

HOTELI BAŠTINA NA TEMELJIMA HRVATSKE KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE HOTEL PALACE ZAGREB I HOTEL VESTIBUL PALACE SPLIT

Matoš, Ines

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:258759>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ
UGOSTITELJSTVO

Ines Matoš

**HOTELI BAŠTINA NA TEMELJIMA HRVATSKE
KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE
HOTEL PALACE ZAGREB I HOTEL VESTIBUL PALACE SPLIT**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2024.

Ines Matoš

**HOTELI BAŠTINA NA TEMELJIMA HRVATSKE
KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE
HOTEL PALACE ZAGREB I HOTEL VESTIBUL PALACE SPLIT**

ZAVRŠNI RAD

**HERITAGE HOTELS BASED ON CROATIAN CULTURAL
AND HISTORICAL INHERITANCE
HOTEL PALACE ZAGREB AND HOTEL VESTIBUL PALACE SPLIT**

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni prijediplomski studij Ugostiteljstvo

Kolegij: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Mentor: dr. sc. Silvija Vitner Marković

Matični br. studenta: 0248051621

Karlovac, 2024.

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	6
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka.....	6
1.3. Struktura rada	6
2. POJMOVNO ODREĐENJE KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE	8
3. MEĐUODNOS KULTURE I TURIZMA	14
3.1 Koristi turizma od kulture	14
3.2. Koristi kulture od turizma.....	16
4. OBILJEŽJA KULTURNOG TURIZMA.....	22
5. HOTELI BAŠTINA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	27
5.1. Odabrani primjer hotela baština - Hotel Palace Zagreb.....	30
5.1.1. Obilježja i specifičnosti građevinskog objekta i lokaliteta	31
5.1.2. Obilježja hotelske ponude.....	33
5.2. Odabrani primjer hotela baština - Hotel Vestibul Palace Split.....	36
5.2.1. Obilježja i specifičnosti građevinskog objekta i urbanističke sredine	37
5.2.2. Obilježja hotelske ponude.....	39
6. ZAKLJUČAK.....	42
LITERATURA	45
POPIS ILUSTRACIJA	49
POPIS PRILOGA	49

Sažetak

U ovom se radu analiziraju specifičnosti i temeljna obilježja hotela baština u Republici Hrvatskoj. Hoteli baština u Republici Hrvatskoj predstavljaju golemo bogatstvo, temelje se na propisanim standardima, a sve u cilju da se zaštiti njihova jedinstvenost i unikatnost. Za potrebe izrade završnog rada, odabrana su dva primjera hotela baština u Republici Hrvatskoj – hotel Palace Zagreb i hotel Vestibul Palace Split kako bi se prikazala sinergija kulture i turizma. Kulturni turizam privlači značajan broj turista koji žele doživjeti jedinstveni odmor, a hoteli baština predstavljaju primjer dobre prakse u kojem se spaja tradicionalno i suvremeno.

Ključne riječi: turizam, kulturna baština, hoteli baština

Abstract

This paper analyzes the specifics and fundamental characteristics of heritage hotels in the Republic of Croatia. Heritage hotels in the Republic of Croatia represent huge wealth, they are based on prescribed standards, with one goal and that's protecting their uniqueness. Accordingly to that, here are selected two examples of heritage hotels in the Republic of Croatia – the Palace Hotel Zagreb and the Vestibul Palace Hotel Split for illustrating the synergy between culture and tourism. Cultural tourism is attracting an increasing number of tourists who want to experience a unique vacation, and heritage hotels represent an example of a new direction that combines traditional and contemporary elements.

Key words: tourism, cultural heritage, heritage hotels

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada obuhvaća hotele baština u Republici Hrvatskoj. Ističe se važnost kulturnog turizma koji je sve češći izbor velikom broju turista jer nudi jedinstveni doživljaj.

Cilj rada podrazumijeva analizu glavnih obilježja hotela baština u Republici Hrvatskoj. Ta su obilježja analizirana na primjerima odabranih hotela baština – hotel Palace u Zagrebu i hotel Vestibul Palace u Splitu.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Izvori podataka prikupljeni su iz stručne literature koja podrazumijeva turističku kulturnu baštinu i hotelijerstvo. Od metoda prikupljanja podataka ističe se metoda prikupljanja podataka za stolom.

1.3. Struktura rada

Rad započinje uvodom, a zatim slijedi poglavlje o kulturno-povijesnoj baštini. Naglasak je na kulturno – povijesnoj baštini, ističu se razlike i sličnosti u spajanju tradicije i suvremenog doba; izdvaja se podjela i pregled baštine. Analiziraju se dva hotela koja su svrstana u grupaciju hotela kulturne baštine. Radi se o zanimljivoj usporedbi i poveznici sjevera i juga Republike Hrvatske na temelju hotela Palace Zagreb i hotela Vestibul Palace Split. Iako oba hotela pripadaju hotelima kulturne baštine, postoje određene razlike, prije svega u načinu gradnje i uređenju, što je također spomenuto u trećem poglavlju.

Potom slijedi poglavlje u kojem se govori o međuodnosu kulture i turizma. Osvrt je na koristi turizma od kulture i koristi kulture od turizma. Upravo je taj spoj nešto što treba suvremenom turizmu jer otkriva prednosti i nedostatke kulturnog turizma. Suvremeni turisti žele naučiti nešto novo, upoznati nove kulture, običaje, sudjelovati u stvaranju rukotvorina, povezati se s lokalnom zajednicom i osjećati se kao da su dio te zemlje.

Nadalje je riječ o hotelima kulturne baštine u Republici Hrvatskoj, njihovoj namjeni, podjeli, uslugama, načinima i stilovima uređenja. Odabrana su dva hotela baštine za analizu – Palace Zagreb i Vestibul Palace Split.

Zaključak ističe najvažnije činjenice analiziranih hotela. Navodi se literatura i popis ilustracija te prilozi.

2. POJMOVNO ODREĐENJE KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE

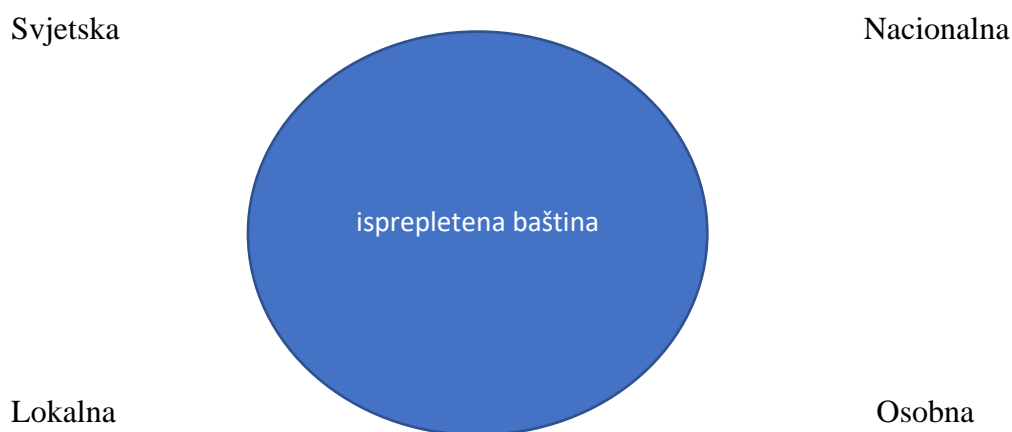
Svaka je zemlja svoj identitet izgradila na temeljima povijesti i, prije svega, kulturnog bogatstva. Upravo su kultura, povijest i baština pojmovi koji predstavljaju jedno veliko naslijeđe, a njihovi su nositelji narodi.

Kako se svaki pojedinac međusobno razlikuje, tako se razlikuju i sve države svijeta. Raznolikost je doprinijela multikulturalnosti i stvaranju brojnih identiteta. Iako u dalekoj prošlosti ljudi nisu putovali toliko koliko se putuje danas, uspjeli su ostvariti određene kontakte s različitim nacijama. Prijašnje generacije nisu imale velike potrebe za putovanjima, ali nisu imale ni mogućnosti, ponajprije novčanih sredstava. Danas je ta slika umnogome drugačija.

Ipak, prošle su generacije prenijele važnost očuvanja i poštovanja baštine, kako svoje, tako i tuđe. Danas je svaka država prepoznatljiva po određenim povijesnim događajima, običajima, tradiciji i ostalim znamenitostima te dobrima. Svi ti elementi predstavljaju sastavni dio identiteta jedne nacije. S obzirom na navedeno, može se reći kako je kulturno-povijesna baština izgradila suvremeni svijet.

Koliko je baština isprepletana, najbolje prikazuje sljedeći shematski prikaz:¹

Shema 1. Stupnjevitost baštine



Izvor: prilagođeno prema Jelinčić, D. A.: **Kultura u izlogu**, Meandar, Zagreb, 2010., str. 20.

¹ Jelinčić, D. A.: **Kultura u izlogu**, Meandar, Zagreb, 2010., str. 20.

Prema shemi br. 1 najviši stupanj čini svjetska baština. Riječ je o pojedinim znamenitostima koje su poznate u cijelome svijetu, ujedno su veoma privlačne turistima zbog svoje povijesne priče. Turisti ih rado posjećuju i obilaze, no ne osjećaju nikakvu osobnu poveznicu sa spomenutim lokalitetima. Nacionalnu baštinu predstavljaju određene znamenitosti, građevine koje su važne za pojedinu državu, tj. naciju koja se na taj način predstavlja onima koji dolaze u posjet ili razgledavanje. Na temelju tih priča svatko može naučiti ponešto o određenoj zemlji i narodu.²

Lokalna je baština još niži stupanj jer je povezana sa zajednicom koja živi na tom području. Dakle, može biti riječ o nekom gradu, selu, otoku i sl. čiji stanovnici nastoje bogatu prošlost održati živom te neprestano rade na zaštiti svoje kulturne i povijesne zajednice. Posljednja sastavnica po razinama odnosi se na osobnu baštinu. Riječ je o nečemu što ljudi zapravo nose u sebi, odnosno razvijaju osjećaj prema nekom mjestu, spomeniku, građevini, priči... Taj osjećaj neprestano raste u njima, obogaćuje ih i povezuje na nekoj snažnijoj i višoj razini. Najčešće su to religiozna putovanja.³

Iako svaka od navedenih baština djeluje sama za sebe, velika je vjerojatnost da se svi ti stupnjevi isprepletu, što se u suvremeno vrijeme i ostvaruje. Naime, ljudi neprestano putuju i posjećivanjem različitih mjesta, upoznavanjem novih kultura, običaja i tradicija, sa sobom donose svoje običaje, kulturu... Na taj način svatko doprinosi s nečim i dolazi do sudara, tj. spajanja identiteta koji se međusobno isprepliću i na taj način stvaraju novi oblik baštine koja se temelji na prošlosti, a stvorena je u sadašnjosti s ciljem da se kao neprocjenjivo bogatstvo prenese na buduće generacije.

Kulturna je baština veoma širok pojam; postoji niz definicija, no ističe se ona koja je sadržana u *Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine*. Kulturna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokalitete od povijesne, estetske, arheološke, znanstvene, etnološke ili antropološke vrijednosti. Suština termina odnosi se na nasljeđe materijalnih artefakata i nematerijalnih atributa zajednice ili društva koji su naslijeđeni od prošlih generacija, održavaju se u sadašnjosti i čuvaju za dobrobit budućih generacija.⁴

Iako je baština neprocjenjiva, mnogi u današnje vrijeme ne shvaćaju njezinu pravu vrijednost te suvremeno društvo zbog toga često može svjedočiti uništavanju jedinstvenih i neponovljivih

² Jelinčić, D. A.: **Kultura u izlogu**, Meandar, Zagreb, 2010., str. 18.

³ Ibidem, str. 18 – 19.

⁴ Ibidem, str. 21 – 22.

primjeraka. Uništavanje samo jednog spomenika, jedne građevine, jedne znamenitosti, zauvijek i nepovratno osiromašuje svijet. Nažalost, mnogi to ne shvaćaju. Ono što je ostalo u naslijeđu valja čuvati, što znači da je potrebno mnogo ulagati kako bi se zadržao i održao stari sjaj. I u tom slučaju ponekad dođe do brojnih propusta pa nadležni zaborave uložiti novčana sredstva, stoga ne čudi što je suvremeno društvo svjedok raspadanja i propadanja određenih sastavnica baštine.

Osim novca, važno je i nužno uložiti mnogo truda, vremena i volje kako bi se određeno povijesno blago održalo živim. Upravljanje kulturnom i povijesnom baštinom izuzetno je složen i kompleksan posao, no rezultati mogu biti zapanjujući. S druge strane, ta baština može uvelike pojačati državnu blagajnu.

Republika Hrvatska veliki dio svoga identiteta duguje upravo kulturno-povijesnoj baštini. Generacije davne prošlosti ostavile su za sobom neizbrisivi trag. Iako su brojne povijesne građevine izgubile svoju prvotnu svrhu, nastavilo ih se održavati jer je velika svjesnost u tome da će baština privući veliki broj turista. Republika Hrvatska odlikuje se kao turistička zemlja i u današnje vrijeme mora mnogo raditi kako bi zadržala, ali i privukla nove turističke skupine. Na cijelom se hrvatskom teritoriju nalazi niz građevina koje su zaštićene kao dio kulturne baštine. Jedna od tih građevina svakako su hoteli koji uspješno odolijevaju suvremenim i modernim građevinama. Riječ je o hotelima koji su zaštićeni kao kulturno dobro, pričaju mnoge priče iz prošlosti te na taj način dodatno privlače svoju klijentelu koja zna cijiniti ovakav oblik usluge.

