

Organizacija hotelskog smještaja u kulturnoj baštini - potencijali organizacije i vrednovanja

Štimac, Vanesa

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:236568>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-18**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Diplomski sveučilišni studij Kulture i turizma

VANESA ŠTIMAC

ORGANIZACIJA HOTELSKOG SMJEŠTAJA U KULTURNOJ BAŠTINI - POTENCIJALI
ORGANIZACIJE I VREDNOVANJA

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije
Diplomski sveučilišni studij Kulture i turizma

VANESA ŠTIMAC

ORGANIZACIJA HOTELSKOG SMJEŠTAJA U KULTURNOJ BAŠTINI - POTENCIJALI
ORGANIZACIJE I VREDNOVANJA

Diplomski rad

JMBAG: 0303069846, izvanredna studentica

Studijski smjer: Diplomski sveučilišni studij Kultura i turizam

Kolegij: Suvremeno hotelijerstvo kulturnog turizma

Znanstveno područje: Interdisciplinarne znanosti

Mentor: doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, rujan, 2021.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra

_____ ovime izjavljujem da je ovaj

Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____

IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____

Potpis

Sadržaj:

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Hipoteze rada	1
1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka	1
1.4. Struktura i sadržaj rada	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE HOTELA	3
2.1. Vrste ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine hotela u RH	4
2.2. Vrste posebno standardiziranih hotela u RH	6
3. POJMOVNO ODREĐENJE HOTELA BAŠTINE	8
3.1. Razvoj i ponuda hotela baštine u RH.....	9
3.2. Propisani uvjeti za hotel baština u RH	13
4. STATISTIČKI PODACI HOTELIJERSTVA U RH	15
4.1. Broj hotela baštine u RH	15
4.2. Broj dolazaka i noćenja u hotelima baštine	17
5. MOTIVI TURISTIČKIH DOLAZAKA U HOTEL BAŠTINE	19
5.1. Kulturni i kreativni turizam	19
5.2. Statistika motiva dolazaka	20
6. KONVERZIJA KULTURNE BAŠTINE.....	23
6.1. Odrednice konverzije kulturne baštine.....	23
6.2. Problematika konverzije namjene iz gospodarske u turističku	24
6.3. Dioklecijanova palača kao primjer dobre prakse konzervacije	26
7. PRIMJERI SMJEŠTAJA U KULTURNOJ BAŠTINI	28
7.1. Hotel Nishiyama Onsen Keiunkan, Japan	28

7.2. Hotel Ashford, Irska	28
7.3. Dvorac hotel Wendorf, Njemačka	29
7.4. Hrvatski primjeri	30
7.4.1. Palace hotel Zagreb	30
7.4.2. Kutjevački dvorac	30
7.4.3. Roxanich Wine & Heritage Hotel	31
8. PRIJEDLOG STVARANJA HOTELA BAŠTINA U RH	32
8.1. Mogući primjeri uređenja	32
8.1.1. Dvorac Baruna Trenka	33
8.1.2. Novi Dvori Klanječki	34
8.1.3. Dvorac Eugena Savojskog, Bilje	34
8.1.4. Dvorac Esterházy u Dardi	34
8.1.5. Stubički Golubovec	35
8.1.6. Jastrebarsko dvorac	35
8.1.7. Monte Grosso	36
8.1.8. Paromlin Zagreb	36
8.1.9. Severin na kupi dvorac	37
9. STUDIJA SLUČAJA 1 – Digitalna promocija kulturne baštine	39
10. STUDIJA SLUČAJA 2 – Dostupnost kulturne baštine u privatnom vlasništvu	45
11. ZAKLJUČAK	49
LITERATURA	52
POPIS PRILOGA	57
SAŽETAK	58

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet istraživanja ovoga rada jest organizacija hotelskog smještaja u kulturnoj baštini, te potencijali organizacije smještaja u baštini i njihovo vrednovanje. Cilj rada je prikazati mogućnost organizacije hotelskog smještaja u kulturnoj baštini na održivi način kroz svjetske i hrvatske primjere, te istražiti digitalnu promociju kulturne baštine i dostupnost kulturne baštine u privatnom vlasništvu.

1.2. Hipoteze rada

Ovaj rad obrađivat će se na temelju nekoliko hipoteza, a osnovna je mogućnost oživljavanja i očuvanja kulturne baštine prenamjenom u hotelski smještajni objekt.

H1-sprječavanje propadanja kulturne baštine prenamjenom u hotelski smještajni objekt,

H2-u hotelima baštine isključivo bi odsjedali turisti čija je motivacija za putovanjem kultura,

H3-prenamjenom kulturne baštine u hotelski smještaj dolazi do narušavanja održivosti,

H4-kulturna baština ima jaku i učestalu digitalnu promociju,

H5-kulturna baština koja je u privatnom vlasništvu nije dostupna javnosti.

1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka

Prilikom izrade rada korišteni su podaci iz stručne literature koja je povezana sa temom rada. Osim stručne literature, koristit će se i internet stranice poput raznih povjerljivih portala i stranica grada i ministarstava kako bi se upotpunili teorijski ali i statistički podaci, te znanstveni radovi i članci.

Metode koje su korištene za izradu ovoga rada su metoda deskripcije, komparativna metoda ali i statistička, te metoda dokazivanja i opovrgavanja. Osim spomenutih, u radu će se za potrebe obrade studije slučaja koristiti i metoda razgovora.

1.4. Struktura i sadržaj rada

U ovome radu predstaviti će se kulturna baština u kojoj je moguće organizirati, ili je pak već organiziran hotelski smještaj, te će se obuhvatiti sve pozitivne strane ali i problemi ovakve

smještajne ponude. Rad će se predstaviti kroz jedanaest poglavlja u koje su uključeni uvod i zaključak. Fokus na ovu temu započinje od drugog poglavlja u kojemu će se pojmovno odrediti hoteli, te će se predstaviti vrste ugostiteljskih objekata iz skupine hotela ali i vrste posebno standardiziranih hotela na području Hrvatske. Nakon toga slijedi i predstavljanje vrste hotela koja je bitna za temu rada, hotel baština. U trećem poglavlju prikazat će se razvoj i ponuda hotela baštine u Hrvatskoj, te koji su bitni propisani uvjeti hotela baština kao takvog. Nakon što se predstave pojmovi hotela i hotela baština, slijede statistički podaci. Četvrto poglavlje, kroz tablice i deskripcije istih, prikazat će ukupan broj hotela baštine u Hrvatskoj te broj dolazaka i noćenja posjetitelja u ovoj vrsti hotela, što će temu rada dovesti do motiva turističkih dolazaka u hotel baština. U motivima turističkih dolazaka, kulturni i kreativni turizam prikazat će se kao bitni faktori za stvaranje ovakve ponude smještaja. Isto tako, prikazat će se i statistički podaci motivacije turista, kroz tablice će se prikazati najpoželjniji do najmanje poželjnih motiva dolazaka turista, što će se moći usporediti sa brojem dolazaka i noćenja u hotelima baština. Šesto poglavlje odnosi se na konverzaciju, problematiku konverzije namjene iz gospodarske u turističku, te će se Dioklecijanova palača predstaviti kao primjer dobre prakse konverzacije. Sedmo i osmo poglavlje prikazuju primjere smještaja u kulturnoj baštini, odnosno u sedmom poglavlju prikazana su tri svjetska primjera i tri hrvatska primjera hotela baština. Osmo poglavlje odnosi se na napuštenu kulturnu baštinu (ne sva) u kojoj postoji mogućnost stvaranja smještaja, odnosno hotela baština. U devetom i desetom poglavlju provest će se studije slučaja gdje će se prva studija slučaja fokusirati na digitalnu promociju kulturne baštine. Prva studija slučaja provest će se na način da će se istražiti, a zatim i prikazati koliko se na određenim stranicama spominju građevine i planovi transformacije tih građevina, te će se kroz tablicu prikazati promocija hotela baštine na Internetu. Druga studija slučaja, pak će se fokusirati na dostupnost kulturne baštine u privatnom vlasništvu, tj. istražiti će se hrvatski ali i međunarodni primjeri kulturne baštine u privatnom vlasništvu. Na kraju završenog istraživanja u zaključku će se iznijeti završni zaključak na temu rada, te će se predstaviti vlastito mišljenje.

2. POJMOVNO ODREĐENJE HOTELA

Drugo poglavlje bavit će se pitanjem hotela, odnosno predstaviti će se sam pojam hotela, te će se prikazati vrste smještajnih objekata iz skupine hotela kao i vrste posebno standardiziranih hotela u Hrvatskoj.

Hotel se smatra ugostiteljskim objektom koji sliži za pružanje usluge smještaja, prehrane, točenja pića i napitaka i ostalih usluga. Sama riječ hotel potječe od francuske riječi „hote“ što znači gost, a izvedena je iz latinske riječi „hostes“ što znači gost i „hospital“ što bi bila kuća za odmor.¹

Do danas, pojam hotela definira se na različite načine, poput one da je hotel ustanova kojoj je primarni zadatak osigurati smještaj, hranu i piće, a ponekad i rekreativne usluge koje posjetitelji plaćaju. Hotel se također definira i kao ustanova koja nudi smještaj, najčešće za kratkotrajan boravak, a u ponudi imaju i dodatne usluge, poput restorana, bara, bazena, zdravstvene njege i sl.²

Prije početka rada hotel mora pribaviti određene isprave propisa ali i zadovoljavati određene kriterije poslovanja, poput:³

- Nesmetano kretanje i boravak gostiju i zaposlenog osoblja,
- Isticanje oznake vrste i kategorije te naziva objekta,
- Ispravnost i funkcionalnost ugostiteljskoga objekta,
- Opskrba vodom i zbrinjavanje otpada,
- Opskrba električnom energijom,
- Telefonski priključak,
- Zaštita od požara,
- Zaštita od prašine,
- Grijanje prostorija,

¹ Cerović, Z., Pavia, N., Galičić, V., (2005.) - Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, str. 45

² Galičić V. (2017.) – Poslovanje hotelskog odjela smještaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 29.

³ Ibid., str. 30.-33.

- Unutarnje visine prostorija, širine stubišta i hodnika,
- Uvjeti za osobe s invaliditetom,
- Mora ispunjavati minimalne uvjete za smještane jedinice (vrste smještajnih jedinica, površine i kapaciteta smještajnih jedinica).

2.1. Vrste ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine hotela u RH

Ministarstvo turizma, odnosno ministar nadležan za turizam, donosi pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli. Pravilnikom se mogu utvrditi posebni standard, vrste posebnih standarda, uvjeti i elementi koji moraju ispunjavati pojedini standard, oznake i način označavanja posebnih standarda. Ugostiteljski objekt skupine hotela poslovni je objekt kojemu je svrha obavljanje ugostiteljske djelatnosti poput pružanja a usluge smještaja, pića i prehrane u ugostiteljskim sadržajima odnosno recepcija, sanitarni čvorovi, smještajne jedinice, sadržaji za prehranu i dr. Objekti iz skupine hoteli razvrstavaju se u sljedeće vrste:⁴

- Hotel baština
- Difuzni hotel
- Hotel
- Aparthotel
- Turističko naselje
- Turistički apartmani
- Pansion
- Integralni hotel
- Lječilišne vrste (lječilišni hotel baština, lječilišni hotel, lječilišni aparthotel, lječilišno turističko naselje)
- Hoteli posebnog standarda

Hotel baština ili heritage hotel jest hotel koji je smješten u starim, tradicijskim i povijesnim građevinama, a koje su važne određenoj zemlji, te su uređene i opremljene na tradicijski način. Propisano je da ovakva vrsta hotela mora imati najmanje pet smještajnih jedinica uz recepciju

⁴ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html, pristup: 27. ožujka 2021.

i kuhinju. Smještajne jedinice u Hotelu baština mogu biti: sobe, obiteljske sobe i hotelski apartmani.⁵

Difuzni hotel je hotel koji koristi tradicijske elemente nekog lokaliteta i ne može se uspoređivati sa klasičnim hotelom. Može se reći da je to cjelina koju čine tri ili više građevina uklopljenih u lokalnu sredinu i način života nekog naselja. Građevine ovoga hotela mogu biti rasprostranjene po cijelom naselju između objekata drugačije namjene.⁶

Aparthotel je cjelina koja ima zasebni ulaz, te horizontalne i vertikalne komunikacije koje čine dio građevini ili najviše četiri građevine, a koje su povezane zatvorenom vezom. Aparthotel mora imati najmanje 51% apartmana i/ili studio apartmana u kojima gost sam priprema i konzumira jelo.⁷

Turističko naselje jest funkcionalna cjelina koja je sačinjena od više samostalnih građevina, a čine ih recepcija, smještajne jedinice, ugostiteljski i drugi sadržaji. Samostalne građevine u turističkom naselju mogu se nazivati paviljon, vila, bungalov i sl.

Pansion je cjelina sa zasebnim ulazom, te horizontalnim ili vertikalnim komunikacijama koju čine dio građevine ili pak jedna građevina. Smještajne jedinice u pansionu mogu biti: sobe, obiteljske sobe i hotelski apartmani.

Integralni hotel je cjelina koju čine tri ili više građevina i/ili dijelova građevina na području jednog naselja, a mogu biti rasprostranjeni po cijelom naselju.

Lječilišna vrsta je cjelina u kojoj se pružaju ugostiteljske usluge od strane zdravstvene ustanove ili druge pravne ili fizičke osobe koja se bavi zdravstvenom djelatnošću.⁸

⁵ Hotel baština: <https://hotelijeri.com/sta-je-hotel-bastina/>, preuzeto: 27. ožujka 2021.

⁶ Difuzni hotel: <https://hrturizam.hr/difuzni-hotel-koncept-u-kojem-je-gost-privremeni-mjestanin/>, preuzeto: 27. ožujka 2021.

⁷ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html, preuzeto: 27. ožujka 2021.

⁸ Ibidem

2.2. Vrste posebno standardiziranih hotela u RH

Hoteli se kategoriziraju u četiri kategorije koje se označavaju sa brojem zvjezdica. Najniža kategorija hotela ima oznaku od dvije zvjezdice, treća kategorija ima tri zvjezdice, dok druga kategorija ima četiri zvjezdice. Prva i najviša kategorija hotela ima pet zvjezdica, a takvi hoteli mogu imati i oznaku slovo "L" što označava luksuzan hotel. Hoteli koji su kategorizirani, te imaju i dodatne sadržaje, uređaje, opremu i usluge koje zahtijevaju gosti mogu otvoriti posebne standarde. Posebni standardi koji se mogu pojaviti u Hrvatskoj su:⁹

- BUSINESS (poslovni),
- MEETINGS (za sastanke),
- CONGRESS (kongresni),
- CLUB (klub),
- CASINO (kasino),
- HOLIDAY RESORT (odmorišni),
- COSATLINE HOLIDAY RESORT (priobalni odmorišni),
- FAMILY (obiteljski),
- SMALL & FRIENDLY (mali i prijateljski),
- SENIOR CITIZENS (za starije osobe),
- HEALTH & FITNESS (zdravlje i fitness),
- WELLNESS (toplice),
- DIVING CLUB (ronilački klub),
- MOTEL (motel),
- SKI (ski),
- ZA OSOBE S INVALIDITETOM,
- HOTEL BIKE.

Jedan hotel može najviše imati četiri vrste posebnih standarda ali mora i ispunjavati propisane uvjete za svaku vrstu posebnog standarda. Posebni standardi imaju svoje oznake, označavaju se posebno standardiziranom kvadratnom pločom s polukružnim kutovima. Ploča treba sadržavati naziv posebnog standarda, te pisanje tamno plavom bojom na engleskom

⁹ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html, preuzeto: 7. travnja 2021.

jeziku, a grafička ilustracija u pastelnim bojama. Jedno vrijeme u posebne standarde ubrajali su se i hoteli baštine ali promjenom Pravilnika, oni su svrstani u skupinu pojedine vrste hotela.¹⁰



Slika 1. Ploča hotela s oznakama kategorija

Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2002_05_48_966.html, preuzeto: 7. travnja 2021.

Na zahtjev ugostitelja može se tvrditi posebna kvaliteta hotela koji pruža više usluga i sadržaja te se posebno ističe razinom i kvalitetom svojih usluga. Oznaka posebne kvalitete hotela je “Q“ te se dodaje na standardiziranu ploču gdje je označena kategorija hotela, baš kao što je prikazano na Slika 1.¹¹

¹⁰ Cerović, Z., Pavia, N., Galičić, V., (2005.) Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 100.

