvrđuje znanstvenu osnovu, učinkovite organizacijske strukture i postupke koji podupiru donošenje odluka u vezi sa zdravstvenom ispravnošću hrane i hrane za životinje“ (<https://www.zakon.hr/z/467/Zakon-o-hrani>).

Osim sigurnosti za gastronomiju važni je Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 126/21 kojim se utvrđuje „način i uvjeti pod kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnosti“ (<https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti>).

U Republici Hrvatskoj postoje pravilnici prema kojima je ugostiteljski objekt dužan ispunjavati minimalne uvjete i kategorizaciji ugostiteljskog objekta. Tim pravilnikom osiguravaju se minimalni tehnički uvjeti za pružanje usluge smještaja i prehrane te minimum ugostiteljskih

usluga kojim se pružaju u svakoj pojedinoj vrsti ugostiteljskog objekta (https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_82_2599.html).

Prema navođenju Cerović i sur. (2005), ugostiteljska ponuda u svijetu, a tako i u Hrvatskoj ide prema povećanju kvalitete svih usluga. Kvaliteta ponude određena je standardima i osmišljenim sustavom standardizacije. Standardi usluge prehrane u ugostiteljstvu se temelje na primjeni načela racionalne i ekonomične prehrane, to se postiže uvođenjem određenog stupnja standardizacije. Standardi su temelj za povećanu racionalnost poslovanja, a osiguravaju pružanje kvalitete i smanjenju troškova. Oni ne obuhvaćaju samo materijalnu osnovu već i ljudsku aktivnost pružanja usluga kao njegov sastavni dio. Odstupanja od standarda nisu dozvoljena jer predstavljaju grešku i gubitak u smislu smanjenja prometa i gostiju. Za pripremu hrane se ne podrazumijeva samo termička obrada namjernica, već planiranje i kontrola sastojaka kao i metoda pripreme, kontrola kvalitete, produktivnost rada i potrošnja energije. Standardizacija jela i obroka, odnosno: „podrazumijeva se reguliranje ponude pojedinačnih jela (*à la carte*) ili menija, uz uvjet da jela zadovoljavaju s nutritivno-gastronomskog i kuharsko-estetskog aspekta, da imaju ujednačenu kvalitetu i kvantitetu (normativ), da pri tom osiguravaju dosta visok promet uz pozitivan financijski rezultat“ (Peršić, 1987:53).

3. MICHELIN ZVJEZDICE

Davne 1889. godine iz središnjeg dijela Francuske, dvojice braće Andre i Edouard Michelin potaknuti vizijom francuske industrije osnovali su tvrtku za gume. Braća Michelin kako bi pomogli vozačima na svojim putovanjima izradili su mali vodič pun zgodnih informacija za putnike kao npr.: gdje mogu napuniti benzin, popis mjesta gdje mogu nešto pojesti i prenoćiti, mehaničkih radnji za automobile i dr. Godine 1926. vodič je počeo dodjeljivati zvjezdicu za restorane, odnosno restorane su označavali samo s jednom zvjezdicom. Nakon pet godina dodali su još dvije oznake hijerarhijski od jedne, dvije ili tri zvjezdice. Tek kasnije 1936. godine su objavljeni kriteriji za rangiranje sa zvjezdicama. Tijekom dvadesetog stoljeća zahvaljujući svom profesionalnom i jedinstvenom pristupu, *Michelin vodič* je postao imperativ u gastronomiji te najpoznatija oznaka vrhunske kvalitete. *Michelin* oznaku možemo pronaći na više od 30 000 objekata koji se nalaze na tri kontinenta. Danas gurmani i putnici mogu besplatno istražiti preporuke *Michelin vodiča* i rezervirati svoje sljedeće kulinarsko putovanje putem *web* stranice i mobilne aplikacije Vodiča (<https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>).

Slika 1. Oznaka Michelinzvjezdice u 2022. godine



Izvor: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>

3.1. Michelin zvjezdice u Hrvatskoj

Ogromne količine hrane nije više sinonim za poželjnu ugostiteljsku ponudu. Želje i očekivanja turista mijenjaju se s stilom života. Hrana mora biti ukusna, raznolika, lagana te vizualno atraktivna. Gastronomski turizam ima veliku važnost danas kao i prije. Ljudi su spremni putovati satima, te izdvojiti veću količinu novca zbog dobre hrane, vrhunske usluge i ugodnog

ambijenta. Uspješni restorani tajnu svojeg uspjeha zahvaljuju strategiji, kvalitetnim kadrovima, kvaliteti i modernoj tehnologiji u kuhinji, a zahvaljujući tome najmaštovitije kulinarske vizije pretvaraju u djelo. Za uspješno poslovanje na sve više konkurentnijem tržištu važno je pratiti trendove i promjene u stilu usluživanja gostiju. Jedna od prednosti je da sve više postaje načini ophođenja s gostima (Pacić, 2022). Danas Hrvatska ima 10 restorana s *Michelin zvjezdicom* i 2 restorana s *Michelin zelenom zvjezdicom* od ukupno 82 restorana koji su dio preporuka i *Big Gourmand Michilin vodiča* za 2022. godinu (<https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>).

3.1.1. Restorani s *Michelin zvjezdicom*

Restorani mogu zaraditi maksimalno tri zvjezdice, ali i neke dodatne nagrade. U *Michelin vodiču* recenzije se sastoje od kratkog opisa i opsežnog sustava kulinarskih odlika, odnosno najcjenjenije globalno poznate zvjezdice. Restorani mogu dobiti od jedne do tri *Michelin zvjezdice* na temelju pet jedinstvenih kriterija:

- ✓ kvaliteta proizvoda,
- ✓ majstorstvo kuharskih tehnika,
- ✓ harmonija i ravnoteža okusa,
- ✓ osobnost kuhara izraženog u kuhanju,
- ✓ dosljednost između posjeta i kroz jelovnik u cjelini.

Prema kriteriju vrednovanja *Michelin zvjezdica* broj zvjezdica označava drugačiji rang kuhinje. Tako jedna *Michelin zvjezdica* označava kuhinju visoke kvalitete vrijednu zaustavljanja, dvije *Michelin zvjezdice* označavaju odličnu kuhinju zbog koje vrijedi skrenuti s puta, dok tri *Michelin zvjezdice* označavaju iznimnu kuhinju vrijednu posebnog putovanja (<https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>).

Godine 2017. Hrvatska je dobila prvi restoran s *Michelin zvjezdicom*, a radilo se o Rovinjskom restoranu Monte. Danas imamo 10 restorana s jednom *Michelin zvjezdicom*, a to su: *Monte*, *Agli Amici* u Rovinju, *Noel* u Zagrebu, *Draga di Lovrana* u Lovranu, *Nebo* u Rijeci, *Alfred Keller* na Malom Lošinju, *Boškinac* u Novalji, *Pelegrini* u Šibeniku, *LD Restaurant* na Korčuli i *360°* u Dubrovniku.

3.1.1.1. Restoran Monte

U Istri nalaze se tri restorana s *Michelin zvjezdicom*, a jedan od njih je restoran Monte koji je smješten u srcu jednog od najromantičnijeg grada na Jadranu, u Rovinju. To je prvi restoran koji je osvojio *Michelin zvjezdicu* 2017. godine. Restoran Monte svoju obiteljsku priču započinje još davne 1985. godine s tradicionalnom istarskom konobom u vlasništvu roditelja kuhara Danijela Đekića. Sljedećih godina Danijel i njegova supruga Tjitske, renomirana *sommelierka*³, preuzimaju Monte i pretvaraju ga u pravu gurmansku oazu u kojoj je tradicija visoko cijenjena. Danijel s najstarijem sinom stvara inovativnu kuhinju koja se neprestano razvija i temelji na *terroiru*⁴ koju karakterizira održiva inovativnost, a sve kako bi rekreirao arhaične okuse. Mlađi sin, krenuo je stopama svoje majke i preuzeo zadatak *Maitre d'*⁵, osim toga razvija svoje *sommeliersko* iskustvo (<https://www.monte.hr/>).

Restoran pruža degustacijske *menue* pod nazivom *Blue*, *Red* i *Green*, a mijenjaju se ovisno o sezonama i ponudi namjernica koje nabavljaju kod lokalnih ribara i proizvođača. Svaki meni sastoji se od šest sljedova. Na početku gosti dobivaju pozdrav iz kuhinje, a na kraju dodatni slatkiš (<https://hr.gaultmillau.com/restaurants/monte>).

Recenzije *Michelin vodiča* za restoran Monete navode kako restoran poslužuje kreativna i maštovita jela s naglaskom na istarske namjernice. Vino zaslužuje poseban spomen, kako zbog bogatog izbora, tako i zbog preporuke *sommelierra* (<https://guide.michelin.com/sg/en/the-inspection-process-sg>).

Slika 2. Degustacijski *menu*



³Sommelier je naziv koji dolazi iz francuskog jezika, a označava obrazovanu osobu koja je vrhunski poznavatelj vina i vinske kulture te koji daje gostu preporuke i posluživanja vina uz određeno jelo.

⁴Terroiru je izraz kod vina koji ističe dobar okus i mirisnog kraja grožđa u kojem je ono proizvedeno. Taj naziv obuhvaća mikroklimatske čimbenike te ekspoziciju, insolaciju i inklinaciju, i u pravilu je neponovljiv, odnosno on je jedinstven – unikatan.

⁵Maitre d'iz francuskog je naziv za glavnog konobara.

Izvor: <https://www.monte.hr/>

3.1.1.2. Restoran *Agli Amici* Rovinj i *Cap Aureo Signature Restaurant*

Rovinj se može pohvaliti s još jednim objektom s *Michelin zvjezdicom*, a to je restoran *Agli Amici* i *Cap Aureo Signature Restaurant*. Oba restorana su dio *Grand park hotel Rovinj*****.

Restoran *Agli Amici* smješten je u srcu marine gdje pruža pogled na staru gradsku jezgru i na otok Svete Katarine. U njemu *meni* potpisuje poznati talijanski *chef* Emanuele Scarello koji ima osvojene dvije *Michelin zvjezdice*. Poslužuju se dva degustacijska menija koji se baziraju na povrću pod nazivom *Agli Amici* i Istra. Kulturna jela restorana su govedina na žaru s bademima, špageti s morskim biljem i *langošom*. *Chef* Emanuele Scarello ostao je vjeran viziji istarske kuhinje, sofisticirane jednostavnosti i snažne osobnosti. U svakom jelu izmjenjuju se okusi talijanske tradicije s istarskim mirisima, morem, zemljom i njezinim plodovima (<https://www.maistra.com/hr/smjestaj/grand-park-hotel-rovinj/restorani-i-barovi/cap-aureo-signature-restaurant/#/>).

Slika 3. Degustacijski *menu*



Izvor: <https://www.maistra.com/hr/smjestaj/grand-park-hotel-rovinj/restorani-i-barovi/agli-amici-rovinj/#/>

Cap Aureo Signature Restaurant pruža jedan od najboljih pogleda s terase petog kata na luku i stari grad. *Chef Jeffrey Vella* priprema hranu u kojima do izražaja dolazi moderna mediteranska kuhinja s posebnim naglaskom na istarska jela, a degustacijski jelovnici variraju od tri do

dvadeset sljedova. Posebne kombinacije okusa baziraju se na tartaru od ljetne mrkve s kavijarom i sirutkom s dimljenom marelicom (<https://guide.michelin.com/sg/en/istria/rovinj/restaurant/cap-aureo>).

Slika 4. Degustacijski menu



Izvor: <https://www.maistra.com/hr/smjestaj/grand-park-hotel-rovinj/restorani-i-barovi/cap-aureo-signature-restaurant/>

3.1.1.3. Restoran Draga di Lovrana

Restoran Draga di Lovrana nalazi se unutar hotela Draga di Lovrana**** smještenog u mjestu Lovran na istočnoj obali poluotoka Istre. Hotel se nalazi na rubu planinskog grebena iznad mora i otoka. Hotel je obiteljski *boutique* hotel****⁶ u vlasništvu obitelji Christiana i Sanje Nikolac iz Opatije. Kupljen je 1978. godine u derutnom stanju, od početka je u planu da se preuredi u turistički objekt. Krajem osamdesetih s ratnim zbivanjima u Hrvatskoj, stali su početni radovi i pomisao o renoviranju, a obitelj se u međuvremenu počela baviti ribarstvom. Smirivanjem situacije, počelo se opet razmišljati o hotelu i zaokruživanju ponude od ribarstva do ugostiteljstva. Tako 2004. i 2005. godine na postojećoj prvobitnoj konstrukciji ponovno je izgrađen hotel izvornog imena Draga di Lovrana u kojemu je probuđen njegov austrougarski štih.