Kao što je prethodno spomenuto, tijekom prošlosti zbivale su se mnoge promjene na svim životnim razinama. Pored svega toga mijenjala se arhitektura, stilovi građenja, ukusi... Sve što je izgrađeno u prošlom vremenu, dijeli lekciju sa sadašnjim, ali i budućim vremenom. Zanimljivo je proučavati načine izgradnje u vremenima kada ljudi nisu bili ni blizu tehnološkim otkrićima, a nisu imali ni mnogo običnog alata. Sve se svodilo na ljudsku snagu koju je predvodio ljudski mozak, a ne računalo. Povratak u prošlost predstavlja imponantno stvaralaštvo i naslijeđe.

U ovom je radu naglasak samo na djeliću tog naslijeđa, ujedno kulturno-povijesne baštine. Riječ je o dvama hotelima, točnije o hotelu *Palace* u Zagrebu i hotelu *Vestibul Palace* u Splitu.

Slika 1. Prikaz hotela Palace Zagreb izvana



Izvor: službene web stranice hotela Palace Zagreb, <https://palace.hr/o-hotelu/povijest-hotela/>, (24. 10. 2023.)

Slika 2. Salon u hotelu Palace Zagreb



Izvor: službene web stranice hotela Palace Zagreb, <https://www.via-mea.com/product/4219/hotel-palace-zagreb-kontinentalna-hrvatska-hoteli?l=HR>, (27. 10. 2023.)

U skladu s vremenom i stilom, vidljivo je da prevladavaju svijetle boje na zidovima, a svijetla floralna kupola dodatno daje određenu prozračnost i svježinu prostorije. Također, uočavaju se glomazni i vrlo raskošni komadi namještaja izrađeni od kvalitetnog i skupocjenog drva uz dodatak pozlaćenih elemenata, što je također u duhu tradicije i stila u kojemu je hotel građen.

Naglasak je na udobnosti i uživanju u mirnom okruženju. Na taj način sve djeluje još raskošnije, bogatije, moćnije i veće.

Godine 1907. započinje raditi kao prvi organizirani hotel u Zagrebu. Od te je godine hotel nekoliko puta adaptiran i nadograđivan. Danas predstavlja jedinstveni spomenik kulturne baštine i hrvatske povijesti koji spaja prošlost i sadašnjost po pitanju moderne tehnologije.⁵

S druge je strane hotel *Vestibul Palace* u Splitu koji je nastao unutar rimskih zidina grandiozne Dioklecijanove palače.

Slika 3. Hotel Vestibul Palace Split



Izvor: službene web stranice hotela Vestibul Palace Split, <https://www.omh.hr/hr/hotel/hotel-vestibul-palace/459>, (27. 10. 2023.)

Hotel Vestibul Palace uistinu ima jedinstveno i originalno okruženje. Naime, riječ je o hotelu koji se zaista nalazi u srcu Dioklecijanove palače, točnije na Vestibulu⁶. Njegova je lokacija

⁵ Palace Zagreb: <https://palace.hr/o-hotelu/povijest-hotela/>, (24. 10. 2023.)

⁶ Hrvatska enciklopedija. Vestibul je „prostrano predvorje, najčešće u javnim i reprezentativnim zgradama. U antičkoj rimskoj građanskoj kući vestibul je bila prostorija koja je povezivala ulaz s atrijem“, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=64410>, (27. 10. 2023.)

veoma privlačna i idealna za svakog turista, ali i poslovne ljude. Hotelski gosti mogu uživati u starorimskim zidinama čak i u svojim sobama.⁷

Car Dioklecijan bio je poznat po ljubavi prema gradnji, osobito palača. Dioklecijanova je palača u Splitu građena prema tlocrtu uobičajenoga rimskog logora, ali ujedno raskošne palače, pravilnoga kvadrata, opasana obrambenim zidinama i kulama, s dvije unakrsne ulice što vode do četvorih vrata i središnjim trgom, ali s razvedenim južnim pročeljem i carevim apartmanima u tom dijelu palače, prema tipu rimskih ljetnikovaca, vila, sačuvanih tek na zidnim slikama i mozaicima iz toga doba.⁸

Mnogo je neistraženih informacija i podataka u vezi s gradnjom palače, no činjenica je da je riječ o raskošnom zdanju i neprocjenjivom naslijeđu te bogatstvu.

⁷ Vestibul Palace: <https://vestibulpalace.com/hr/smjestaj/>, (27. 10. 2023.)

⁸ Kečkemet, D.: **Robert Adam – Dioklecijanova palača i klasicizam**, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 2003., str. 7.

3. MEĐUODNOS KULTURE I TURIZMA

Međuodnos kulture i turizma prilično je kompleksna tema koja je ujedno i odraz duboko isprepletene veze između ljudi, njihovih identiteta i putovanja. Kultura ima jednu od ključnih uloga u oblikovanju turističkog iskustva, dok turizam s druge strane istovremeno utječe na očuvanje i transformaciju kulturne baštine.

Jasno je da su kultura i turizam tijesno povezani, a njihova dvosmjerna uzajamna upućenost i međufunkcionalnost proishode iz recipročnih utjecaja koji su brojni i slojeviti. Turizam i kultura međusobno se podudaraju ili korespondiraju, pri čemu razmjeri njihova preklapanja i prožimanja ovise o dostignutoj razini kulturno-civilizacijskog razvoja određene sredine. Kultura, shvaćena u najširem smislu, praktički uvjetuje nastanak i stalno pospješuje razvitak turizma, dajući mu posebnu društvenu vrijednost, no u isto vrijeme utječe na povećanje njegovih gospodarskih učinaka. / Turizam, s druge strane igra vrlo značajnu ulogu u revitalizaciji (oživljavanju) i valorizaciji (vrednovanju-korištenju) elemenata objektivne kulture te razvijanju i poticanju novih spoznaja u okviru subjektivne kulture.⁹

Bilo koji oblik turizma može nanijeti i velike štete. Naime, kulturna dobra, kao dio kulturne baštine, predstavljaju malen, ali neprocjenjiv dio određene destinacije. Što je veći broj turista, veće su šanse da spomenuta kulturna dobra postanu oštećena ili uništena. Kako bi se to spriječilo, tako svaka zemlja koja nastoji razvijati kulturni turizam, treba smišljati načine i planove kako zaštititi svoj prepoznatljivi simbol, odnosno identitet, a pritom valja pripaziti na lokalno stanovništvo jer ono je sastavni dio te kulturne baštine.

3.1 Koristi turizma od kulture

Turizam je u biti manifestacija kulture. Zato je često polazna točka dubljeg razumijevanja turizma analiza sociokulturnih promjena i raznih drugih aspekata manifestacije kulture u vezi s turizmom. U međusobnom kontaktu isprepliću se tri odnosno četiri tipa kulture. To su:

1. lokalna kultura koja se razvija u svakoj zajednici. Osnovni je problem kako je prilagoditi turističkoj, u cilju da se ona sama ne ugrozi.

⁹ Letica, M. M.: „Kulturna baština i njezino vrednovanje u održivome turizmu: Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije“, **Portal hrvatskoga kulturnog vijeća**, 2022., <https://www.hkv.hr/izdvojeno/vai-prilozi/i-lj/letica-marito-mihovil/40712-m-m-letica-kulturna-bastina-i-njezino-vrednovanje-u-odrzivome-turizmu.html>, (23. 1. 2024.)

2. turistička kultura koja proizlazi iz načina života koji provode turisti za vrijeme putovanja. Manifestira se u specifičnosti oblačenja, jezika, mjesta boravka, načina provođenja slobodnog vremena, trošenja novca i si.

3. uvezena kultura je kultura sredine iz koje dolazi turist. Njen utjecaj ponajviše ovisi o stupnju priliva, a značajno je i iz kojih sve sredina dolaze turisti.

4. mješovita kultura je rezultat međusobnih utjecaja navedenih kultura. Radi različitog stupnja pojedinih utjecaja ovu je kulturu vrlo teško objasniti odnosno izvršiti generalizacije.¹⁰

Mnogo je toga što se može iskoristiti ne bi li se svakom gostu pružilo nezaboravno iskustvo. Od resursa koji su ključni za razvoj i napredak kulturnog turizma ističu se sljedeći:

1. Spomenici

- sakralni spomenici
- javni spomenici
- povijesne zgrade
- dvorci i palače
- parkovi i vrtovi
- utvrde
- arheološki predjeli
- industrijske-arheološke građevine

2. Muzeji

- folklorni muzeji
- umjetnički muzeji

3. Rute

- kulturno-povijesne rute
- umjetničke rute

4. Zabavni centri

- kulturno-povijesni centri
- arheološki centri
- arhitektonski centri
- glazbeni centri

¹⁰ Stanković, M.: „Sociološko istraživanje turizma“, **Revija za sociologiju**, Vol. 15, No. 1-2, 1985., str. 76., <https://hrcak.srce.hr/file/229690>, (23. 1. 2024.)

5. Kulturno-povijesni događaji

- vjerski festivali
- svjetovni festivali
- folklorni festivali

6. Umjetnički događaji

- izložbe
- festivali.¹¹

Na taj način ovaj oblik turizma može biti i jest pokretač ekonomske revitalizacije, tj. obnove koja se temelji na kulturnim događajima, raznim manifestacijama, muzejima. Ovakav ekonomski utjecaj doprinosi očuvanju kulturne baštine jer se dio prihoda investira u restauraciju, edukaciju svih onih koji na bilo koji način sudjeluju u izgradnji kulturnog turizma, a na taj se način štiti i identitet lokalne zajednice koja predstavlja živi kulturni simbol.

3.2. Koristi kulture od turizma

Kulturni turizam može doprinositi zaštitnih kulturnih tradicija kao i obogaćivanju kvalitete života u urbanim i ruralnim prostorima. Najveći se problem pokazuje u određivanju pozitivnih i negativnih utjecaja turizma na kulturu zbog nedostatka sveobuhvatnih istraživanja društvenih i gospodarskih promjena zbog čega povjesničari i zaštitari kulturnog nasljeđa ne gledaju s optimizmom na razvoj kulturnog turizma. Ali, osim pesimizma zbog negativnog utjecaja turizma na kulturu, postoji i pozitivno razumijevanje turizma kao potencijala za zaštitu i održavanje kulturnog nasljeđa i razvoja lokalne kulture.¹²

U svakom slučaju, kulturni turizam nudi mnogo toga, a najvažnije od svega zapravo je činjenica što privlači posjetitelje koji shvaćaju bogatstvo koje kriju različitosti. Iako postoje brojne opasnosti zbog potencijalnog oštećenja ili uništenja kulturne baštine, ovaj međuodnos turizma i kulture stvara jedan novi prostor za kulturnu razmjenu te na taj način potiče toleranciju i međuljudsko razumijevanje, ali i prihvaćanje.

Kulturna baština i kulturni turizam ne mogu sami po sebi postati turistička atrakcija. Zbog toga je važno da se u tom procesu uključi lokalna zajednica, marketing koji će potaknuti stvaranje

¹¹ Ibidem, str. 215 – 216.

¹² Pančić Kombol, T.: „Kulturno nasljeđe i turizam“, **Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin**, No. 16 – 17, 2006., str. 213., <https://hrcak.srce.hr/file/13290>, (22. 1. 2024.)

pravog i privlačnog turističkog proizvoda te ga upotpuniti dodatnim sadržajima i aktivnostima kojih su turisti željni.

Upravo je marketing jedna od najvažnijih stavki, kako u turizmu, tako i u bilo kojem drugom poslovnom sektoru. Međutim, turizam se snažno oslanja na promidžbu i marketing jer se na taj način dodatno formira konkurentnost na tržištu. Naime, zadatak svakog marketinga i menadžmenta jest proučiti i istražiti tržište potražnje te na temelju iste oblikovati svoju ponudu koja će biti bolja u odnosu na tržišnu konkurenciju, a samim time će se privući veći broj željenih turista, tj. prihodi će biti veći.

Zasigurno jedan od bitnih elemenata osiguravanja atraktivnosti i konkurentnosti turističke destinacije leži u destinacijskom menadžmentu koji, ne samo da (ko)kreira turističke doživljaje i proizvode koji će dodati vrijednost turističkoj destinaciji na odgovoran način, već i strateški planira te razvija turizam u destinaciji u suradnji i koordinacijom različitih interesnih dionika. Nerijetko se radi o dionicima različita interesa, ali usmjerenima jednom zajedničkom cilju – očuvati konkurentnost turističke destinacije na sve dinamičnijem turističkom tržištu kako bi se osigurala dugoročna održivost poslovne aktivnosti.¹³

Nije jednostavno pronaći ravnotežu između turističkih potreba i očuvanja kulturne baštine, ali nije ni nemoguće. Kulturni je turizam veliki izazov za bilo koju destinaciju jer ujedno predstavlja i veliku odgovornost, no ako se pronađu adekvatna rješenja za dobrobit obje strane, rezultati će biti izuzetni, a turizam i kultura održivi.

Kako bi te dvije strane mogle egzistirati, tako je nužno u sve uključiti lokalnu zajednicu jer turisti, koji putuju zbog kulturne baštine, žele u potpunosti doživjeti određenu lokaciju i sredinu u koju su stigli na odmor. Poželjno je u turističku ponudu uključiti lokalne obrtnike i sve ostale koji na bilo koji način mogu doprinijeti razvoju kulturnog turizma. Turistima je drago kada dođu u sredinu u kojoj se osjećaju dobrodošlo i kao kod kuće, a taj im osjećaj ne može nitko bolje prezentirati od lokalnog stanovništva.