¹¹ Ibidem.

3. POJMOVNO ODREĐENJE HOTELA BAŠTINE

Heritage hoteli, odnosno hoteli baštine su hoteli koji su smješteni u staroj građevini, a koji ima povijesni ili kulturni značaj, te je važna određenoj zemlji, regiji ili gradu. Izgradnja ovakvih hotela doprinosi očuvanju i održavanju kulturno-povijesnog nasljeđa i starih zgrada. Isto tako, nudi se nova vrsta smještaja koja omogućuje proširenje turističke ponude, te ju čini raznovrsnom uz ponudu tradicionalnih nacionalnih jela. Što se tiče nadogradnje na hotel, ono je dozvoljeno ukoliko nadogradnja ne čini više od pedeset posto cjelokupne građevine i samo ako se poštuje isti stil gradnje ili se novi stil kombinira sa već postojećim. Hoteli baština mogu biti smješteni u tvrđavama, dvorcima, tradicionalnim vilama i u drugim povijesnim građevinama, te njihov izgled ne smije imati oštećenja ili biti zapušten. Riječ je o hotelima u starim povijesnim građevinama važnog značaja za određenu destinaciju, odnosno original, a ne replika stare građevine. Pravilnikom je propisano da ovakva vrsta hotela mora imati najmanje pet smještajnih jedinica zajedno sa recepcijom i kuhinjom za pripremu hrane. Ako je rije o više od 25 soba, propisano je da recepcionar mora imati uniformu koja je u skladu s povijesnim nasljeđem hotela. Obavezne su usluge smještaja i doručka, a hrana koja se poslužuje treba biti karakteristična za tu zemlju, odnosno područje u kojemu se nalazi.¹²

Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, u članku 29. definira hotel baštine kao *„objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja i doručka, a mora biti u pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama, uređen i opremljen na tradicijski način. Hotel baština je funkcionalna cjelina koju čini dio građevine, jedna ili dvije građevine. Svaka građevina ili dio građevine mora imati zasebni ulaz, horizontalne i vertikalne komunikacije. Ugostiteljski sadržaji u kojima se pružaju ugostiteljske usluge mogu biti odvojeni javnom ili zajedničkom površinom. U ugostiteljske sadržaje (recepcija, smještajne jedinice, sadržaji za pripremu i usluživanje jela, pića i napitaka i drugo) može se ulaziti neposredno iz vanjskog prostora. Hotel baština mora imati: prijemni hol s recepcijom, smještajne jedinice, zajednički sanitarni čvor, a može imati i druge sadržaje u funkciji turističke potrošnje.“*¹³

¹² <https://hotelijeri.com/sta-je-hotel-bastina/>, preuzeto: 18. travnja 2021.

¹³ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, NN 56/16: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html, preuzeto: 18. travnja 2021.

3.1. Razvoj i ponuda hotela baštine u RH

Heritage Hotels of Europe jest federacija hotelskih udruga iz nekoliko europskih zemalja koji su se udružili kako bi predstavili sve svoje lijepe i tradicijski bogate hotele. Cilj im je čuvati i njegovati kulturno-povijesno nasljeđe te gostima ponuditi najbolji izbor hotela bogatih tradicijom. To mogu biti dvorci, tvrđave, vlastelinstva, palače ali i seoski domovi. U udругu ili savez uključene su Austrija, Hrvatska, Njemačka, Mađarska, Italija, Litva, Poljska, Portugal, Slovačka, Španjolska. Ovaj savez sadrži jedinstvenu zbirku hotela koje odlikuje autentičnost, jedinstvena atmosfera i usluga, a svaki ima svoj vlastiti izbor bogate tradicije.¹⁴

Danas se u Europi nalazi više od sto hotela koji su klasificirani kao hotel baštine. Što se tiče samog smještaja, u budućnosti se očekuje da će se individualnost i prepoznatljivost pokazati kao želje i zahtjevi gostiju. Ovakvi hoteli imaju notu raskoši i ekskluzivnosti te su takvi hoteli prikladna mjesta za ekskluzivne restorane elegantne barove i vrhunske prodajne centre, a važna je i blizina povijesno istaknutih prostora. Zbog toga, već sada bi s razvojem ovakvog oblika ponude u budućnosti, takva područja s aspekta baštine značila i jedinstvenu prodajnu točku.¹⁵

Aktivna je još jedna asocijacija ili udruge slična Heritage Hotels of Europe, riječ je o Historic Hotels of Europe osnovana 1997. godine. Ova asocijacija okuplja sedamnaest nacionalnih udruga povijesnih hotela, palača i dvoraca iz 21 zemlje Europe. Cilj im je učinkovito promovirati različite nacionalne kulturne vrijednosti povijesno nasljeđe i arhitekturu u sklopu zajedničkog tržišnog nastupa. Danas u asocijaciji djeluje više od petsto pojedinačnih objekata i pri čemu svaki od njih odražava različitost graditeljskog stila i ugođaja, te gostu pružaju jedinstveno iskustvo i doživljaj određenog kulturnog nasljeđa svake zemlje. Ova asocijacija gostima je omogućila on-line glasovanje čime se biraju najbolji predstavnici u deset kategorija ((gradski hotel, hotel u ruralnom okruženju, najbolji restoran u hotelu, hotel s najboljom brigom o gostu, hotel uz vodu, hotel s posebnom pričom, hotel dvorac, najromantičniji hotel, spa hotel).¹⁶

Tablica 1 dokaz je da se hoteli baština mogu pronaći na području cijele Hrvatske. U Hrvatskoj, hoteli baština predstavljaju sklop tradicionalnog i suvremenog uz mogućnost doživljaja prošlosti i sadašnjosti. U tom smislu, Udruga Malih obiteljskih hotela Hrvatske promiče hotele

¹⁴ Heritage hotels of Europe: <https://heritagehotelsofeurope.com/who-we-are/>, preuzeto: 18. travnja 2021.

¹⁵ Henderson, J. C. 2013. Selling the past: Heritage hotels. Turizam : međunarodni znanstveno-stručni časopis, 61 (4), str. 451-453.

¹⁶ Historic hotels of Europe: <https://www.historichotelsofeurope.com/>, preuzeto: 19. travnja 2021.

baštine tako što nude niz posebnosti poput jedinstvenog objekta, jedinstvenog stilskog uređenja, posebne brige o dekoraciji i namještaju, te mirna i ugodna atmosfera.

Turisti najprije biraju destinaciju i upravo zbog toga konkurentnost hotela baštine povezana je s konkurentnošću destinacije, ali i drugim faktorima:¹⁷

- preduvjetima razvoja (prirodni kapital, prometni kapital, kulturni kapital, demografski preduvjeti, intelektualni kapital),
- kvaliteti ponude, odnosno integralnom proizvodu destinacije,
- brendiranosti destinacije.

Tablica 1. Popis hotela baštine u RH u 2021. godini

1	5* I HOTEL BAŠTINA (HERITAGE)		
	Puteus Palace	Trg Sv. Jeronima 4, Pučišća	Splitsko-dalmatinska
23	4* I HOTEL BAŠTINA (HERITAGE)		
	La Grisa	La Grisa 23, Bale	Istarska
	San Rocco	Ulica Srednja 2, Brtonigla	Istarska
	Wine & Heritage Hotel Roxanich	Kanal 30, Motovun	Istarska
	Arbiana	Obala kralja Petra Krešimira IV br. 12, Rab	Primorsko-goranska
	Remisens Premium Heritage Hotel	Opatija, Ulica maršala Tita 124/3	Primorsko-goranska
	Bastion	Bedemi zadarskih pobuna 13, Zadar	Zadarska
	Art hotel Kalelarga	Ulica majke Margarite 1, Zadar	Zadarska
	Almayer Art Hotel	Braće Bersa 2, Zadar	Zadarska
	Life Palace	Trg šibenskih palih boraca 1, Šibenik	Šibensko-kninska
	Heritage Hotel King Krešimir	Dobrić 2, Šibenik	Šibensko-kninska

¹⁷ Stipanović, C. 2018. Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije. Ekonomska misao i praksa, 27 (1), str. 231-247.

	Vestibul Palace	Iza Vestibula 4, Split	Splitsko-dalmatinska
	Paške	Splitska 4, Trogir	Splitsko-dalmatinska
	Diocletian - Jupiter	Ilirske akademije 6, Split	Splitsko-dalmatinska
	XII Century Heritage Hotel	Mornarska 23, Trogir	Splitsko-dalmatinska
	Marmont	Zadarska 13, Split	Splitsko-dalmatinska
	Bifora Heritage Hotel	Lučica 11, Trogir	Splitsko-dalmatinska
	Vila Sikaa	Obala kralja Zvonimira 13, Trogir	Splitsko-dalmatinska
	Dea	Hvar, Hvarskih bratovština 4	Splitsko-dalmatinska
	Adriatic	Orebić, Šetalište kneza Domagoja 8	Dubrovačko-neretvanska
	Palace hotel Zagreb	Strossmayerov trg 10, Zagreb	Grad Zagreb
	Dvorac Gjalski	Zabok, Gredice Zabočke 7	Krapinsko-zagorska
	Frankopan	Ivana Gorana Kovačića 1, Ogulin	Karlovačka
	Kurija Janković	Kapela Dvor 22, Kapela Dvor	Virovitičko-podravska
1	3* I HOTEL BAŠTINA (HERITAGE)		
	Tragos	Budislavićeva 3, Trogir	Splitsko-dalmatinska
22	BEZ ZVJEZDICA		
	Chersin	Piazza Grande 8, Fažana	Istarska
	Villa Valdibora	Silvano Chiurco 8, Rovinj	Istarska
	Angelo D Oro	V.Švalbe br. 38-42, Rovinj	Istarska
	Forza	Kralja Zvonimira 98, Baška	Primorsko-goranska
	Balatura	Mali Sušik 2, Tribalj	Primorsko-goranska
	Maškovića Han	Marina 1, Vrana	Zadarska
	Tisno	Zapadna Gomilica 8, Tisno	Šibensko-kninska
	Piazza Heritage Hotel	Kraj Sv. Marije 1, Split	Splitsko-dalmatinska
	Martinis Marchi	Put Sv. Nikole 51, Maslinica	Splitsko-dalmatinska

	Palača Judita	Narodni trg 4, Split	Splitsko-dalmatinska
	Sv. Križ	Šetalište Anđelka Rabadana 4, Bol	Splitsko-dalmatinska
	Palace Suites	Narodni trg 13, Split	Splitsko-dalmatinska
	Antique Split	Poljana Grgura Ninskog 1, Split	Splitsko-dalmatinska
	19	Solurat 12, Split	Splitsko-dalmatinska
	Lemongarden	Perića kala 1, Sutivan	Splitsko-dalmatinska
	Park	Sveti Marak 2, Hvar	Splitsko-dalmatinska
	Villa Split	Zadarska 1, Bajamontijeva 5, Split	Splitsko-dalmatinska
	Cardo	Dioklecijanova 2, Split	Splitsko-dalmatinska
	Amadria Park Capital	Jurišićeva 22, Zagreb	Grad Zagreb
	Manda Heritage Hotel	Draškovićeva 15a, Zagreb	Grad Zagreb
	Hotel Dvorac Bežanec	Valentinovo 55, Pregrada	Krapinsko-zagorska
	Dvorac Kutjevo	Kutjevo	Požeško-slavonska
47			

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske - <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>, preuzeto: 18.travnja 2021.

Tablica 1 prikazuje popis svih hotela baštine na području cijele Hrvatske u 2021. godini. Iz prikazanog se može vidjeti da se najveći broj hotela baštine nalazi na području Splitsko-dalmatinske županije, svega 21 hotel i među njima je jedini hotel baština sa pet zvjezdica. Zatim slijedi Istarska županija sa šest hotela baštine, Primorsko-goranska i Zadarska županije dijele isti broj od četiri hotela, zatim Šibensko-kninska i Grad Zagreb imaju po tri hotela, dok Krapinsko-zagorska županija ima dva hotela baštine. Na kraju Dubrovačko-neretvanska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravska županija imaju svaka po jedan hotel baštine.

3.2. Propisani uvjeti za hotel baština u RH

Kako bi smještajni objekti pravno i neometano djelovali i pružali svoje usluge potrebno je poštivati određene uvjete, tako ih ima i hotel baština. Glavni uvjeti hotela baština koji se trebaju poštivati su: usluge recepcije, horizontalne i vertikalne komunikacije, smještajne jedinice, soba, obiteljska soba, hotelski apartman, kupaonica i zaseban zahod, kuhinja sa doručkom i usluživanje hrane, točionik, prostorije i prostori za zaposlenike, vanjski izgled objekta i okoliš ali i cjelokupno održavanje hotela.

Pod usluge recepcije podrazumijeva se sama recepcija, udobnost (grijanje/hlađenje), sadržaji i usluge, te čistoća i opće stanje recepcije, sanitarni čvor u zajedničkim prostorima (prostor za žene i muškarce, zahodska kabina za žene i muškarce), čišćenje i opće stanje sanitarnog čvora u zajedničkim prostorima.

Pod usluge horizontalne i vertikalne komunikacije obavezni su hodnici, stubišta i dizala, čišćenje i opće stanje podova, zidova, stropova, stolarija, stepeništa, dizala i ostale opreme i uređaja. Što se tiče smještajnih jedinica, obavezna je minimalna netto površina modula sobe, a modul čine pred prostor ako ga ima te spavaći dio sobe i kupaonica. Minimalna netto površina modula obiteljske sobe, a modul čine pred prostor ako ga ima i dvije prostorije ili dva prostora za spavanje i kupaonica. Minimalna netto površina modula hotelskog – SUITE-a 23, a modul čine pred prostor ako ga ima, prostorija za spavanje, prostorija za boravak i kupaonica.

Obavezan je uvjet i soba, obiteljska soba što podrazumijeva osnovne uvjete (ulaz u sobu, prostor za spavanje, kupaonica), krevet, oprema i uređenje (zastori, stol sa stolicom, noćni ormarić, koš za otpatke, itd.) i ostale usluge (mogućnost slušanja radija, TV, telefon, sef, itd.), čišćenje i opće stanje. Za SUITE – hotelski apartman obavezni su osnovni uvjeti (zaseban ulaz u apartman, prostorija za spavanje i boravak, kupaonica), krevet, oprema i uređenje te ostale usluge kao i kod sobe. Za kupaonicu obavezni su WC školjka i umivaonik, kada i tuš kabina, uređenje i oprema, čišćenje i opće stanje. Za zaseban zahod obavezni su WC školjka i umivaonik, čistoća i opće stanje.

Za kuhinju i drugu kuhinju hotela obavezna je oprema te prostorije, priručni prostori i uređaji za čuvanje hrane, proizvoda i pića, prostorije i prostori za odlaganje (rezervne opreme, sredstva za čišćenje i komunalnog otpada), čistoća i opće stanje. Obavezno je usluživanje doručka u blagovaonici, a ručka i večere nije obvezno. Ponuda hrane, vrijeme usluživanja te uniformirano

osoblje kao i čišćenje je obvezno. Od obveznih uvjeta su još točionik koji ima opremu i uređenje, usluge istog, vrijeme usluživanja i čistoća.

Obvezne su i prostorije i prostori za zaposleno osoblje u koje spadaju sanitarni čvor za osoblje koje podliježe sanitarnom nadzoru, sanitarni čvor za ostalo osoblje koje ne podliježe sanitarnom nadzoru, garderoba, prostor za blagovanje, spremište za sobarice. Uz sve to također je obavezno održavati i vanjski izgled objekta i okoliša što podrazumijeva prilazni put, fasadu, čistoću okoliša, funkcionalna rasvjeta te kontinuirano održavanje hotela.¹⁸

¹⁸ Elementi za kategorizaciju-Uvjeti za hotel baština (heritage):
<https://www.uduvz.hr/dokumenti/poduzetnistvo/Elementi%20za%20kategorizaciju-HERITAGE.doc>, preuzeto:
19. travnja 2021.

4. STATISTIČKI PODACI HOTELIJERSTVA U RH

U ovome poglavlju kroz tablice i opis prikazat će se ukupan broj hotela i hotela baštine u Hrvatskoj te kategorizacija hotela baštine po broju zvjezdica. Prikazat će se podaci iz 2019. i 2020. godine. Isto tako, prikazat će se broj dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u hotelima baštine u 2019. i 2020. godini.