Restoran pruža jela koja se baziraju na tradicionalnim okusima. Fokus je na degustacijskim jelovnicima *chefa* Luke Goleša, a gosti mogu sami birati broj sljedova. Također mogu dati

⁶ Boutique hotel je naziv za hotel malog kapaciteta obično do sto soba, koji pruža personaliziraniju uslugu od tipičnog hotela.

prednost mesu ili ribi ulovljenoj iz njihovog broda restorana. Restoran osim zaslužne *Michelin zvjezdice* dio je prestižne europske udruge JRE - *Jeunes restaurateurs d'Europe* (<http://www.dragadilovrana.hr/>).

Slika 5. *Capesante sa moussom* čičoke, potočarka, čvarak



Izvor: <http://www.dragadilovrana.hr/>

3.1.1.4. Restoran Nebo

Nebo *Restaurant & Lounge* s potpisom Denija Srdoča kombinira jedinstvene okuse Hrvatske. Restoran je smješten između Rijeke i Opatije na posljednjem katu hotela Hilton. Tridesetogodišnjak, Deni Srdoč je hrvatski najmlađi *chef* koji je nagrađen s dvije *Michelin zvjezdice* (<https://www.gastronaut.hr/restorani/primorsko-goranska-zupanja/rijeka51000/nebo/7756/>). *Chef* Deni Srdoč donio je *Michelin zvjezdicu* restoranu Draga di Lovrana, a projekt Nebo pripremao je približno godinu dana.

Sa svojim ambijentom, pogledima i atmosferom mjesto pruža najbolje mjesto za izlazak na cijelom Kvarneru. Staklene stijene vizualno stvaraju dojam poput vanjske terase. Najvažnije na čemu se temelji restoran je to po čemu je prepoznatljiv i zaslužan *chef*. On se bazira na čistoj, esencijalnoj visokoj kuhinji, što bi značilo da istražuje krajnje mogućnosti pojedinih sastojaka. Također, ovaj restoran je prvi hrvatski restoran koji je koncipiran tako da ima uvid u sve hrvatske regionalne kuhinje. Osim toga, restoran je prvi u hrvatskoj nacionalni restoran modernističkog stila. Koncept modernog nacionalnog restorana provodi se s ponosom na način

da pet pozdrava iz kuhinje simbolizira pet gastronomskih regija: Istru i Kvarner, Dalmaciju, Liku, Slavoniju i Međimurje. Dalmaciju je predstavljao tartar od školjki u hrskavom tijestu obojenim sipinom crnilom. Pačja jetra označuju Međimurje, a *gravlax* od gačke pastrve s mentom Liku. Delicije sezonskih degustacijskih menija prati vrlo ozbiljna vinska karta te lista od preko 30 šampanjaca i pjenušaca (<https://plavakamenica.hr/2021/07/07/nebo-denija-srdoca-najbolji-je-modernisticki-nacionalni-restoran-u-hrvatskoj/>).

Slika 6. Sir napravljen od faktičkog kozjeg mlijeka



Izvor:<https://plavakamenica.hr/2021/07/07/nebo-denija-srdoca-najbolji-je-modernisticki-nacionalni-restoran-u-hrvatskoj/>

3.1.1.5. Restoran Alfred Keller

Alfred Keller je restoran smješten na Malom Lošinju. Nagrađivan je s jednom *Michelin zvjezdicom*. Zasluge za dovođenje prve *Michelin zvjezdice* na Mali Lošinj znatno je zaslužan nagrađivani švicarac *chef* Christian Kuchler, koji je vodio ozbiljan restoran s dvjema zvjezdicama. On je svoje znanje prenio na mladog austrijanca Micheala Gollenza koji je *chef* u restoranu Alfred Keller (<https://plavakamenica.hr/2023/05/07/michelinov-alfred-keller-na-losinju-nudi-samo-dva-menija-s-ukupno-sedam-jela-pola-menija-nije-se-mijenjalo-dvije-godine-sastojci-su-uglavnom-genericki-a-kuhanje-povrsno/>).

Sam izgled i ambijent restorana je iz doba Austro-Ugarske Monarhije, a za samu arhitekturu zadužen je austrijski arhitekt Alfred Keller po kome je dobio i ime. Vila je od tada bila više puta uređivana i proširena, a danas je dio modernog kompleksa *Boutique Hotel Alhambra*.

U jelovnicima se koriste pažljivo odabrane lokalne namirnice za pripremu jela, koja su moderna i maštovita bez gubitka okusa i užitka. Osim *la carte* obroka za ručak, navečer se dopunjuje s još dva degustacijska menija: *The Signaturei* i *Innovation*. S tim menijima mogu se zamijeniti

i/ili nadopuniti jela u jelovnicima. Prema *Michelin vodiću* uàla *carte* jelu Michelinovi inspektori „preporučuju *raviole* od volovskog repa s pjenom od istarskih tartufa i *foie gras*“ (<https://guide.michelin.com/sg/en/primorje-gorski-kotar/mali-losinj/restaurant/alfred-keller>).

Slika 7. Brancin pripremljen na armenijski način



Izvor:<https://www.jutarnji.hr/dobrahrana/price/losinj-je-uvijek-dobra-ideja-ali-zbog-ova-dva-virtuoza-u-kuhinji-rado-bismo-se-na-otok-i-preselili-15351034>

3.1.1.6. Restoran Boškinac

Restoran Boškinac dio je hotela Boškinac****. Hotel se nalazi u Novalji na otoku Pagu. Prema *Michelin vodiću* stajalište *Michelinovih* inspektora *Boškinac* opisujukao: „ekskluzivno utočište u kojem možete jesti, spavati i opuštati se u savršenom miru i tišini“. Restoran se nalazi na osami u uobičajenoj kamenoj zgradi, gdje gosti mogu objedovati na terasi vanjskih stolova koji se nalaze unutar zelene oaze.

Restoran nudi degustacijske jelovnike koji sadrže otočne sastojke, kao što je: hvaljena janjetina, divlje bilje i škampi koji se love u lokalnim vodama, ali sva ta jela ukomponirana na kreativan i moderni stil (<https://guide.michelin.com/sg/en/lika-senj/novalja/restaurant/boskinac>). Zahvaljujući *chefu* Borisu Šuljiću i njegovim timu ove namjernice poslužuju se na kreativan način u skladu okusa i mirisa. U 2020. godini restoran je prvi put osvojio *Michelin zvjezdicu*, a kvalitetu održavaju sve do danas.

Slika 8. Degustacijski menu

Izvor: <https://www.boskinac.com>

3.1.1.7. Konoba Pelegrini

Konoba Pelegrini nalazi se u Šibeniku. Restoran, odnosno konoba Pelegrini od 2018. godine osvaja *Michelin zvjezdicu*. Šibenčanin Rudolf Štefan koji je porijeklom iz Kvarnera kupio je 2006. godine prostor u palači Pelegrini koja je starija od šibenske Katedrale. Restoran je počeo s radom 2007. godine. Vlasnik Štefan nije bio profesionalni kuhar, ali nakon završenog fakulteta uvijek je radio u ugostiteljstvu. Nakon godina traženja adekvatnog *chefa* kuhinje, koji bi ostvario njegove vizije, odlučio je sam postati *chef*. Nakon dodatnog obrazovanja, krenuo je putovati i raditi u inozemstvu. Najvažniji trenutak bio je rad u Španjolskoj 2013. godine. Tamo se je sprijateljio s svjetski poznatom *cheficom* Elenom Arzak. Arzak zajedno s Martinom Berasateguijem stvaraju visoku *terroirsku* baskijsku kuhinju⁷.

Može e reći da se Pelegrini izborio za *mainstreama* hrvatske visoke moderne kuhinje. Rudolf Štefan jedinstveni je tvorac hrvatske restoranske industrije, a Pelegrini kao njegov najpotpuniji proizvod kojim raspolaže. Restoran ujedinjava moderno dalmatinsko kuhanje koje izražava

⁷Baskijska kuhinja se odnosi na kuhinju regije Baskija, a uključuje meso i ribu s roštilja pripremljenu na vrućem ugljenu, janjetina variva, bakalar, *tolosa* grah jela... Jela često uključuju rajčicu i slatku crvenu papriku.

lokalne sastojke (<https://plavakamenica.hr/2019/12/29/najbolji-restoran-u-hrvatskoj-cetvrti-put-zaredom-je-sibenski-pegrini-sa-130-bodova/>).

Kako je navedeno u *Michelin vodiču* recenzijama Michelinovih inspektora navode kako ovaj restoran nudi cjeloviti degustacijski meni uz jelovnik od četiri slijeda. Konoba predstavlja lokalne namirnice poput kamenica, dagnji, ježeva, morskih puževa i raznih vrsta riba, kao i jela od mesa s naglaskom na janjetinu i teletinu (<https://guide.michelin.com/sg/en/sibenik-knin/sibenik/restaurant/pegrini>).

Slika 9. Degustacijski menu



Izvor: <https://plavakamenica.hr/2019/12/29/najbolji-restoran-u-hrvatskoj-cetvrti-put-zaredom-je-sibenski-pegrini-sa-130-bodova/>

3.1.1.8. Restoran LD

Na otoku Korčuli, u slikovitoj povijesnoj jezgri, unutar palače Lešić Dimitri, nalazi se hotel LD. U ovom otmjenom hotelu nalazi se restoran koji nudi vanjski prostor za objedovanje na otvorenom s pogledom na more, otoke i poluotok. *Chef* Marko Gajski poslužuje jela moderne mediteranske kuhinje s naglaskom na lokalne proizvode i sezonske menije. Posebno se može istaknuti maslinovo ulje i izvrsna riba. Jela pripremljena od *chefa* su lijepo prezentirana i puna okusa s nekoliko egzotičnih sastojaka i kreativnih detalja. Tim Markove kuhinje stvara nsvakidašnja jela od dnevnog ulova, samoniklog otočnog bilja i ručno ubranih sezonskih delicija srednjodalmatinskog arhipelaga. Gosti mogu birati između degustacijskog jelovnika kuhara i *à la carte* jelovnika. Favoriti na jelovniku su *foie gras ganache* s pistacijama, kiselim jabukama i malinama, a od deserta izdvajaju čokoladnu kremu sa šlagom, narančom i bademima. Svako jelo može se savršeno sljubiti s čašom vina prema preporuci *sommelier*a (<https://www.jre.eu/en/restaurants/ld-restaurant>).

Slika 10. Foie gras ganache s pistacijama

Izvor: <https://www.jre.eu/en/restaurants/ld-restaurant>

3.1.1.9. Restoran 360 Dubrovnik

Prema *Michelin vodiču* njihovi inspektori recenzirali su Restoran 360 Dubrovnik kao: „čarobni restoran kojemu je ulaz kroz ono što se čini kao tajna vrata u dubrovačkim gradskim zidinama koja vode nekoliko stepenica u veliki i neočekivani vanjski prostor s pogledom na ovaj prekrasan i užurbani grad“. Kuhinja Marija Curića i njegov tim spretno i elegantno ujedinjavaju hrvatske specijalitete. Prema širem povijesno – kulturološkom kontekstu, opskrbljuje se dvama bazenima: mediteransko – primorskim i kontinentalnim. Prezentaciji se posvećuje posebna pozornost, kako bi se osiguralo da su jela koja se ovdje poslužuju više nego jednaka (<https://guide.michelin.com/sg/en/dubrovnik-neretva/dubrovnik/restaurant/360>). U 2022. godini gostima se nudi degustacijski *menu Retro* u kojem je fokus na mediteranskim klasicima poput brancina, skuše i Jakobove kapice te crne slavonske svinje. Izbalansirane kombinacije okusa glavnih namirnica i fokus na teksturi, veoma su precizni, poput „kratko dimljenog fileta skuše koji je pečen na tavici te dolazi u kontrapunktu s *carpacciom* od bijele repe punjenim s kavijarom od pastrve, a blagost brancina sljubljuje se s dimljenom majonezom i kontrastira sa salaticom od dagnji i koromača koju prate *faggotini* punjeni raguom od sipe te slatko kiseli

umak“. Na stranici *Gastronaut.hr* u recenzijama se navodi da u jelovniku se posebno ističe „tartar od Jakobovih kapica uz *mousse* od karabe i umak od karabe s uljem estrgona, gelom od *yuzu-a* te čipsom od pileće kože“, a obožavatelji iznutrica *chef* radi „*brizle* pečene na tavici i posložene u kremi od artičoka s *confitom* artičoke“. Važno je istaknuti da restoran nudi jednu od najboljih vinskih karti u Hrvatskoj (<https://www.gastronaut.hr/restorani/dubrovacko-neretvanska-zupanija/dubrovnik-20000/360-0/5282/>).

