

Prenamjena kulturno povijesne baštine u hotele - nova konkurentnost

Vidić, Leonarda

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:288602>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-07**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

LEONARDA VIDIĆ

**PRENAMJENA KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U HOTELE – NOVA
KONKURENTNOST**

Diplomski rad

Pula, Rujan 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

LEONARDA VIDIĆ

**PRENAMJENA KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U HOTELE – NOVA
KONKURENTNOST**

Diplomski rad

JMBAG: 03180037094, redoviti student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Suvremeno hotelijerstvo kulturnog turizma

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, Rujan 2022. godine



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



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobriće 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 Dobriće 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

| | |
|--|----|
| Uvod | 1 |
| 1. Metodologija rada | 1 |
| 1.1 Hipoteza | 1 |
| 1.2 Predmet rada..... | 2 |
| 1.3 Cilj rada | 2 |
| 1.4 Izvori i metode prikupljanja podataka | 2 |
| 2. Pregled i popunjenost hotela u Republici Hrvatskoj..... | 3 |
| 2.1 Pregled hotelske ponude Republike Hrvatske..... | 3 |
| 2.2 Pregled hotelske ponude Istarske županije | 4 |
| 2.3 Pregled hotelske ponude grada Pule | 5 |
| 2.4 Usporedba podataka Hotelske ponude na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini | 6 |
| 2.5 Popunjenost hotela..... | 7 |
| 3. Određenje pojma kulturne baštine..... | 11 |
| 3.1 Podjela kulturne baštine | 12 |
| 3.2 Nematerijalna kulturna baština | 12 |
| 3.3 Materijalna kulturna baština..... | 13 |
| 3.4 Nepokretna kulturna dobra | 13 |
| 4. Zakonske odredbe o očuvanju i prenamjeni baštine..... | 15 |
| 4.1 Stupnjevitost kulturne baštine..... | 15 |
| 4.2 Prenamjena kulturnog dobra | 17 |
| 4.3 Vlasništvo nad kulturnim dobrom | 17 |
| 4.3.1 Obaveze vlasnika kulturnog dobra | 17 |
| 4.3.2 Ograničavanje prava vlasništva..... | 18 |
| 4.3.3 Prava vlasnika kulturnoga dobra | 19 |
| 4.3.4 Kupoprorodaja kulturnog dobra | 20 |
| 4.4 Koncesija kulturnog dobra | 21 |
| 5. Prenamjena građevina u svrhu održivog turizma..... | 24 |
| 5.1 Ekološke prednosti prenamjene nepokretne baštine u Hotele | 27 |
| 6. Primjeri dobre prakse prenamjene kulturno povijesne baštine u hotele u Hrvatskoj i svijetu..... | 29 |

| | |
|--|----|
| 6.1. Hotel Holzner..... | 29 |
| 6.2 Hotel Chersin..... | 32 |
| 6.3 Idejni plan prenamjene dvorca Matzenauer u butique hotel | 33 |
| 6.4 Hotel Maškovića Han | 36 |
| 6.5 Heritage hotel Jupiter | 37 |
| 6.6 Usporedba ponude i digitalnog marketinga hotela baštine | 39 |
| 7. Studija slučaja: Prijedlog prenamjene Vojarne Vladimir Gortan u hotel | 43 |
| 7.1 Lokacija i pristup destinaciji | 43 |
| 7.2 SCEPTICAL analiza | 44 |
| 7.3 Analiza mikrokruženja | 47 |
| 7.3.1 Dobavljači | 47 |
| 7.3.2 Poduzeće – Hotel Vladimir Gortan | 48 |
| 7.3.3 Konkurenti | 49 |
| 7.3.4 Marketinški posrednici | 52 |
| 7.3.5 Kupci | 53 |
| 7.4 Dizajn i sadržaji hotela | 53 |
| 7.4.1 Dizajn eksterijera | 54 |
| 7.4.2 Dizajn interijera..... | 54 |
| 7.5 Procjena investicije..... | 57 |
| 7.6 Osvrt na studiju slučaja | 58 |
| Zaključak | 59 |
| Popis literature..... | 61 |
| Popis slika | 64 |
| Popis tablica | 65 |
| Sažetak..... | 66 |
| Summary | 67 |

Uvod

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Već dugi niz godina Hrvatska je turistički orijentirana zemlja te je turizam uvjerljivo najsnažnija gospodarska grana.