4.1. Broj hotela baštine u RH

Tablica 2. Struktura i kategorizacija hotela u RH u 2020. godini

Kategorizacija	Ukupno objekata	Ukupan broj smještajnih jedinica	Ukupan broj stalnih kreveta
2*	49	3 871	7 817
3*	312	20 166	39 637
4*	335	30 258	58 594
5*	47	6 322	12 389
Ukupno RH	743	60 617	118 437

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512>, preuzeto: 20. ožujka 2021.

Iz prikazane tablice može se vidjeti kako u Hrvatskoj prema kategorizaciji hotela najviše posluju hoteli sa 4*, a ukupno ih je 335. Drugi najzastupljeniji hoteli su oni s 3* kojima ima 312 u Hrvatskoj, dok za njima slijede hoteli sa 2*, njih 49. Najmanje zastupljeni su hoteli sa 5* koji zauzimaju svega 47 objekata na razini Hrvatske.

4.1. Broj hotela baštine u RH

Tablica 3. Kategorizacija i broj hotela baštine u Hrvatskoj u 2019. godini

Kategorija objekta	Broj objekata
4*	19
3*	1
Bez zvjezdica	22

Ukupno	42
--------	----

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske - <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>, preuzeto: 20. ožujka 2021.

Tablica 3 prikazuje ukupan broj hotela baštine i njihova kategorizacija u 2019. godini. U 2019. godini u Hrvatskoj je zabilježeno ukupno 42 hotela baštine, a od toga je 19 hotela sa 4*, jedan hotela sa 3* i 22 hotela bez zvjezdica.

Tablica 4. Kategorizacija i broj hotela baštine u Hrvatskoj u 2020. godini

Kategorija objekta	Broj objekata
5*	1
4*	23
3*	1
Bez zvjezdica	22
Ukupno	47

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske - <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>, preuzeto: 20. ožujka 2021.

U gore prikazanoj tablici 4 može se vidjeti da je u 2020. godini porastao broj hotela baštine u Hrvatskoj. Stvoren je jedan hotel baština sa 5*, tu je i 23 hotela sa 4*, jedan hotel sa 3* te 22 hotela bez zvjezdica. Time je ukupan broj hotela baštine u Hrvatskoj u 2020. godini 47.

Nakon proučavanja ovih tablica može se zaključiti da je došlo do porasta broja hotela baštine u Hrvatskoj. U 2019. godini ovi hoteli kategoriziraju se kroz hotele sa 4* kojih je 19, zatim jedan hotel sa 3*, te 22 bez zvjezdice, što ukupno čini 42 hotela baštine. U 2020. godini situacija se promijenila te se povećao broj hotela. Time je stvoren jedan hotel sa 5*, hotel sa 4* povećao se za 4 hotela, te ih je 23, još uvijek je prisutan samo jedan hotel sa 3*, te 22 hotela bez zvjezdice. Na kraju ukupan broj hotela baštine od 2019. godine do 2020. godine povećao se za pet hotela, odnosno sa 42 hotela na 47 hotela.

4.2. Broj dolazaka i noćenja u hotelima baštine

Tablica 5. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u hotelima baština u 2018. godini

	Dolasci	Noćenja
Domaći	2 215	3 889
Strani	27 019	72 220
Ukupno	29 234	76 109

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2018., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf, preuzeto: 22. travnja 2021.

Tablica 5 prikazuje broj dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u hotelima baština u razdoblju 2018. godine. Prikazana tablica prikazuje da su domaći turisti ostvarili drastično manji broj dolazaka od stranih turista, tek 2 215, dok su strani turisti ostvarili 27 019 dolazaka i time je ukupan broj dolazaka u hotele baštine 29 234. Što se tiče noćenja, domaći turisti ostvarili su 3 889 noćenja, a strani turisti 72 220 noćenja. U 2018. godini ostvareno je ukupno 76 109 noćenja.

Tablica 6. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u hotelima baština u 2019. godini

	Dolasci	Noćenja
Domaći	4 349	6 957
Strani	40 617	94 474
Ukupno	44 966	101 431

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/SI-1661.pdf, preuzeto: 22. travnja 2021.

Tablica 6 prikazuje broj dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u hotelima baština u razdoblju 2019. godine. Iz tablice se može vidjeti slična situacija kao u 2018. godini, domaći turisti ostvarili su drastično manji broj dolazaka od stranih turista, svega 4 349 dolazaka u cijeloj godini, dok su strani turisti ostvarili 40 617 dolazaka u hotele baština. Ista stvar je i sa noćenjima, domaći turisti ostvarili su tek 6 957 noćenja, a strani turisti ostvarili su 94 474 noćenja. Zbrajanjem ovih podataka ukupan broj dolazaka u hotele baština u 2019. godini iznosi 44 966, dok je ostvareno ukupno 101 431 noćenje.

Prema prikazanim podacima može se vidjeti da, u obje godine koje su se proučavale, strani turisti ostvarili su daleko veći broj i dolazaka i noćenja u hotelima baštine od domaćih turista. Može se pretpostaviti nekoliko razloga koji su uzrok tome, poput interesa ili financija. Postoji mogućnost da domaći turisti nisu previše zainteresirani za kulturu i povijest hrvatskih utvrda i dvoraca, te će radije odmor provesti na mjestu u drugoj državi koju još nisu posjetili. Što se financija tiče, poznato je da su hoteli baštine elegantni i luksuzni što ih čini skupima, stoga si domaći turisti ne mogu priuštiti boravak u ovakvim hotelima kao strani turisti.

Godina 2020. označena je kao godina pandemije koju je prouzročio korona virus, te je zbog toga broj turističkih dolazaka i noćenja u Hrvatskoj ali i u svijetu drastično smanjen. Razlog tome su ograničena putovanja, zatvorene granice ali i propisi o uvođenju karantene i provođenju epidemioloških mjera kako bi se spriječilo širenje zaraze.

U 2020. godini u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 7,0 milijuna dolazaka i 40,8 milijuna noćenja turista, što je 64,2% manje dolazaka i 55,3% manje noćenja turista u odnosu na 2019. Prema tome domaći turisti ostvarili su 1,5 milijuna dolazaka i 5,4 milijuna noćenja što je na 2019., pad dolazaka turista za 34,2% i pad noćenja turista za 23,7%. Strani turisti su pak u 2020. ostvarili 5,5 milijuna dolazaka i 35,4 milijuna noćenja, što je u odnosu na 2019. pad dolazaka turista za 68,0% i pad noćenja turista za 58,0%.¹⁹

¹⁹ Statistika za 2020. godinu: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html, preuzeto: 22. travnja 2021.

5. MOTIVI TURISTIČKIH DOLAZAKA U HOTEL BAŠTINE

Ovo poglavlje sastoji se od dva potpoglavlja, a u prvom će se predstaviti kulturni i kreativni turizam, te moguće stvaranje ponude njihovom kombinacijom. Drugo poglavlje sadržavat će statističke podatke o motivima turističkih dolazaka ali i broj turističkih dolazaka u hotel baštine koji će se prikazati kroz tablice.

5.1. Kulturni i kreativni turizam

Kulturni i kreativni turizam imaju mogućnost valorizacije bogate kulturne baštine koja se može stvoriti u prepoznatljiv i jedinstven turistički proizvod. Danas suvremeni turisti traže puno više od lokacije i osnovnih usluga koje objekt može ponuditi. Do izražaja posebno dolazi prepoznatljiv stil hotela, personalizirani pristup, specifičnost oblikovanja ali i cjelokupna atmosfera njegovog prostora. Upravo zbog toga hotel baštine može postati novi oblik ugostiteljske ponude u funkciji razvoja kulturnog i kreativnog turizma. Njegova konkurentnost ovisi o konkurentnosti destinacije, brendiranosti destinacije, kvaliteti ponude, te preduvjetima razvoja ali osim toga, također i sam hotel baštine mora generirati promjene destinacije i razvoj kulturne i kreativne ponude.²⁰

Kulturni turizam jest turizam posebnih interesa, a definira se kao vrsta turizma u kojemu je glavni motiv turističkih putovanja, u cijelosti ili djelomično, interes za povijest, umjetnost, naslijeđe ili stil života destinacije. Temelj kulturnog turizma je interakcija domicilnog stanovništva, djelatnika i turista, te se tom interakcijom razmjenjuju kulture, običaji i načini života kako bi se stvorila emocionalna vrijednost. Na kulturni doživljaj mogu utjecati i razni čimbenici poput opipljivih elemenata ponude, pružene usluge, te očekivanja, ponašanja i stavova turista, ali i niza nekontroliranih elemenata poput gužvi i vremenskih (ne)prilika.²¹

Spajanjem turizma i kreativnosti moguće je stvoriti kombinaciju koja dovodi do nove ponude – kreativni turizam. Kreativni turizam može se definirati kao oblik turizma koji se razvio iz kulturnog turizma, a koji za vrijeme odmora nudi turistima učenje vještina koje pripadaju kulturi receptivne zemlje odnosno zajednice. Ova vrsta turizma nudi turistima mogućnost razvijanja kreativnih potencijala, približavaju se lokalnom stanovništvu tako što aktivno sudjeluju u radionicama i obrazovnim iskustvima koji ocrtavaju kulturu odmorishnih

²⁰ Stipanović C. – Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018., str. 231.-232.

²¹ Ibid., str. 234.

destinacija. Mnoge turističke agencije u destinacijama nude kreativne programe poput slikanja, kuhanja, izrade raznih rukotvorina i sl.²²

Što se tiče razvoja kulturne ponude destinacije, raste značaj kreativnih oblika ponude koji se temelje na kreativnim industrijama koje stvaraju opipljive ili nematerijalne kreativne rezultate. Kreativni turizam predstavlja putovanje koje se usmjerava na autentično iskustvo s učenjem kroz umjetnost ili nasljeđe. Ipak oblici kreativnog razvoja u turizmu mogu se podijeliti na: kreativne događaje, kreativne prostore i kreativni turizam.²³

5.2. Statistika motiva dolazaka

TOMAS ljeta održalo je svoje istraživanje u kojemu su ispitanicima ponudili četrnaest različitih motiva dolazaka, a od kojih su mogli izabrati najviše tri kao glavne motive dolaska u Hrvatsku. U nastavku će biti predstavljene tablice koje će prikazivati redoslijed motiva turističkih dolazaka i njihove promjene od 2017. do 2019. godine. Bit je utvrditi na kojem mjestu se nalaze motivi kulturne baštine i znamenitosti.

Tablica 7. Motivi dolaska u Hrvatsku u 2017. godini

	Motivi	%
1.	Pasivni odmor, opuštanje	54,9
2.	Nova iskustva i doživljaji	31,1
3.	Uživanje u jelu i piću, gastronomija	29,0
4.	Upoznavanje prirodnih ljepota	26,2
5.	Zabava	24,2
6.	Bavljenje sportom i rekreacijom	19,8
7.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti	12,3
8.	Posjet rodbini i prijateljima	9,8
9.	Wellness	7,6
10.	Zdravstveni razlozi	6,9
11.	Ronjenje	6,1
12.	Kupovina	3,2

²² Jelinčić D.A. (2008.) – Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str. 236.

²³ Stipanović C. – Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018., str. 234.

13.	Poslovne obaveze	2,5
14.	Vjerski razlozi	1,0
15.	Drugi motivi	0,6

Izvor: Marušić Z., Čorak S. i Sever I, (2018.)-Tomas 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam 2018., <https://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf>, preuzeto: 30. travnja 2021.

Tablica 7 prikazuje motive dolazaka turista u Hrvatsku u 2017. godini i na prvom mjestu, kao glavni motiv dolaska, nalazi se odmor ili opuštanje. Drugi najčešći motiv dolazaka jesu nova iskustva i doživljaji, zatim slijede gastronomija i upoznavanje prirodnih ljepota. Pri kraju, kao najrjeđi motivi dolazaka su poslovne obaveze i vjerski razlozi. Ono što je bitno istaknuti jest da su interes za kulturnu baštinu i znamenitosti tek na sedmom mjestu tablice, što ih ne čini najprivlačnijim motivom turističkih dolazaka.

Tablica 8. Motivi dolaska u Hrvatsku u 2019. godini

	Jadranska Hrvatska	%	Kontinentalna Hrvatska	%
1.	More	81,5	Priroda	31,7
2.	Priroda	56,2	Touring	26,0
3.	Gradovi	23,8	Gradovi	25,9
4.	Touring	21,0	Sport i rekreacija	24,1
5.	Sport i rekreacija	14,9	Posao	21,7
6.	Kultura i umjetnost	12,7	Kultura i umjetnost	15,7
7.	Gastronomija	6,6	Planinarenje	9,8
8.	Zabava i festivali	5,5	Sela	9,6
9.	Sela	4,5	Gastronomija	6,6
10.	Manifestacije i događaji	4,2	Manifestacije i događaji	6,3

Izvor: Marušić Z. i dr., (2020.)-Tomas 2019. - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam 2020., https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-10/TOMAS%20Hrvatska%202019_0.pdf, preuzeto: 30. travnja 2021.

Kao u prijašnjoj tablici i tablica 8 prikazuje listu motiva dolazaka turista u Hrvatsku ali u 2019. godini. Ipak ova tablica podijeljena je na jadransku i kontinentalnu Hrvatsku u kojima se razlikuju motivi dolazaka. U jadranskoj Hrvatskoj kao glavni dolazak označeno je more ili odmor, zatim slijede priroda i razgledavanje gradova, to su glavni motivi dolazaka na Jadran. Nešto manje atraktivni motivi su posjet selima i manifestacije i događaji.

Što se tiče motiva dolazaka u kontinentalnu Hrvatsku, glavni motiv je priroda, a nakon toga posjeta gradova i rekreacija. Manje atraktivno motivi dolazaka u kontinentalnu Hrvatsku su gastronomija te manifestacije i događaji kao i u jadranskoj Hrvatskoj.

Motiv dolazaka vezan za kulturu i kulturnu baštinu i znamenitosti u 2019. godini podigao se za samo jedno mjesto. Kao što se može vidjeti, motiv kulture nalazi se na šestom mjestu za razliku od 2017. godine kada se motiv dolazaka za kulturnom baštinom nalazio na sedmom mjestu.

Tablica 9. Broj dolazaka i noćenja turista u smještajne objekte u 2019. godini

	Dolasci	Noćenja
Hoteli	6 640 970	19 941 783
Hoteli baštine	44 966	101 431
Turistički apartmani	198 582	1 134 194
Turistička naselja	622 261	3 458 897

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2018., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf, preuzeto: 30. travnja 2021.

Tablica 9 prikazuje neke od turističkih smještajnih objekata i broj njihovih dolazaka i noćenja u 2019. godini. Kao što se može vidjeti, najveći broj dolazaka i noćenja ostvarili su hoteli, čak 6 640 970 dolazaka i 19 941 783 noćenja. Zatim slijede turistička naselja sa 622 261 tisuća dolazaka i 3 458 897 noćenja, dok su turistički apartmani ostvarili 198 582 dolazaka i 1 134 194 noćenja. Na kraju, s najmanjim brojem dolazaka i noćenja nalaze se hoteli baštine, svega 44 966 dolazaka i 101 431 noćenja.

Nakon istraženih podataka može se vidjeti da je glavni motiv turističkih dolazaka u Hrvatsku odmor i opuštanje, bilo da je na moru ili u prirodi. Kulturna baština i kulturne znamenitosti nisu na vrhu liste motiva dolazaka turista u Hrvatsku što može biti i razlog zašto su hoteli baštine među smještajnim objektima koji imaju manji broj dolazaka i noćenja. Kada bi se posjetitelji više interesirali za kulturu možda bi posjetitelji imali veći interes za smještaj u hotelima baštine i smještajne jedinice u njima bi bile više popunjene.

6. KONVERZIJA KULTURNE BAŠTINE

Kulturna baština ima važnu ulogu za određeno mjesto, ona je trag i dokaz naše prošlosti, te čini identitet zajednice ili naroda. Upravo zbog toga kulturnu baštinu potrebno je čuvati i obnavljati kako bi nastavila djelovati te kako bi, ne samo posjetitelj nego i lokalno stanovništvo, mogli bolje upoznati povijest svojega mjesta ali i shvaćanje svoga identiteta. Kako bi se to postiglo postoji poseban proces prenamijene kulturne baštine kojim se postiže očuvanje i održavanje baštine uz održivo korištenje, a riječ je o konverzaciji.