Na taj način dolazi i do sinergije između različitih ljudi, običaja, tradicije, kulture, što rezultira novim znanjima koja pak potiču podizanje svijesti o kulturnim vrijednostima u čemu se jednim dijelom i očituje održivost kulturnoga turizma i same baštine.

¹³ Golja, T. i Lekić, R.: „Destinacijski menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma kontinentalne Hrvatske – primjer destinacije Križevci“, **Studia Polensia**, Vol. 9, No. 1, 2020., str. 104 – 105, <https://hrcak.srce.hr/file/358379>, (23. 1. 2024.)

Sve to potvrđuje kako je važno i potrebno ulagati u kulturni turizam jer nije riječ samo o investiciji u ekonomski razvoj, već i u očuvanje identiteta, promociju raznolikosti i obogaćivanje društva kroz kulturne doživljaje, što je mnogo veća vrijednost od čiste novčane zarade. Dakako, bez financijskih se sredstava ne može opstati, no pravo se bogatstvo krije u ljudima koji su, kao sastavni dio kulturne baštine, jedni od glavnih pokretača ove vrste turizma te zahvaljujući njima svaka kulturna destinacija ima odlične predispozicije da bude prepoznata kao atrakcija na globalnoj razini.

S druge pak strane treba pratiti današnje svakodnevne promjene i trendove, ali i pojavu globalizacije. Sve je više ljudi koji putuju iz različitih razloga. Što je veći broj turista na jednom mjestu, to je veća opasnost od određene štete i slično. S obzirom na razvoj tehnologije, kao i podizanje životnog standarda, činjenica je da je globalizacija jednostavno neizbježna. Upravo suprotno, riječ je o sveprisutnoj pojavi koja utječe na cijeli svijet, a posebice na kulturnu baštinu.

Turizam prema svemu tome, uz pomoć tehnologije, spaja svijet, tj. približava najudaljenije svjetske destinacije i čini ih lako dostupnim gotovo svim ljudima. Spomenuti sektor je na tome radio dugi niz godina, neprestano se mijenjao, razvijao na način kako se razvijalo društvo, no uvijek s jednim ciljem, a to je uspjeh. Međutim, svega toga ne bi bilo bez brojnih materijalnih i nematerijalnih resursa na kojima se temelji dinamična turistička industrija.

Upravo sve te dinamične struje zajedno doprinose povezivanju svijeta i stvaranju globalne zajednice u kojoj ljudi iz različitih dijelova svijeta mogu dijeliti osobna iskustva, bolje razumjeti jedni druge i nastojati surađivati na određenim zajedničkim ciljevima koji mogu rezultirati s novim mogućnostima na dobrobit svih sudionika u tom procesu.

Istina je da turizam i potiče globalizaciju. U počecima utjecaji turizma su lokalizirani na relativno mali prostor, da bi već sedamdesetih i osamdesetih godina 20. stoljeća, zahvatili gotovo sve zemlje i krajeve svijeta. No, njegova globalizacijska funkcija ne proizlazi samo i ponajprije iz činjenice, da je turizam, kako mnogi tvrde "vodeća svjetska industrija". On svoju snagu utjecaja na proces globalizacije iskazuje prije svega brzinom razmjene ekonomskih i kulturnih utjecaja između turista i lokalnih zajednica.¹⁴

¹⁴ Magaš, D., Vodeb, K. i Zadel, Z.: **Menadžment turističke organizacije i destinacije**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018., str. 4 – 5, https://fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Magas_Vodeb_Zadel_Menadzment_turisticke_organizacije_i_destinacije.pdf, (24. 1. 2024.)

Društveni mediji omogućavaju hitru razmjenu kulturnih informacija s jednog kraja svijeta na drugi, oni su prenosnica kulturalnih razmjena među zajednicama. Zaključak je kako razvoj upravljanja kulturnim resursima i politika razvoja kulturnog turizma obuhvaćaju razumijevanje i korištenje kulturnog identiteta, kulturne raznolikosti i kulturne baštine unutar već postojećeg globalizacijskog procesa, a sudionici transmodernog turizma pridonose društveno organiziranoj interakciji.¹⁵

Transmoderni turizam zapravo je oblik turizma kojemu teži kulturni turizam. Radi se o pojmu koji uključuje educirane turiste koji shvaćaju vrijednosti očuvanja kulturne baštine i kulturne raznolikosti.¹⁶

Pojam baštine podrazumijeva stabilnost i kontinuitet, tj. statičku dimenziju, a turizam je upravo suprotno tome. Radi se o dinamičnom fenomenu koji utječe na kulturu, odnosno baštinu i tradiciju. Turizam je toliko snažna pojava da u nekim zajednicama uspijeva promijeniti tradicionalnu sliku. Točnije, zbog turizma, tradicija se mijenja, izmišlja ili stvara. Suvremeno društvo naprosto prisiljava ljude da stvaraju vlastite tradicije, a turizam svakako pripada jednoj od najsnažnijih modernih tradicija.¹⁷

Osim potrebe za zaradom, turizam kulturnu baštinu mijenja i iz perspektive komercijalizacije, povećanje potražnje za pojedinim uslugama ili aktivnostima, a sve to može naštetiti slici kulturne baštine. Nadalje, može doći do promjena i u kulturnoj autentičnosti, što znači da se lokalno stanovništvo nerijetko mijenja, tj. mijenja svoje obrasce ponašanja kako bi i na taj način ugodilo turistima i njihovim željama.

Problem autentičnosti, prema tome, dobiva novo lice: autentičnost više ne podrazumijeva statični i objektivizirani status, nasuprot pogrešnim i komercijaliziranim turističkim atrakcijama, već postaje kompleksan proces posredništva i pregovaranja između različitih očekivanja turista, ponude lokaliteta, razine i veličine participacije posjetitelja u turističkoj destinaciji, a također i kulturne politike lokalnih zajednica.¹⁸

Autentičnost je s vremenom morala postati prilagodljiva turizmu. Istraživanja pokazuju kako pojam autentičnosti više nije toliko mjerodavan jer je suvremenim turistima najvažnija

¹⁵ Riel, J.: „Kulturni turizam kroz prizmu globalizacije“, **Hrvatsko društvo kulturnog turizma**, 2013., <https://crocultour.com/2013/11/21/kulturni-turizam-kroz-prizmu-globalizacije/>, (24. 1. 2024.)

¹⁶ Riel, J.: „Transmoderni turizam“, **Hrvatsko društvo kulturnog turizma**, 2013., <https://crocultour.com/2013/12/11/transmoderni-turizam/>, (24. 1. 2024.)

¹⁷ Jelinčić, D. A.: „Turizam vs. identitet: Globalizacija i tradicija“, **Etnološka istraživanja**, Vol. , No. 11, 2006., str. 167., <https://hrcaak.srce.hr/file/58284>, (24. 1. 2024.)

¹⁸ Ibidem, str. 169.

kvaliteta te atraktivnost.¹⁹ Mnogo je elemenata koji se u turizmu neprestano mijenjaju, što otežava suživot tradicije i modernog, a sve to snažno utječe na svijet. I u ovom slučaju potrebno je naglasiti kako turizam na kulturnu baštinu utječe i pozitivno i negativno, no svaka pojava ima i prednosti i nedostatke.

Na temelju proučavanja stručne literature i istraživanja, valja istaknuti ključne prednosti međuodnosa turizma i kulture. Popis prednosti svakako treba započeti iz ekonomske perspektive. Naime, kulturni je turizam vrsta poslovanja, a u svakom se poslu teži ka što boljoj zaradi. Upravo je takva situacija i u ovom slučaju jer kulturni turizam zasigurno pridonosi ekonomiji, prije svega, na lokalnoj razini. Sljedeća se prednost može iščitati u činjenici da se ulažu resursi u održavanje spomenika kulturne baštine jer je to veoma važno za privlačenje posjetitelja.

Nadalje, turisti koji čine dio kulturnog turizma dolaze iz različitih dijelova svijeta, što rezultira spajanje različitih kultura, ljudi, karaktera, osobnosti, znanja, jezika, religija. Na taj način ljudi međusobno uče jedni od drugih i dodatno razvijaju svijest o važnosti očuvanja i brige o kulturnoj baštini. Lokalna zajednica može ostvariti mnogo i po pitanju infrastrukture, točnije izgradnje novih objekata koji će biti korisni i za lokalno stanovništvo i za turiste. Također, osim o spomenicima kulturne baštine, valja voditi brigu i o samom okolišu te ga zaštititi u najvećoj mogućoj mjeri jer njegovim očuvanjem, očuvat će se i druge blagodati pojedine destinacije.

Valorizacijom kulturnih resursa ostvaruju se dvije glavne prednosti:

1. čuva se kultura od izumiranja i zaborava, podiže se vrijednost kulture te se jača kulturni identitet
2. ostvaruje se prepoznatljivost na turističkom tržištu.²⁰

U suvremeno se vrijeme sve više govori i razmatra međuodnos turizma i kulture, što svakako valja pozdraviti jer ovakav spoj uz pomno planiranje može donijeti mnogo pozitivnih rezultata. Tradicija otvara brojna vrata i skriva neprocjenjivo bogatstvo koje tek treba otkriti, zbog čega je treba sačuvati jer je svakako dio nečijeg identiteta. Identitet je ono što danas mnogima nedostaje i za čime mnogi tragaju, a zapravo im je nadohvat ruke u okrilju kulturne baštine i turizma.

¹⁹ Ibidem, str. 170.

²⁰ Magaš, D., Vodeb, K. i Zadel, Z.: **Menadžment turističke organizacije i destinacije**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018., str. 5., https://fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Magas_Vodeb_Zadel_Menadzment_turisticke_organizacije_i_destinacije.pdf, (24. 1. 2024.)

4. OBILJEŽJA KULTURNOG TURIZMA

Turizam se kao gospodarska djelatnost razvija od početka svijeta i društva. U početku su ljudi putovali na kraće relacije i kraće vremensko razdoblje. Malo je bilo onih koji su imali mogućnost putovati zbog odmora i rekreacije; ljudi su većinom putovali zbog posla i trgovine.

Jedna od stavki na kojoj se turizam oduvijek bazira jest hotelijerstvo. Njegova je primarna funkcija pružanje usluga smještaja, a potom ostale usluge poput pružanja zabave, razonode, hrane, pića... Važno je naglasiti kako hotelijerstvo snažno pridonosi jačanju ekonomske i gospodarske slike određene države.²¹

Razvojem društva i vremena razvijao se i turizam koji se proširio na brojne turističke grane. Kako bi se turizam održao u vremenu, tako je važno proučavati i istraživati turističku potražnju, pratiti turističke skupine i njihove želje, mogućnosti, potrebe te na temelju dobivenih informacija i rezultata stvarati i oblikovati turističku ponudu koja će privući veliki broj turista čime će se ostvariti zadovoljavajući prihodi.

Na temelju toga razvili su različiti oblici turizma poput sportskog, nautičkog, zdravstvenog, lovnog, ribolovnog, vjerskog, povijesnog turizma, krstarenja... S obzirom na to da je turizam u današnje vrijeme jedno od najraširenijih oblika poslovanja, ne čudi što je postao jedan od glavnih pokretača ekonomije i gospodarstva svake turističke destinacije. Na taj se način spaja cijeli svijet, što potvrđuje jedna od definicija turizma.

Turizam je postao jedan od najvažnijih društvenih, gospodarskih, političkih, kulturnih, geografskih fenomena suvremenog svijeta i društva, a njegov je utjecaj vidljiv na geografskoj, lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini.²²

U posljednje se vrijeme sve češće javljaju posebni i specifični interesi ljudi, stoga se prema tome stvaraju posebne turističke ponude i oblici turizma. Jedan od takvih oblika odnosi se na kulturni turizam. Sam naziv ističe i naglašava poveznicu turizma i kulture. Suvremeno društvo više ne putuje isključivo zbog odmora i razonode, već žele naučiti nešto novo, žele se educirati i raditi na osobnom razvoju, steći nova iskustva i sl. Kulturni turizam nudi sve te elemente.

Pojam kulturnog turizma uglavnom se primjenjuje na putovanja koja uključuju posjete kulturnim resursima neovisno o početnim motivima, a kroz kretanje ljudi izvan njihovog

²¹ Pavia, N.: **Menadžment procesnih funkcija u hotelijerstvu**, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, 2009., str. 12 – 13.

²² Vojnović, N.: **Prirodna osnova i turizam**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2017., str. 1.

uobičajenog mjesta stanovanja. Namjera ovakvih putovanja zasniva se na specifičnim interesima, tj. potrazi za sudjelovanjem u novim značajnim iskustvima kulturne prirode kao što su otkrivanje vrijednosti i atraktivnosti spomenika i lokacija, ali i tradicionalnih društava, plesova, pjesama i priča koji prelaze iz jedne generacije u drugu.²³

Dakle, kulturni turizam nudi mnogo više od obične formule koja je donedavno odgovarala svim turistima, a riječ je o turizmu koji nudi sunce, more i pijesak. Danas se takvo viđenje promijenilo i turisti traže mnogo više za svoj potrošeni novac.

Kulturni turizam može ponuditi i zabavni i edukativni asortiman, a sve u kombinaciji s umjetnošću, materijalnom i nematerijalnom baštinom te poviješću.²⁴

Republika Hrvatska ima izvrsne predispozicije za razvoj kulturnog turizma, no spomenuti oblik turizma još uvijek nije na zavidnoj razini. Potrebno je mnogo rada, ulaganja i educiranja kako bi se oblikovala kvalitetna i bogata ponuda koja može ispuniti sva turistička očekivanja i rezultirati nezaboravnim iskustvom.