Jedan od problema ovog rada je uspostavljanje ponovne uporabe graditeljskog nasljeđa odnosno kulturne baštine za suvremene potrebe, a što je ujedno i jedna od ključnih sastavnica modela održivog razvoja i temeljno je načelo u kreativnoj strategiji očuvanja baštine. Održivi razvoj već dugo predstavlja imperativ za naprednija društva koja žele uravnotežiti ekonomski rast i održivi razvoj.

Kroz ovaj će se rad provesti istraživanje prenamjene kulturno povijesne baštine u hotele, te će na kraju rada biti provedena studija slučaja. Studija slučaja bit će prijedlog projekta prenamjene napuštene vojarnje Vladimir Gortan u Puli u hotel.

Rad je koncipiran na način da je prvo poglavlje posvećeno metodologiji izrade samog rada, u kojoj su navedeni hipoteza, metode istraživanja, predmet i cilj rada.

Drugo se poglavlje odnosi na pregled hotelske ponude Republike Hrvatske, u kojem je najprije dat pregled cjelokupne hotelske ponude na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini relevantnoj za kasniju studiju slučaj. Na posljetku je provedena analiza popunjenosti hotela kako bi se utvrdila potreba za novim smještajnim kapacitetima ovog tipa.

Treće se poglavlje fokusira na definiranje pojma kulturne baštine, raščlanjivanje baštine te utvrđivanje na koji se tip kulturne baštine istraživanja provedena u radu odnose. U ovome je radu naglasak na nepokretnu materijalnu baštinu, pošto se u nju svrstava građevinsko nasljeđe.

U četvrtom su poglavlju analizirani zakoni koji se odnose na kulturnu baštinu. U svijetu je najpoznatija organizacija za zaštitu kulturne baštine UNESCO, no odredbe zaštite i očuvanja kulturne baštine također su utvrđene raznim aktima i konvencijama. U Republici Hrvatskoj kulturna je baština zaštićena Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, koji je donesen u skladu s ostalim relevantnim aktima Vijeća Europske unije, Europskog parlamenta te je u poglavlju dan kratak pregled članaka

koji određuju uvjete prenamjene, kupoprodaje, koncesije i vlasništva nad kulturnim dobrom.

Peto poglavlje odnosi se na održivi razvoj i zeleno gospodarstvo koje je danas sve potrebnije pogotovo u turizmu, gdje je protok ljudi konstantan te je zagađenje neizbježno. U ovom se poglavlju postavlja usporedba zelenog i linearnog gospodarstva te se pokazuje kako se prenamjenom postojeće baštine može uvelike smanjiti zagađenje.

U šestom su poglavlju prikazani primjeri dobre prakse prenamjene kulturno povijesne baštine u hotele, te su za primjere navedeni Hoteli Chersin, Jupiter i Hotel Maškovića Han u Hrvatskoj, te Park hotel Holzner u Italiji. Također je naveden i konceptualni plan prenamjene derutnog dvorca Matzeanuer u Sloveniji u boutique hotel. U ovom su poglavlju predstavljeni navedeni hoteli, te su analizirani njihovi sadržaji i digitalna promocija koju provode.

Sedmo je poglavlje studija slučaja. Predstavljen je prijedlog prenamjene vojarne Vladimir Gortan u hotel s tri zvjezdice. Provedena je kratka analiza projektnog područja, analiza makrookruženja i mikrookruženja, zamišljeni dizajn hotela i u grubo procjena investicije. Kako ova studija slučaja nije sam predmet rada, u prijedlogu projekta navedene su samo najosnovnije značajke za vizualizaciju koncepta prenamjene.

Rad je zaokružen zaključkom u kojem se utvrđuje jesu li postavljene hipoteze, te se utvrđuje li potvrđene ili opovrgnute te se zaključci potkrepljuju primjerima iz rada.

1. Metodologija rada

U ovom će se poglavlju razraditi znanstvena metodologija koja se koristi u nastavku ovog diplomskog rada.