Slika 11. Carpaccio, pannacotta od cvjetače, carpione, kavijar



Izvor: <https://www.eatoutzagreb.com/recenzije-restorani/restoran-360-dubrovnik-i-dalje-je-najbolji-u-hrvatskoj/>

3.1.1.10. Restoran Noel

Restoran Noel je prvi i jedini restoran s *Michelin zvjezdicom* u Zagrebu, odnosno u cijeloj kontinentalnoj Hrvatskoj. U 2019. godini osvaja prvu zvjezdicu te ju nastavlja sačuvati sve do danas. *Chef* Bruno Vokal nadahnut bogatim izborom lokalnih namirnica visoke kvalitete i još bogatijim okusima tradicije, složio je meni od pet „slika“. Te „slike“ donose 23 precizno pripremljena jela u čast najdužem danu u godini, odnosno ljetnom solsticiju. Meni se mijenja sukladno promjeni godišnjih doba i dostupnosti sezonskih namirnica. Simboličnog imena, ovaj koncept utjelovljuje definiciju gurmanskog *crescenda* koji uključuje sva osjetila i u kojem se uživa nešto više od tri sata. Prema *Michelin vodiću* njihovi inspektori „izdvajaju ukusnu laganu prženu artičoku posluženu sa svježim listićima badema i kremom od artičoke“ (<https://guide.michelin.com/hr/en/zagreb-region/zagreb/restaurant/noel>). Noelov tim *sommelier*a i miksologa aktivan je u stvaranju trendova tako da se tijekom večere poslužuje nekoliko napitaka iz vlastite proizvodnje – *kombucha*, pivo i kvas kako bi se postiglo zaokruživanje svih osjetila. (<https://www.gastronaut.hr/restorani/zagreb-i-zagrebicka-zupanija/zagreb-10000/noel/7306/>).

Slika 12. Degustacijski meni

Izvor: <https://www.journal.hr/lifestyle/gastro/bruno-vokal-noel-intervju/m>

3.1.2. Restorani s *Michelin zelenom zvjezdicom*

Oznaka *Michelin zelena zvjezdica* ističe restorane koji su predvodnici industrije kada je riječ o restoranskoj održivoj praksi. Takvi restorani drže do odgovornosti za etičke i ekološke standarde te surađuju s održivim proizvođačima i dobavljačima kako bi, između ostalog, izbjegli otpad i smanjili ili čak uklonili plastiku i druge materijale koji se ne mogu reciklirati iz svog opskrbnog lanca. Oni daju gastronomska iskustva koja kombiniraju kulinarsku izvrsnost s izvanrednim ekološkim obvezama te su izvor inspiracije kako za ugostiteljsku industriju tako i za ljubitelje hrane. U Hrvatskoj 2022. godine imamo sveukupno dva restorana nositelja *Michelin zelene zvjezdice*, a to su: Zinfandel's u Zagrebu i Konoba Mate na Korčuli. Ujedno restorani mogu nositi više različitih oznaka tako restoran Konoba Mate osim oznake *Michelin zelene zvjezdice* nosi i oznaku *Big Gourmand* (<https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>).

3.1.3. *Michelin Big Gourmand* restorani

Big Gourmand je dobio ime po *Bibendumu* koja je službena maskota tvrtke Michelin grupe. Oznaku *Big Gourmand* služi za označavanje restorana koji su ocjenjeni i prepoznati po izvrsnoj hrani, ali po umjerenim cijenama. Dok anonimni i neovisni inspektori *Michelin vodiča* obilaze gastronomske objekte diljem svijeta, u stalnoj su potrazi i za restoranima koji nude kvalitetnu hranu po cijenama prihvatljivim za svačiji „džep“. Prikupljena opažanja rezultirala su stvaranjem zasebne kategorije za prepoznavanje takvih restorana (<https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>). Danas u Hrvatskoj oznaku *Big Gourmand* nosi 12 restorana, a neki od njih su: Šug u Splitu, Batelina u Banjolama, Konoba Vinko u Šibeniku, Vuglec Breg u Krapini i Konoba Škoj na Šolti, te restoran Konoba Mate na Korčuli koji ima *Michelin zelenu zvjezdicu* (Pacić, 2022).

Slika 13. Oznaka *Michelin Big Gourmand* restorana



Izvor: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>

3.1.4. Restorani s *Michelin preporukom*

Oznaku *Michelin preporuke* za 2022. godinu dobila su ukupno 61 restoran, pri čemu je na navedenu listu uvršteno 6 novih restorana. Neki od restorana s *Michelin preporukom* su: Zlatne gorice na Varaždin bregu, Taj Mahal u Dubrovniku, Johnson u Mošćeničkoj Dragi, Kinoteka u Splitu, Gallo u Zagrebu, Il Ponte u Trogiru, Mala Hiža u Mačkovcu blizu Čakovca i mnogi drugi. Zagrebački restoran koji ima *Michelin zelenu zvjezdicu* Zinfandel's također ima i *Michelin preporuku* (<https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvjezdice>).

3.2. Kriteriji za postizanje *Michelin* oznake

Svi inspektori *Michelin vodiča* su zaposlenici Michelin Grupe s punim radnim vremenom. Oni redovito obilaze i večeraju u restoranima/hotelima kako bi potrošačima dali najbolje

informacije i preporuke. Većina njih studirala je u najboljim svjetskim ugostiteljskim školama, puno su putovali te su živjeli i radili u raznim zemljama diljem svijeta. Oni su odgovorni za ocjenjivanje više od 40 000 hotela i restorana u više od 24 zemlje na tri kontinenta.

Kako bi zadržali neovisnost svog mišljenja, inspektori uvijek anonimno večeraju vani, sami si plaćaju obroke, a zatim ocjenjuju svoje iskustvo prema pet javno priznatih kriterija ocjenjivanja:

- ✓ korištenje kvalitetnih proizvoda,
- ✓ ovladavanje okusima i tehnikama kuhanja,
- ✓ osobnost kuhara u njegovoj ili njezinoj kuhinji,
- ✓ vrijednost za novac,
- ✓ dosljednost između posjeta,
- ✓ temeljne vrijednosti.

Prehrambeni trendovi i gastronomske tehnologije možda su dolazili i prolazili, ali *Michelin vodič* čvrsto se drži svoje temeljne misije poticanja kulture putovanja i prehrane vani. Isto tako, drži se i svog obećanja da će pomoći ljudima da donesu pravi izbor na temelju šest temeljnih vrijednosti: anonimnosti, neovisnosti, stručnosti, pouzdanosti, strasti i kvaliteti (<https://guide.michelin.com/sg/en/the-inspection-process-sg>).

4. ISTRAŽIVANJE GASTRONOMSKE PONUDE RESTORANA U RH S „MICHELIN ZVJEZDICAMA“ U 2022. GODINI

U Republici Hrvatskoj nalazi se deset restorana s *Michelin zvjezdicom* od kojih se devet nalazi na Jadranu, a samo jedan u kontinentalnoj Hrvatskoj, odnosno u Zagrebu. Prilikom istraživanja, podaci se nisu prikupljali samo od restorana sa zvjezdicom već i od *Michelin preporuke* i *Michelin oznake Big Gourmand*.

4.1. Metodologija istraživanja

Za potrebe završnog rada, instrument za prikupljanje podataka je anketni upitnik kojeg su restorani samostalno i anonimno popunjavali. Anketni upitnik poslan je zasebno svakom ugostiteljskom objektu koji imaju *Michelin zvjezdicu*, *Michelin zelenu zvjezdicu*, *Michelin*

preporuku i *Michelin* oznaku *Big Gourmand* u 2022. godini na e-mail adresu koja se nalazi na njihovim vlastitim internet stranicama.

U anketnom upitniku nalaze se jednostavna, zatvorena pitanja na koje ispitanik odgovara na način da označi onu kategoriju koja najbolje opisuje njegov odgovor. Također, postoje dva otvorena pitanja gdje ispitanik u nekoliko riječi točno navede ono što se od njega traži. Za izražavanje stavova koristila se *Likertova* ljestvica procjene do 5 stupnjeva, pri čemu broj 1 označava vrlo nisko slaganje, a broj 5 vrlo visoko slaganje.

Anketni upitnik sastavljen je na način:

- Uvod – opis i svrha istraživanja.
- Pitanje 1. Spol
- Pitanje 2. Dob
- Pitanje 3. Molim zaokružite najvišu završenu školu, odnosno stupanj obrazovanja
- Pitanje 4. Koji je Vaš radni status?
- Pitanje 5. Na kojem položaju ste zaposleni u restoranu/hotelu?
- Pitanje 6. Kakvu prestižnu kulinarsku nagradu ima Vaš restoran/hotel?
- Pitanje 7. Koliko godina imate oznaku *Michelin zvjezdice/preporuke* i oznake *Big Gourmand*?
- Pitanje 8. Označite najpotrebnije kompetencije djelatnika za Vaš restoran/hotel.
- Pitanje 9. Po Vašem mišljenju, stručnost osoblja za rad u Vašem restoranu/hotelu je:
- Pitanje 10. U kojoj mjeri je Vaš šef kuhinje važan za Vaš restoran?
- Pitanje 11. U koje godišnje doba imate najviše gostiju?
- Pitanje 12. U koje doba dana imate najviše gostiju?
- Pitanje 13. U koje Vam se postotku vraćaju „stalni“ gosti?
- Pitanje 14. Iz koje države najviše dolaze Vaši gosti?
- Pitanje 15. Kakvoj populaciji pripadaju Vaši gosti?
- Pitanje 16. Koji su razlozi dolaska gostiju u vaš restoran/hotel?
- Pitanje 17. Na koji način se promovirate?
- Pitanje 18. Koji su najčešći razlozi za žalbu gostiju u Vašem restoranu/hotelu?
- Pitanje 19. Cijena prosječnog meni-a za jednu osobu kreće se:
- Pitanje 20. Navedite neka jela koje preporučujete svojim gostima.
- Pitanje 21. Navedite nazive jela na temelju kojih ste osvojili *Michelin zvjezdicu/ Michelin preporuku/ oznaku Big Gourmand*.

➤ Pitanje 22. Kakva je konkurentnost restorana u Vašoj destinaciji?

Istraživanje je provedeno na području Republike Hrvatske od 10. 5. do 25. 5. 2023. godine. Anketni upitnik popunjava se pomoću *Google Untitled form* slanjem zasebno svakom restoranu na e-mail adresu.

4.1.1. Problem istraživanja

Problem istraživanja proizlazi iz potrebe da potencijalni gosti traže sve više različite, nove gastronomske trendove i ponude restorana koji postaju sve značajniji čimbenik u oblikovanju posebnih turističkih doživljaja destinacije (Bakan i Salopek, 2015). Svaka zemlja ima svoju specifičnu gastronomsku ponudu pa tako i Republika Hrvatska. Kao što je navedeno prije u radu, RH se proteže na malom teritorijalnom, ali vrlo širokom gastronomskom području. Tu se nameće i pitanje i problem kvalitete restorana, odnosno koliko visokokvalitetnih restorana ima u RH, kao i koliko je gastronomska destinacija kroz godine napredovala.

4.1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja su beneficije restorana koji nude visokokvalitetnu gastronomsku ponudu s *Michelin zvjezdicama*. Dakle, istraživat će se način na koji su restorani zaslužili prestižnu zvijezdu, kao i gdje se nalaze restorani s navedenim zvjezdicama. Ujedno će se istraživati čimbenici koji uključuju razloge dolazaka gostiju u restorane s visokokvalitetnom gastronomskom ponudom.

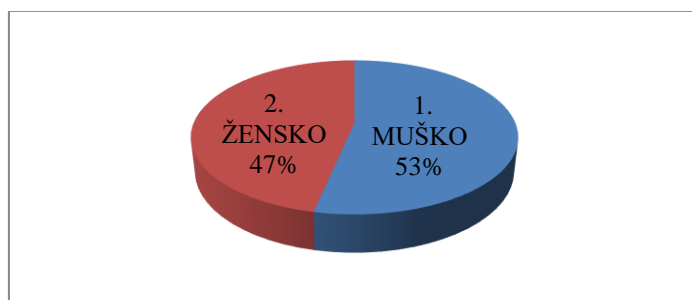
4.1.3. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je analizirati gastronomsku ponudu u RH, te koliko ima restorana s *Michelin zvjezdicom*. Također, istraživat će se način zasluge *Michelin zvjezdica* u RH, kao i gdje su najviše koncentrirani restorani s *Michelin zvjezdicom*. Analizirati će se demografske, socijalne i ekonomske karakteristike gosta koji dolazi u restorane s visokokvalitetnom gastronomijom. Ujedno istraživat će se način promoviranja, kvaliteta usluge i obrazovna struktura restorana s *Michelinzvjezdicom*.

4.2. Karakteristike uzorka

Istraživanje je provedeno po principu slučajno odabranih uzoraka, ali unaprijed poznatog i definiranog uzorka, odnosno restorana koji posjeduju *Michelin zvjezdicu*, *Michelin preporuku* i/ili *Michelin oznake Big Gourmand*. U istraživanju je sudjelovalo 15 restorana, što je ujedno 20% uzorka ili svih restorana koji su sudjelovali u istraživanju. U grafikonu 1. prikazan je uzorak s obzirom na spol ispitanika koji odgovaraju u ime restorana.