6.1. Odrednice konverzije kulturne baštine

Konzerviranje se definira kao proces upravljanja promjenama nekog mjesta od kulturnog značaja u njegovom izvornom okruženju na način na koji će se najbolje sačuvati njegove baštinske vrijednosti ali i istovremeno prepoznati mogućnosti kojima će se te vrijednosti istaknuti i učvrstiti za dobrobit sadašnjih i budućih naraštaja. Konzerviranje se provodi na temelju razumijevanja:²⁴

- značaja kulturnog dobra,
- načina na koje se vrijednosti kulturnog dobra odražavaju u njegovu tkivu,
- učinaka koji bi različiti zahvati imali na te vrijednosti.

Kulturno povijesne građevine vrlo su važan resurs, a njihova važnost najviše se pripisuje njihovoj uporabi što znači da su uvedene promjene kojima se ispunjava njihova funkcija. Nedostatak upotrebe kulturne baštine doveo bi do njezine propasti. Ipak, današnja moderna društva izgrađenu kulturnu baštinu gledaju kao orijentir kulture i raznolikosti koja bi trebala trajati vječno. Upravo zbog toga cilj današnje generacije je isporučiti baštinu u dobrom stanju generacijama koje tek dolaze. Kako bi se ovaj cilj postigao stvorena je ideja o konzerviranju i ponovnom korištenju kulturne baštine. Nije riječ samo o očuvanju nego i o oživljavanju zgrada ali i cijelih povijesnih dijelova gradova koji bi privukli stanovnike i turiste, te je takva ideja postala privlačna za tržište.²⁵

²⁴ Drury, P. i McPherson, A. (2008), Conservation Principles, Policies and Guidance for the Sustainable Management of the Historic Environment, English Heritage, London, str. 4.

²⁵ Lourenco P.B., (2013.) - Conservation of cultural heritage buildings: Methodology and application to case studies, Revista ALCONPAT, Portugal, 3(2):101, str. 1.-2.

Održivi razvoj u zaštiti kulturne baštine podrazumijeva kontrolirani razvoj koji je ograničen na taj način da ne izaziva njezinu degradaciju. Ograničenja u iskorištavanju kulturne baštine mogu se promatrati na više razina, a jedna od njih je razina pojedinačne građevine.²⁶ Strukture zgrada kulturne baštine, po svojoj povijesti i prirodi, predstavljaju niz izazova u očuvanju, dijagnozi, analizi, praćenju i jačanju, stoga je međunarodni odbor sastavio preporuke namijenjene onima koji su uključeni u problem očuvanja, ICOMOS. Preporuke ICOMOS-a sadrže Načela, gdje su predstavljeni osnovni koncepti očuvanja i smjernice, gdje se raspravlja o pravilima i metodologiji koje dizajner treba slijediti. Načela obuhvaćaju: Opće kriterije; Istraživanje i dijagnostiku i Sanacijske mjere i kontrole. Postupak sankcijskih mjera trebao bi obuhvaćati sljedeće korake: Prikupljanje podataka: Informacije i istraga, povijesna, strukturna i arhitektonska istraživanja, pregled strukture, terenska istraživanja i laboratorijska ispitivanja i praćenje.²⁷

Šezdesetih godina 20. stoljeća pojavio se model aktivne zaštite kojim su otvoreni procesi revitalizacije u kojima se povijesne građevine oživljavaju tako da se aktiviraju, osuvremenjuju i mijenjaju namjenu. Ovakva metoda postala je dominantna metoda zaštite i očuvanja kulturne baštine u prostoru. Metode koje bi imale mogućnost provođenja mjera održivog razvoja kulturne baštine u prostoru trebale bi imati podršku u planiranim dugoročnim programima. Širokog su raspona i podudaraju se s mjerama i metodama koje se provode i danas u procesima zaštite i očuvanja kulturne baštine. U zaštiti pojedinačnih povijesnih građevina precizirane su mjere kojima se ona provodi, a to su održavanje, konzerviranje, restauriranje, rekonstrukcija, faksimila, fasadizam i interpolacija ali s jasnim naznakama granica koje dijele dopustivu i štetnu intervenciju.²⁸

6.2. Problematika konverzije namjene iz gospodarske u turističku

Gospodarstvo se smatra ljudskom djelatnosti koju čine tri osnovna čimbenika, a to su proizvodnja, potrošnje i razmjena, te se dijeli na četiri osnovne djelatnosti:

- primarna: poljoprivreda, stočarstvo, šumarstvo i ribarstvo,

²⁶ Maroević I., (2001.) – Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, Socijalna Ekologija, Zagreb, Vol. 10 No. 4, str. 235.

²⁷ Lourenco P.B., (2013.) - Conservation of cultural heritage buildings: Methodology and application to case studies, Revista ALCONPAT, Portugal, 3(2):101, str. 2.-3.

²⁸ Maroević I., (2001.) – Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, Socijalna Ekologija, Zagreb, Vol. 10 No. 4, str. 243.

- sekundarna: industrija, građevinarstvo, rudarstvo, brodogradnja,
- tercijarna: trgovina, promet, bankarstvo, ugostiteljstvo i turizam,
- kvartarna: znanost, obrazovanje, zdravstvo i kultura.

Turizam se smatra jednom od najvažnijih djelatnosti gospodarstva, te je važan za razvoj drugih gospodarskih djelatnosti države, a doprinosi stabilizaciji gospodarstva i gospodarskom rastu.²⁹ Turizam se može promatrati kao pojava ili kao djelatnost, no bez obzira na to turizam se ističe kao najveći potrošač prostora. Nekontrolirano širenje građevinskih područja bez osiguravanja komunalne i prometne infrastrukture kao i nesklad s turističkim očekivanjima u većini slučajeva dovodi do kaotičnog stanja.³⁰

Glavni problem gotovo svake revitalizacije nalazi se u određivanju stupnja i dimenzije promjena koje ona može izazvati u strukturi i oblikovanju povijesne građevine ili povijesne cjeline. Promjena namjene kulturne baštine dovodi do promjene njezine strukture, organizacije prostora, oblikovanja i odnosa unutrašnjosti i vanjštine. Zahtjevi koji proizlaze iz novih potreba, agresivni su koliko i nastojanja da se udovolji svim potrebama novih sadržaja koji se uvode u baštinu.³¹ Upravo zbog toga dolazi do nekih problema prenamjene kulturne baštine kako bi se taj resurs koristio u turističke svrhe.

Tradicija je pojam koji označava način života, nešto što su ljudi naslijedili poput vještine, govora ili običaja. To je interakcija zajednica koje su utjecale na kulturu i način življenja u određenom prostoru. Proučavanjem odnosa tradicije može se vidjeti da turizam mijenja pogled na njih, neke zajednice svoju tradiciju mijenjaju upravo zbog turizma. Danas je turizam najmoćnije sredstvo utjecaja na tradiciju, a moderno društvo prisiljava ljude na stvaranje vlastitih tradicija, tj. “preuređivanja“ lokalne tradicije u svrhe turističke promidžbe.³²

Upravo ovo stvaranje vlastite i preuređivanje lokalne tradicije dovodi do novog problema prenamijenjene, a to je autentičnost. Autentičnost se u turizmu asocira s točnom prezentacijom prošlosti pomoći njenih sačuvanih ostataka, a jedan od njezinih problema je mjesto gdje se gube autentičnost i tradicijske vrijednosti kako bi došlo do prilagodbe turistima. Kada je u pitanju autentičnost, često je prisutno i glumljenje autentičnosti, kada osoba ima svoj posao, a nije

²⁹ Blažević B. (2007.) – Turizam u gospodarskom sustavu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, str. 41.

³⁰ Rudež Z. i Marić J. (2014.) – Prostorno planiranje u funkciji održivog razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije, 711.2 : 338.48, Sveučilište u Dubrovniku, str. 155.

³¹ Maroević I., (2001.) – Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, Socijalna Ekologija, Zagreb, Vol. 10 No. 4, str. 40.

³² Jelinčić A. D. (2006.) - Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija, Etnološka istraživanja, No. 11, str. 167.-168.

upoznata sa osnovnim znanjem i pričom iza te autentičnosti.³³ Kada je u pitanju položaj u turizmu, domaće stanovništvo i turisti nalaze se na potpuno različitim polovima. Turist to vidi kao užitak i slobodu, dok lokalni stanovnik to vidi kao teret i rad. Turisti mogu drastično utjecati i promijeniti način života i rutinu lokalne zajednice, te se time gube tradicija i običaji određenog mjesta i naroda.³⁴

Turizam ima veliki utjecaj i ulogu u Hrvatskoj, te je vjerojatno jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti Hrvatske. Turizam može utjecati i na druge djelatnosti te koliko im može pridonijeti toliko može i odmoći, te “uništiti” druge djelatnosti. Hrvatska spas i napredak zemlje vidi, nažalost, samo u turizmu te zbog toga dolazi do zatvaranja i gašenja raznih poljoprivrednih i industrijskih djelatnosti i postrojenja čime mnogi ljudi gube posao. Na primjer, brodogradnja, zatvaraju se mnoga brodogradilišta, a time i radna mjesta, kako bi se na istome mjestu otvorile marine ili luke, te stvorila nova ponuda u turizmu, kružna putovanja. Tijekom turističke sezone cijene proizvoda i usluga u trgovini i ugostiteljstvu drastično se povećavaju što također otežava život lokalnom stanovništvu koje nije naviklo i ne može si priuštiti takve cijene. Što se tiče prometa, zbog velikih dolazaka i posjeta turista, u prometu nastaju velike gužve, a to dovodi do velikog zagađenja i uništenja prirode i okoliša, što je suprotnost održivom turizmu.

6.2. Dioklecijanova palača kao primjer dobre prakse konzervacije

Analiza kulturne baštine treba biti kreativna jer bez dubinskog razumijevanja baštine nema kvalitetne konzervacije. Konzervacija se bavi složenim problemima zbog kojih je potrebno razumijevanje principa i ciljeva konzervacije. Konzervator treba jako dobro poznavati sva razdoblja arhitekture i suvremenu graditeljsku praksu, tehnologiju građenja i patologiju materijala i konstrukcija. Isto tako, potrebno je prepoznavanje i čuvanje umjetničke i povijesne vrijednosti građevine.³⁵

Konzervatorsko-restauratorski zahvati predstavljaju primjer dobre prakse u kontekstu obnove splitske povijesne jezgre, na najznačajnijim građevinama Dioklecijanove palače. Na

³³ Ibidem., str. 169.-170.

³⁴ Ibidem., str. 170.

³⁵ Prvi priručnik o restauriranju: Konzervatorski zahvati u Dioklecijanovoj palači: <http://www.iic-hrvatskagrupa.hr/prirucnik1.html>, preuzeto: 8. svibnja 2021.

primjerima obnovljenih dijelova splitske povijesne jezgre moguće je sagledati veliku raznolikost konzervatorskog posla. Riješeni su razni konzervatorski problemi poput konstruktivne sanacije, problema vlage, kristalizacije soli i površinskog propadanja materijala, čišćenja i konzervacije pa sve do interpretacije i prezentacije. Radije je korišten proces konzervacije nego restauracije, princip minimalnog zahvata, upotreba tradicionalnih materijala i tehnika, ali i najsuvremenijih alata i postupaka, poput čišćenja laserom, 3D skeniranja, nedestruktivnih istraživačkih metoda. Kako bi se sve ovo postiglo, najprije je bilo potrebno stvoriti povijesnu sliku Dioklecijanove palače. Na stvaranju slike, odnosno u otkrivanju namjene Palače sudjelovali su mnogi istraživači kako bi se što kvalitetnije odradila konzervacija.³⁶

U razdoblju od 1994.-2009. godine na Dioklecijanovoj palači je zabilježeno 21 arheološko istraživanje, 19 konzervatorsko-restauratorskih zahvata na kamenoj dekorativnoj plastici, 3 na mozaicima i 11 na žbukama, odnosno 54 intervencije koje su vezane za zaštitu i istraživanje nepokretnoga kulturnog dobra u navedenim kategorijama.³⁷

³⁶ Prvi priručnik o restauriranju: Konzervatorski zahvati u Dioklecijanovoj palači: <http://www.iic-hrvatskagrupa.hr/prirucnik1.html>, preuzeto: 8. svibnja 2021.

³⁷ Marinković V. (2010.) - Pregled arheoloških istraživanja i restauratorsko-konzervatorskih zahvata u Dioklecijanovoj palači u Splitu, Hrčak No. 36, Split, str. 246.

7. PRIMJERI SMJEŠTAJA U KULTURNOJ BAŠTINI

U nastavku će se prikazati neki od primjera hotela baštine u svijetu među kojima se mogu izdvojiti i hrvatski primjeri. Svjetski primjeri koji će biti odabrani za razradu i prikazani u ovom poglavlju su Hotel Nishiyama Onsen Keiunkan u Japanu, Hotel Ashford u Irskoj i Dvorac hotel Wendorf u Njemačkoj. Mnogi su hrvatski primjeri hotela baština, no izdvojit će se Palace Hotel Zagreb, Kutjevački dvorac i Roxanich Wine & Heritage Hotel u Motovunu.

7.1. Hotel Nishiyama Onsen Keiunkan, Japan

Jedan od prvih primjera heritage hotela u svijetu je japanski hotel Nishiyama Onsen Keiunkan, a smatra se najstarijim tradicionalnim hotelom u svijetu. Tvrdi se i da je ovo najstariji poslovni objekt na svijetu koji posluje više od tisuću godina, a posjetile su ga sve vrste posjetilaca – od drevnih samuraja, pa sve do današnjih modernih turista. Od osnutka hotela on se prenosi s koljena na koljeno, te su do danas njime upravljale pedeset i svije generacije potomaka koje su uređivale prostor hotela i modernizirali ga u skladu s vremenom u kojemu su živjeli. Hotel je primjer očuvanja tradicionalnog izgleda japanske kulture, a njegov dizajn prostora i prirodnog okruženja stvara se osjećaj drevnog Japana.³⁸

7.2. Hotel Ashford, Irska

Hotel Ashford hotel je s pet zvjezdica koji se nalazi u istoimenom dvorcu u Irskoj. Dvorac datira iz 1228. godine, a izgradila ga je plemićka obitelj De Burgo. Nakon nekog vremena obitelj je bila poražena u među plemićkom sukobu te su izgubili vlasništvo nad dvorcem, a naslijedili su ga obitelj Ornamore i Browne. Godine 1715. redili su ga u francuskom stilu, a tek 1939. godine dvorac je preuređen u hotel. Ono što odlikuje ovaj hotel jest njegov interijer koji je prepun starinskog namještaja, sitnih tkanina i ukrasa iz povijesti.

Hotel raspolaže sa 82 spektakularne sobe, nekoliko apartmana i odvojenim dijelom pretvorenim u vikendicu. Hotel je također okružen park šumom koja gostima nudi niz dodatnih aktivnosti u prirodi poput lova, ribolova, promatranja ptica, jahanje konja, što bi bile aktivnosti iz srednjeg vijeka, te novije aktivnosti poput golfa i tenisa. Što se tiče gastronomske ponude, hotel nudi razna tradicionalna istarska jela, a neka od njih datiraju još iz razdoblja srednjeg vijeka.³⁹

³⁸ <https://www.uniqhotels.com/nishiyama-onsen-keiunkan>, pregled: 13. ožujka 2021.

³⁹ Mrežna stranica hotela: <https://ashfordcastle.com/>, pristup: 13. ožujka 2021.

7.3. Dvorac hotel Wendorf

Dvorac Wendorf smatra se draguljem koji je obogatio zemlju dvoraca i vlastelinstva, Mecklenburg Vorpommern, odnosno Mecklenburg Zapadno Pomorje. Mecklenburg Vorpommern pokrajina je u kojoj su živjeli vojvode i prinčevi Mecklenburga, a ovaj nekada viteški dvorac bio je mjesto susreta plemstva, politike, umjetnosti i društva.⁴⁰

Ovaj nekada viteški dvorac, od 2009. godine otvara svoja vrata kao luksuzni dvorac sa pet zvjezdica, a koji poštuje svoju plemenitu prošlost. Svaki od njegovih apartmana nazvani su po vojvodama i prinčevima Mecklenburga, te omogućuju otkrivanje povijesti Mecklenburg Vorpommerna.⁴¹ Ovaj heritage hotel nudi razne kombinacije golfa, jahanja i luksuza, a njegov gurmanski restoran "Cheval Blanc" poslužuje regionalna i sezonska jela najviše kvalitete.⁴²

Osim samog hotela, moguće je istražiti i zemlju i ljude Mecklenburg-Vorpommerna, stoga su regionalni turoperatorii sastavili razne tematske rute u kojima se putuje od dvorca do dvorca te se upoznaje povijest dvoraca i vlastelinstva izbliza. Ove ture moguće su kao pješačke ili biciklističke ture.⁴³

⁴⁰ Wendorf: <https://www.mein-urlaub-im-schloss.de/hotel-wendorf-castle/?lang=en>, preuzeto: 18. travnja 2021.