Da bi se postigli željeni rezultati, potrebno je odrediti prioritete od kojih su najvažniji sljedeći:²⁵

1. stvoriti pozitivno okruženje koje će poticati inicijative razvoja kulturnih turističkih proizvoda
2. uspostaviti sustav organizacije i mehanizme intersektorske suradnje
3. podići stupanj znanja i vještina potrebnih za razvoj kvalitetnih kulturnih turističkih proizvoda
4. podići standard interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda
5. unaprijediti sustav protoka informacija, promocije i distribucije kulturnih turističkih proizvoda.

Izuzetno je važno da se djelatnici koji rade u sektoru kulturnog turizma konstantno educiraju putem raznih vrsta aktivnosti, tečajeva, radionica i sl. jer o njima uvelike ovisi uspješnost razvoja kulturnog turizma. Djelatnici predstavljaju prvu frontu koja će upoznati i predstaviti lokaciju turistima. Vrlo je važno da svi međusobno surađuju, da ih se motivira i potiče na stalan

²³ Geić, S.: **Menadžment selektivnih oblika turizma**, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 305.

²⁴ Jelinčić, D. A.: **Abeceda kulturnog turizma**, MeandarMedia, Zagreb, 2008., str. 77 – 79.

²⁵ Tomljenović, R.: **Strategija razvoja kulturnog turizma – Od turizma i kulture do kulturnog turizma**, Institut za turizam, Zagreb, 2003., str. 17., <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-KulturnogTurizma.pdf>, (9. 10. 2023.)

napredak, čime se ostvaruje pozitivno okruženje, a to je nešto što turisti žele. Osim ugodne atmosfere, turisti se moraju osjećati sigurno.

Kulturni turizam zahtijeva suradnju s cijelom lokalnom zajednicom, potiče otvaranje lokalnih obrta i drugih radnji koje bi mogle doprinijeti povećanju zarade. Također, vrlo je važan način promocije i marketinga; točnije, važno je znati kako i na koji način predstaviti određeni proizvod, a sve u cilju privlačenja pozornosti i pažnje turista. Zapravo, važno je znati ispričati i prodati priču, osobito kada je riječ o kulturnom turizmu. Ključni principi za oblikovanje kulturne ponude uključuju priče, osjetila i profinjenost. Priče koje mogu očarati publiku i stvoriti nove inspiracije dionicima. Osjetila su pobuđena jer sudjelovanje, dolazak na lokaciju, zabavno učenje i iskustvo dijeljenja stimuliraju izražavanje i pobuđuje svih pet osjetila (opip, vid, sluh, miris, okus). Profinjenost se često očituje upravo u suptilno kreiranoj poruci brenda, promotivnoj kampanji, jedinstvenom komuniciranju, aktivnostima i stalnom traženju boljeg rješenja (inovaciji).²⁶

Ponekad pojedina lokacija sama za sebe priča priču. U takvim je slučajevima turistima važno i nužno ponuditi dodatne informacije, uključiti ih u stvaranje nečeg novog kako bi se povezali s lokalnim stanovništvom.

Kulturni je turizam važan iz više razloga; prije svega radi se o pozitivnom gospodarskom i društvenom učinku, izgradnji i naglašavanju identiteta, očuvanju kulturne baštine i međuljudskom razumijevanju.²⁷

Bez obzira je li riječ o materijalnoj ili nematerijalnoj kulturnoj baštini, turistički sektor treba imati kvalitetan plan kojim će zadržati postojeće i privući nove turiste. Ukoliko se radi o hotelima baština, utoliko valja imati na umu kako ponudu nije dovoljno temeljiti na tradicionalnim načelima. Tradiciju svakako treba povezati sa suvremenim jer nove generacije žele povijesno-suvremeni koncept, što znači da im se u okruženju prošlosti treba pružiti nešto sadašnje, odnosno suvremeno. Pritom se misli na suvremenu tehnologiju koja je sveprisutna, čak i u hotelima baština. Ipak, naglasak je na izvornosti i po tome su specifični i prepoznati kulturni segmenti.

²⁶ Hrvatina, M., Tobok Kandić, S.: **Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom**, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2019., str. 8., https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucni_k_PT_hrv.pdf, (9. 10. 2023.)

²⁷ Jelinčić, D. A.: op. cit., str. 39 – 40.

Brojni hoteli baština, kako u svijetu, tako i na području Republike Hrvatske, morali su proći proces očuvanja i zaštite. Prije svega, misli se na restauriranje (rekonstrukciju) kojim se kulturno dobro vraća u svoje prijašnje stanje. Još jedan proces očuvanja jest renovacija (adaptacija) što znači da se uvode određene promjene koje zapravo zadržavaju povijesni karakter lokacije.²⁸ Restauracije i renovacije moraju biti pažljivo, redovito i profesionalno provedene. U protivnom i s minimalnim oštećenjem dio prošlosti i povijesti nestaje u nepovrat, a štete su neprocjenjive i nenadoknadive.

Upravo zbog opasnosti od golemih šteta u kulturnom turizmu postoji enormni strah kada je u pitanju baština. Danas putuje mnogo ljudi koji se međusobno razlikuju po stupnju obrazovanja, materijalnim prihodima, boji kože, religiji, načinu razmišljanja. Zbog razvoja masovnog turizma teško je pratiti i procijeniti kakav je koji turist i s kojom namjerom dolazi u određenu destinaciju. Veliki problem predstavljaju mladi koji pod utjecajem različitih, a najčešće nedopuštenih sredstava znaju oštetiti, a ponekad i uništiti dio povijesti.

Glavni je izazov održavanje ravnoteže između konzervacije i upravljanja posjetiteljima. Konzervatori su u pravilu uvijek spremni izdati dozvolu za obnovu baštine, ali nisu uvijek tako blagonakloni prema pretjeranom broju posjetitelja ili pretjeranom turističkom razvoju.²⁹ Prema tome, svaki se turist treba ponašati u skladu s pravilima onoga mjesta gdje se trenutno nalazi jer kulturna baština predstavlja veliko naslijeđe koje treba znati cijeliti i poštovati, odnosno sačuvati i za buduće generacije.

Naslijeđe, osobito ono u turizmu, temelji se na svojevrsnoj nostalgiji za prošlošću, kao i na želji za različitim iskustvima.³⁰ U svakom slučaju proizvod koji se plasira na tržište mora zadovoljiti turističku potražnju, točnije društveno pozitivne potrebe, etičke, moralne, estetske, ideološke kriterije.³¹ Turizam je uistinu dinamična pojava te u današnje vrijeme predstavlja vrlo veliki izazov. Riječ je o pojavi koja pokreće cijeli svijet. U području turizma radi mnogo ljudi i velika je potražnja za novim djelatnicima. Od turističkih se djelatnika očekuje vrlo visoka profesionalna razina bez obzira o kojoj je vrsti turizma riječ. Svakom se turistu trebaju

²⁸ Jelinčić, D. A.: op. cit., str. 39 – 40.

²⁹ Dujmović, M.: „Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu“, **Socijalna ekologija: journal for environmental thought and sociological research = Socijalna ekologija: Zeitschrift für Umweltgedanken und soziologische Forschung**, Vol. 28, No. 2, 2019., str. 155., <https://hrcak.srce.hr/clanak/327225>, (9. 10. 2023.)

³⁰ Pančić Kombol, T.: „Kulturno naslijeđe i turizam“, **Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin**, No. 16-17, 2006., str. 217., <https://hrcak.srce.hr/clanak/13290>, (9. 10. 2023.)

³¹ Gredičak, T.: „Kulturna baština u funkciji turizma“, **Acta turistica nova**, Vol. 2, No. 2, 2008., str. 14 – 15., <https://hrcak.srce.hr/clanak/67705>, (9. 10. 2023.)

maksimalno posvetiti, pružiti mu potpunu uslugu, podršku, iskazati razumijevanje, volju i želju kako bi se svi osjećali ugodno i dobrodošlo.

Turistima je posebno važan smještaj u kojemu odsjedaju za vrijeme trajanja odmora, stoga tome treba pridati posebnu pozornost i pripaziti na svaki detalj. Po tome su specifični hoteli baština koji su sastavni dio kulturne baštine, ali i same kulture pojedine destinacije. Kultura je pojam koji stvara pozitivnu sliku o određenom mjestu, ali i narodu, što može privući još veći broj turista.

Republika Hrvatska po pitanju baštine i kulturnog turizma mora još mnogo raditi. Potencijal je izniman, samo je potrebno oblikovati kvalitetnu strategiju kojom se mogu stvoriti preduvjeti za sustavan razvoj hrvatskog kulturnog turizma. Na temelju toga kreiraju se i poticajni elementi za razvoj kulturno-turističkih inicijativa i promocija istih. Tako se Republika Hrvatska svijetu može prezentirati i kao prava kulturna destinacija.³²

³² Demonja, D.: **Kulturni turizam: hrvatska iskustva**, Institut za međunarodne odnose, Zagreb, 2011., str. 184 – 185.

5. HOTELI BAŠTINA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hoteli baština predstavljaju posebnu skupinu i vrstu hotela koji su smješteni unutar povijesnih i tradicionalnih prostora te su opremljeni u skladu s prostorom. Međutim, u današnje vrijeme hoteli baština predstavljaju spoj prošlosti i sadašnjosti, odnosno tradicije i luksuza.

Hotel baština mora biti u starim, izvornim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama, uređen i opremljen na tradicijski način te zadovoljavati kriterije i elemente za kategorizaciju. Ne može se nalaziti u replikama starih građevina i struktura. Postojeće stare građevine ne mogu se dograđivati, već trebaju zadržati izvornu prostornu strukturu i oblik. Mora sadržavati:³³

- prijemni hol s recepcijom
- najmanje pet smještajnih jedinica
- ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka (kuhinju i blagovaonicu)
- zajednički sanitarni čvor.

Smještajne jedinice u hotelu baštini mogu biti: sobe i/ili hotelski apartmani (suite) i iznimno, obiteljske sobe.³⁴

Spomenuti elementi vrlo su slični elementima koje mora sadržavati bilo koja druga vrsta hotela jer je riječ o osnovnim sadržajima. Ovisno o sadržajima i nivou pružanja usluge dodjeljuje se kategorizacija, a prema tome određuje se i sama cijena. Nadalje, hoteli baština zbog svog specifičnog izgleda podsjećaju na luksuzne obiteljske kuće/vile.

U Republici Hrvatskoj svaki od hotela baština izgleda neponovljivo i jedinstveno, međusobno se razlikuju, a posebni su i po svojim lokacijama.

Jedan od glavnih ciljeva poslovanja hotela baština svakako se odnosi na pružanje jedinstvene i neponovljive ponude, usluge, ali i iskustva koje svaki turist mora doživjeti. Stipanović navodi kako hoteli baština svoj uspjeh i svoje mjesto na turističkom tržištu duguju isprepletanju prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, ali i razlikama u odnosu na klasičnu, uobičajenu ponudu. U Republici Hrvatskoj Udruga malih obiteljskih hotela nastoji promovirati hotele baštine po njihovoj jedinstvenosti, unikatnosti, stilskom uređenju, dekorativnosti, namještaju, toploj i

³³ Stipanović, C.: „Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije“, **Ekonomski misao i praksa**, Vol. 27, No. 1, 2018., str. 233., <https://hrcak.srce.hr/clanak/297765>, (9. 10. 2023.)

³⁴ Ibidem, str. 233.

ugodnoj atmosferi u kojoj prevladava mir.³⁵ Razvojem turističkog sektora sve se više razvija i kulturni turizam, a zbog sve veće potražnje turista za hotelima baštine, i njihov se broj iz godine u godinu povećava.

Njihov razvoj snažno utječe na izmjene na turističkom planu. Taj je utjecaj vidljiv iz više perspektiva jer kombinira gospodarske, ekonomske, kulturne i održive aspekte kako bi se na temelju toga stvorilo iskustvo koje obogaćuje turiste, ali i podržalo lokalno stanovništvo. U tome je zapravo jedna od najvećih posebnosti kulturnog turizma jer se na taj način podržava cijela lokalna zajednica, lokalni se obrtnici potiču na rad, razvoj i veću te širu proizvodnju koja će biti od obostrane koristi, a s druge strane, kulturni turizam educira turiste, upoznaje ih s novim, možda dosad neviđenim, tradicijama, običajima, čime se olakšava spajanje različitih ljudi, tj. lokalnih ljudi i turista.

Osim što se turisti na taj način jednostavnije i brže povezuju s okolinom, stvaraju nove i nezaboravne uspomene. Prema tome, kulturni turizam i hoteli baštine turistima pružaju mnogo više od običnog smještaja, što se očituje u mogućnosti da urone u lokalnu kulturu, povijest i tradiciju, pridonoseći time dubljem i bogatijem iskustvu putovanja.

Hoteli baština locirani su na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, no većina ih je pozicionirana u Splitsko-dalmatinskoj županiji, što ne čudi jer upravo to područje leži na snažnim temeljima prošlosti i njihova je povijesna priča uistinu jedinstvena, a to dokazuje tamošnja arhitektura.

Hoteli baština ne mogu opstati bez popratnih sadržaja u koje se treba uključiti cijela lokalna zajednica. Turisti koji vole oblik kulturnog turizma čine posebnu skupinu ljudi koji putuju, primarno zbog educiranja, proživljavanja novih iskustava, sudjelovanja i povezivanja s lokalnim stanovništvom. Zbog svega toga, takvi turisti očekuju jednu novu i drugačiju razinu boravka u nekoj destinaciji.