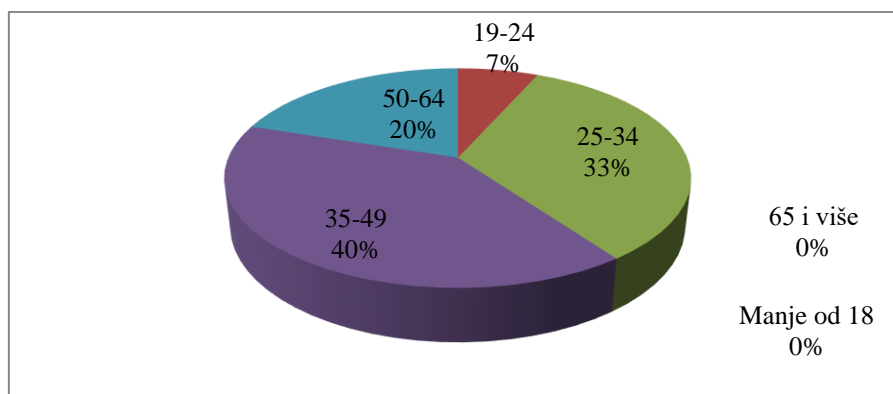
Grafikon 1. spol



Izvor: vlastita izrada autora

Na navedeno pitanje kojeg ste spola, odgovorilo ih je 53% muškaraca te 47% žena. U grafikonu broj 2. prikazan je uzorak ispitanika s obzirom na dob.

Grafikon 2. Dob

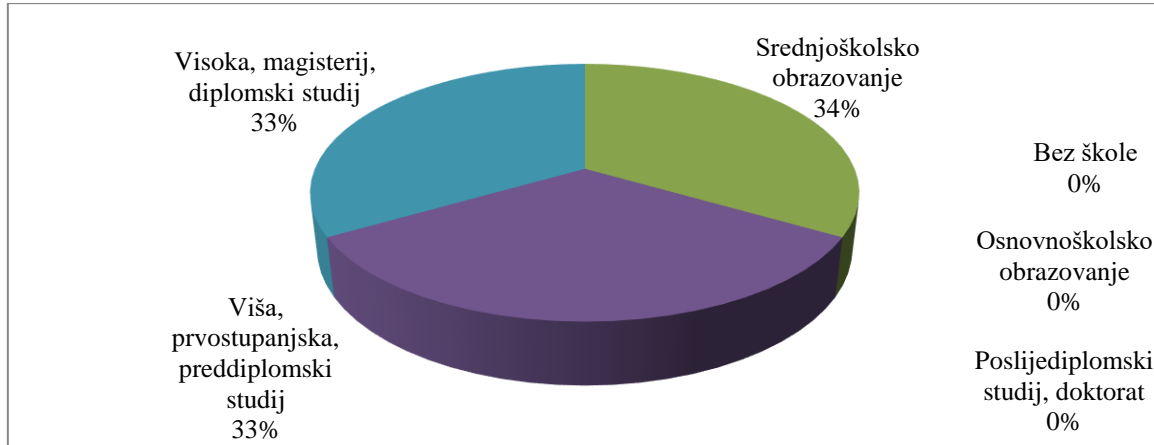


Izvor: vlastita izrada autora

Na pitanje koje se odnosi na dob ispitanika odgovorio je jedan ispitanik od 19 do 24 godine. U dobi od 25 do 34 godine odgovorilo ih je pet ispitanika, odnosno 33%. Šest ispitanika sudjelovalo je u dobi od 35 do 49 godina odnosno 40% ispitanika. U dobi od 50 do 64 godine

sudjelovali su tri ispitanika. U istraživanju nisu sudjelovali ispitanici do 18 godina i stariji od 64 godine. U grafikonu broj 3. prikazan je uzorak ispitanika s obzirom na stupanj obrazovanja.

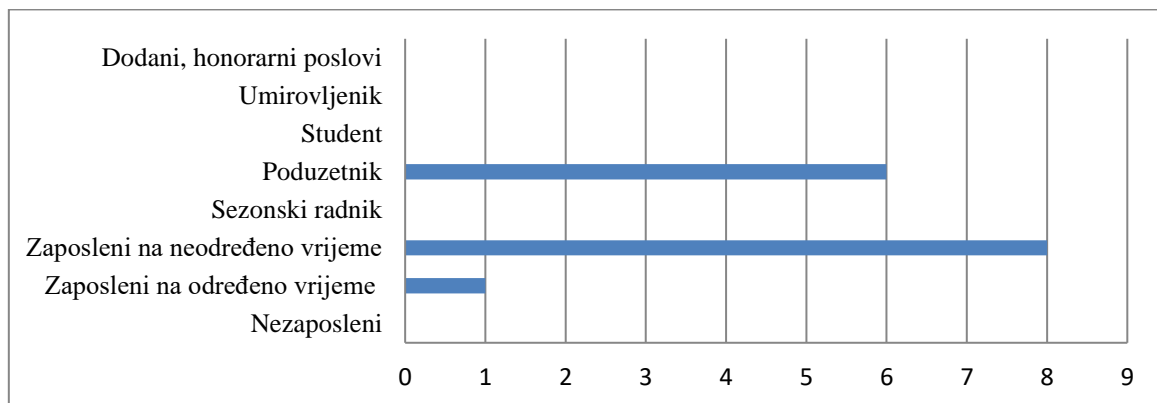
Grafikon 3. Molim zaokružite najvišu završenu školu, odnosno stupanj obrazovanja



Izvor: vlastita izrada autora

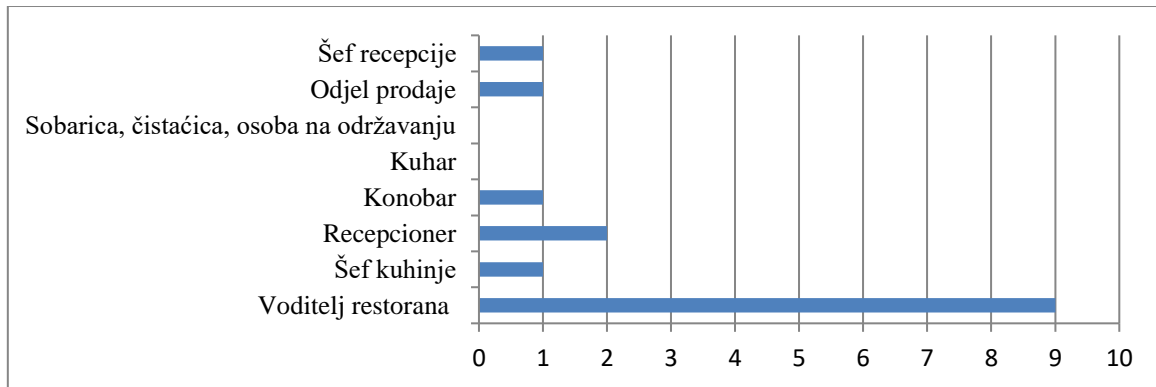
U grafikonu 3. prikazan je stupanj obrazovanja ispitanika. Vidljiv je podjednak stupanj obrazovanja ispitanika sa srednjoškolskim, preddiplomskim i diplomskim studijem ili njih 33%. Poslijediplomskog, osnovnoškolskog i bez osnovnoškolskog obrazovanja nema navedenih ispitanika. U grafikonu 4. prikazan je uzorak ispitanika s obzirom na radni status.

Grafikon 4. Koji je Vaš radni status?



Izvor: vlastita izrada autora

Prema podacima navedenima u grafikonu 4. vidljivo je da su 8 ispitanika zaposleni na neodređeno vrijeme, 6 ispitanika su vlasnici restorana, a jedan ispitanik je zaposlen na određeno vrijeme. U grafikonu 5. prikazan je uzorak ispitanika s obzirom na položaj zaposlenosti u ugostiteljskom objektu.

Grafikon 5. Na kojem položaju ste zaposleni u restoranu/hotelu?

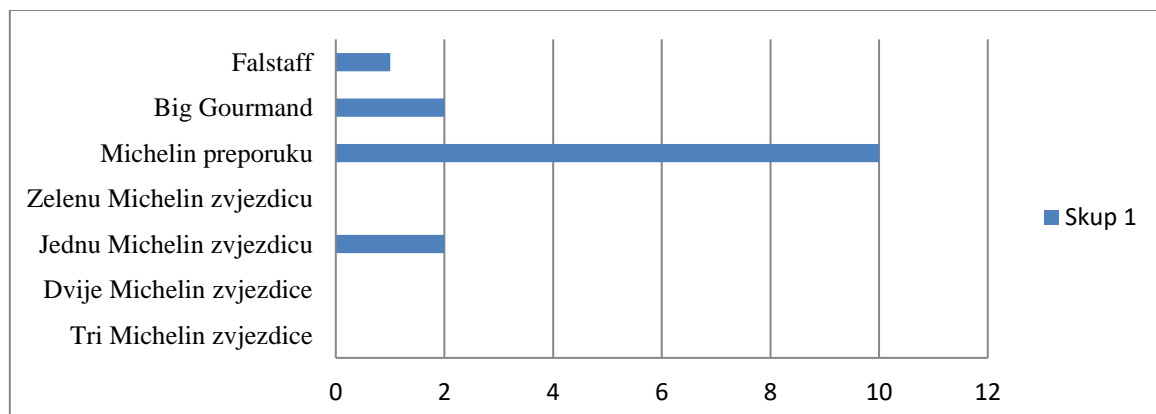
Izvor: vlastita izrada autora

Prema podacima navedenih u grafikonu 5. vidljivo je da su 9 ispitanika zaposleni na položaju voditelja restorana, 2 ispitanika odgovorila su da se nalaze na položaju recepcionara. Na položaju šefa recepcije, odjela prodaje, konobar i šef kuhinje odgovarali su po 1 ispitanik, dok nije bilo ispitanika s položaja sobarice, čistačice, osobe na održavanju i kuhara.

4.3. Rezultati istraživanja

U ovom poglavlju završnog rada prikazani su rezultati istraživanja provedenog za potrebe rada kojim se je nastojalo uvidjeti način rada restorana s *Michelin zvjezdicama* i ostalim restoranima koji posjeduju *Michelin priznanje*. Isto tako, prikazani su rezultati skupine gostiju koji dolaze u navedene ugostiteljske objekte, odnosno restorane.

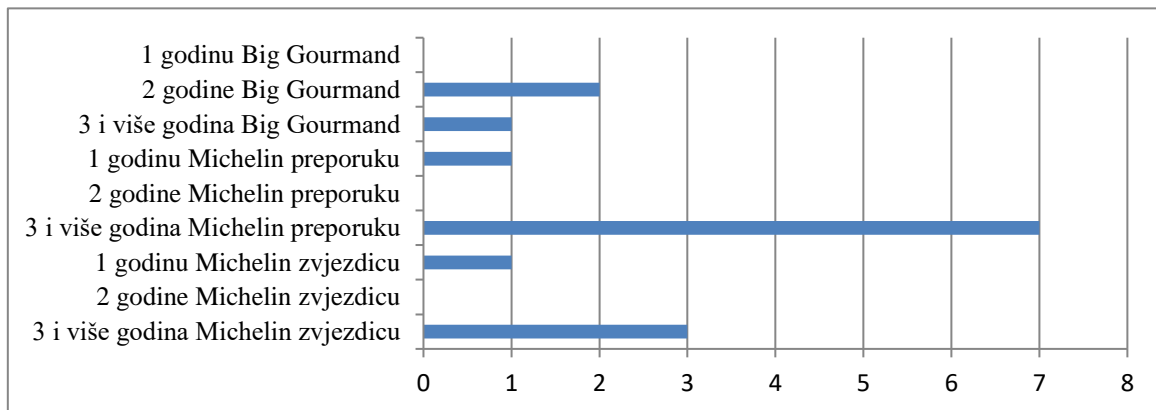
U dijelu upitnika gdje se ispituje o prestižnim kulinarskim nagradama, odnosno ima li restoran preporuku ili *Michelin zvijezdicu/e* ili nešto drugo prikazano je u grafikonu 6.

Grafikon 6. Kakvu prestižnu kulinarsku nagradu ima Vaš restoran/hotel?