⁴¹ <https://www.mein-urlaub-im-schloss.de/hotel-wendorf-castle/?lang=en>, preuzeto 18. travnja 2021.

⁴² Wendorf: <https://heritagehotelsofeurope.com/portfolio-items/castle-hotel-wendorf-mecklenburg-west-pomerania/>, preuzeto: 18 travnja 2021.

⁴³ Tematske ture: <https://www.mein-urlaub-im-schloss.de/from-castle-to-castle/?lang=en>, preuzeto: 18. travnja 2021.

7.4. Hrvatski primjeri

7.4.1. Palace Hotel Zagreb

Najstarijim hotelom u Hrvatskoj smatra se Palace Hotel Zagreb, a isto tako i jednim od prvih hotela baština u Hrvatskoj. Danas je ovaj hotel dio grupe Worldhotels koja okuplja više od 500 nezavisnih hotela širom svijeta.

Palača Schlessinger izgrađena je 1891. godine za Karla Schlessingera, a od 1907. godine počinje raditi kao prvi organizirani hotel u Zagrebu. Svojim stilom gradnje i izgledom čini jedan od rijetkih primjera rokoko stila, a nekoliko je puta bio nadograđivan i adaptiran, stoga čini spoj modernog i starog secesijskog stila 19. stoljeća i time ne zaostaje za novijim hotelima.⁴⁴

U Hrvatskoj pojam secesija označava novi umjetnički pokret čije granice određuju bečka Secesija i slom Austro-Ugarske Monarhije. Secesija naglašava praktičnost, udobnost, jednostavnost i finoću izvedbe, a sam stil pojavljuje se u dvije varijante – florealnoj i geometrijskoj.⁴⁵

Palace Hotel Zagreb nalazi se u samom centru grada neposredno uz stari gradski park. Palace raspolaže sa 116 luksuzno opremljenih soba, te 6 apartmana. Palace hotel Zagreb ima u svojoj ponudi junior apartman, standard apartman, luksuzni Suite Diplomatique, ali i comfort i superior sobe. Ovaj hotel idealan je izbor za one koji žele spojiti luksuz i udobnost, a osim smještaja hotel sadrži i wellness i fitness centar ali i dvorane za sastanke u kojima se održavaju prezentacije i poslovni sastanci. Osim toga, dvorane za sastanke moguće je pretvoriti i u mjesto održavanja različitih proslava, prijema i koktel zabava.⁴⁶

7.4.2. Kutjevački dvorac

Kutjevački dvorac sagrađen je 1232. godine na mjestu cistercitske opatije od koje su ostale samo ruševine ali i očuvan vinski podrum Grada. Nakon turskih osvajanja posjed je dodijeljen zagrebačkom kanoniku Ivanu Josipu Babiću koji je pozvao isusovce u Kutjevo. Njihovim dolaskom na posjedu je podignut barokni kompleks s crkvom i dvorcem, tadašnjom isusovačkom rezidencijom. Dvorac je bio u vlasništvu obitelji Turković. Dvorac i park u okolici su 1964. godine upisani u Registar nepokretnih spomenika kulture i zaštićenih prirodnih vrijednosti, a 1997. godine postao spomenik parkovne arhitekture.⁴⁷

⁴⁴ Mrežna stranica palače: <https://palace.hr/>, pristup: 13. ožujka 2021.

⁴⁵ Muzej za umjetnost i obrt Zagreb, <https://www.muio.hr/rokoko/>, pristup: 13. ožujka 2021.

⁴⁶ Mrežna stranica palače: <https://palace.hr/o-hotelu/>, pristup: 13. ožujka 2021.

⁴⁷ Službena stranica Grada Kutjeva: <http://www.kutjevo.hr/turizam/znamenitosti/kulturne/kutjevacki-dvorac/>, pristup: 13. ožujka 2021.

Koncern Agram 2015. godine obnavlja dvorac projektom vrijednim 50 milijuna kuna. Interijer dvorca dobio je luksuzniju notu – wellness centar, raskošne sobe, restoran, konferencijsku sobu. Također se uredio i eksterijer prekrasnim vrtom punim cvijeća, zelenila i drveća koji oduzima dah.⁴⁸ Dvorac mogu posjetiti samo članovi obitelji koji su uložili u projekt za njegovu obnovu, te drugima posjetiteljima nije omogućen ulaz. Usprkos tome, Kutjevački Dvorac smatra se primjerom hotela baštine.

7.4.3. Roxanich Wine & Heritage Hotel

Hotel se nalazi u srcu Istre na padini brda, pod sjenom Motovuna s pogledom na krajolik doline rijeke Mirne. Motovun se smatra drevnim čuvarom središnje Istre, destinacijom bogate kulture i gastronomije ali i rodnim mjestom legendi, odnosno slavnih ličnosti.⁴⁹

Hotel Wine & Heritage Roxanich luksuzan je hotel koji sadrži restoran, sezonski vanjski bazen, wellness, bar i vrt. Hotel u ponudi ima obiteljske sobe i terasu, odnosno 32 izvrsno dizajnirane sobe i apartmana. Unutar brda, neposredno ispod hotela nalazi se i podrum koji ima četiri razine, a svaka razina posvećena je određenom dijelu postupka proizvodnje vina. S obzirom na to da je u sklopu hotela i vinski podrum, posjetiteljima je omogućena degustacija vina Roxanich kao i degustacija lokalnih domaćih proizvoda.⁵⁰

⁴⁸ TZ Grada Kutjeva: <https://www.tzkutjevo.hr/sight-details/dvorac-kutjevo/>, pristup: 13. ožujka 2021.

⁴⁹ Službena stranica Roxanich: <https://www.roxanich.hr/hr/dozivljaji/destinacija>, pristup: 23. ožujka 2021.

⁵⁰ Službena stranica Roxanich: <https://www.roxanich.hr/en/hotel>, pristup: 23. ožujka 2021.

8. PRIJEDLOG STVARANJA HOTELA BAŠTINA U RH

Ovo poglavlje sastoji se od dva podpoglavlja u kojima će fokus biti na stvaranju hotela baština u Hrvatskoj. Prvo podpoglavlje predstaviti će neke primjere utvrda, dvoraca, kaštela, tvrđava od kulturno povijesnog značaja na području cijele Hrvatske, a koje je moguće restaurirati. U drugom podpoglavlju predstaviti će se ideja, odnosno izabrat će se jedan od mogućih primjera i prikazati ideja kako bi se jedna od spomenutih baština mogla preurediti u hotel baština i time spriječiti od propadanja.

8.1. Mogući primjeri uređenja

Hrvatska ima jako burnu prošlost u kojoj je bila u sastavu niza država i carstava. Neki od njih su Mađarska, Austrija, Osmanlijsko Carstvo, Mletačka Republika, Italija, Jugoslavija i mnogi drugi. Prije svih njih, poseban i neizbrisiv trag ostavili su stari Rimljani te slavenska plemena. S obzirom na to da Hrvatska ima dugu i bogatu povijest, iz nje je proizašla i bogata kulturna baština.⁵¹

Nažalost, mnoga kulturna baština koja je nastala kroz povijest Hrvatske, poput raznih dvoraca, utvrda, kaštela i slično, danas je zaboravljena i prepuštena uništenju i propadanju. Može se reći da više čimbenika utječe na ugrožavanje baštine u Hrvatskoj: osim napuštanja i neodržavanja tu su i neriješeni imovinski odnosi, starenja stanovnika, siromaštvo, i to sve izaziva propadanje i nestajanje baštine. S druge strane tu su i prekomjerno urbano širenje i nova gradnja koja dovodi do degradacije vrijednosti i uništenja. Također, još neki od čimbenika koji uzrokuju nedostatak brige o baštini su i nedostatak svijesti o njezinim vrijednostima, nedostatak političke volje, nedostatak dokumentiranosti i istraživanja, slaba i nedostatna ulaganja, nedovoljno poticajne mjere za održavanje baštine, te nedovoljna povezanost i usklađenost djelovanja sektora koji izravno utječu na kulturnu baštinu.⁵² Kako bi se spriječilo uništenje i propadanje kulturne baštine, prvo je potrebno stvoriti savjesti o njihovoj važnosti, a zatim uložiti u njihovu obnovu ili prenamjenu. Jedan od načina očuvanja baštine, a time i nastavak korištenja iste, što bi koristilo, ne samo u kulturnom polju nego i u ekonomsko, jest prenamjena kulturne baštine u hotele, točnije u hotele baština. U nastavku će se predstaviti neki od primjera napuštene baštine koju je moguće prenamijeniti u hotele baština.

⁵¹ Povijest Hrvatske: <https://www.coloursofistria.com/hr/destinacije/hrvatska/povijest>, preuzeto: 3. svibnja 2021.

⁵² Bilušić D.B. (2013.) - Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima, Kvartal : kronika povijesti umjetnosti u Hrvatskoj, Vol. X No. 1.-2., str. 6.

8.1.1. Dvorac Baruna Trenka

Trenkovo je naselje u Požeško-slavonskoj županiji koje je poznato kao dom baruna Franje Trenka. Stoljećima se Trenkovo nazivalo Mitrovica, no na zahtjev mještana ime je promijenjeno 1912. godine jer je u tadašnjoj Hrvatskoj postojala još jedna Mitrovica u Srijemskoj županiji. U Trenkovu, na južnim obroncima Papuka nalazi se nekadašnje vlastelinsko sjedište, odnosno Trenkov dvorac. S obzirom na to da nije detaljno istraživano, ne zna se mnogo o Trenkovu dvorcu. Poznato je da je riječ o jednokatnom kasnobarokno-klasicističkom dvorcu koji je sagrađen nakon Trenkove smrti, druga polovica 18. ili početak 19. stoljeća. U Trenkovo vrijeme, na mjestu dvorca, prvo je stajala barokna kurija koja je poslije dograđena i pretvorena u dvorac.⁵³



Slika 2. Dvorac Baruna Trenka

Izvor: <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/trenkov-dvorac-nedaleko-od-pozege-propada-cekajuci-renovaciju---616212.html>, preuzeto: 3. svibnja 2021.

Dvorac je pravokutnog oblika 33,75 x 12,55 metara. Na zapadnom pročelju ima altanu, a na istočnom pročelju istaknuti rizalit sa zabatom, dok mansardni krov odaje baroknu krovnu konstrukciju. Na glavnom pročelju nalaze se jednostavna klasicistička obilježja. Zanimljivo je da se na parceli hotela nalazi i hrast nazvan Trenkov hrast ispod kojega je, prema legendi proglašavao presude kmetovima.⁵⁴

⁵³ Šćitaroci O.M. – Trenkov dvorac, Vlastelinsko sjedište Velika na južnim obroncima Papuka, Zagreb moj grad, broj 68, 2018., str. 134.

⁵⁴ Ibid., str. 135.

8.1.2. Novi Dvori Klanječki

Riječ je o dvorcu koji 1603. godine gradi Toma Erdody, poznat kao legendarni pobjednik nad Turcima kod Siska. Novi Dvori imaju značajno mjesto na listi povijesnih zagorskih dvoraca jer se smatra prvim dvorcem zatvorenog tipa koji ima unutrašnje dvorište i prema kojemu se krila arkadno zatvaraju. Konceptija dvorca nagovještava rani barok. Ono što je zanimljivo i po čemu će još biti zapamćen ovaj dvorac jest činjenica da je u njemu posljednje dane svog života proveo književnik i autor hrvatske himne Antun Mihanović, tamo umire 1861. godine.⁵⁵

8.1.3. Dvorac Eugena Savojskog, Bilje

Ovaj lovački dvorac u Bilju dao je izgraditi austrijski vojskovođa princ Eugen Savojski kojemu je zemljište darovao car Leopold kao znak zahvalnosti za pobjedu nad Turcima. Dvorac je nedovoljno povijesno i arhitektonski istražen, a neki navodi oko njegovog nastanka nisu pouzdani. Biljski dvorac nalazi se u blizini močvarnog i poplavnog područja Kopačkog rita. Njegov izgled i oklopi podsjećaju na renesansu, odnosno na kasnosrednjovjekovne i renesansne nizinske burge. Dvorac je jedno vrijeme bio i sjedište Radne organizacije za lovnu privredu Jelen, zbog čega se i naziva lovačkim dvorcem. Iako se u dvorcu danas nalazi dio Hrvatskih šuma, Uprava Javne ustanove Park prirode Kopački rit i u prostoru podruma je izložena galerija “Eugen Savojski“, dvorac i područje oko njega izgledaju napušteno i neodržavano, te obavezno treba obnovu.⁵⁶

8.1.4. Dvorac Esterházy u Dardi

Obitelj Esterházy u svoje vrijeme bila je jedna od vodećih obitelji u Habsburškoj. Osim ugleda i političke moći, imali su i status velikih pokrovitelja umjetnosti, te kako su posjedovali posjede diljem cijele Habsburške Monarhije, na njima su u vlasništvu imali i mnoge dvorce. Jedan od njih bio je i dvorac u Dardi koji je u to vrijeme bio jedan od najljepših u Slavoniji i bio je svjedok statusa i moći obitelji Esterházy. Ne zna se previše o povijesti dvorca ali smatra se da je njegova izgradnja odvijala nakon sredine 18. stoljeća, bio je u vlasništvu mnogih obitelj, a 1749. godine dolazi u posjed obitelji Esterházy sve do 1842. godine. Nakon prolaska još

⁵⁵ Novi Dvori: <https://www.klanjec.hr/kultura/spomenici-kulture/novi-dvori/>, preuzeto: 3. svibnja 2021.

⁵⁶ Dvorac Eugena Savojskog: <https://tzbaranje.hr/dozivate/kulturne-znamenitosti/dvorac-eugena-savojskog/>, preuzeto: 3. svibnja 2021.

mnogih obitelji kroz dvorac, on pada u vlasništvo poduzeća Belje koji kasnije dvorac daruje općini Darda. Općina do danas nije uspjela pronaći rješenje kojim bi realizirala obnovu dvorca i perivoja, stoga se mještani Darde svake godine na advent okupljaju u dvorcu koji se pretvara u Božićni sajam.⁵⁷

8.1.5. Stubički Golubovec

Stubički Golubovec jedan je od najvrjednijih dvoraca u Hrvatskoj iz razdoblja kasnog baroka. Dvorac ima veliku arhitektonsku, povijesnu i ambijentalnu vrijednost koja mu je omogućila proglašenje kulturnim i prirodnim dobrom od nacionalne važnosti.⁵⁸

Dvorac je trokrilna građevina na jedan kat, a tlocrtna U forme sa dominantnim središnjim krilom i užim i nižim bočnim krilima koja omeđuju dvorište. Krovnište glavnog krila je četverostrešno, dok su bočna krila dvostrešna. Dvorac je okružen perivojem koji se formirao tijekom 19. stoljeća, a sastoji se od dvije cjeline: perivoja oko dvorca i park-šume. Perivoj se formirao u dva navrata, početkom 19. stoljeća bio je oblikovan sjeverni dio imanja, između ceste i dvorca. Krajem stoljeća perivoj se konceptijski mijenja tako što se povezuje s okolnim prostorima i time transformira u šumu. To je jedno od dominantnih obilježja Golubovca koje treba sagledati u širem kontekstu koji nosi obilježja kulturnog krajolika.⁵⁹

8.1.6. Jastrebarsko dvorac

Dvorac Erdödy u Jastrebarskom najstarija je zgrada u gradu koja je smještena u starom parku koji je poznat kao hortikulturni spomenik. Na mjestu današnjeg dvorca prvu utvrdu gradi ban Matija Gereb, te na njegov posjed kasnije dolazi obitelj Erdödy početkom 16. stoljeća koja ga dograđuje i poboljšava.⁶⁰ Dvorac je nekada bio četverokutni renesansni burg s četiri kule na uglovima, no do danas su ostale samo svije kule. Utvrda je prvo služila za obranu od Turaka, a

⁵⁷ Dvorac Esterházy: <https://blagamisterije.com/dvorac-esterhazy-u-dardi-bio-je-jedan-od-najljepjih-u-slavoniji-no-danas-planovi-ostaju-neispunjeni-a-snovi-o-obnovi-nedostizni/23292/>, preuzeto: 3. svibnja 2021.