Kad se govori o putovanjima koja su motivirana kulturom onda se govori i o potrebi učenja i zabave što je rezultat sve veće obrazovanosti ljudi i generalne potrebe 'rada na sebi'. Zbog toga je spektar aktivnosti koji uključuje komponentu kulture sve širi što dovodi do daljnjih segmentacije ovoga tržišta pa tako danas možemo govoriti o tri podsegmenta:

³⁵ Ibidem, str. 233.

- 1) putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja se odnose na obilazak kulturno-povijesnih lokaliteta i aktivnosti kroz koje se upoznaje prošlost,
- 2) putovanja motivirana prisustvovanjem kulturnom događanju koja se odnose na uprizorenje nekih zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera uključujući i popularnu kulturu,
- 3) putovanja motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima koja se odnose na aktivnosti koje su sačuvane iz prošlih vremena poput učenja glagoljice, tradicijskih vještina, suvremenu praksu kulture života i rada ili suvremenu umjetničku produkciju.³⁶

Sve zajedno predstavlja cjelokupni paket usluga kojim će svaki turist ostati zapanjen i oduševljen. U svijetu ima priličan broj hotela baština, ali ovaj se oblik turizma počeo ozbiljno razvijati tek nedavno jer su se promijenili sami turisti koji su postali zahtjevniji, educiraniji i točno znaju što mogu dobiti. Da bi neki hotel mogao uopće biti hotel baština, nije dovoljna povijesna lokacija, već mnogo više. Kao što postoji klasična kategorizacija i klasifikacija hotela, tako postoji i podjela hotela baština.

Prema toj podjeli postoji:

- hotel baština koji je najčešće pozicioniran u hotelima u sklopu lovačkih kuća, dvoraca ili utvrda te kao takav treba imati minimalno 5 soba, što znači 10 kreveta
- hotel classic baština koji je vrlo sličan običnom hotelu baštine, međutim treba imati najmanje 15 soba, a to znači 30 kreveta
- hotel grand baština identičan je hotelu classic jer također mora sadržavati minimalno 15 soba, točnije 30 kreveta.³⁷

Nigdje nije propisana veličina sobe ili kupaonice u spomenutim vrstama hotela, no cjelokupni ambijent heritage hotela treba biti u poveznici s kulturnom baštinom, posebnostima po pitanju arhitekture i načinima izgradnje. Hotel classic baština pored spomenutog treba sadržavati i pružati svojim gostima najmanje jednu sportsku aktivnost. Što se tiče grand hotela, unutrašnjost treba biti vrhunski dekorirana, uz klimatizaciju najmanje 50 % soba, dok gostima valja pružiti barem dvije vrste sportskih aktivnosti. Od tih se aktivnosti ističe bazen, tenis, jahanje, golf,

³⁶ Tomljenović, R., Boranić Živoder, S.: **Akcijski plan razvoja kulturnog turizma**, Institut za turizam, Zagreb, 2015., str. 8., https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf, (25. 10. 2023.)

³⁷ Guidelines for classification of heritage hotels, str. 1 – 2., https://www.fhrai.com/document/mot_guidelines/Guidelines_for_Classification_of_Heritage_Hotels.pdf, (26. 10. 2023.)

vožnje čamcima, jedrenje, ribolov, letenje balonom, jedrenje na dasci, safari izleti, aktivnosti u zatvorenom prostoru... Osim aktivnosti, valja pripaziti i na gastronomsku ponudu. Naime, sve vrste hotela baština u svojoj ponudi trebaju imati tradicionalna jela, no hotel classic pored tradicionalne, tj. lokalne kuhinje treba sadržavati barem 4 – 5 jela kontinentalne kuhinje, dok grand hotel treba svakako imati i tradicionalnu, ali i kontinentalnu kuhinju na izbor.³⁸

Kao što postoje pravila za unutarnje uređenje, tako postoje i pravila za odmjerenu eksterijeru hotela baštine. Naravno da se danas uređuju vrlo suvremeno i moderno, no važno je sačuvati onaj izvorni i originalan prostor kako bi se sačuvala nota tradicije, ali i povezala s elementom suvremene originalnosti. S obzirom na činjenicu da je svaka zemlja po nečemu drugačija i različita, ne čudi da su onda i hoteli baština izgrađeni u skladu s arhitekturom, običajima, kulturom pojedine nacije, ali i vremenom u kojemu su nastali. Sve njih povezuje zajednička priča, a to je prošlost. Međutim, svaki od tih hotela priča drugačiju, a opet izuzetno osobnu priču.

Hoteli baština zahtijevaju poseban pristup i oblik rada. Takvi hoteli žele privući turiste, ali istovremeno žele zaštititi svoju originalnost i jedinstvenost. U hotelima baština prihodi se ne ostvaruju na masovnosti i velikom broju turista, već na kvaliteti koja je vrlo skupocjena i zahtjevna. Zbog svega toga potrebno je mnogo ulagati u samu infrastrukturu da hotelska baština ne propadne, ali i u održavanje vanjskog te unutarnjeg prostora koji mora biti besprijekoran jer je upravo on privukao određenu turističku klijentelu.

Jedna od prednosti heritage hotela, svakako je u jednostavnijoj komunikaciji djelatnika i gostiju. Što je manje gostiju, to je lakše ostvariti prijateljski, srdačan odnos. Ipak, s druge strane takav pristup može biti i kompliciran te iziskuje mnogo truda i strpljenja jer je svaki gost drugačiji i ima različite afinitete te želje za koje očekuje da mu se ispune.

5.1. Odabrani primjer hotela baština - Hotel Palace Zagreb

Ranije je spomenuto da je hotel Palace Zagreb prvotno zapravo bila obiteljska privatna palača, a tek se kasnije razvio u hotel. Hotel Palace Zagreb, inače hotel s četiri zvjezdice, poseban je te se ističe po mnogočemu. Mnogo je zanimljivosti koje se povezuju sa spomenutim hotelom, zbog čega u njega rado svrate i domaći i strani turisti.

³⁸ Ibidem, str. 2 – 3.

Slika 4. Hotel baština – Hotel Palace Zagreb



Izvor: službene web stranice hotela Palace Zagreb, <https://www.via-mea.com/product/4219/hotel-palace-zagreb-kontinentalna-hrvatska-hoteli?l=HR>, (27. 10. 2023.)

5.1.1. Obilježja i specifičnosti građevinskog objekta i lokaliteta

Zanimljivo je da je hotel lociran u samom centru grada Zagreba, a ujedno je i prvi profesionalno organizirani hotel u Zagrebu koji je otvoren davne 1907. Izvrstan je primjer spoja tradicije i najsuvremenijih dostignuća u području hotelijerstva. Snažno podsjeća na davna vremena. Ističe se i povoljnim cijenama smještaja, sadrži čuvani parking za goste hotela; vodstvo i ostali djelatnici hotela bave se organizacijom raznih domjenaka, konferencija, banketa, svečanosti poput vjenčanja i sl. Zbog svega toga, hotel svojim gostima iskazuje visoku razinu pružanja usluga, bilo da je riječ o privatnom ili poslovnom putovanju.³⁹

Hotel je primarno bio palača i građen je u sasvim drugačijem stilu, no hotelsko je rukovodstvo odlučilo sačuvati elemente prošlosti i spojiti ih s karakteristikama sadašnjosti, što je rezultiralo velikim uspjehom. Jedan od elemenata prošlosti koji se pojavljuju u hotelu odnosi se na secesiju.

Naime, poznato je kako je hotel sagrađen kao palača za Karla Schlesingera davne 1891. Palača je izgrađena u secesijskom stilu. Secesija je svojevrsni preokret u čitavom društvu, nešto

³⁹ Hotel Palace Zagreb: <https://www.via-mea.com/product/4219/hotel-palace-zagreb-kontinentalna-hrvatska-hoteli?l=HR>, (27. 10. 2023.)

nepoznato i novo, ali vrlo privlačno, stoga je bilo sve više secesijskih sljedbenika. Secesija se kao stil više povezuje uz slikarstvo i likovnu umjetnost, no prodrla je i u druga životna područja. Što se tiče same arhitekture i izgradnje, secesija zahtijeva nove građevinske materijale i konstrukcijske oblike željeza, betona, čelika, stakla. Naglasak je na ukrašavanju jer su dotad zgrade uglavnom bile *beživotne*. Smatralo se da će ukraši dati jednu svježinu i privlačnost. Također, nastojala se povećati razina zanatskih vještina. Od uzoraka ističe se zmijolika crta, najčešći je oblik ljljan, ali i geometrijski pravac.⁴⁰

Secesija je svojedobno bila vrlo popularna, osobito u arhitekturi i likovnoj umjetnosti, a ono po čemu je prepoznatljiva svakako su zaobljene linije i krivulje; dekoracija je vrlo važna za secesiju, a uključuje cvjetne motive (pupove), vitice, listove, geometrijske oblike. Vrlo je važna i asimetričnost jer se na taj način ostvaruje dinamika u dizajnu. Najčešće se koristi kovano željezo ili mjed za dekoraciju i pojedinosti na namještaju, a među najpopularnijim detaljima ističe se vitraj. Sve je vrlo stilski dotjerano, otmjeno i odmjereno.⁴¹

Osim secesije, u hotelu *Palace* prisutan je i neorokoko stil koji je zapravo definicija komfora. Ono što je ključno za ovo razdoblje, svakako su dekorativnost, razvedenost formi, dopadljivost, društveni se život premješta u intimnije i manje salone, što je vidljivo i u hotelu *Palace* Zagreb.⁴²

I u sobama je prisutan duh prošlosti, odnosno secesijski i neorokoko stil, što se očituje u prozračnosti i prostranosti, tj. komforu čemu pridonose veliki prozori i prirodna svjetlost, sve je u blagim i svijetlim tonovima, zidovi su ukrašeni slikama te nezaobilaznim ogledalima. Namještaj je prilagođen prostoru, izrađen je od masivnog drva, a sami komadi namještaja djeluju vrlo impozantno. Jedna od prednosti ovog hotela jest činjenica da se nalazi u samom središtu glavnoga grada pa je gostima sve nadohvat ruke, a i okružen je predivnom prirodom koja dodatno pojačava osjećaj mirnoće i staloženosti.

Prostor restorana djeluje vrlo protočno i otvoreno, bez obzira što je ispunjen namještajem u secesijskom stilu. Stolovi su posloženi vrlo odmjereno, prostor je odlično koncipiran i ispunjen, a dodatno ga povećava prirodna svjetlost koja prodire kroz velike prozore, zidovi su svijetli u kombinaciji s tamnijim linijama koje su zapravo u boji drva, istoj kao i sam namještaj. Restoran

⁴⁰ Janson, H. W. i Janson, A. F.: **Povijest umjetnosti**, Stanek, Varaždin, 2005., str. 768 – 769.

⁴¹ Secesija: <https://nova-akropola.com/lijepe-umjetnosti/umjetnost/secesija/>, (7. 1. 2024.)

⁴² Rokoko – Muzej za umjetnost i obrt: <https://www.muo.hr/rokoko/> (27. 10. 2023.)

se posebno ističe svojom ponudom štrukli, ali i baštinskim jelovnikom koji svakog gosta šalje na putovanje kroz vrijeme.

Spoj prošlosti i sadašnjosti, odnosno tradicije i suvremenosti naglašava bogatstvo hotela Palace u Zagrebu. Osim toga, svoja vrata otvara i za one koji nisu gosti hotela, odnosno one koji žele osjetiti prave domaće okuse, a pritom se zabaviti i opustiti. Hotel je trenutno zatvoren zbog renovacije, no sasvim je sigurno da će ponovnim otvaranjem oduševiti sve sladokusce, kao i one željne opuštanja i odmora, ali i one koji spremaju nove poslovne projekte.

5.1.2. Obilježja hotelske ponude

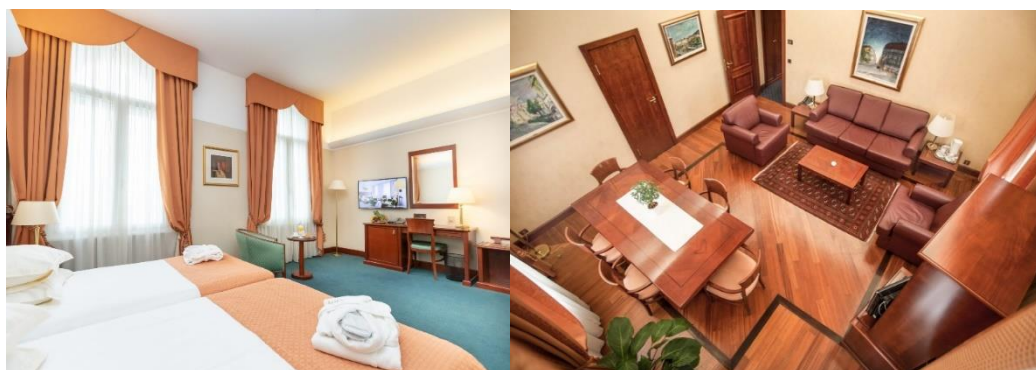
Hotel pruža veliki broj usluga zbog kojih se gosti osjećaju još više dobrodošlo jer znaju da su na prvome mjestu. Od tih se usluga mogu izdvojiti sljedeće:⁴³

- Brza prijava i odjava gostiju
- Smještaj kućnih ljubimaca
- Usluga čuvanja djece
- Dječji krevet gratis
- Antialergijski jastuci na upit gosta
- Sobe s hidromasažnom kadom i kupkom po želji gosta
- Ugovaranje posebnih cijena za duži boravak
- Parkiralište za automobile i autobuse uz hotel
- Besplatan WIFI
- Pay TV
- Transfer od/do aerodroma
- Usluga pranja i glačanja rublja.