Izvor: vlastita izrada autora

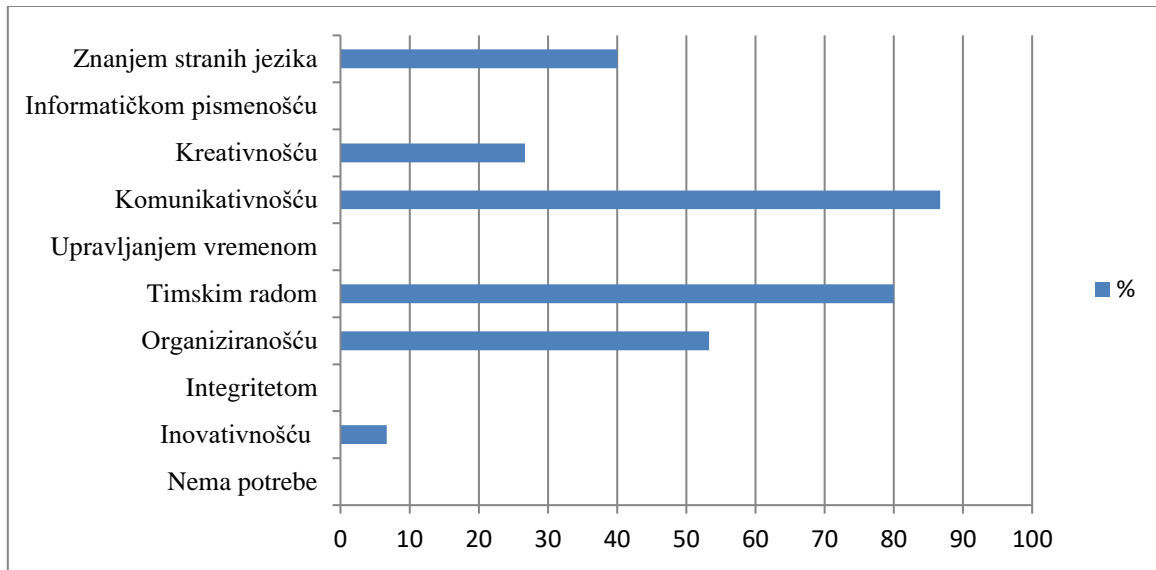
Iz grafikona 6 vidljivo je da najviše odgovora ima s *Michelin preporukomi* to je odgovorilo 10 restorana, 2 ispitanika restorana odgovorilo je s jednom *Michelin zvjezdicom*. Također, 2 ispitanika odgovorilo je s oznakom *Big Gourmand*. Jedan ispitanik restoran dodao je odgovor da imaju nagradu *Falstaff*. Nije bilo ispitanih restorana koji imaju zelenu *Michelin zvjezdicu*. U grafikonu 7 prikazano je kako dugo posjeduju zaslužene *Michelin oznake*.

Grafikon 7. Koliko godina imate oznaku *Michelin zvjezdice/Michelin preporuke i/ili oznaku Big Gourmand?*



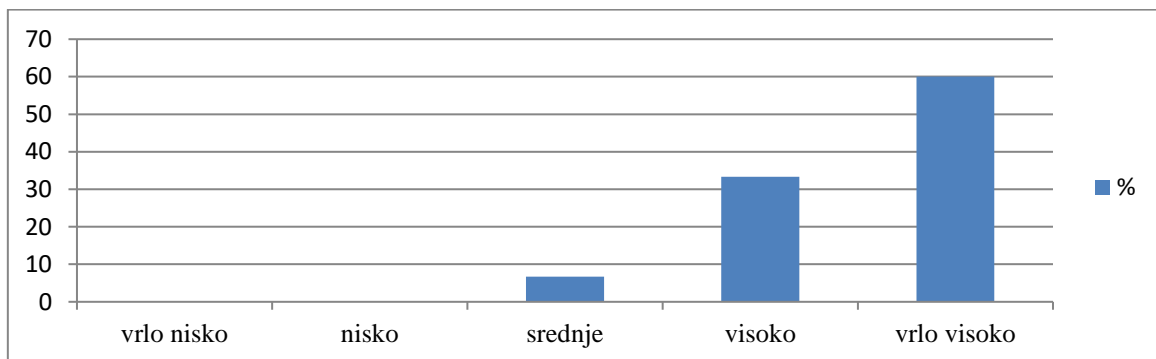
Izvor: vlastita izrada autora

Iz grafikona 7 vidljivo je da ispitanici restorani održavaju svoju kvalitetu, odnosno 11 ispitanih restorana održavaju *Michelin oznake* više od 3 godine. Samo 2 ispitanika restorana navela su da imaju oznaku *Big Gourmand* dvije godine. Po 1 ispitanik restoran s *Michelin zvjezdicom* i *Michelin preporukom* ima jednu godinu *Michelin priznanje*. Nadalje u grafikonu 8. bit će prikazane potrebne kompetencije djelatnika za rad u restoranu.

Grafikon 8. Označite najpotrebnije kompetencije djelatnika za Vaš restoran/hotel?

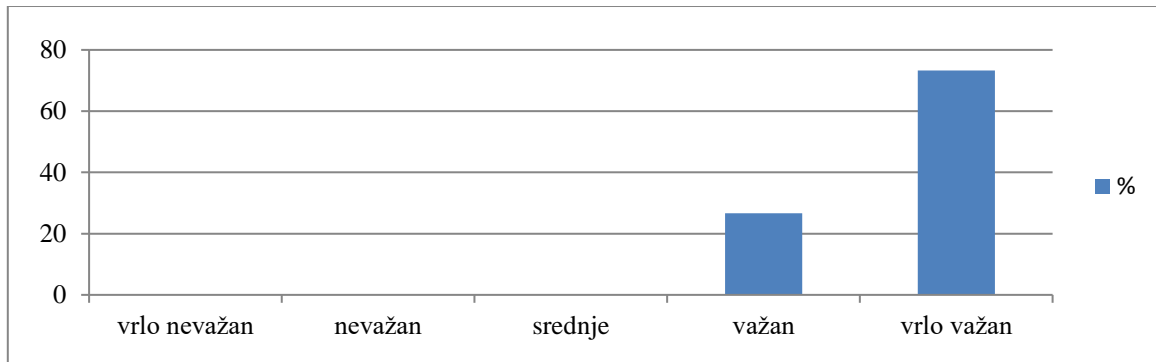
Izvor: vlastita izrada autora

Prema podacima iz grafikona 8 koji su prikupljeni od ispitanih restorana, vidljivo je da najpotrebnije kompetencije djelatnika imaju za komunikativnošću 86,7%, slijede potrebne kompetencije za timskim radom 80% te organiziranošću 53,3%. Ni jedan restoran nije naveo potrebne kompetencije za informatičkom pismenošću, upravljanjem vremenom i integritetom. U grafikonu 9. bit će iskazani stav stručnosti zaposlenika u restoranu.

Grafikon 9. Po Vašem mišljenju, stručnost osoblja za rad u Vašem restoranu/hotelu je:

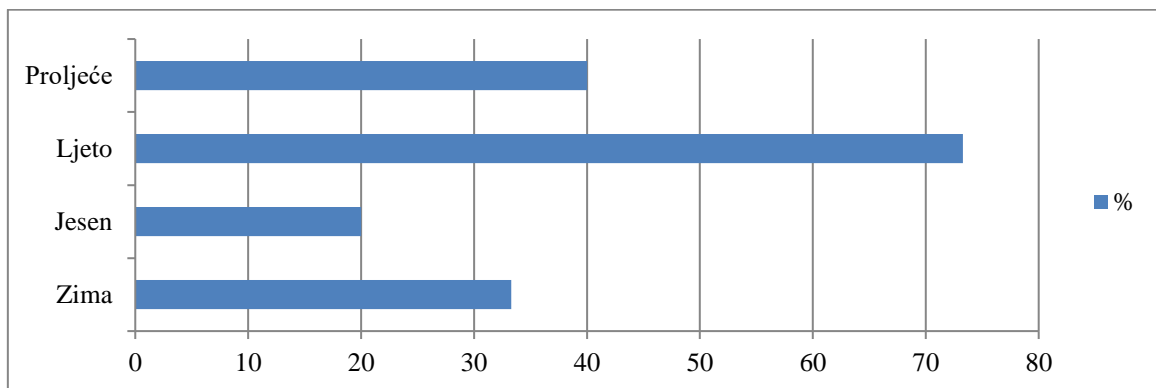
Izvor: vlastita izrada autora

Iz grafikona 9 vidljivo je da stručnost osoblja u njihovom restoranu je vrlo visoka, odnosno to je naveo 60% ispitanika. Njih 33,3% ispitanika smatra da je stručnost visoka, a samo jedan ispitanik je odgovorio da je stručnost u restoranu srednje razine. Dalje u grafikonu 10 bit će iskazan stav važnosti šefa kuhinje.

Grafikon 10. U kojoj mjeri Vaš šef kuhinje je važan za Vaš restoran?

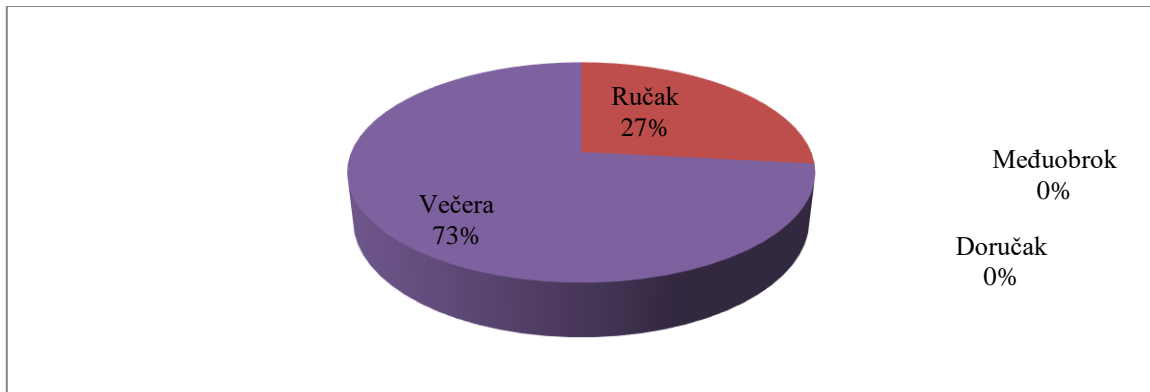
Izvor: vlastita izrada autora

Vidljivo je iz grafikonu 10. da su ispitanici odgovorili da šef kuhinje je vrlo važan za njihov restoran, odnosno njih 73,3%, a da je važan odgovorili su 26,7% ispitanika. U sljedećem grafikonu 11 želimo prikazati u koje godišnje doba je najveća koncentracija gostiju.

Grafikon 11. U koje godišnje doba imate najviše gostiju?

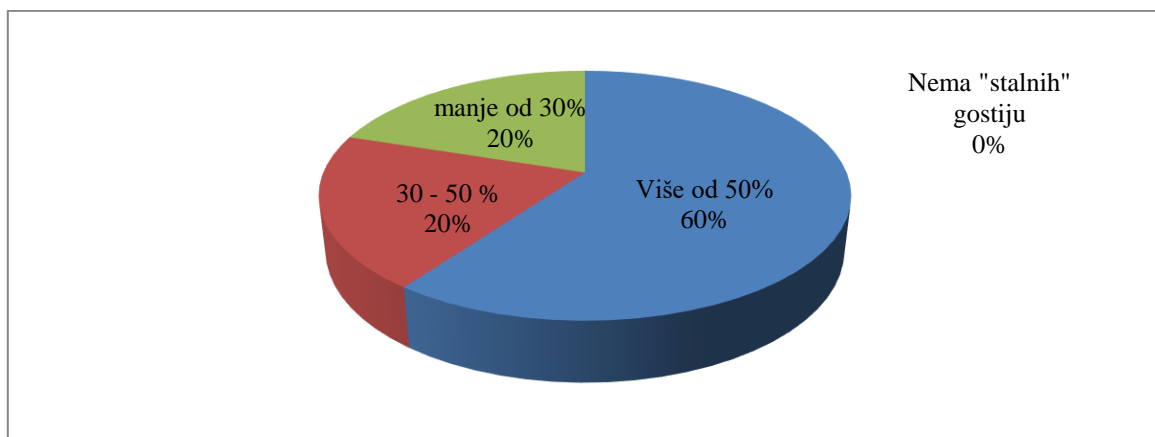
Izvor: vlastita izrada autora

Evidentno je da najviše gostiju imaju u ljeti, i to potvrđuje 73,3% odgovora, nadalje ih slijedi godišnje doba u proljeće s 40%, te u zimi s 33,3%, a najmanja koncentracija gostiju je u jeseni s 20% odgovora. U grafikonu 12 bit će prikazano najveća koncentracija gostiju prema dobu dana.

Grafikon 12. U koje doba dana imate najviše gostiju?

Izvor: vlastita izrada autora

U grafikonu 12 vidljivo je da najviše gosti dolaze na večeru u restorane, odnosno 73% dolazaka, a 27% odgovorilo je da dolaze na ručak. Dolazak na doručak ili međuobrok nije zabilježeno kao važno doba za dolazak gostiju. Nadalje želimo saznati iz grafikona 13 koliko su gosti „vjerni“ određenim restoranu.