⁵⁸ Stubički Golubovec: <https://www.zagorje-priroda.hr/park-uz-dvorac-stubicki-golubovec/>, preuzeto: 3. svibnja 2021.

⁵⁹ Konzervatorski odjel u Krapini – Dvorac Stubički Golubovec, Ministarstvo kulture 2020. https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Bastina/Dvorci/Krapinsko-zagorska/4-12-2020/03_Stubi%C4%8Dki%20Golubovec_final.pdf, preuzeto: 4. svibnja 2021.

⁶⁰ Dvorac Erdödy: https://www.tzgj.hr/hr/sto_vidjeti/dvorci.html, preuzeto: 4. svibnja 2021.

za vrijeme baroka preuređuje se u dvorac. Dvorac je u vlasništvu Erdödyja sve do 1922. godine, a nakon toga ga kupuje veletrgovac iz Zagreba koji ubrzo bankrotira. Dvorac je skoro prodan za građevni materijal, no ipak je na kratko vrijeme pretvoren u dječji dom. Dvorac je danas u derutnom stanju, stoji prazan, zapušten i propada.⁶¹

8.1.7. Monte Grosso

Utvrda Monte Grosso ili Fort Grosso jedna je od najstarijih fortifikacijskih objekata Pule koji je smješten na štinjanskom brdu Grosso. Riječ je o velikoj tvrđavi polukružnog oblika koja ima kulu čije stepenice vode do krova s kojega se pruža najljepši pogled. Ovaj fortifikacijski objekt sagradila je Austrija krajem 19. stoljeća kako bi zaštitili glavnu luku svoje ratne mornarice.⁶²

Radijus cijele tvrđave je 23,3 metara, a sa rovnim opkopom 31 metar, dok je visina utvrde do krova je 8,65 m. U utvrdu se ulazi kroz vrata koja vode ravno do unutarnjeg dvorišta. S lijeve strane dvorišta nalazi se toranj Martello, dok se s desne strane nalaze dizala za naoružanje i nekadašnje prostorije za smještaj vojske, skladišta i sanitarije, a iznad njih nalaze se topovski ili borbeni kazamati. Prvi kat nije dostupan jer zato što su sve podne konstrukcije uništene, a ono malo što je ostalo nije sasvim sigurno.⁶³

8.1.8. Paromlin Zagreb

Industrijska baština vrsta je baštine koja se u kulturi rijetko spominje. Najslabije je valorizirana, registrirana i zaštićena u svim dijelovima svijeta. Baština se među društvom još uvijek shvaća kao element prošlosti koji pripada nekoj drugoj prošlosti.⁶⁴ Industrijska baština novi je segment kulturne baštine, te zbog toga predstavlja izazov u određivanju zašto je ona bitna. Upravo zbog toga postoje brojni čimbenici koji određuju vrijednost industrijske baštine: njezina povijest, okruženje, kao i ekonomski, tehnički, ekološki, politički i društveni kontekst.⁶⁵

Industrijsku baštinu može se definirati kao dio kulturne baštine koja se uglavnom bavi proučavanjem zgrada i artefaktima industrije koji su naslijeđeni od prošlih generacija te se

⁶¹ Dvorac Erdody: <https://www.locator-tzzz.com/point/42/erddy-castle->, preuzeto: 4. svibnja 2021.

⁶² Drempetić J., Pustijanac K., Preušinović J. (2014.)-Utvrda Monte Grosso, konzervatorska podloga Poreč

⁶³ Drempetić J., Pustijanac K., Preušinović J. (2014.)-Utvrda Monte Grosso, konzervatorska podloga Poreč

⁶⁴ Marinović M. – Industrijska baština u nastavi povijesti, Agencija za odgoj i obrazovanje, Rijeka, 725.4.025.3/.4: [371.3:94, str. 7.-9.

⁶⁵ Douet J. (2015.) - Industrial Heritage Re-tooled, The TICCIH Guide to Industrial Heritage Conservation, Routledge, str. 8–9.

čuvaju u sadašnjosti i predaju novim generacijama, a danas predstavljaju i značajnu turističku atrakciju.⁶⁶

Kako bi se industrijska baština sačuvala od propadanja, do sada joj se namjena mijenjala u muzeje, galerije, knjižnice ali i stambene zgrade. Kako bi se s njima napravilo nešto novo i drugačije, ideja o stvaranju industrijskog hotela baština mogla bi pripomoći. Ako se industrijska baština može prenamijeniti u stambenu zgradu, onda postoji i mogućnost prenamijene u hotel baština, te bi se time stvorila sasvim nova vrsta turističke ponude u kulturnom turizmu. Jedan od takvih primjera u Hrvatskoj može se primijeniti na Paromlinu u Zagrebu.

Paromlin u Zagrebu smatra se jednim od najvažnijih spomenika industrijske arhitekture u gradu upravo zbog svoje lokacije i svojeg mjesta u memoriji grada. Građen je od 1906. do 1908. godine i smatra se jednim od najvažnijih hrvatskih industrijskih kompleksa s početka industrijalizacije. Paromlin je funkcionirao sve do osamdesetih godina 20. stoljeća, te mu se od tada traži nova namjena, a neki od prijedloga bili su otvaranje Tehničkog muzeja, galerije, Muzej suvremene umjetnosti ali čak i njegovo rušenje. Cjelina industrijskog kompleksa Paromlin Zagreb Preventivno je zaštićeno dobro – povijesni i graditeljski sklop sa sustavnom zaštitom „A“. Danas se Paromlin nalazi u središnjem dijelu grada, u blizini važnih javnih zgrada - Koncertne dvorane Vatroslav Lisinski, Gradske vijećnice te Lenucijeve potkove. Danas se u njemu planira izgradnja Gradske knjižnice Grada Zagreba.⁶⁷

8.1.9. Severin na kupi dvorac

U Gorskom kotaru u mjestu Severin na Kupi nalazi se Zrinsko-Frankopanski dvorac koji stoji na liticama rijeke Kupe. Nema pouzdanih podataka ali pretpostavlja se da je dvorac Severin nastao krajem 15. ili početkom 16. stoljeća. Prvi vlasnici Severina bili su Frankopani Tržački, zatim na kratko vrijeme dvorac prelazi u vlasništvo Zrinskih, te nagodbom 1580. godine Severin je ustupljen Frankopanima i u njihovom posjedu ostaje sve do propasti Zrinsko-frankopanske urote 1671. godine.⁶⁸

⁶⁶ Jelinčić D. A. – Kultura kao lijek za propalu industriju, str. 58.

⁶⁷ Bedenko I. i dr. – Paromlin (2013.) - Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada, Zagreb, str. 3.-4.

⁶⁸ Severin na Kupi: <https://visitvrbovsko.hr/dvorac-zrinsko-frankopanski-severin-na-kupi/>, preuzeto: 8. svibnja 2021.

Dvorac je obnavljan više puta, a današnji izgled dobiva 1803. godine, kada su zajedno sa dvorcem uređeni i vrt, park i zvjerinjak. Pokraj dvorca nalazi se i spomenik parkovne arhitekture, perivoj koji je uređen stepenasto u nekoliko razina i zasađen je rijetkim vrstama drveća. Među drvećem se nalazi ribnjak, te ostaci vodoskoka, a na litici na kojoj se nalazi dvorac uređena je staza za šetnju sve do Kupe. Perivoj 1966. godine biva proglašen zaštićenim spomenikom parkovne arhitekture. Dvorac je danas u vlasništvu grada Vrbovsko gdje stoji i propada. Moguće je vidjeti unutrašnjost dvorca, no prolazi u podrum i na kat su zatvoreni zbog sigurnosnih razloga.⁶⁹

⁶⁹ Severin na Kupi: <https://visitvrbovsko.hr/dvorac-zrinsko-frankopanski-severin-na-kupi/>, preuzeto: 8. svibnja 2021.

9. STUDIJA SLUČAJA 1 – Digitalna promocija kulturne baštine

Prvi dio studije slučaja odnosi se na digitalnu promociju kulturne baštine, odnosno koliko se kulturna baština promovira na internetu, planovi transformacije i slično. Nakon toga će se dati tablični doprinos iz kojega će se prikazati hrvatski hoteli baština te njihova promocija na vlastitoj stranici, stranici TZ, stranicama turoperatora, na vlastitim Facebook i Instagram profilima i dr.

Promocija je oblik komunikacije koji se koristi za informiranje i prisjećanje ljudi o proizvodima, uslugama, imidžu i sl. Što se tiče turizma, cilj promocije je informirati turističke korisnike o prisutnosti određenog turističkog proizvoda na tržištu, te ih upoznati sa obilježjima i prednostima turističkog proizvoda kako bi se turisti lakše odlučili ali i kako bi se stvorio pozitivan imidž. Internet je danas jedan od glavnih kanala na kojima se vrši promocija, a u nastavku će prikazati koliko je jaka digitalna promocija kulturne baštine.⁷⁰

Na internetu je moguće pronaći mnoge informacije o kulturnoj baštini, kojima se ista promovira, pa tako i planove i detalje transformacija kako bi se baština očuvala i zaštitila. Planove je moguće pronaći na raznim stranicama vezane za kulturnu baštinu ali i na stranicama prostornih planova gradova i županija, stranicama turističkih zajednica, stranici Ministarstva turizma, te na stranicama konzervatorskih odjela. Nakon provedenog istraživanja i detaljnog pregleda spomenutih stranica može se utvrditi da su u planu mnoge revitalizacije i transformacije kulturne baštine kako bi se spriječilo njihovo propadanje i daljnje oštećenje. U nastavku će se predstaviti neki od primjera kulturne baštine čija se obnova planira ili je u tijeku:

- u Požeško-slavonskoj županiji planira se obnova Trenkova dvorca čija se dokumentacija za obnovu priprema. U planu je obnoviti cijeli dvorac i perivoj koji ga okružuje, te bi se dvorac transformirao u centar posvećen barunu Trenku. Objedinjavat će kulturne, turističke, prirodne, materijalne i nematerijalne znamenitosti i baštinu, te će biti otvoren za javnost,⁷¹
- Dvorac Khuen-Bellasy u Nuštru, čija je dokumentacija odobrena, bit će predstavljen u novom ruhu. Zgrada velikog dvorca planira se transformirati u knjižnicu, suvenirnicu, salon za najam, te prostorije za izložbe stalnog postava s raznim temama. Zgrada

⁷⁰ Kotler P. i dr. (2006.) – Osnove marketinga, Mate d.o.o. Zagreb, str. 11.

⁷¹ <https://www.pszupanija.hr/novosti/ured-zupana/item/3274-pocetna-konferencija-projekta-trenkov-dvorac-dokumentacija.html>, preuzeto: 27. svibnja 2021.

Paromlina transformirat će se u dvoranu za sport, glazbu i manja okupljanja, dok će dvije gospodarske zgrade postati turističko-informativni centar, prostor za udruge i slobodno vrijeme,

- Dvorac Janković u Cabuni prenamijenit će se u Centar za kulturu zdravlja. Godine 2020. potpisan je ugovor u kojemu se ističe da će dvorac biti prenamijenjen u samostalni sklop za kulturu i baštinu Virovitičko-podravske županije kroz interaktivni postav u prizemlju, dok će podrum centra biti prenamijenjen u poligon za tjelesnu aktivnost i edukaciju djece,⁷²
- Još jedan od načina revitalizacije kulturne baštine je putem Inspirit iskustva, odnosno putem projekta KulTourSpirit kojim se kulturna baština koristi za “prenošenje priča” i “oživljavanje povijesti“. Tako su neki od primjera revitalizacije Istra Inspirita, Palača Moretti u Buzetu i uređenje okolice kaštela Morosini-Grimani i cjelokupne stare jezgre. Palača Moretti uređena je na način da postane edukativni, izložbeni i interpretacijski centar u kojemu će se učiti stari buzetski zanati na prijelazu s 19. u 20.st., odnosno Centar starih zanata. Što se tiče kaštela Morosini-Grimani, cijela stara jezgra uređena je na sceničan, atraktivan i duhovit način, korištenjem i interpretacijom različitih motiva istarskih priča i legendi,⁷³
- Paromlin Zagreb smatra se jednim od najderutnijih kompleksa u centru Zagreba, a danas je u procesu prenamijene u gradsku knjižnicu. Knjižnica se u Paromlinu gradi kroz etaže -1 do +2 na kojima će biti smješteni javni sadržaji poput ulaznog prostora, odjel za djecu i mlade, čitaonica, odjel za odrasle i glazbeni odjel, te krovna terasa, a -2 etaža činit će prostor za smještaj tehnike i garažu. Prenamijena treba završiti krajem 2021. godine.⁷⁴

To su neki od mnogih primjera revitalizacije napuštene kulturne baštine kako bi se spriječilo daljnje uništenje i propadanje. Iako se planiraju mnoge obnove i uređenja kulturne baštine kako bi se ista zaštitila, nisu pronađene naznake i ideje o preuređenju baštine u smještajni objekt odnosno hotel baština. Baština će se većinom samo obnoviti i od njih stvoriti muzeji, galerije i edukacijski centri koji će biti otvoreni za posjetu i obilazak. Neka baština koristit će se za pričanje priča, a neka baština pretvorit će se u knjižnicu i čitaonicu.

⁷² <https://www.suhopolje.hr/novosti/2020/12/potpisan-ugovor-za-obnovu-rusevnog-dvorca-u-cabuni-koji-ce-postati-centar-za-kulturu-zdravlja-dvorac-jankovic/>, preuzeto 27. svibnja 2021.

⁷³ https://www.istra-istria.hr/media/filer_public/fd/2c/fd2c2bcc-e299-4d38-a82a-0374704e03b6/190326_kultourspirit.pdf, preuzeto 27. svibnja 2021.

⁷⁴ https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/PAROMLIN_elaborat_final.pdf, preuzeto: 27. svibnja 2021.

Tablica 10. Digitalna promocija hotela baštine

	Vlastita web stranica	Facebook profil	Instagram profil	Stranica TZ	Turoperator	Ostalo
Puteus Palace	1	1	1	0	0	1
La Grisa	1	1	1	1	0	1
San Rocco	1	1	1	1	0	1
Wine & Heritage Hotel Roxanich	1	1	1	1	1	1
Arbiana	1	1	1	1	0	1
Remisens Premium Heritage Hotel	1	1	1	0	0	1
Bastion	1	1	1	1	0	1
Art hotel Kalelarga	1	1	1	1	0	1
Almayer Art Hotel	1	1	1	1	0	1
Life Palace	1	1	1	1	0	1
Heritage Hotel King Krešimir	1	0	1	1	0	1
Vestibul Palace	1	1	1	1	0	1
Pašike	1	1	1	1	0	1
Diocletian - Jupiter	1	1	0	1	0	1
XII Century Heritage Hotel	1	1	1	1	0	1
Marmont	1	1	1	1	0	1
Bifora Heritage Hotel	1	1	1	1	0	1
Vila Sikaa	1	1	1	1	0	1
Dea	1	1	1	1	0	1

Adriatic	1	1	0	1	0	1
Palace hotel Zagreb	1	1	1	1	0	1
Dvorac Gjalski	1	1	1	1	0	1
Frankopan	1	1	1	1	0	1
Kurija Janković	1	1	1	1	0	1
Tragos	1	1	0	1	0	1
Chersin	1	1	1	1	0	1
Villa Valdibora	1	1	1	1	0	1
Angelo D Oro	1	1	1	1	0	1
Forza	1	1	1	1	0	1
Balatura	1	1	1	1	0	1
Maškovića Han	1	1	1	1	0	1
Tisno	1	1	1	1	0	1
Piazza Heritage Hotel	1	1	1	1	0	1
Martinis Marchi	1	1	1	1	0	1
Palača Judita	1	1	1	1	0	1
Sv. Križ	1	1	1	1	0	1
Palace Suites	1	1	1	1	0	1
Antique Split	1	1	1	1	0	1
19	1	0	1	1	0	1
Lemongarden	1	1	1	0	0	1
Park	1	1	1	1	0	1
Villa Split	1	1	1	1	0	1
Cardo	1	0	1	1	0	1

Amadria Park Capital	1	1	1	1	0	1
Manda Heritage Hotel	1	1	1	1	0	1
Hotel Dvorac Bežanec	1	1	0	1	0	1
Dvorac Kutjevo	0	0	0	1	0	1

Izvor: vlastita izrada prema podacima sa stranica potrebnih za istraživanje

Tablica 10 prikazuje sve hotele baština u Hrvatskoj te načine na koji se oni promoviraju. Za istraživanje su uzeti vlastita web stranica, Facebook i Instagram profil, stranice TZ, turoperatori i ostalo. Iz priloženog se može utvrditi da većina ovih hotela za promociju koriste svoje vlastite web stranice i Facebook i Instagram profile, osim Dvorca Kutjevo koji nema niti jednu promotivnu stranicu.