Od velikoga je značaja i prednosti činjenica da su u hotel dobrodošli i kućni ljubimci te da i za njih postoji adekvatan smještaj kako bi i njihovi vlasnici, ali i oni sami, mogli besprijekorno uživati u svom odmoru. Također, jedna od prednosti je svakako i mogućnost pružanja usluge čuvanja djece koja su u sigurnim rukama djelatnika, a za njih, u sklopu hotela, pripremaju se zabavne i zanimljive aktivnosti kako bi se djeca osjećala sigurno, bezbrižno i kao kod kuće.

⁴³ Ibidem, (27. 10. 2023.)

Slika 5. Soba u hotelu Palace Zagreb



Izvor: službene stranice hotela Palace Zagreb, <https://palace.hr/rooms/apartman/>, (27. 10. 2023.)

Zasad hotel Palace raspolaže i sadrži 118 luksuzno opremljenih soba, tri apartmana, dva poluapartmana toplog secesijskog „retro-chic“ interijera. Sobe i apartmani dijele se na comfort, superior sobe, junior apartmane, klasične apartmane i suite diplomatique koji je posebno opremljen za poslovne goste. U cijenu noćenja uključen je bife doručak, a posluga u sobu može se tražiti u razdoblju od 7 do 23 sata.⁴⁴

Comfort sobe zapravo su standardne sobe u veličini od 16 do 22 m². Moguće je birati između jednokrevetne, dvokrevetne sobe ili sobe s bračnim krevetom. Sve su uređene u skladu s ostatkom hotelskog interijera. Veći stupanj komfora i luksuza pružaju superior sobe. Osim veće površine od 30 m², gostima se nude i dodatni sadržaji poput kućnog ogrtača, papuča i kvalitetne kozmetike. Junior apartman prostire se na 45 m², gostima se nudi dvokrevetna soba s mogućnošću izbora između dva odvojena ili jednog bračnog kreveta. Također, prostor je podijeljen u dva dijela; jedan se dio odnosi na spavaći, a drugi je primaći. Jedan od sadržaja ovog apartmana jest raskošna kupaonica. Apartmani se pak prostiru na 60 m², što omogućuje pružanje velike spavaće sobe s king size krevetom, primaćeg dijela koji sadrži vlastiti balkon. Ovaj tip apartmana idealan je i za poslovne goste koji žele održati manje poslovne sastanke ili seminare. Suite Diplomatique (predsjednički apartman) ističe se svojim luksuzom i raskošnošću na površini od 65 m² te kao takav pruža nezaboravno iskustvo. Naime, ovaj je apartman uređen po uzoru na pravi donjogradski stan s pogledom na Zrinjevac. Apartman se

⁴⁴ Hotel Palace Zagreb: <https://www.via-mea.com/product/4219/hotel-palace-zagreb-kontinentalna-hrvatska-hoteli?!=HR>, (27. 10. 2023.)

sastoji od predsoblja, spavaće sobe, dnevnog boravka s balkonom i prostrane kupaonice. Također, postoji opcija spajanja apartmana sa susjednom sobom.⁴⁵

Slika 6. Dnevni boravak u predsjedničkom apartmanu u hotelu Palace



Izvor: službene stranice hotela Palace Zagreb, <https://palace.hr/rooms/suite-diplomatique/>, (27. 10. 2023.)

Hotel uključuje i bogatu gastronomsku ponudu u kojoj, osim gostiju hotela, mogu uživati i oni koji ne odsjedaju u hotelu. Restoran je namijenjen i za razne svečane domjenke, bankete, koktel zabave. Ambijent restorana vrlo je topao i ugodan te kao takav dodatno potiče mogućnost uživanja u gastronomskim delicijama.⁴⁶

⁴⁵ Hotel Palace Zagreb: <https://palace.hr/>, (27. 10. 2023.)

⁴⁶ Hotel Palace Zagreb: <https://palace.hr/kavana-restoran>, (27. 10. 2023.)

Slika 7. Restoran hotela Palace u Zagrebu



Izvor: službene stranice hotela Palace Zagreb, <https://palace.hr/kavana-restoran>, (27. 10. 2023.)

Hotel Palace nudi i usluge wellnessa, točnije wellnessa i fitnessa. Wellness centar Mei nudi usluge masaže, njege lica, tijela, ruku, nogu, depilacije i saune. Ove usluge nisu namijenjene isključivo hotelskim gostima, već svima koji se žele opustiti u jednoj oazi mira u centru glavnoga grada. S druge je strane fitness centar koji je namijenjen gostima hotela, a cjenovno je uključen u cijenu smještaja. Gosti mogu birati između velikog broja kvalitetnih sprava, a mogu se osloniti i na stručno osoblje teretane od 0 do 24 h.

Hotel Palace jedan je od idealnih primjera hotela koji pripadaju hrvatskoj baštini i kulturnom naslijeđu. Osim izvrsne lokacije, hotel uspješno balansira između tradicije i suvremenog vremena te na taj način privlači različite tipove gostiju. Osim gostiju, neke usluge pruža i ljudima koji ne odsjedaju u hotelu, što je još jedna velika prednost u poslovanju. Iako je hotel trenutno zatvoren zbog renoviranja, sasvim je sigurno da će ubrzo ponovno otvoriti svoja vrata i oduševiti goste svojim osvježanim izgledom.

5.2. Odabrani primjer hotela baština - Hotel Vestibul Palace Split

Hotel Vestibul Palace u Splitu svoju priču započinje jednom rečenicom – riječ je o prostoru koji je za sebe izgradio car Dioklecijan. Rijetko se koji hotel može pohvaliti ovakvom promocijom i marketingom, a svaki gost svojim dolaskom postaje sastavni dio priče Dioklecijanove palače.

5.2.1. Obilježja i specifičnosti građevinskog objekta i urbanističke sredine

Kao što je prethodno u radu spomenuto, vestibul je u doba cara predstavljao predvorje; spajao je ulaz s glavnim dijelom palače. Tako danas hotel Vestibul, koji je izgrađen upravo na vestibulu, predstavlja ulaz u priču i palaču staru 1700 godina.

Slika 10. Prikaz hotela Vestibul Palace iz zraka



Izvor: službene stranice hotela Vestibul Palace Split, <https://storiescroatia.com/hotel/vestibul-palace/>, (28. 10. 2023.)

Prema slici br. 10 vidljivo je kako hotel zaista predstavlja ulaz, tj. predvorje koje vodi prema Dioklecijanovoj palači s kojom je doslovno spojen kamenim zidom.

Vestibul i jest ulazni prostor koji je uobičajen za rimske kuće. Inače, vestibul u sklopu Dioklecijanove palače predstavlja građevinu četvrtastoga vanjskog i kružnog unutarnjeg tlocrta. Taj je dio zapravo raščlanjen u unutrašnjosti prostora na četiri polukružne niše, presvođen kupolom. Zid vestibula građen je posebnom tehnikom kao i ostale dvorane careva stana, a radi se o tehnici opus incertum koja zahtijeva da je zid obložen mramornim pločama, a svod kupole i pod mozaikom. Nažalost, ništa se od ukrasa nije uspjelo sačuvati, kao ni skulpture u nišama. Prema provedenoj rekonstrukciji zaključeno je da je krov bio ravnog i terasastog oblika i kao takav se nalazio iznad kupole. Vestibul u prizemlju ima križni tlocrt koji uključuje četiri pilona na koje su oslonjeni bačvasti svodovi. Ovakav spoj tlocrta bio je idealan

u doba cara Dioklecijana, osobito zbog križnog tlocrta koji je bio u poveznici sa sve četiri strane svijeta.⁴⁷

Hotel Vestibul Palace nudi jedinstveno povijesno iskustvo. Gosti hotela imaju priliku osjećati se poput pravog cara Dioklecijana, uživati u modernim delicijama koje su zapravo interpretacija antičkih recepata preuzetih iz poznate rimske kuharice *Apicius*. Također, gostima je, dok su okruženi kamenim zidinama iz rimskog doba, omogućeno pregledavati književnu povijest Splita i čitave Dalmacije na način na koji je to nekad davno radio sam car Dioklecijan u svojoj knjižnici. S obzirom da je hotel spojen s palačom, gosti hotela, ali i drugi turisti imaju mogućnost proći cijeli kompleks palače uz stručno vodstvo, točnije proći istim stazama po kojima su davno hodali brojni legionari, senatori, konkubine, carevi...⁴⁸

Inače, hotel je otvoren 2007., a izgrađen je na mjestu gdje su se nekad nalazile odaje cara Dioklecijana u kojima je spavao on i njegova obitelj. Radi se o hotelu s četiri zvjezdice koji je pod zaštitom UNESCO-a. Hotel obuhvaća tri etaže i sadrži sedam soba koje zbog originalnih kamenih zidova neodoljivo podsjećaju na vrijeme u kojem je živio car Dioklecijan. Svaka je soba posebna i originalna te predstavlja spoj tradicije i modernog. Za uređivanje hotela korišten je kamen, željezo, mramor, drvo, koža, staklo. Ubrzo nakon otvorenja, točnije 2010., hotel Vestibul Palace postaje dijelom svjetske elite u sklopu poznate grupacije „Small Luxury Hotels of the World“.⁴⁹

Ono što je dodatno privlačno turistima jest činjenica da se ovaj hotel nalazi u samom centru grada okružen brojnim drugim znamenitostima i različitim ponudama po mjeri svakoga gosta. Naime, u krugu od 20 do 500 m nalazi se Etnografski muzej Split, Peristil, Muzej grada Splita, spomenik Grgura Ninskog, Narodni trg – Pjaca, Jaman Art Centre, Live Museum Split, Trg Republike – Prokurative, Marjan.⁵⁰

Cijelo to okruženje počiva na temeljima bračkog i riječnog kamena, egipatskih stupova, opeke, svodova, kupola, vijencima... Nakon Dioklecijanove smrti palača je doživjela brojne promjene, no činjenica je da je ostala središnja točka oko koje se izgradio cijeli grad Split. Brojni stanovnici i obrtnici unutar zidina počeli su graditi svoje kuće i različite obrte. Na samom ulazu

⁴⁷ Marasović, T., Alujević, T.: „Dioklecijanov stan u splitskoj palači“, **Prostor** Vol. 15, No. 2, 2007., str. 172., 174., <https://hrcak.srce.hr/file/28871>, (7. 1. 2024.)

⁴⁸ Vestibul Palace hotel, Split: <https://storiescroatia.com/hotel/vestibul-palace/>, (28. 10. 2023.)

⁴⁹ <https://slh.com/europe/croatia/split>, (28. 10. 2023.)

⁵⁰ Booking.com: <https://www.booking.com/hotel/hr/vestibul-palace.hr.html>, (18. 2. 2024.).

danas je smješten luksuzni heritage hotel Vestibul Palace koji svakog gosta uvodi u povijesnu priču otkrivajući tajne iz vremena cara Dioklecijana.

5.2.2. Obilježja hotelske ponude

Hotel je specifičan i jedinstven već po svojoj priči iz prošlosti, no bilo je potrebno tu priču povezati s novim, modernim strujanjima u turizmu, u čemu je hotelsko rukovodstvo i uspjelo.

Što se tiče smještajnih jedinica, podijeljene su na dvije standardne dvokrevetne sobe, tri superior dvokrevetne sobe, jedan mali i jedan veliki apartman. Standardne dvokrevetne sobe sadrže francuski ležaj, storijsku kupaonicu s tušem i WC-om. Superior sobe također imaju francuski ležaj, dvije od soba imaju kupaonicu s kadom, dok treća ima kupaonicu s tušem. Mali apartman uključuje king size krevet, sjedeću garnituru, klima uređaj s posebnom regulacijom, kadu, WC, direktnu telefonsku liniju, LCD TV... Veliki apartman također sadrži francuski ležaj koji je postavljen na galeriji, dnevni boravak, dodatni ležaj, kadu, WC, direktnu telefonsku liniju, mini bar...⁵¹

Slika 11. Veliki apartman u Vestibul Palace hotelu



Izvor: službene stranice hotela Vestibul Palace Split, <https://vestibulpalace.com/rooms/veliki-apartman/?portorder=menu>, (28. 10. 2023.)

U svakoj sobi/apartmanu s jedne je strane naglasak na svjetlosti, odmjerivosti, umjerenosti, ukusu, protočnosti, otvorenosti prostora, svijetlim nijansama zidova u kombinaciji s modernim namještajem, a s druge se strane naglašava povijesna priča koju *pričaju* kameni zidovi te

⁵¹ Vestibul Palace hotel, Split: <https://vestibulpalace.com/>, (28. 10. 2023.).

povijesno okruženje. Zaista je impresivno vidjeti kako se nešto moderno i suvremeno naprosto stopilo s tradicijom i bogatom poviješću grada Splita.

Osim usluge smještaja, hotel nudi i restoranske usluge. U restoranu Magnus stvaraju se iznimni okusi po mjeri svakog gosta, a pritom se spajaju lokalni i avangardni okusi uz bogatu vinsku listu na kojoj se nude najbolja regionalna i nacionalna vina. Osoblje restorana koristi organske sastojke koji se dostavljaju iz zaleđa i dalmatinskih otoka. Restoran je dobio naziv po Magnusu Severusu koji je nakon pada Salone pobjegle stanovnike vratio u palaču.⁵²

Restoran se odlikuje istim načinom uređenja kao i ostatak hotela. Krase ga prepoznatljive kamene zidine, drveni namještaj, svjetlost, odmjerenost i stilsko uređenje.