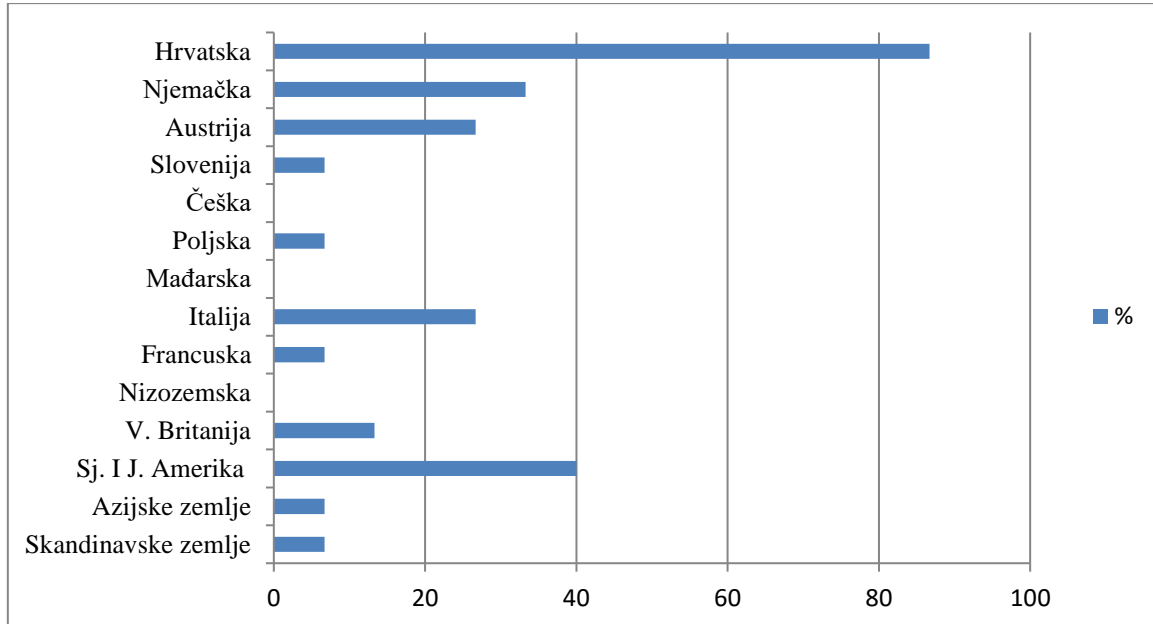
Grafikon 13. U kojem Vam se postotku vraćaju „stalni“ gosti?

Izvor: vlastita izrada autora

Anketa je pokazala da devet ispitanih restorana navodi da im se „stalni“ gosti vraćaju od više od 50%. Tri restorana odgovorila su da im se gosti vraćaju u omjeru od 30% do 50%. Također, tri restorana odgovorila su da im se gosti vraćaju manje od 30%. Nitko nije naveo da im se ne

vraćaju „stalni“ gosti. Rezultati ispitanika iz kojih država im najviše dolaze gosti prikazani su u grafikonu 14.

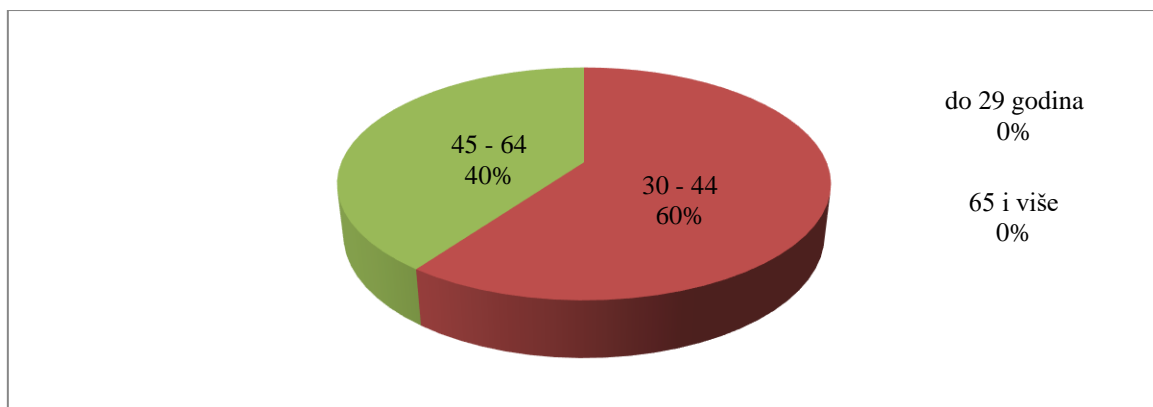
Grafikon 14. Iz koje države najviše dolaze Vaši gosti?



Izvor: vlastita izrada autora

Podaci iz grafikona 14 pokazuju da najviše u restorane s *Michelin zvjezdicama/ preporukama* te *Big Gourman* oznakom dolaze domaći gosti, i to s visokim 86,7%. Nadalje ih slijede državljani Sjeverne i Južne Amerike s 40% dolazaka, te Nijemci s 33,3%. 26,7% dolazaka čine Austrijanci i Talijani, a 13,3% dolazaka čine ispitanici iz V. Britanije. Državljeni Slovenije, Poljske, Francuske, te državljani iz Skandinavskih zemalja i Azije ostvaruju manjinsku skupinu dolazaka, odnosno samo 6,7%. Iz zemalja Češke, Mađarske i Nizozemske nije zabilježen ni jedan odgovor. U grafikonu 15 bit će prikazana dobna skupina gostiju.

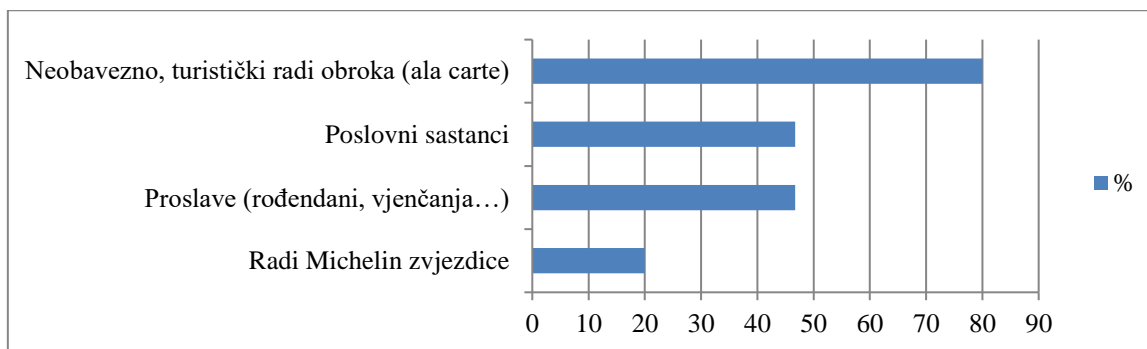
Grafikon 15. Kakvoj populaciji pripadaju Vaši gosti?



Izvor: vlastita izrada autora

U grafikonu 15 je vidljivo da u restorane najviše odlaze gosti dobne skupine od 30 do 44 godine starosti, a slijede ih gosti od 45 do 64 godine starosti. Razlog dolazaka gostiju u restorane s *Michelin zvjezdicama/preporukama* i/ili *Big Gourmand oznakom* prikazano je u grafikonu 16.

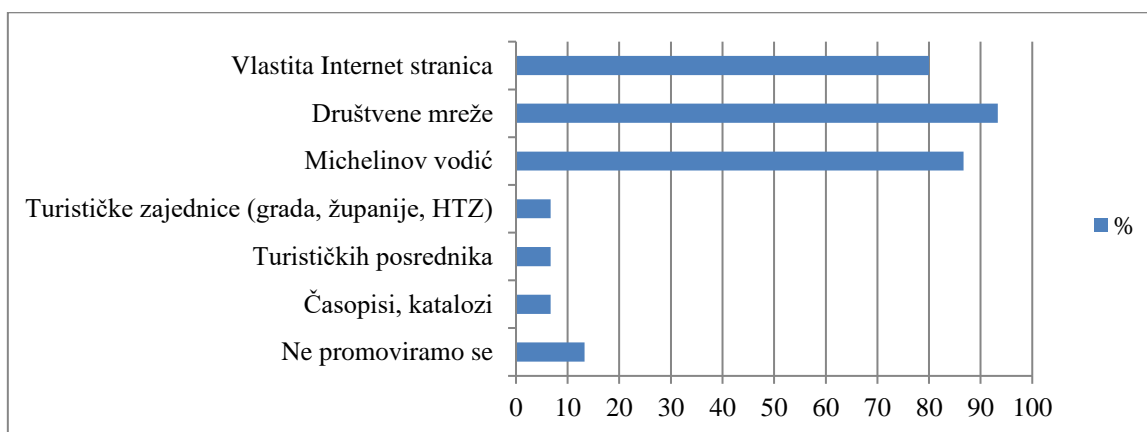
Grafikon 16. Koji su razlozi dolaska gostiju u Vaš restoran/hotel?



Izvor: vlastita izrada autora

Prema podacima iz grafikona 16 vidljivo je da gosti najviše dolaze neobavezno (*ala carte*), odnosno zbog obroka, i to njih 80%. Dolazak radi poslovnog sastanka i raznih proslava ispitanici su odgovorili s 46,7% dolazaka, a 20% njih odgovorilo je da je razlog dolaska u restorane radi *Michelin priznanja*. U sljedećem grafikonu 17 prikazan je način promoviranja restorana.

Grafikon 17. Na koji način se promovirate?

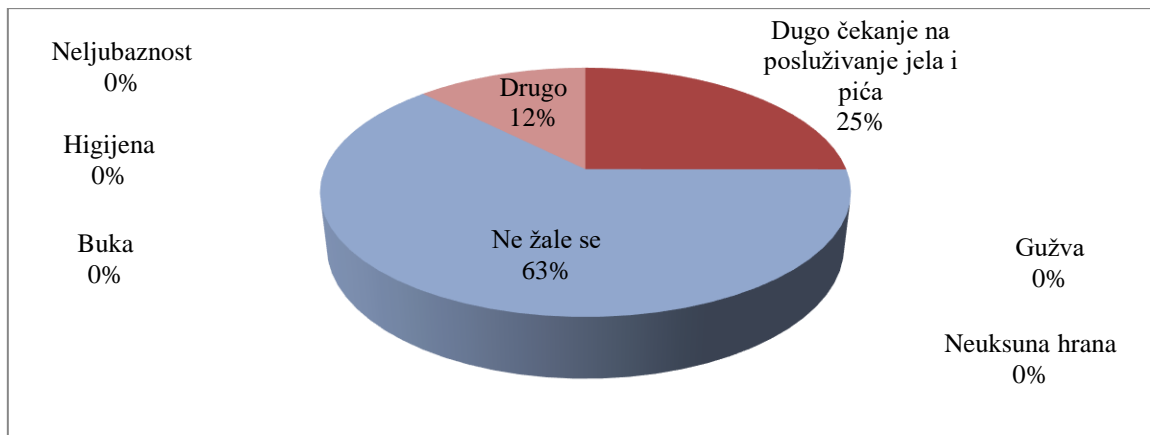


Izvor: vlastita izrada autora

Prema rezultatima istraživanja, iz grafikona 17 vidljivo je da restorani s *Michelin priznanjem* najviše se promoviraju preko društvenih mreža, odnosno 93,3%, preko *Michelin vodiča* 86,7%

te preko vlastitih internet stranica vode 80% promocije. 13.3% ispitanika je izjavilo da se ne promoviraju. Na što se gosti žale u restoranima iskazano je u grafikonu broj 18.

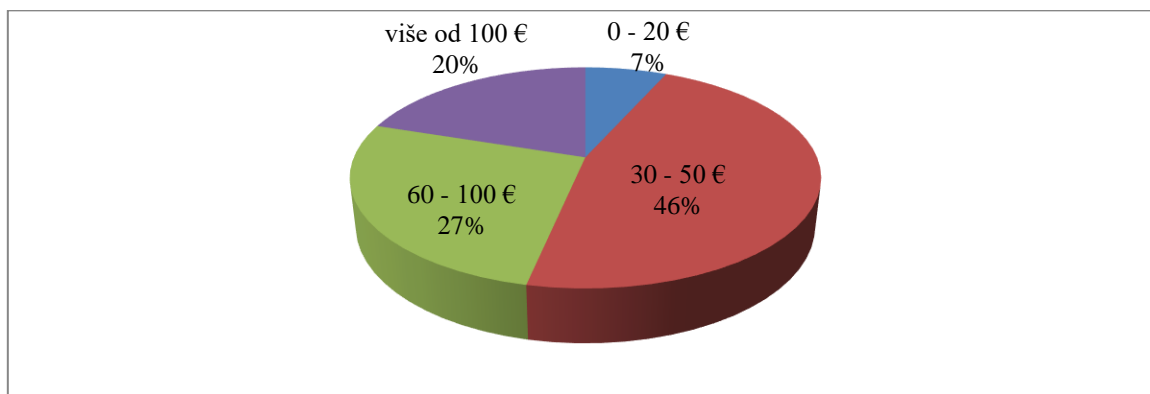
Grafikon 18. Koji su najčešći razlozi za žalbu gostiju u Vašem restoranu/hotelu?