Što se teče stranica turističkih zajednica, bilo gradova ili županija, na njima se promoviraju hoteli baštine, međutim na stranicama turističkih zajednica nisu promovirani kao kulturna baština nego kao još jedan od mnogih smještajnih objekata grada. Ipak, nije sa svima takav slučaj, Hotel Dvorac Bežanec i Dvorac Kutjevo jedini su hoteli baštine koji se na stranicama turističkih zajednica promoviraju kao kulturna baština grada, a ne kao smještajni objekt. Još jedan od načina promocije hotela je onaj na koji se promovira hotel San Rocco, Turistička zajednica Istarske županije izdaje vodič pod nazivom Istra Gourmet u kojemu se promoviraju najbolji istarski restorani, a među njima i restoran San Rocco, a u sklopu njega i hotel San Rocco.

Svi hoteli promoviraju se i privlače posjetitelje svojim vlastitim ponudama i aranžmanima, međutim turoperatori hotele baština ne koriste ili rijetko koriste u svoje ponude i paket aranžmane. Ipak, svi detalji, informacije i priče o ovim hotelima mogu se pronaći na raznim kulturnim i drugim portalima i stranicama.

Tablica 11. Statistički podaci promocije

Način promocije	Broj korištenja
Web stranica	46
Facebook	43
Instagram	42
Turističke zajednice	44
Turoperatori	1

Ostalo	47
--------	----

Izvor: vlastita izrada nakon odrađenog istraživanja

Statistički gledano, hoteli baštine najviše se promoviraju putem raznih Internet stranica ili portala, no samostalno se najviše promoviraju putem vlastite web stranice. To potvrđuju podaci u tablici među kojima vlastitu web stranicu koristi 46 hotela od ukupnih 47. Zatim slijedeći najčešći način promocije je putem stranica turističkih zajednica. Iako turističke zajednice ne promoviraju hotele kao kulturnu baštinu već kao smještajne objekte ipak, 44 hotela baština moguće je pronaći kao ponudu smještajnih objekata na stranicama turističke zajednice, bilo grada ili županije. Nakon toga slijedi promocija na društvenim stranicama gdje 43 hotela vodi vlastitu promociju na Facebook profilima i 42 hotela na Instagram profilima. Hoteli baština najmanje se promoviraju putem turoperatora koji za svoja putovanja i ture ne koriste hotele baština, te je tek jedan hotel promoviran putem turoperatora.

10. STUDIJA SLUČAJA 2 – Dostupnost kulturne baštine u privatnom vlasništvu

Drugi dio studije slučaja odnosi se na dostupnost kulturne baštine koja se nalazi u privatnom vlasništvu. Za ovu studiju slučaja istražiti će se hrvatski i međunarodni primjeri kulturne baštine u privatnom vlasništvu, te će se istražiti da li je ta baština dostupna posjetiteljima.

Menadžment kulturnih resursa bavi se upravljanjem kulturne baštine, a upravljanje kulturnom baštinom grana je upravljanja kulturnim resursima te označava sustavnu brigu o održavanju vrijednosti kulturnih dobara kako bi sadašnje ali i buduće generacije mogle u njima uživati. Upravljanje kulturnom baštinom općenito se bavi identifikacijom, održavanjem i zaštitom značajnih kulturnih lokaliteta i materijalnih dobara. Upravljanje kulturnom baštinom ovisi o:⁷⁵

- Vlasništvu: riječ je o podrijetlu vlasništva, odnosno je li u pitanju privatno, javno ili mješovito vlasništvo. Moguća je pojava i više privatnih vlasnika koji upravljaju određenim mjestom,
- Financijskim izvorima: odnosi se na modele financiranja, očuvanja i valorizacije kulturnih dobara, financira li se vlastitim sredstvima, iz državnog, lokalnog, regionalnog proračuna ili možda EU fondovi, donacije, koncesije i sl.,
- Ljudskom kapitalu: ljudski kapital i ulaganje u znanje ključni su za održivo upravljanje kulturnom baštinom,
- Zainteresiranim dionicima: odrediti tko su zainteresirani dionici, tj. oni koji izravno i neizravno sudjeluju u procesu očuvanja i zaštite ali i ekonomskoj i društvenoj valorizaciji kulturne baštine.

Povijesne građevine smatraju se zaštitnim znakom mnogih gradova i sela, dok povijesne četvrti daju jedinstvenost gradovima, oni su živi simbol europske bogate kulturne baštine te održavaju identitet društva. Većinu gradova, zbog raznih razloga bili oni ekonomski, socijalni ili povijesni, karakteriziraju građevine koje su neiskorištene i dio su kulturne baštine, a koje su na neki način obilježile povijest lokalne zajednice. Potreba za očuvanjem kulturne baštine je prepoznata, a najbolji način zaštite je da se u toj baštini nešto događa, pa čak i ako se koristi privremeno ili djelomično. Za očuvanje i ponovnu uporabu kulturne baštine potrebno je Uključivanje više aktera iz različitih sektora, poput javnog, privatnog ili nevladinog sektora.

⁷⁵ Jelinčić, D. A. (2010.) - Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima, Meandarmedia, Zagreb, str. 22.

Iako je mnoga građevna baština u javnom vlasništvu i održava se javnim sredstvom, danas se to stanje mijenja te dolazi do sve veće potražnje za kupnjom kulturne baštine i stavljanje u privatno vlasništvo.⁷⁶

Tablica 12. Hrvatski primjeri hotela baština u privatnom vlasništvu i njihova dostupnost

	Hotel	Dostupnost
1.	Hotel Chersin, Fažana	Da
2.	Kutjevački dvorac, Kutjevo	Ne
3.	Hotel San Rocco, Brtonigla	Da
4.	Hotel dvorac Bežanec, Pregrada	Da
5.	Villa Valdibora	Da

Izvor: vlastita izrada prema podacima sa Interneta

Tablica 12 prikazuje hotele baština na području Hrvatske koji su u privatnom vlasništvu. Prema tablici može se vidjeti da je ova kulturna baština dostupna posjetiteljima osim Kutjevačkog dvorca. Kutjevački dvorac nalazi se u privatnom vlasništvu koncerna Agram čiji članovi imaju slobodan pristup i boravak u dvorcu dok javnost nema.

Tablica 13. Međunarodni primjeri hotela baština u privatnom vlasništvu i njihova dostupnost

	Hotel	Dostupnost
1.	The Lake Hotel, Irska	Da
2.	Killashee Hotel, Irska	Da
3.	Palača Trianon, Francuska	Da
4.	Dvorac Gargonza, Italija	Da
5.	Villa Bergzauber, Austrija	Da
6.	Château de la Motte-Husson, Francuska	Da/ne

Izvor: vlastita izrada prema podacima sa Interneta

Tablica 13 prikazuje međunarodne primjere hotela baština koji su u privatnom vlasništvu. Za primjere je uzeta kulturna baština Irske, Francuske, Italije i Austrije te je je ista dostupna javnosti iako u privatnom vlasništvu. Nije pronađen niti jedan međunarodni primjer kulturne baštine u privatnom vlasništvu, a da nije dostupan javnosti.

⁷⁶ Murovec N. i Kavas D., - Strategija upravljanja kulturnom baštinom korištenjem KK industrije, Interreg Central Europe, str. 4.-6.

Nakon provedenog istraživanja i nakon analize predstavljenih tablica može se utvrditi da kulturna baština na području Hrvatske koja je u privatnom vlasništvu ima omogućen pristup i dostupna je za sve posjetitelje, osim slučaja u Kutjevu. Kutjevački dvorac jedina je kulturna baština ili hotel baština u privatnom vlasništvu u Hrvatskoj koji nije dostupan za javnost, te ga mogu koristiti samo članovi koncerna Agram koji su ga kupili i obnovili. Hotel dvorac Bežanec također je bio zatvoren za javnost, no unazad nekoliko godina vlasnik ga je odlučio otvoriti i predstaviti javnosti tako što je pretvoren u smještajni objekt. Što se tiče ostale kulturne baštine ona je dostupna javnosti, uglavnom u svrhe turističkog smještaja.

Za međunarodne primjere uzeta je kulturna baština u Irskoj, Francuskoj, Italiji i Austriji, te se iz priloženog može vidjeti da je kulturna baština, iako u privatnom vlasništvu, dostupna za javnost. Čak i Palača Trianon, koja se smatra hotelom baština ali se ne koristi u te svrhe, otvorena je za javnost i obilasku. Ipak, ima i kulturne baštine koja nije otvorena za javnost, a to su razni francuski dvorci koje kupuju obitelji i pretvaraju ih u svoj dom, te time posjetitelji nemaju pristup baštini, što dokazuje i emisija Bijeg u dvorac. Jedan od takvih primjera je dvorac Château de la Motte-Husson koji je kupila obitelj te ga preuredila u svoj dom. Ipak, ovaj slučaj je malo drugačiji jer ova obitelj u svome domu/dvorcu nudi i mogućnost vjenčanja, što znači djelomičnu dostupnost dvorca.⁷⁷

Može se vidjeti da Hrvatska nije jedina zemlja koja ima kulturnu baštinu u privatnom vlasništvu i koja nije dostupna za javnost. U Hrvatskoj je zasad jedan takav slučaj dok neke zemlje imaju više slučajeva nedostupne baštine, poput Francuske. Iz toga proizlaze neke pozitivne i negativne strane privatnog vlasništva.

⁷⁷ Château de la Motte-Husson: <https://thechateau.tv/>, preuzeto: 5. lipnja 2021.

Tablica 14. Pozitivne i negativne strane kulturne baštine u privatnom vlasništvu

	Pozitivno	Negativno
1.	Obnova i korištenje baštine	Izgubljena dostupnost za javnost
2.	Zaštita baštine ukoliko se koristi na održivi način	Smanjena svijest i razumijevanje javnosti o važnosti baštine za identitet
3.	Povećanje turističke ponude (ukoliko je otvorena za javnost)	Nemogućnost upoznavanja prošlosti određenog mjesta
4.	Povećanje broja smještajnih kapaciteta (ukoliko je otvorena za javnost)	Gubitak kulturnog i turističkog resursa
5.	Smanjeni troškovi održavanja, financiranje iz drugih izvora	Gubitak dodatnih prihoda od resursa
6.	/	Smanjena turistička ponuda

Izvor: vlastita izrada prema provedenom istraživanju

11. ZAKLJUČAK

Kulturna baština je naslijeđe neke grupe ili društva koje čini ostavštinu prošlih generacija. Bila ona materijalna ili nematerijalna, ima veliko značenje za određeno mjesto i njegovu zajednicu jer ta baština stvara identitet određenog mjesta.

Ipak mnoga kulturna baština danas biva ugrožena, a razlog tome su razni čimbenici poput napuštanja i neodržavanja, neriješenih imovinskih odnosa i svega što izaziva propadanje i nestajanje baštine. Upravo zbog toga kulturnu baštinu treba čuvati i zaštititi kako bi se ista mogla prenijeti na buduće generacije. Postoje mnogi načini zaštite i očuvanja kulturne baštine, a jedan od sve češćih načina je prenamjena kulturne baštine u hotel baština ili heritage hotel.

Hotel baština je hotel koji je smješten u staroj građevini, a koji ima povijesni ili kulturni značaj, te je važna određenoj zemlji, regiji ili gradu. Takvih hotela u Hrvatskoj trenutno ima četrdeset i sedam, a najviše ih se nalazi u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Što se tiče broja dolazaka i noćenja turista u hotelima baština, u 2018. godini ukupan broj dolazaka bio je 29 234 od čega 2 215 dolazaka čine domaći turisti, a 27 019 čine strani turisti. Ukupan broj noćenja bio je 76 109 od čega je 3 889 domaćih i 72 220 stranih noćenja. U 2019. godini taj broj se povećava kada je ukupan broj dolazaka 44 966 od čega je 4 349 domaćih i 40 617 stranih dolazaka. Broj noćenja povećao se do 101 431 od čega je 6 957 domaćih i 94 474 stranih noćenja. Brojke pokazuju da daleko veći broj dolazaka i noćenja u hotelima baština čine strani turisti.

Glavni motivi dolazaka turista su odmor i opuštanje na moru i u prirodi te nova iskustva i doživljaji, dok su kultura u upoznavanje kulturnih znamenitosti tek na šestom i sedmom mjestu na listi motiva dolazaka. Kada bi kultura kao motiv dolazaka bila poželjnija možda bi i veći broj turista posjećivao i koristio hotele baština za smještaj. Ipak postoji više faktora koji utječu na dolazak i noćenja turista u hotelima baština, poput financija, hoteli baština su većinom raskošni i luksuzni hoteli koje si mnogi ne mogu priuštiti stoga će radije otići u jeftiniji smještaj. U pitanju je i promocija, koja je po pitanju promocije kulturne baštine jako loša. Sve hotele baština turističke zajednice i agencije promoviraju samo kao još jednu ponudu smještaja dok ih nitko ne promovira kao kulturnu baštinu određenog mjesta, što stvara neznanje među ljudima, te oni koji dolaze zbog kulture ne znaju da je u pitanju kulturna baština.

Kulturno povijesne građevine vrlo su važan resurs, a njihova važnost najviše se pripisuje njihovoj uporabi, što dovodi do konzervacije. Riječ je o procesu upravljanja promjenama nekog mjesta od kulturnog značaja u njegovom izvornom okruženju na način na koji će se najbolje

sačuvati njegove baštinske vrijednosti. Koliko sama prenamjena kulturne baštine može koristiti za očuvanje i zaštitu kulturne baštine, ona sa sobom nosi i razne probleme kada je u pitanju prenamjena iz gospodarske u turističku. Dolazi do stvaranja vlastitih tradicija samo radi turističke promocije čime se gubi identitet mjesta ali i autentičnost. Dolazi do promjena i u mnogim djelatnostima jer se zatvaraju mnoga radna mjesta, poput onih na brodogradilištima kako bi se stvorila nova turistička ponuda. Turistička sezona znači i povećanje cijena na koje lokalno stanovništvo nije naviklo i dr.

Hrvatska ima mnogu kulturnu baštinu koja je prenamijenjena u hotel i time dobila funkciju hotela baština, međutim ima još više kulturne baštine koja stoji prazna, neiskorištena i ostavljena na propadanje. Dok se za neku kulturnu baštinu ne vide naznake moguće prenamijene i obnove, srećom za mnogu baštinu planira se obnova i stavljanje u korištenje. Takve planove sa svim informacijama i detaljima revitalizacije i transformacije moguće je pronaći na stranicama kulture, ali i na stranicama prostornih planova gradova i županija, stranicama turističkih zajednica, stranici Ministarstva turizma, te na stranicama konzervatorskih odjela. Objavom takvih informacija na internetu čini se i promocija za kulturnu baštinu, no mogući su i drugi načini promocije. Vlastite web stranice i profili na društvenim mrežama danas su vjerojatno najbolji način promocije s obzirom na to da ih veliki broj populacije koristi, a upravo zbog toga ih koristi i većina hotela baština u Hrvatskoj. Stranice turističkih zajednica također na svojim stranicama mogu promovirati kulturnu baštinu, međutim tijekom istraživanja utvrđeno je da turističke zajednice hotele baština ne promoviraju kao kulturnu baštinu nego kao još jednu vrstu smještajnog objekta. Na taj način dolazi do promocije objekta ali ne i način na koji bi ga trebali promovirati, točnije kao kulturnu baštinu. Što se tiče turoperatora, nisu pronađeni aranžmani i višednevne ture u kojima bi se za smještaj koristili hoteli baština. Korišteni su uglavnom manje luksuzni hoteli koji mogu prilagoditi nižu cijenu koja se traži u ovakvim aranžmanima. Ipak svu kulturnu baštinu moguće je naći na mnogim kulturnim stranicama, u novinama pod odjeljkom kultura, turističkim agencijama i dr.