Slika 12. Restoran Magnus



Izvor: službene stranice hotela Vestibul Palace Split, <https://vestibulpalace.com/hr/restoran/>, (28. 10. 2023.)

Hotel Vestibul Palace surađuje s dva sestrinska objekta, Villom Dobrić i Residence by Vestibul Palace. Zajedno broje 15 stalnih i oko 10 sezonskih djelatnika. Od dodatnih usluga hotel Vestibul Palace pruža sljedeće:⁵³

- usluga recepcije 0 – 24 h
- usluga informatora
- zvučno izolirane sobe

⁵² Vestibul Palace hotel, Split – restoran: <https://vestibulpalace.com/hr/restoran/>, (28. 10. 2023.)

⁵³ Booking.com: <https://www.booking.com/hotel/hr/vestibul-palace.hr.html>, (28. 10. 2023.)

- glačanje i pranje rublja
- posluga u sobu
- čuvani privatni parking i garaža
- najam automobila
- prijevoz
- fotokopiranje
- faksiranje
- zaprimanje domaćih i stranih novina.

Izvornost, originalnost i inovacije jedan su od ključeva uspjeha. Upravo je to ono što predstavlja hotel Vestibul Palace u Splitu. Hotel je od svog otvorenja osvojio niz prestižnih nagrada koje su također pokazatelj i dokaz uspješnog hotelskog poslovanja, ali ono što najbolje potvrđuje razinu usluge i uspjeh svakako su gosti koji se iznova vole vratiti u odaje kojima je nekada davno hodao sam car Dioklecijan.

6. ZAKLJUČAK

Povijest je čovječanstvu ostavila golemo naslijeđe koje je dugi niz godina *živjelo* u sjeni, no u posljednje vrijeme sve češće izlazi na vidjelo. Zahvaljujući turistima koji cijene i poštuju sve ono što je prošlost ostavila za sadašnje i buduće generacije turizam se počeo razvijati u smjeru kulture i baštine.

Važno je održavanje međuodnosa kulture i turizma. Obje strane mogu ponuditi mnogo i time doprinijeti, prije svega, lokalnoj zajednici na globalnoj razini. Turistička destinacija koja ima potencijala razviti kulturni turizam svakako će prihvatiti tu priliku. Kulturni turizam i njegov razvoj uz sve veći rast broja turista sa sobom donosi niz pozitivnih i negativnih posljedica. Međutim, negativna se slika vrlo brzo može preoblikovati u pozitivnu uz pomno i razumno planiranje kojim se neće ugroziti lokalno stanovništvo ni kulturna baština.

Od najjačih prednosti suživota turizma i kulture svakako treba izdvojiti ekonomski rast i jačanje lokalne zajednice, poticanje lokalnih obrtnika i stvaranje te proizvodnja lokalnih proizvoda temeljenih na zdravoj i domaćoj proizvodnji, spajanjem različitih kultura, ljudi, jezika, mišljenja, poticanje na edukacije i dodatno obrazovanje turista i lokalne zajednice, podizanje svijesti o važnosti očuvanja kulturne baštine.

Međuodnos kulture i turizma predstavlja iznimno složenu i međusobnu vezu koja obogaćuje te ima značajan utjecaj i na lokalnu i na globalnu zajednicu. Što se više putuje, to se češće dolazi i do kulturnih razmjena, a turizam u tom smislu, ne samo da omogućuje ljudima da istraže i dožive različite kulture, već i potiče međukulturno razumijevanje, prihvaćanje, uvažavanje, dijalog i suradnju.

Ključno je uspostaviti održivi pristup turizmu koji poštuje i podržava lokalne kulture, čime se osigurava da turistički razvoj bude izvor međusobnog poštovanja, prosperiteta i očuvanja kulturne raznolikosti. U konačnici, međuodnos kulture i turizma predstavlja važan most koji povezuje ljude širom svijeta, gradeći mostove razumijevanja i otvarajući vrata za zajednički rast i razvoj. Turizam koji se temelji na kulturi podiže razinu kvalitete osnovnog proizvoda te imidža određene destinacije, produljuje boravak turista, potiče lokalnu i regionalnu proizvodnju, stvara nove tržišne mogućnosti. S druge pak strane kultura na temelju turizma ostvaruje veće prihode kojima može zaštititi i obnavljati kulturnu baštinu, stvara nove opcije, bolje kontrolira korištenje kulturnih resursa i popularizira kulturnu baštinu.

Republika Hrvatska ima bogatu povijest i ostavštinu koja je također potaknula razvoj hotela baštine. Mnogo je palača, utvrda i ostalih građevina koje su oblikovane i prenamijenjene u hotele baštine, a mnogo je građevina koje tek čekaju na takvu jednu obnovu. U ovome je radu naglasak na kulturnom turizmu i hotelima baštine. Baština je nešto što sve više privlači sve veći broj turista, a to je vidljivo i po broju hotela baština koji su rasprostranjeni diljem cijelog teritorija Republike Hrvatske. Kako hoteli baština posluju te na koji su način organizirani, prikazano je na primjeru hotela Palace u Zagrebu i hotela Vestibul Palace u Splitu.

Vidljiv je uspjeh poslovanja koji ovi hoteli temelje na spoju tradicije i prošlosti. Kulturni turizam većinom privlači starije turiste, no modernizacija je privukla i mlađu skupinu posjetitelja. Kako bi se taj trend nastavio, tako je važno da hoteli, pored klasičnih, uobičajenih usluga pružaju neke dodatne usluge, a koje su u vezi s razdobljem u kojem je pojedini hotel baština nastao.

U takvu ponudu spadaju hotel Palace u Zagrebu i hotel Vestibul Palace u Splitu. Oba hotela reprezentativni su primjeri bogate ponude hotela baštine. Primjerice, hotel Palace u Zagrebu tipičan je primjer spoja modernog i tradicionalnog. Njegova je posebnost još veća s obzirom na arhitektonska ostvarenja u stilu rokoka i secesije. Svojim gostima osigurava udobnost te visoku razinu kvalitete pružanja usluga. Hotel zbog svoje povijesne podloge ima i kulturnu vrijednost za grad Zagreb. Prednost mu je svakako lokacija. Nalazi se u samom centru Zagreba, što gostima olakšava obilazak muzeja, kazališta, parkova, restorana, trgovina i sl.

Hotel Vestibul Palace u Splitu svoju jedinstvenost duguje činjenici što se nalazi u sklopu Dioklecijanove palače, što je ujedno i najbolja promidžba te poziv za goste jer je Dioklecijanova palača povijesni i arhitektonski fenomen. Lokacija hotela je specifična te gostima pruža nezaboravno iskustvo unutar zidina starih 1700 godina. Hotel je moderniziran i luksuzno izgrađen, no i dalje su prisutni elementi antičke arhitekture. Gosti mogu uživati u različitim uslugama, a s obzirom na to da se hotel nalazi u centru, olakšano im je razgledavanje grada i drugih znamenitosti te zanimljivosti. Navedeno, s naglaskom na važnost povijesne i slavne podloge, gostima pruža jedinstvenu priliku da Split dožive na jedan sasvim drugačiji način.

Ako se navedeni hoteli promatraju iz perspektive turističke eksploatacije, činjenica je da su na dobrom putu jer koriste svaku priliku ne bi li postigli veći uspjeh. Trude se održavati povijesnu i tradicionalnu sliku, ali drže korak sa suvremenošću. Upravo takav spoj prošlosti i sadašnjosti, ali i analiziranje turističkog tržišta rezultiraju pozitivnim učinkom na poslovanje oba hotela.

Hotel Palace u Zagrebu i hotel Vestibul Palace u Splitu dokaz su i jedan od pokazatelja da u Republici Hrvatskoj postoji postava hotela baštine koje sasvim sigurno očekuje svijetla budućnost.

Literatura

Knjige

Demonja, D.: **Kulturni turizam: hrvatska iskustva**, Institut za međunarodne odnose, Zagreb, 2011.

Geić, S.: **Menadžment selektivnih oblika turizma**, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.

Janson, H. W. i Janson, A. F.: **Povijest umjetnosti**, Stanek, Varaždin, 2005.

Jelinčić, D. A.: **Abeceda kulturnog turizma**, MeandarMedia, Zagreb, 2008.

Jelinčić, D. A.: **Kultura u izlogu**, Meandar, Zagreb, 2010.

Kečkemet, D.: **Robert Adam – Dioklecijanova palača i klasicizam**, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 2003.

Pavia, N.: **Menadžment procesnih funkcija u hotelijerstvu**, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, 2009.

Vojnović, N.: **Prirodna osnova i turizam**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2017.

Časopisi, priručnici i ostalo

Dujmović, M.: „Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu“, **Socijalna ekologija: journal for environmental thought and sociological research = Socijalna ekologija: Zeitschrift für Umweltgedanken und soziologische Forschung**, Vol. 28, No. 2, 2019., str. 145 – 161, <https://hrcak.srce.hr/clanak/327225>, (9. 10. 2023.)

Golja, T. i Lekić, R.: „Destinacijski menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma kontinentalne Hrvatske – primjer destinacije Križevci“, **Studia Polensia**, Vol. 9, No. 1, 2020., str. 103 – 141, <https://hrcak.srce.hr/file/358379>, (23. 1. 2024.)

Gredičak, T.: „Kulturna baština u funkciji turizma“, **Acta turistica nova**, Vol. 2, No. 2, 2008., str. 205 – 234, <https://hrcak.srce.hr/clanak/67705>, (9. 10. 2023.)

Hrvatin, M., Tobok Kandić, S.: **Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytellingom**, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2019., str. 1 – 76,

https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucnik_PT_hrv.pdf, (9. 10. 2023.)

Jelinčić, D. A.: „Turizam vs. identitet: Globalizacija i tradicija“, **Etnološka istraživanja**, Vol. , No. 11, 2006., str. 161 – 183, <https://hrcak.srce.hr/file/58284>, (24. 1. 2024.)

Letica, M. M.: „Kulturna baština i njezino vrednovanje u održivome turizmu: Suživot s turizmom između autentičnosti i simulacije“, **Portal hrvatskoga kulturnog vijeća**, 2022., <https://www.hkv.hr/izdvojeno/vai-prilozi/i-lj/letica-marito-mihovil/40712-m-m-letica-kulturna-bastina-i-njezino-vrednovanje-u-odrzivome-turizmu.html>, (23. 1. 2024.)

Magaš, D., Vodeb, K. i Zadel, Z.: **Menadžment turističke organizacije i destinacije**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018., str. 1 – 196, https://fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Magas_Vodeb_Zadel_Menadzment_turisticke_organizacije_i_destinacije.pdf, (24. 1. 2024.)

Marasović, T., Alujević, T.: „Dioklecijanov stan u splitskoj palači“, **Prostor** Vol. 15, No. 2, 2007., str. 154 – 179, <https://hrcak.srce.hr/file/28871>, (7. 1. 2024.)

Pančić Kombol, T.: „Kulturno naslijeđe i turizam“, **Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin**, No. 16-17, 2006., str. 211 – 226, <https://hrcak.srce.hr/clanak/13290>, (9. 10. 2023.)

Ricl, J.: „Kulturni turizam kroz prizmu globalizacije“, **Hrvatsko društvo kulturnog turizma**, 2013., <https://crocultour.com/2013/11/21/kulturni-turizam-kroz-prizmu-globalizacije/>, (24. 1. 2024.)

Ricl, J.: „Transmoderni turizam“, **Hrvatsko društvo kulturnog turizma**, 2013., <https://crocultour.com/2013/12/11/transmoderni-turizam/>, (24. 1. 2024.)

<https://slh.com/europe/croatia/split>, (28. 10. 2023.)

Stanković, M.: „Sociološko istraživanje turizma“, **Revija za sociologiju**, Vol. 15, No. 1-2, 1985., str. 75 – 82, <https://hrcak.srce.hr/file/229690>, (23. 1. 2024.)

Stipanović, C.: „Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije“, **Ekonomski misao i praksa**, Vol. 27, No. 1, 2018., str. 231 – 247, <https://hrcak.srce.hr/clanak/297765>, (9. 10. 2023.)

Tomljenović, R.: **Strategija razvoja kulturnog turizma – Od turizma i kulture do kulturnog turizma**, Institut za turizam, Zagreb, 2003., str. 1 – 38, <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-KulturnogTurizma.pdf>, (9. 10. 2023.)

Tomljenović, R., Boranić Živoder, S.: **Akcijski plan razvoja kulturnog turizma**, Institut za turizam, Zagreb, 2015., str. 1 – 43, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf, (25. 10. 2023.)

Web stranice

Booking.com, <https://www.booking.com/hotel/hr/vestibul-palace.hr.html>, (28. 10. 2023., 18. 2. 2024.)

Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=64410>, (27. 10. 2023.)

Guidelines for classification of heritage hotels, https://www.fhrai.com/document/mot_guidelines/Guidelines_for_Classification_of_Heritage_Hotels.pdf, (26. 10. 2023.)

Ministarstvo turizma i sporta, <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>, pristupljeno 27. 10. 2023.

Rokoko – Muzej za umjetnost i obrt, <https://www.muo.hr/rokoko/> (27. 10. 2023.)

Secesija, <https://nova-akropola.com/lijepe-umjetnosti/umjetnost/secesija/>, (7. 1. 2024.)

Hotel Vestibul Palace Split, <https://www.omh.hr/hr/hotel/hotel-vestibul-palace/459>, (27. 10. 2023.)