Izvor: vlastita izrada autora

Anketa istraživanja, odnosno rezultati prikazani u grafikonu 18 pokazali suda 63% gostiju nema razlog za žalbu. 25% gostiju navodi kao jedini razlog - dugo čekanje na posluživanje jela i pića, dok 12% ispitanika navode neki drugi razlog žalbe na njihov restoran. U grafikonu 19 iskazane su cijene menija za jednu osobu.

Grafikon 19. Cijena prosječnog menija za jednu osobu kreće se:



Izvor: vlastita izrada autora

Iz grafikona 19 vidljivo je da prosječni meni za jednu osobu iznosi od 30 do 50 eura, što čini 46% ispitanih restorana. 27% ispitanih restorana navodi da je njihov prosjek menija od 60 do 100 eura. 20% ispitanih restorana navode da je njihov prosjek više od 100 eura, dok samo 7% restorana navodi da je njihov meni do 20 eura.

Nadalje opisujemo rezultate otvorenih pitanja. U anketnom upitniku navedena su dva pitanja otvorenog tipa gdje se želi saznati koja jela restorani preporučuju svojim gostima.

Pitanje 20. Navedite neka jela koje preporučujete svojim gostima.

Od 15 restorana na navedeno pitanje odgovorilo je 13 restorana. Odgovori na pitanja svrstani su u pet kategorija:

1. *Mesni menu*

- Patka iz krušne peći.
- Sporo pečeni goveđi odrezak s pireom od bundeve, jesenskim povrćem, orašastim plodovima i ukiseljenom mrkvom.
- *Beef Wellington*.

2. *Ribljí menu*

- Jela od riječne ribe.
- *Tuna sashimi, ikajime brancin carpaccio, Dry aged t bone...*

3. *Degustacijski menu*

- *Signature menu*.
- *Tasting menu of 5 courses*.
- *Degustacijski menu*.
- Nudimo isključivo *degustacijski menu*.
- *Degustacijski autohtoni menu*.

4. *Tjestenina*

- Domaća *tjestenina*.

5. *Ostalo*

- Dubrovački *ceviche* & Rižoto od šumskih gljiva i tartufa i gušćjom jetrom.
- Jedan ispitanik navodi da sve nude.

Pet restorana navode da najviše nude *degustacijski menu*. Tri restorana navode kako preporučuju *mesni menu*, odnosno patku i goveđi odrezak. Dva restorana preferiraju riblju kuhinju, dok ostala tri restorana navode kako nude domaću *tjesteninu*, *ceviche* (jelo od češnjaka, luka, ljute paprike, ribe koja je marinirana u limeti), rižoto od šumskih gljiva, tartufa i gušćjom jetrom, te ostalo.

Pitanje 21. Navedite neka jela na temelju kojih ste osvojili *Michelin zvjezdicu/ Michelin preporuku/ Big Gourmand nagradu*.

Od 15 ispitanih restorana na navedeno pitanje odgovorilo je 11 restorana. Odgovori na pitanja svrstani su u četiri kategorije:

1. Mesni *menu* i desert

- Patka, teletina, janjetina, purica, teleća koljenica, zagorski štrukli.
- *Beef Wellington, Tiramisu.*
- Domaća tjestenina s teletinom i kaduljom.
- Carpaccio biftek, pačja prsa, desert od borovnice.

2. Riblji *menu*

- Riblja plata.
- File lososa u začinskim travama na garnituri od krumpira i koromača, umak od pernod likera.

3. Degustacijski *menu*

- *Signature menu.*
- Degustacijski *menu.*
- *Chef Experience degustation menu.*
- Degustacijski autohtoni *menu.*

4. Miješani *menu*

- *Beef Tartar, Jakov, A la Brudet, Pera.*

Prema rezultatima istraživanja na navedeno pitanje koje glasi: „navedite neka jela na temelju kojih ste osvojili *Michelin zvjezdicu/ Michelin preporuku/Big Gourmand nagradu*“ može se zaključiti da su restorani dobili većinom priznate nagrade za jela koja preporučuju svojim gostima. Samo 3 ispitanika od 11 navode druge nazive jela, a to su: *Carpaccio* biftek, pačja prsa, desert od borovnice; File lososa u začinskim travama na garnituri od krumpira i koromača, umak od *pernod* likera; *Beef Tartar, Jakov, A la Brudet, Pera.*

4.4. Ograničenja istraživanja

Ograničenja kod provedenog istraživanja mogu se svesti na minimum iz razloga što je anketiranje provedeno preko *e-mail* adrese restorana. Internet adrese restorana koji imaju *Michelin zvjezdice/ Michelin preporuke/ Big Gourmand oznake* mogu se pronaći na internet stranici Hrvatske turističke zajednice, gdje su navedeni svi restorani i međusobno povezani s njihovim vlastitim internet stranicama. Zasebno svakom restoranu je poslan *e-mail* s molbom da izdvoje deset minuta za ispunjavanje upitnika i anketni upitnik. Od 82 navedena restorana

na stranici HTZ-a, njih 75 restorana je imalo istaknutu *e-mail* adresa na vlastiti stranicama. Od poslanih 75 elektroničkih poruka s molbom i anketnim upitnikom odgovorilo je 15 restorana.

5. ZAKLJUČAK

Dokazano je da je turizam kako u svijetu tako i u Hrvatskoj jedna od najbrže rastućih i najprofitabilnijih industrija današnjice, stoga joj treba dati prilike za razvoj i napredak. U specifični oblik turizma spada gastronomski turizam koji je mnogo više od konzumiranja hrane i posjeta restoranima. On uključuje različite aktivnosti poput festivala, posjet proizvođačima hrane, restoranima sajmovima, tržnicama, degustacijama, demonstracijama kuhanja ili drugim iskustvima vezanih uz hranu.

Budući da su se na području Hrvatske kroz povijest miješale različite kulture, a s time i kuhinje imamo širok raspon za razvoj Hrvatskog gastronomskog turizama. Prije svega to je rezultat različitih podneblja te prodora drugih kultura na tom području. Stoga, različiti specijaliteti i konzumiranje sličnih i/ili istih namjernica su svrstani kroz tri regije, a to su makro regije Panonske i Peripanonske Hrvatske, Gorske Hrvatske i Primorske Hrvatske. Tako npr. područje

Jadranske regije ima izrazito veliki potencijal za gastronomski turizam jer ondje se nalaze devet restorana od njih deset s *Michelin zvjezdicom*. Može se istaknuti grad Rovinj s dva takva restorana, a to su restoran Monte koji je ujedno prvi restoran 2017. godine osvojio zvjezdicu u Hrvatskoj te restoran Agli Amici. U cijeloj kontinentalnoj Hrvatskoj postoji samo jedan restoran s zvjezdicom u Zagrebu pod nazivom Noel. Međutim, druga područja u Hrvatskoj imaju veliku mogućnost za postizanje zvjezdica jer postoji veliki broj restorana s *Michelin preporukom* i oznakom *Big Gourmand*.

Michelin tvrtka imala je viziju pomoći svojim vozačima na putovanjima pa je izgradila mali vodič pun zgodnih informacija za putnike poput gdje mogu napuniti benzin, popis mjesta gdje mogu nešto pojesti i prenoćiti i dr. Prva zvjezdica za restorane počela se dodjeljivati 1926. godine. Kasnije počeli su dodjeljivati drugu i treću zvjezdicu te ostale *Michelin oznake*. Danas, *Michelin vodič* postao je imperativ u gastronomiji te najpoznatija oznaka vrhunske kvalitete.

Za potrebe završnog rada provedeno je istraživanje putem instrumenta anketnog upitnika. Istraživali su se stavovi djelatnika restorana u Hrvatskoj koji nose *Michelin oznake* (*Michelin zvjezdicu, Michelin zelenu zvjezdicu, Michelin preporuku i Big Gourmand*). Također, nastojalo se je uvidjeti način rada restorana kao i skupina gostiju koja dolazi u navedene restorane. U istraživanju je sudjelovalo 15 restorana koji imaju *Michelin oznaku* na području Republike Hrvatske.

Restorane najviše posjećuju gosti iz Hrvatske, Njemačke, Austrije i Italije, a što se tiče drugih kontinenata najviše njih dolaze iz Sjeverne i Južne Amerike. Također, potvrđeno je da su gosti zadovoljni s kvalitetom rada restorana jer se ponovno vraćaju u iste restorane. S obzirom da istraživanje nije samo provedeno na *Michelin zvjezdicama*, dobiveni podaci cijene menija u restoranu za jednu osobu pokazali su da cijena iznosi od 30 do 50 eura, a to je odgovorilo 46% ispitanika. Nadalje, istraživala su se jela na temelju kojih su osvojili *Michelin oznaku*, a prema rezultatima dobiveno je da većina restorana preporučuje hranu gostima na temelju kojih su osvojili *Michelin oznaku*. Isto tako, potvrđeno je da restorani zadovoljavaju i održavaju kvalitetu, a to potvrđuje podatak da iz godine u godinu ponovno osvajaju *Michelin oznaku*, što je ujedno veoma važno za kvalitetu Hrvatske gastronomske ponude.

Kada gledamo generalno Hrvatska je svoju gastronomsku ponudu vodi prema visoko kvalitetnoj razini. Dokaz tome je dolazak *Michelin zvjezdice* kao važan strateški korak k *brendiranju* Hrvatske turističke destinacije. Iz godine u godinu broj restorana s najprestižnijom

kulinarskom nagradom *Michelin star* se povećava. Može se reći da Hrvatska svoju gastronomsku ponudu povećava s *fine dining* restoranima bez obzira je li otvarala nove ili u postojećim restoranima postizala bolju kvalitetu. Posebice na Jadranu gdje se teži sve većem broju dolazaka stranih gostiju, naročito onih s većom platežnom moći.

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU**Bana Josipa Jelačića 22/a, Čakovec****IZJAVA O AUTORSTVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, internetskih i drugih izvora) bez pravilnog citiranja. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom i nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, KSENİJA KOVAČ (ime i

prezime studenta) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću,

izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog rada pod naslovom

Gastronomska ponuda restorana u Republici
Hrvatskoj s „Michelin zvjezdicama“

te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

Ksenija Kovač
(vlastoručni potpis)

LITERATURA

1. Bakan, R., Salopek, D. (2015). Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju.
2. Boranić Živoder S., Tomljenović S. (2022). Priručnik za razvoj gastronomskog turizma, Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske.
3. Cerović Z. i suradnici, (2005). Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata.
4. Drpić, K., Vukman, M. (2014). Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj. Stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, vol. 5 (1), str. 62- 67.
5. Eat out Zagreb. Restoran 360 Dubrovnik i dalje je najbolji u Hrvatskoj.<https://www.eatoutzagreb.com/recenzije-restorani/restoran-360-dubrovnik-i-dalje-je-najbolji-u-hrvatskoj/> (preuzeto: 15.09.2023).
6. Gastronom: Restoran 360, Dubrovnik.
<https://www.gastronaut.hr/restorani/dubrovacko-neretvanska-zupanija/dubrovnik-20000/360-0/5282/> (preuzeto: 15.09.2023).
7. Gastronom. Restoran Noel.<https://www.gastronaut.hr/restorani/zagreb-i-zagrebacka-zupanija/zagreb-10000/noel/7306/> (preuzeto: 15.09.2023)
8. Gault i Millau. Monte. <https://hr.gaultmillau.com/restaurants/monte> (preuzeto 18.01.2024).
9. Geić, S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma. Sveučilište u Splitu. Split. str.337.
10. Grand Park hotel Rovinj. Agli Amici Rovinj.<https://www.maistra.com/hr/smjestaj/grand-park-hotel-rovinj/restorani-i-barovi/agli-amici-rovinj/#/> (preuzeto: 17.09.2023).
11. Grand Park hotel Rovinj. Cap Aureo Signature Restaurant.<https://www.maistra.com/hr/smjestaj/grand-park-hotel-rovinj/restorani-i-barovi/cap-aureo-signature-restaurant/#/> (preuzeto: 14.09.2017).
12. Hotel Draga di Lovrana.<http://www.dragadilovrana.hr/fotogalerija>. (preuzeto: 14.09.2023).