1.1 Hipoteza

Postoje razne definicije hipoteze, a jedna od njih glasi: “hipoteza je znanstvena pretpostavka postavljena za objašnjenje neke pojave koju treba provjeriti i dokazati (ili opovrgnuti) da bi postala vjerodostojna znanstvena teorija ili znanstveni zakon¹”.

Temeljni izvori hipoteze su:

1. Nužnost proširenja spoznaje
2. Potreba stalnog provjeravanja aktualnosti stečenih spoznaja
3. Potreba prevladavanja nedostataka već stečenih spoznaja

Tijekom postavljanja hipoteze nužno je pokušavati postaviti dobro tj. Valjanu hipotezu. To je isključivo ona hipoteza koja je adekvatna predmetu istraživanja, do je adekvatna hipoteza ona koja je provjerljiva i potvrđljiva teorijsko-praktičnim postupkom.

U ovome radu hipoteze su sljedeće:

H1 – prenamjenom kulturno povijesne baštine u hotel sprječava se propadanje

H2 – postoji potreba za povećanjem smještaja u hotelima

H3 – proces prenamjene kulturne baštine u hotele težak je zbog zakonskih ograničenja

¹ Zelenika, R. (2000.): *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka. Ekonomski fakultet u Rijeci. Str.114.

1.2 Predmet rada

Predmeti znanstvenih istraživanja ovise o znanstvenom području, znanstvenoj grani, znanstvenom polju, znanstvenom ogranku, tj. o problemu ili pak cilju istraživanja. U ovom je slučaju predmet istraživanja bila prenamjena kulturne baštine u hotele te nova konkurentnost koja se ovom praksom postiže – izravni konkurenti postaju heritage hoteli.

1.3 Cilj rada

Cilj ovog diplomskog rada je ustanoviti postoji li potreba za povećanjem primarnih smještajnih kapaciteta. definirati baštinu i zakonske okvire koji definiraju uvjete prenamjene baštine i postupanja njome, te istražiti primjere dobre prakse na osnovu kojih će se izraditi studija slučaja.

1.4 Izvori i metode prikupljanja podataka

Pri izradi ovog rada korištene su metode deskripcije, metoda analize, komparativna metoda i statistička metoda. Izvori koji su korišteni za izradu ovog rada jesu stručna literatura, zakoni Republike Hrvatske i stručni članci.

2. Pregled i popunjenost hotela u Republici Hrvatskoj

Popunjenost smještajnih kapaciteta važan je podatak jer se iz njega vidi preraspodjela turista po smještajnim kapacitetima, odnosno gdje je ili će u budućnosti potrebno više kapaciteta. Za potrebe ovog rada, istražit će se specifično popunjenost hotela.

Podatci koji su korišteni u nastavku ovog poglavlja su iz 2019 i 2020. godine. Unatoč pozitivnom trendu turizma Hrvatske u zadnjem desetljeću, u obzir moraju uzeti okolnosti vezane za COVID-19 pandemiju koja je započela na jesen 2020. i nastavila se kroz 2021. godinu, zbog koje je mobilnost bila ograničena i strože regulirana. Zbog izvanrednih okolnosti situacije koja je zahvatila turističku sezonu 2021. godine, podatci vezani za nju nisu korišteni.

2.1 Pregled hotelske ponude Republike Hrvatske

Prema pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, pod ugostiteljski objekt hotel podrazumijeva se poslovni objekt kojim posluje ugostitelj, odnosno pravna ili fizička osoba registrirana za obavljanje ugostiteljske djelatnosti u skupini hoteli, ili pravna osoba koja nije ugostitelj, ali prema uvjetima propisanim zakonom za ugostiteljsku djelatnost². U sljedećoj tablici (tab. 1.) bit će prikazana struktura hotela prema njihovoj kategorizaciji u Hrvatskoj prema podacima iz 2020. godine.

² Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli*, Narodne novine br. 88/7, https://mint.gov.hr/UserDocImages/dokumenti/160721_pravilnik_hoteli2016.pdf (pristup: 15. 09. 2022.)

Tablica 1. Struktura hotelske ponude u Republici Hrvatskoj iz 2020. godine

| Kategorizacija | Ukupno objekata | Ukupan broj smještajnih jedinica | Ukupan broj postelja |
|------------------------------|-----------------|----------------------------------|----------------------|
| 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 u Republici Hrvatskoj | 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> (15. 09. 2022.)