Drugo istraživanje odnosi se na kulturnu baštinu u privatnom vlasništvu i dostupnost iste. Za istraživanje je izabrano nekoliko hrvatskih i međunarodnih primjera kulturne baštine koja se nalazi u privatnom vlasništvu. Utvrđeno je da su svi hoteli baština, iako u privatnom vlasništvu, dostupni za javnost osim Kutjevačkog dvorca u Kutjevu. Kutjevački dvorac nalazi se pod vlasništvom Koncerna Agram čiji članovi imaju omogućen pristup dvorcu. Zanimljivu situaciju ima i Château de la Motte-Husson u Francuskoj, dvorac koji je kupila obitelj, te ga obnovila u svoj dom ali je ipak otvoren za javnost jer se u njemu organiziraju i vjenčanja.

Kulturna baština u privatnom vlasništvu ima svoje pozitivne i negativne strane. Neke od glavnih pozitivnih strana su da baština biva obnovljena i korištena te nije ostavljena da propada, te se povećava turistička ponuda i broj smještajnih kapaciteta ukoliko vlasnici odluče baštinu otvoriti javnosti. Ukoliko vlasnici odluče zatvoriti baštinu za javnost, dolazi do nekih negativnih strana poput smanjene svijesti i razumijevanja javnosti o važnosti baštine za identitet, te dolazi do nemogućnosti upoznavanja prošlosti i povijesti određenog mjesta.

Na kraju cijeloga rada može se zaključiti da se prenamjenom kulturne baštine u hotel baština sprječava propadanje iste, te ukoliko se pravilno koristi ne narušava se održivost čime se potvrđuju H1 i H3. Iako bi u ovakve hotele možda odsjedali turisti kojima je glavni motiv putovanja kultura, ipak, s obzirom na to da je riječ o luksuznim i elegantnim hotelima, ovakvi hoteli će privući elite koje si mogu priuštiti ovakvu vrstu smještaja, te se time opovrgava H2. Tijekom istraživanja utvrđeno je da stranice turističkih zajednica i turoperatora imaju slabu ulogu u promoviranju kulturne baštine, sama baština ima svoje web stranice i društvene profile na kojima se vodi njihova promocija, te je takav način promocija u današnje vrijeme najučestaliji i time se potvrđuje H4. Na kraju, H5 se i potvrđuje i odbacuje jer postoji kulturna baština u privatnom vlasništvu koje je i dostupna i nije dostupna javnosti, a osobe u čijem je vlasništvu baština mogu odlučiti što će raditi s njom.

LITERATURA

a) knjige

1. Cerović, Z., Pavia, N., Galičić, V., Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2005. Opatija
2. Galičić V. – Poslovanje hotelskog odjela smještaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2017. Opatija
3. Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html (27.3.2021.)
4. Cerović, Z., Pavia, N., Galičić, V. - Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2005. Opatija
5. Elementi za kategorizaciju-Uvjeti za hotel baština (heritage): <https://www.uduvz.hr/dokumenti/poduzetnistvo/Elementi%20za%20kategorizaciju-HERITAGE.doc> (19.4.2021.)
6. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (20.3.2021.)
7. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2018., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf (22.4.2021.)
8. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/SI-1661.pdf (22.4.2021.)
9. Jelinčić D.A. – Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, 2008. Zagreb
10. Marušić Z., Čorak S. i Sever I, (2018.)-Tomas 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam 2018., <https://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (30.4.2021.)
11. Marušić Z. i dr., (2020.)-Tomas 2019. - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam 2020., https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-10/TOMAS%20Hrvatska%202019_0.pdf (30.4.2021.)
12. Drury, P. i McPherson, A. - Conservation Principles, Policies and Guidance for the Sustainable Management of the Historic Environment, English Heritage, 2008. London

13. Konzervatorski odjel u Krapini – Dvorac Stubički Golubovec, Ministarstvo kulture 2020.
https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Bastina/Dvorci/Krapinsko-zagorska/4-12-2020/03_Stubi%C4%8Dki%20Golubovec_final.pdf (4.5.2021.)
14. Drempetić J., Pustijanac K., Preušinović J. -Utvrda Monte Grosso, konzervatorska podloga, 2014. Poreč
15. Douet J. - Industrial Heritage Re-tooled, The TICCIH Guide to Industrial Heritage Conservation, Routledge, 2015.
16. Bedenko I. i dr. – Paromlin - Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada, 2013. Zagreb
17. Jelinčić, D. A. - Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima, Meandarmedia, 2010. Zagreb
18. Murovec N. i Kavas D., - Strategija upravljanja kulturnom baštinom korištenjem KK industrije, Interreg Central Europe
19. Kotler P. i dr. – Osnove marketinga, Mate d.o.o. 2006. Zagreb

b) znanstveni članci i radovi

1. Henderson, J. C. 2013. Selling the past: Heritage hotels. Turizam : međunarodni znanstveno-stručni časopis, 61 (4), str. 451-453.
2. Stipanović, C. 2018. Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije. Ekonomska misao i praksa, 27 (1), str. 231-247.
3. Lourenco P.B. - Conservation of cultural heritage buildings: Methodology and application to case studies, Revista ALCONPAT, Portugal, 3(2):101, 2013. str. 1.-2.
4. Maroević I. – Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, Socijalna Ekologija, Zagreb, Vol. 10 No. 4, 2001. str. 235.
5. Marinković V. - Pregled arheoloških istraživanja i restauratorsko-konzervatorskih zahvata u Dioklecijanovoj palači u Splitu, Hrčak No. 36, 2010. Split, str. 246.
6. Bilušić D.B. - Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima, Kvartal : kronika povijesti umjetnosti u Hrvatskoj, Vol. X No. 1-2, 2013., str. 6

7. Šćitaroci O.M. (2018.) – Trenkov dvorac, Vlastelinsko sjedište Velika na južnim obroncima Papuka, Zagreb moj grad, broj 68, str. 134.
8. Marinović M. – Industrijska baština u nastavi povijesti, Agencija za odgoj i obrazovanje, Rijeka, 725.4.025.3/.4: [371.3:94, str. 7.-9.
9. Douet J. - Industrial Heritage Re-tooled, The TICCIH Guide to Industrial Heritage Conservation, Routledge, 2015., str. 8–9.
10. Rudež Z. i Marić J. – Prostorno planiranje u funkciji održivog razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije, 711.2 : 338.48, Sveučilište u Dubrovniku, 2014., str. 155.
11. Maroević I. – Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, Socijalna Ekologija, Zagreb, Vol. 10 No. 4, 2001., str. 40.
12. Jelinčić A. D. - Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija, Etnološka istraživanja, No. 11, 2006., str. 167.-168.

c) Internet izvori

1. Hotel baština: <https://hotelijeri.com/sta-je-hotel-bastina/> (27.3.2021.)
2. Difuzni hotel: <https://hrturizam.hr/difuzni-hotel-koncept-u-kojem-je-gost-privremeni-mjestanin/> (27.3.2021.)
3. Heritage hotels of Europe: <https://heritagehotelsofeurope.com/who-we-are/> (18.4.2021.)
4. Historic hotels of Europe: <https://www.historichotelsofeurope.com/> (19.4.2021.)
5. Statistika za 2020. godinu: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html (22.4.2021.)
6. Prvi priručnik o restauriranju: Konzervatorski zahvati u Dioklecijanovoj palači: <http://www.iic-hrvatskagrupa.hr/prirucnik1.html> (8.5.2021.)
7. Hotel Nishiyama Onsen Keiunkan, Japan: <https://www.uniqhotels.com/nishiyama-onsen-keiunkan> (13.3.2021.)
8. Hotel Ashford: <https://ashfordcastle.com/> (13.3.2021.)

9. Dvorac hotel Wendorf: <https://heritagehotelsofeurope.com/portfolio-items/castle-hotel-wendorf-mecklenburg-west-pomerania/> (18.4.2021.)
10. Wendorf: <https://heritagehotelsofeurope.com/portfolio-items/castle-hotel-wendorf-mecklenburg-west-pomerania/> (18.4.2021.)
11. Tematske ture: <https://www.mein-urlaub-im-schloss.de/from-castle-to-castle/?lang=en> (18.4.2021.)
12. Mrežna stranica palače: <https://palace.hr/> (13.3.2021.)
13. Muzej za umjetnost i obrt Zagreb, <https://www.muo.hr/rokoko/> (13.3.2021.)
14. Službena stranica Grada Kutjeva:
<http://www.kutjevo.hr/turizam/znamenitosti/kulturne/kutjevacki-dvorac/> (13.3.2021.)
15. TZ Grada Kutjeva: <https://www.tzkutjevo.hr/sight-details/dvorac-kutjevo/> (13.3.2021.)
16. Službena stranica Roxanich: <https://www.roxanich.hr/hr/dozivljaji/destinacija> (23.3.2021.)
17. Povijest Hrvatske: <https://www.coloursofistria.com/hr/destinacije/hrvatska/povijest> (3.5.2021.)
18. Trenkov dvorac: <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/trenkov-dvorac-nedaleko-od-pozege-propada-cekajuci-renovaciju---616212.html> (3.5.2021.)
19. Novi Dvori: <https://www.klanjec.hr/kultura/spomenici-kulture/novi-dvori/> (3.5.2021.)
20. Dvorac Eugena Savojskog: <https://tzbaranje.hr/dozivate/kulturne-znamenitosti/dvorac-eugena-savojskog/> (3.5.2021.)
21. 16 Dvorac Esterházy: <https://blagamisterije.com/dvorac-esterhazy-u-dardi-bio-je-jedan-od-najljepjih-u-slavoniji-no-danas-planovi-ostaju-neispunjeni-a-snovi-o-obnovi-nedostizni/23292/> (3.5.2021.)
22. Stubički Golubovec: <https://www.zagorje-priroda.hr/park-uz-dvorac-stubicki-golubovec/> (3.5.2021.)
23. Dvorac Erdody: https://www.tzgj.hr/hr/sto_vidjeti/dvorci.html (4.5.2021.)
24. Dvorac Erdody: <https://www.locator-tzzz.com/point/42/erddy-castle-> (4.5.2021.)

25. Monte Grosso: <http://www.regionalexpress.hr/site/more/utvrda-monte-grosso-jedna-je-od-najstarijih-pulskih-fortifikacija1> (4.5.2021.)
26. Severin na Kupu: <https://visitvrbovsko.hr/dvorac-zrinsko-frankopanski-severin-na-kupi/> (8.5.2021.)
27. Istarska županija – KulTourSpirit https://www.istra-istria.hr/media/filer_public/fd/2c/fd2c2bcc-e299-4d38-a82a-0374704e03b6/190326_kultourspirit.pdf (27. svibnja 2021.)
28. Château de la Motte-Husson: <https://thechateau.tv/> (5. lipnja 2021.)

POPIS PRILOGA

a) Slike

Slika 1. Ploča hotela s oznakama kategorija	11
Slika 2. Dvorac Baruna Trenka	37

b) Tablice

Tablica 1. Popis hotela baštine u RH u 2021. godini	14
Tablica 2. Struktura i kategorizacija hotela u RH u 2020. godini	19
Tablica 3. Kategorizacija i broj hotela baštine u Hrvatskoj u 2019. godini	19
Tablica 4. Kategorizacija i broj hotela baštine u Hrvatskoj u 2020. godini	20
Tablica 5. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u hotelima baština u 2018. godini ...	21
Tablica 6. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u hotelima baština u 2019. godini ...	21
Tablica 7. Motivi dolaska u Hrvatsku u 2017. godini	24
Tablica 8. Motivi dolaska u Hrvatsku u 2019. godini	25
Tablica 9. Broj dolazaka i noćenja turista u smještajne objekte u 2019. godini	26
Tablica 10. Digitalna promocija hotela baštine	45
Tablica 11. Statistički podaci promocije	47
Tablica 12. Hrvatski primjeri hotela baština u privatnom vlasništvu i njihova dostupnost .	51
Tablica 13. Međunarodni primjeri hotela baština u privatnom vlasništvu i njihova dostu...	51
Tablica 14. Pozitivne i negativne strane kulturne baštine u privatnom vlasništvu	52

SAŽETAK

Tema ovoga rada bazira se na organizaciji hotelskog smještaja u kulturnoj baštini, te će se u radu za početak istaknuti pojmovno određenje hotela ali samog hotela baština te njegov razvoj, ponuda i propisani uvjeti. Rad sadrži i statističke podatke hotelijerstva u RH, odnosno podatke koji prikazuju ukupan broj svih hotela i hotela baština u Hrvatskoj. Podaci pokazuju da Hrvatska trenutno ima 47 hotela baština u kojima su češći gosti oni strani, dok domaći nešto rjeđe odsjedaju u ovakvoj vrsti hotela. Neki od razloga tome mogu biti financije, s obzirom na to da je riječ o luksuznijim hotelima te si određene skupine posjetitelja ne mogu priuštiti takav smještaj. No osim toga, u pitanju su i želje turista ali i promocija koja hotele baština prikazuje samo kao još jednu vrstu smještaja, ne kao kulturnu baštinu određenog mjesta. Još jedna glavna stavka ovoga rada je prenamjena kulturne baštine u hotelski smještaj, te ima li konverzacija dobar utjecaj na baštinu. Svakako da kulturna baština treba prenamjenu kako bi se očuvala i spriječila od propadanja. Prenamjena kulturne baštine u hotelski smještaj valjan je potez za očuvanje ukoliko se koristi na održivi način tako da se očuva prvotni stil i doživljaj baštine.

Provedena su dva glavna istraživanja, odnosno studije slučaja u kojima su se istraživali promocija i dostupnost kulturne baštine u privatnom vlasništvu. Što se promocije baštine tiče, svi hoteli baština imaju veliku promociju, bilo na društvenim mrežama, raznim turističkim stranicama ili portalima, no promoviraju se u krivom smjeru jer su predstavljeni samo kao još jedna vrsta turističkog smještaja dok se povijest i važnost baštine rijetko spominje.

Mnoga kulturna baština nalazi se u privatnom vlasništvu, te se postavlja pitanje jesu li oni dostupni javnosti. Nakon istraživanja utvrđeno je da je većina takve baštine dostupna javnosti osim slučaja Kutjevačkog dvorca koji nema dopušten pristup za javnost. Iako takva odluka pruža negativne strane poput manjka poznavanja vlastite povijesti i identiteta, ona isto tako ima i pozitivne strane poput očuvanog okoliša i samog objekta.

Ključne riječi: hotel, hotel baština, promocija, dostupnost, privatno vlasništvo, održivost, konverzija

SUMMARY

The topic of this paper is based on the organization of hotel accommodation in cultural heritage, and the paper will begin by highlighting the conceptual definition of the hotel but the heritage hotel itself and its development, offer and prescribed conditions. The paper also

contains statistical data on the hotel industry in the Republic of Croatia, ie data showing the total number of all hotels and heritage hotels in Croatia. The data show that Croatia currently has 47 heritage hotels in which foreign guests are more frequent guests, while locals are somewhat less likely to stay in this type of hotel. Some of the reasons for this may be finances, given that these are more luxurious hotels and certain groups of visitors cannot afford such accommodation. But apart from that, it is also a question of tourists' wishes, but also a promotion that presents heritage hotels only as another type of accommodation, not as a cultural heritage of a certain place. Another main item of this paper is the conversion of cultural heritage into hotel accommodation, and whether the conversion has a good impact on heritage. Certainly, cultural heritage needs to be repurposed in order to be preserved and prevented from decay. The conversion of cultural heritage into hotel accommodation is a valid move for preservation if used in a sustainable way so as to preserve the original style and experience of heritage.

Two main researches were conducted, ie case studies in which the promotion and accessibility of privately owned cultural heritage were investigated. As far as heritage promotion is concerned, all heritage hotels have a great promotion, whether on social media, various tourist sites or portals, but are promoted in the wrong direction because they are presented only as another type of tourist accommodation while history and importance of heritage are rarely mentioned.

Many cultural heritage sites are privately owned, and the question arises as to whether they are available to the public. After the research, it was determined that most of such heritage is available to the public, except in the case of Kutjevo Castle, which does not have public access. While such a decision provides negative sides such as a lack of knowledge of one's own history and identity, it also has positive sides such as a preserved environment and the facility itself.

Keywords: hotel, heritage hotel, promotion, availability, private property, sustainability, conversion