13. Hrvatska turistička zajednica (2022). Hrvatski restorani s Michelinovim zvjezdicama. <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/hrvatske-michelinove-zvezdice> (preuzeto: 2. 6. 2023).
14. Hrvatska tradicionalna gastronomska baština (2023). http://ss-druga-bm.skole.hr/rije_i_mirisi_i_okusi_godina_kulturne_ba_tine/listopad_hrvatska_tradicionalna_gastronomska_ba_tina?show=album&id=19
15. Krstulović, K. (2017). Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj. Završni rad. Visoka škola za menadžment dizajn – Aspira.
16. Kult Plave Kamenice. Nebo Denija Srdoča najbolji je modernistički nacionalni restoran u Hrvatskoj. <https://plavakamenica.hr/2021/07/07/nebo-denija-srdoca-najbolji-je-modernisticki-nacionalni-restoran-u-hrvatskoj/> (preuzeto: 15.09.2023.).
17. Kult Plave Kamenice. Michelinov Alfred Keller na Lošinju nudi samo dva menija s ukupno sedam jela. Pola menija nije se mijenjalo dvije godine, sastojci su uglavnom generički i kuhanje površno. <https://plavakamenica.hr/2023/05/07/michelinov-alfred-keller-na-losinju-nudi-samo-dva-menija-s-ukupno-sedam-jela-pola-menija-nije-se-mijenjalo-dvije-godine-sastojci-su-uglavnom-genericki-a-kuhanje-povrsno/> (preuzeto: 15.09.2023.).
18. Kult Plave Kamenice. Najbolji restoran u Hrvatskoj četvrti put za redom je šibenski Pelegrini sa 130 bodova. <https://plavakamenica.hr/2019/12/29/najbolji-restoran-u-hrvatskoj-cetvrti-put-zaredom-je-sibenski-pelegrini-sa-130-bodova/> (preuzeto: 15.09.2023.).
19. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2013). Hrvatska zemlja i ljudi.
20. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija. <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=21351> (preuzeto: 15.9.2023)
21. Lošinj *hotelsi villas*: Restoran Alfred Keller: <https://www.losinj-hotels.com/hr/restorani/restoran-alfred-keller/> (preuzeto: 15.09.2023)
22. Marović, M. (2016). Razvoj studija gastronomije svijetu i Hrvatskoj. Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku (ur. Dragan Zlatović). Šibenik, Veleučilište u Šibeniku, str. 103-110.
23. Michelinov vodič. *The Inspection Process*. <https://guide.michelin.com/sg/en/the-inspection-process-sg> (preuzeto: 2.6.2023.).
24. Monte restaurant. Dom. <https://www.monte.hr/> (preuzeto: 17.09.2023).

25. Journal. *Gastro*. <https://www.journal.hr/lifestyle/gastro/bruno-vokal-noel-intervju/m> (preuzeto: 15.09.2023)
26. JRE(*Jeunes Restaurateurs d'Europe*): Restoran LD. <https://www.jre.eu/en/restaurants/ld-restaurant> (preuzeto: 15.09.2023).
27. Pacić, D. (2022). Stanje i mogućnosti eno-gastronomskog turizma Dalmacije. Veleučilište u Karlovcu.
28. Papak, M. (2020). Hrvatska gastronomija u novim medijima, Sveučilište u Zagrebu
29. Peršić, M. (1987), Kalkulacija i standardi ponude usluga prehrane, časopis „Ugostiteljstvo i turizam“
30. Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupine: Restorani“, „Barovi“, „Catering objekti“ i „Objekti jednostavnih usluga“, NN 82/2007. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_82_2599.html(preuzeto: 1.10.2023).
31. Rošić, T. (2021). Uloga gastronomije u razvoju održivog turizma na primjeru restorana Zrno soli. Ekonomski fakultet. Sveučilište u Splitu.
32. Sačić, E. (2016). Gastronomske specifičnosti Republike Hrvatske i Japana kao dio turističke ponude. Međimursko veleučilište u Čakovcu.
33. Stipčić, B. (2022). Mogućnosti brendiranja Hrvatske gastronomije. Sveučilište u Zagrebu.
34. TOMAS istraživanje 2019 (2020). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb
35. UNWTO, Gastronomski i vinski turizam. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (preuzeto: 1.10.2023).
36. Zakon o hrani, NN 46/2007. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_05_46_1554.html (preuzeto: 1.10.2023).
37. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20, 126/21. <https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti> (preuzeto: 1.10.2023).
38. Žaper, A. (2004). Kulinarstvo – dio kulture življenja i duhovne baštine u Hrvatskoj turističkoj ponudi. Naše more. Znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Gastroturistička terminologija u odnosu na turističku motivaciju i druge vrste turizma	Error! Bookmark not defined.
Tablica 2. Motivi dolaska u Hrvatsku	6

POPIS SLIKA

Slika 1. Oznaka „Michelinove zvijezdice“ u 2022. godine	9
Slika 2. Degustacijski menu	11
Slika 3. Degustacijski <i>menu</i>	12
Slika 4. Degustacijski <i>menu</i>	13
Slika 5. <i>Capesante sa moussom</i> čičoke, potočarka, čvarak.....	14
Slika 6. Sir napravljen od faktičkog kozjeg mlijeka.....	15
Slika 7. Brancin pripremljen na armenijski način	16
Slika 8. Degustacijski <i>menu</i>	17
Slika 9. Degustacijski <i>menu</i>	18
Slika 10. <i>Foie gras ganache</i> s pistacijama	19
Slika 11. <i>Carpaccio, pannacotta</i> od cvjetače, carpione, kavijar	20
Slika 12. Degustacijski meni	21
Slika 13. Oznaka <i>MichelinBig Gourmand</i> restorana	22

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Spol	26
Grafikon 2. Dob	26
Grafikon 3. Molim zaokružite najvišu završenu školu, odnosno stupanj obrazovanja	27
Grafikon 4. Koji je Vaš radni status?	27
Grafikon 5. Na kojem položaju ste zaposleni u restoranu/hotelu?	28
Grafikon 6. Kakvu prestižnu kulinarsku nagradu ima Vaš restoran/hotel?	28
Grafikon 7. Koliko godina imate oznaku Michelin zvjezdice/Michelin prepuruke/Big Gurmand?	29
Grafikon 8. Označite najpotrebnije kompetencije djelatnika za Vaš restoran/hotel?	30
Grafikon 9. Po Vašem mišljenju, stručnost osoblja za rad u Vašem restoranu/hotelu je:	30
Grafikon 10. U kojoj mjeri Vaš šef kuhinje važan za Vaš restoran?	31
Grafikon 11. U koje godišnje doba imate najviše gostiju?	31
Grafikon 12. U koje doba dana imate najviše gostiju?	32
Grafikon 13. U kojem Vam se postotku vraćaju „stalni“ gosti?	32
Grafikon 14. Iz koje države najviše dolaze Vaši gosti?	33
Grafikon 15. Kakvoj populaciji pripadaju Vaši gosti?	33
Grafikon 16. Koji su razlozi dolaska gostiju u Vaš restoran/hotel?	34
Grafikon 17. Na koji način se promovirate?	34
Grafikon 18. Koji su najčešći razlozi za žalbu gostiju u Vašem restoranu/hotelu?	35
Grafikon 19. Cijena prosječnog menija za jednu osobu kreće se:	35

PRILOZI

PRILOG 1.

ANKETNI UPITNIK

Istraživanje gastronomske ponude restorana u RH s *Michelin zvjezdicama* u 2022. godini

U svrhu istraživanja vezano za završni rad studentice Ksenije Kovač s Međimurskog veleučilišta o stanju restorana s *Michelin zvjezdicama*.

Podaci prikupljeni ovim upitnikom koristit će se na povjerljiv način samo tijekom i za svrhu izrade navedenog istraživanja.

Vaši odgovori su od velike važnosti te Vas ljubazno molim da odvojite nekoliko minuta i da iskreno odgovorite na sljedeća pitanja. Anketa je anonimna.

Unaprijed se zahvaljujem.

1. SPOL:

- Muško
- Žensko

2. DOB:

- 18 i manje
- 19 – 24
- 25 – 34
- 35 – 49
- 50 – 64
- 65 i više

3. Molim zaokružite najvišu završenu školu, odnosno stupanj obrazovanja:

- Bez škole
 - Osnovnoškolsko obrazovanje
 - Srednjoškolsko obrazovanje
 - Viša, prvostupanjska, dodiplomski studij
 - Visoka, magisterij, diplomski studij
 - Poslijediplomski studij, doktorat
4. Koji je Vaš radni status? (možete zaokružiti više ponuđenih opcija)
- Nezaposleni
 - Zaposleni na određeno vrijeme
 - Zaposleni na neodređeno vrijeme
 - Sezonski radnik
 - Poduzetnik
 - Student
 - Umirovljenik
 - Dodatni, honorarni poslovi
5. Na kojem položaju ste zaposleni u restoranu/hotelu?
- Šef restorana
 - Šef kuhinje
 - Recepcionar
 - Konobar
 - Pomoćni kuhar
 - Sobarica
 - Ostalo: _____
6. Kakvu prestižnu kulinarsku nagradu ima Vaš restoran/hotel?
- Tri Michelin zvjezdice
 - Dvije Michelin zvjezdice
 - Jednu Michelin zvjezdicu
 - Zelenu Michelin zvjezdicu
 - Michelin preporuku
 - Big Gourmand
7. Koliko godina imate oznaku Michelin zvjezdice/preporuke/Big Gourmand?
- 3 i više godina Michelin zvjezdicu
 - 2 godine Michelin zvjezdicu
-

- 1 godinu Michelin zvjezdicu
 - 3 i više Michelin preporuku
 - 2 godine Michelin preporuku
 - 1 godinu Michelin preporuku
 - 3 i više godina Big Gourman
 - 2 godine Big Gourmand
 - 1 godinu Big Gourmand
8. Označite najpotrebnije kompetencije djelatnika za Vaš restoran/hotel. (najviše 3 pojma)
- Za stranim jezicima
 - Kreativnošću
 - Komunikativnošću
 - Upravljanjem vremenom
 - Organiziranošću
 - Timskim radom
 - Inovativnošću
 - Integritetom
 - Nema potrebe
 - Drugo: _____
9. Po Vašem mišljenju, stručnost osoblje za rad u Vašem restoranu/hotelu je:
- (1 - vrlo nisko, 2 - nisko, 3 - srednje, 4 - visoko, 5 - vrlo visoko)
- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 4 |
| <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 5 |
| <input type="radio"/> 3 | |
10. U kojoj mjeri je Vaš šef kuhinje važan za Vaš restoran? (1 - vrlo nevažan, 2 - nevažan, 3 - niti važan/niti nevažan, 4 - važan, 5 - vrlo važan)
- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 4 |
| <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 5 |
| <input type="radio"/> 3 | |
11. U koje godišnje doba imate najviše gostiju?
- Proljeće

- Ljeto
- Jesen
- Zima

12. U koje doba dana imate najviše gostiju?

- Doručak
- Ručak
- Međuobrok
- Večera

13. U kojem Vam se postotku vraćaju „stalni“ gosti?

- Više od 50%
- 30 - 50%
- Manje od 30%
- Nema „starih“ gostiju

14. Iz koje države najviše dolaze Vaši gosti?

- Hrvatska
- Njemačka
- Austrije
- Slovenije
- Italije
- Poljske
- Češke
- Mađarske
- Nizozemske
- Francuske
- V. Britanije
- Iz Sj. I J. Amerike
- Iz Azijskih zemalja
- Drugo: _____

15. Kakvoj populaciji pripadaju Vaši gosti?

- Mladi (do 29 godina)
- od 30 - 44 godina
- od 45 – 64 godina
- od 65 i više

16. Koji su razlozi dolaska gostiju u vaš restoran/hotel?

- Neobavezno, turistički radi obroka (ala carte)
- Poslovni sastanci
- Proslave (rođendani, vjenčanja...)
- Radi Michelinove oznake
- Drugo: _____

17. Na koji način se promovirate? (možete označiti najviše tri odgovora)

- Vlastita internet stranica
- Društvene mreže
- Michelinov vodič
- Turističke zajednice
- Turističkih posrednika
- Časopisi, katalozi...
- Ne promoviramo se
- Ostalo: _____

18. Koji su najčešći razlozi za žalbu gostiju u Vaš restoranu/hotelu. (označite najviše 3 odgovora)

- Neljubaznost
- Dugo čekanje na posluživanje hrane i pića
- Higijena
- Buka
- Gužva
- Neukusna hrana
- Ne žale se
- Drugo: _____

19. Navedite neka jela koje koje preporučujete svojim gostima.

20. Navedite nazive jela na temelju kojih ste osvojili Michelinovu zvjezdicu/
Michelinovu preporuku/ oznaku „*Big Gourmand*“.

21. Cijena prosječnog meni-a za jednu osobu kreće se:

- do 20€
- 30 – 50 €
- 60 – 100 €
- Više od 100 €

22. Kakva je konkurentnost restorana u Vašoj destinaciji?

(1- vrlo niska, 2- niska, 3- srednja, 4- visoka, 5- vrlo visoka)

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 3 |
| <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 4 |