Hotel Palace Zagreb, <https://palace.hr/>, pristupljeno 27. 10. 2023.

Vestibul Palace hotel, Split, <https://storiescroatia.com/hotel/vestibul-palace/>, (28. 10. 2023.)

Vestibul Palace hotel, Split, <https://vestibulpalace.com/>, (28. 10. 2023.).

Hotel Palace Zagreb, <https://www.via-mea.com/product/4219/hotel-palace-zagreb-kontinentalna-hrvatska-hoteli?l=HR>, (27. 10. 2023.)

Popis ilustracija

Popis shema

Shema 1. Stupnjevitost baštine.....	3
-------------------------------------	---

Popis slika

Slika 1. Prikaz hotela Palace Zagreb izvana.....	6
Slika 2. Salon u hotelu Palace Zagreb.....	6
Slika 3. Hotel Vestibul Palace Split.....	7
Slika 4. Hotel baština – Hotel Palace Zagreb.....	31
Slika 5. Soba u hotelu Palace Zagreb.....	34
Slika 6. Dnevni boravak u predsjedničkom apartmanu u hotelu Palace.....	35
Slika 7. Restoran hotela Palace u Zagrebu.....	36
Slika 8. Prikaz hotela Vestibul Palace iz zraka.....	38
Slika 9. Veliki apartman u Vestibul Palace hotelu.....	40
Slika 10. Restoran Magnus.....	41

Popis priloga

Prilog 1. Prikaz heritage hotela u Republici Hrvatskoj (na dan 1. 9. 2023.).....	51
--	----

Prilog 1: Prikaz heritage hotela u Republici Hrvatskoj (na dan 1. 9. 2023.)

HOTEL BAŠTINA (HERITAGE)											
Rbr.	Objekt i kategorija	Sjedište objekta (ulica i mjesto)	Subjekt (koji posluje s objektom, naziv, ulica i mjesto)	Soba	Broj smještajnih jedinica					Kreveta	Županija
					Obiteljskih soba	Hotelskih apartmana	Studio apartmana	Apartmana	Ukupno		
2	5* I HOTEL BAŠTINA (HERITAGE)			48	0	12	0	0	60	112	
	Puteus Palace	Trg Sv. Jeronima 4, Pučišća	KREDENCA d.o.o., Bajagić 11, Obrovac Sinjski	15					15	30	Splitsko-dalmatinska
	Palace Elisabeth Hvar Heritage Hotel	Trg Sv. Stjepana 5, Hvar	SUNČANI HVAR d.d., Hvar, Ive Miličića 3	33		12			45	82	Splitsko-dalmatinska
27	4* I HOTEL BAŠTINA (HERITAGE)			700	1	29	0	0	730	1242	
	La Grisa	La Grisa 23, Bale	LA GRISA d.o.o., La Grisa 23, Bale	20		2			22	41	Istarska
	San Rocco	Ulica Srednja 2, Brtonigla	PRIMIZIA d.o.o., Bunarska 2, Brtonigla	13		1			14	28	Istarska
	Wine & Heritage	Kanal 30, Motovun	ROXANICH d.o.o.,	30		2			32	64	Istarska

	Hotel Roxanich		Kosinožići 26, Nova Vas								
	Arbiana	Obala kralja Petra Krešimira IV br. 12, Rab	ARBIANA d.o.o., Ante Starčevića b.b., Pleternica	25		5			30	57	Primorsko- goranska
	Remisens Premium Heritage Hotel	Opatija, Ulica maršala Tita 124/3	LIBURNIA RIVIERA HOTELI d.d., Ulica maršala Tita 198, Opatija	121					121	221	Primorsko- goranska
	Heritage Hotel Stypia	Strosmmay erovo šetalište 42, Crikvenica	JADRAN d.d. Bana Jelačića 16, Crikvenica	22		3			25	57	Primorsko- goranska
	Kukuriku	Trg Lokvina 3, Kastav	KUKURIKU d.o.o., Trg Matka Laginje 1A, Kastav	15					15	30	Primorsko- goranska
	Bastion	Bedemi zadarskih pobuna 13, Zadar	BOUTIQUE HOTELI ZADAR d.o.o., Bedemi zadarskih pobuna 13, Zadar	23		4			27	54	Zadarska
	Art hotel Kalelarga	Ulica majke Margarite 1, Zadar	ZADAR GRADNJA d.o.o., Široka ulica 6, Zadar	10					10	20	Zadarska

	Almayer Art Hotel	Braće Bersa 2, Zadar	PELAGOS d.o.o., Braće Bersa 2, Zadar	9					9	18	Zadarska
	Life Palace	Trg šibenskih palih boraca 1, Šibenik	TATAMI TRADE d.o.o., Put Žnjana 3/H, Split	17					17	34	Šibensko-kninska
	Heritage Hotel King Krešimir	Dobrić 2, Šibenik	UNIQUE PROPERTY GROUP d.d., Kranjčevićeva 45, Split	8					8	14	Šibensko-kninska
	Armerun	Obala palih omladinaca 6, Šibenik	MAXILARI d.o.o., Obala palih omladinaca 6, Šibenik	14					14	26	Šibensko-kninska
	Vestibul Palace	Iza Vestibula 4, Split	ECCO ING d.o.o., Kralja Zvonimira 65A, Split	7					7	12	Splitsko-dalmatinska
	Pašike	Splitska 4, Trogir	HOTEL PAŠIKE, Splitska 4, Trogir	12		1			13	21	Splitsko-dalmatinska
	Diocletian - Jupiter	Ilirske akademije 6, Split	"MEDITERAN", Grljevačka 30, Podstrana	40					40	80	Splitsko-dalmatinska
	XII Century Heritage Hotel	Mornarska 23, Trogir	HOTEL TROGIR d.o.o.,	13		2			15	32	Splitsko-dalmatinska

			Put Salduna 3, Trogir								
	Marmont	Zadarska 13, Split	ORDESA d.o.o., Pazdigradska 8, Split	21		1			22	44	Splitsko- dalmatinska
	Bifora Heritage Hotel	Lučica 11, Trogir	CALABASAS d.o.o., Lučica 11, Trogir	15					15	27	Splitsko- dalmatinska
	Vila Sikaa	Obala kralja Zvonimira 13, Trogir	Obrt za turizam, ugostiteljstvo i usluge VILA SIKAA, vl. Ante Runtić, Obala kralja Zvonimira 13, Trogir	11					11	20	Splitsko- dalmatinska
	Dea	Hvar, Hvarskih bratovština 4	SATULIJA, obrt za turizam, ugostiteljstvo i trgovinu, ortaci Marin Čikeš i Mate Udovičić, Hvarskih bratovština 4, Hvar	8					8	10	Splitsko- dalmatinska
	Palace hotel Zagreb	Strossmayerov trg 10, Zagreb	PALACE HOTEL ZAGREB d.d., Strossmayerov trg 10, Zagreb	120		3			123	153	Grad Zagreb
	Time Out Heritage Hotel Zagreb	Ilica 16 i 16/1	PONTUS CAMPUS d.o.o.,	49					49	71	Grad Zagreb

			Tomićeva 5A, Zagreb								
	Dvorac Gjalski	Zabok, Gredice Zabočke 7	ZAGORSKI DVORAC DVA d.o.o., Gregurovec 5, Gregurovec	19	1				20	41	Krapinsko- zagorska
	Frankopan	Ivana Gorana Kovačića 1, Ogulin	MCR d.o.o., Ivana Gorana Kovačića 1, Ogulin	16		5			21	36	Karlovačka
	Kurija Janković	Kapela Dvor 22, Kapela Dvor	TERRA SLAVONICA d.o.o., Trg Ljudevita Patačića 1, Virovitica	18					18	31	Virovitičko- podravska
	Hotel Dvorac Jurjevec	Jurjevac 41, Lekenik	MARE NOSTRUM d.o.o., Brežane Lekeničke, Lekenik	24					24	48	Sisačko- moslavačka
1	3* I HOTEL BAŠTINA (HERITAG E)			12					12	22	
	Tragos	Budislaviće va 3, Trogir	TRAGOS, obrt za ugostiteljstvo i turizam, vl.Jerko Žunić, Budislavićeva 3, Trogir	12					12	22	Splitsko- dalmatinska
29	BEZ ZVJEZDIC A			445	8	73	0	0	528	1052	

	Chersin	Piazza Grande 8, Fažana	KERŠIN TURIZAM d.o.o., Piazza Grande 8, Fažana	4					4	10	Istarska
	Villa Valdibora	Silvano Chiurco 8, Rovinj	MAJON d.o.o., Bregovita 1, Rovinj	12		6			18	35	Istarska
	Angelo D Oro	V.Švalbe br. 38-42, Rovinj	PROFICIO d.d., Draškovićeve 12, Zagreb	22	1				23	40	Istarska
	Martis Forum	Trg Marafor 9, Poreč	TITUS VERUS d.o.o., Trg Marafor 9, Poreč	16					16	32	Istarska
	Forza	Kralja Zvonimira 98, Baška	FORZA BAŠKA d.o.o., Kralja Zvonimira 98, Baška	16					16	32	Primorsko-goranska
	Balatura	Mali Sušik 2, Tribalj	METAFORA d.o.o., Mali Sušik 2/A, Tribalj	9		1			10	18	Primorsko-goranska
	Maškovića Han	Marina 1, Vrana	HAN 2020 d.o.o., Franje Tuđmana 45, Vrana - Pakoštane	14		2			16	32	Zadarska
	Tisno	Zapadna Gomilica 8, Tisno	MALE VOLE do.o., Kroz Smrdečac 5, Split	8		1			9	20	Šibensko-kninska

	Piazza Heritage Hotel	Kraj Sv. Marije 1, Split	SENSA d.o.o., Šetalište Pape Ivana Pavla II 21, Split	15					15	30	Splitsko-dalmatinska
	Martinis Marchi	Put Sv. Nikole 51, Maslinica	H.L. DVORAC do.o., Put Sv. Nikole 51, Maslinica	5		2			7	16	Splitsko-dalmatinska
	Palača Judita	Narodni trg 4, Split	KNJIŽARA MORPURGO 1860 d.o.o. Narodni trg 16, Split	7					7	14	Splitsko-dalmatinska
	Sv. Križ	Šetalište Anđelka Rabadana 4, Bol	BLIZINA d.o.o., Ulica Dr. Franje Tuđmana bb, Kaštel Kambelovac	21		4			25	45	Splitsko-dalmatinska
	Palace Suites	Narodni trg 13, Split	JADREŠKO NEKRETNINE d.o.o., Narodni trg 13, Split	14					14	28	Splitsko-dalmatinska
	Antique Split	Poljana Grgura Ninskog 1, Split	HISTORY d.o.o., Poljana Grgura Ninskog 1, Split	8					8	16	Splitsko-dalmatinska
	19	Solurat 12, Split	A SOLE d.o.o., Ostravska 1, Split	7					7	14	Splitsko-dalmatinska
	Lemongarden	Perića kala 1, Sutivan	ILIĆ DVOR HOTEL d.o.o., Sutivan	3		22			25	58	Splitsko-dalmatinska

	Park	Sveti Marak 2, Hvar	GRIP d.o.o., Sveti Marak 2, Hvar	1		14			15	32	Splitsko-dalmatinska
	Villa Split	Zadarska 1, Bajamontijeva 5, Split	GARO TURIZAM d.o.o., Ivankova 25, Stobreč	9					9	18	Splitsko-dalmatinska
	Cardo	Dioklecijanova 2, Split	LINO d.o.o., Put Žnjana 3E, Split	5					5	68	Splitsko-dalmatinska
	Santa Lucia	Narodni trg 1, Split	PJACA ROSA d.o.o., Narodni trg 1, Split	34	1				35		Splitsko-dalmatinska
	Camera Hotel	Jerina 4, Split	MODERNA d.o.o., Jerina 4, Split	3	2	1			6	16	Splitsko-dalmatinska
	Porin	Marineta 2, Makarska	ELECTUS HOTELI d.o.o., Marineta 2, Makarska	10		1			11	22	Splitsko-dalmatinska
	Emotheo Heritage Hotel	Ante Starčevića 20, Imotski	EMOTHEO HOTEL d.o.o., Ante Starčevića 20, Imotski	12	4				18	44	Splitsko-dalmatinska
	Heritage Hotel Kaštelet	Dračevica 35, Tučepi	SUNCE HOTELI d.d., Radnička cesta 43, Zagreb	21		7			28	54	Splitsko-dalmatinska
	Fermai	Livanjska 5, Split	QUATRO COMPANY d.o.o., Makarska ulica 20, Split	33		2			35	70	Splitsko-dalmatinska

	Amadria Park Capital	Jurišićeva 22, Zagreb	MILENIJ HOTELI d.o.o., Viktora Cara Emina 6, Opatija	72					72	144	Grad Zagreb
	Manda Heritage Hotel	Draškovićeva 15a, Zagreb	SEKVOJA PROJEKT d.o.o., Pavla Hatza 7, Zagreb	18		7			25	49	Grad Zagreb
	Hotel Dvorac Bežanec	Valentinov o 55, Pregrada	HOTEL DVORAC BEŽANEC d.o.o., Valentinovo 55, Pregrada	16		3			19	40	Krapinsko- zagorska
	Dvorac Kutjevo	Kutjevo	AGRAM TIS d.o.o., Ulica grada Vukovara 282, Zagreb	30					30	55	Požeško- slavonska
59				1205	9	114	0	0	1330	2428	

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta, <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>, pristupljeno 27. 10.

2023.