Kako je iz tablice vidljivo, najzastupljeniji su hoteli s tri i četiri zvjezdice. Hotela s dvije i pet zvjezdica ima neproporcionalno malo. Najmanje ima hotela s pet zvjezdica kojih je samo 47. Slijede ih hoteli s dvije zvjezdice kojih je 49. Što se tiče hotela s tri zvjezdice, broj vrtoglavo raste na čak 312 objekata, a najzastupljeniji su hoteli s četiri zvjezdice kojih ima ukupno 335.

2.2 Pregled hotelske ponude Istarske županije

Nakon analize strukture i broja hotela u Republici hrvatskoj, potrebno je iste podatke primijeniti na regionalnoj i lokalnoj razini. Što se tiče Istarske županije, hotelski kapaciteti i njihova struktura prikazani su u tablici 2.

Tablica 2 . Kategorizacija hotelske ponude u Istarskoj županiji u 2020. godini.

| Kategorizacija | Ukupno objekata | Ukupan broj smještajnih jedinica | Ukupan broj stalnih kreveta |
|-----------------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|
| 2* | 8 | 1 332 | 7 817 |
| 3* | 45 | 4 044 | 8 015 |
| 4* | 46 | 7 960 | 15 664 |
| 5* | 6 | 819 | 1 509 |
| Ukupno u Istarskoj županiji | 105 | 14 155 | 33 005 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (15. 09. 2022.)

Kako je po brojkama iz tablice vidljivo, struktura gotovo da i nije promijenjena u usporedbi sa strukturom na Državnoj razini. Jedna mala razlika je to što su u slučaju Istarske županije najmanje zastupljeni hoteli s pet zvjezdica kojih ima samo šest, slijede ih hoteli s dvije zvjezdice s osam objekata, zatim hoteli s tri zvjezdice. Najzastupljeniji su i dalje hoteli s četiri zvjezdice.

2.3 Pregled hotelske ponude grada Pule

Nakon provedbe analize hotelske ponude na regionalnoj razini, slijedi ista analiza na lokalnoj razini. Važnost ove analize je u osviještenosti o potencijalnoj konkurenciji. To znači da je potrebno raditi analizu hotelske strukture ne samo u gradu Puli nego i u potencijalnim konkurentskim destinacijama u neposrednoj blizini. Hotelska struktura grada Pule prikazana je u tablici 3.

Tablica 3. Kategorizacija hotela u gradu Pula u 2020. godini

| Kategorizacija | Ukupno objekata | Ukupan broj smještajnih jedinica | Ukupan broj stalnih kreveta |
|-------------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|
| 2* | 2 | 282 | 564 |
| 3* | 8 | 507 | 1 125 |
| 4* | 2 | 364 | 759 |
| 5* | 1 | # | 13 |
| Ukupno Grad Pula | 13 | 1 153 | 2 461 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (16. 09. 2022.)

2.4 Usporedba podataka Hotelske ponude na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini

Nakon provedene analize hotelske ponude u prethodna tri poglavlja, podatci će skupno biti prikazani u tablici (tab. 4.) brojčano i u postotcima. Ovakav prikaz olakšava usporedbu i iščitavanje podataka.

Tablica 4. Prikaz usporedbe hotelske ponude na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini

| Kategorizacija | Republika Hrvatska | | Istarska županija | | Grad Pula | |
|----------------|--------------------|------------|-------------------|------------|-------------|-----------|
| | % | Broj. | % | Broj | % | Broj. |
| 2* | 7% | 49 | 7% | 8 | 16% | 2 |
| 3* | 42% | 312 | 43% | 45 | 61% | 8 |
| 4* | 45% | 335 | 44% | 46 | 16% | 2 |
| 5* | 6% | 47 | 6% | 6 | 7% | 1 |
| Ukupno | 100% | 743 | 100% | 105 | 100% | 13 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (pristup: 22.09.2022)

Iz tablice je vidljivo da je preraspodjela hotelske ponude prema kategorizaciji u Republici Hrvatskoj i Istarskoj Županiji vrlo slična. Udio hotela od dvije i pet zvjezdica jednak je, dok se preraspodjela hotela od tri vrlo malo razlikuje, tek za jedan posto.

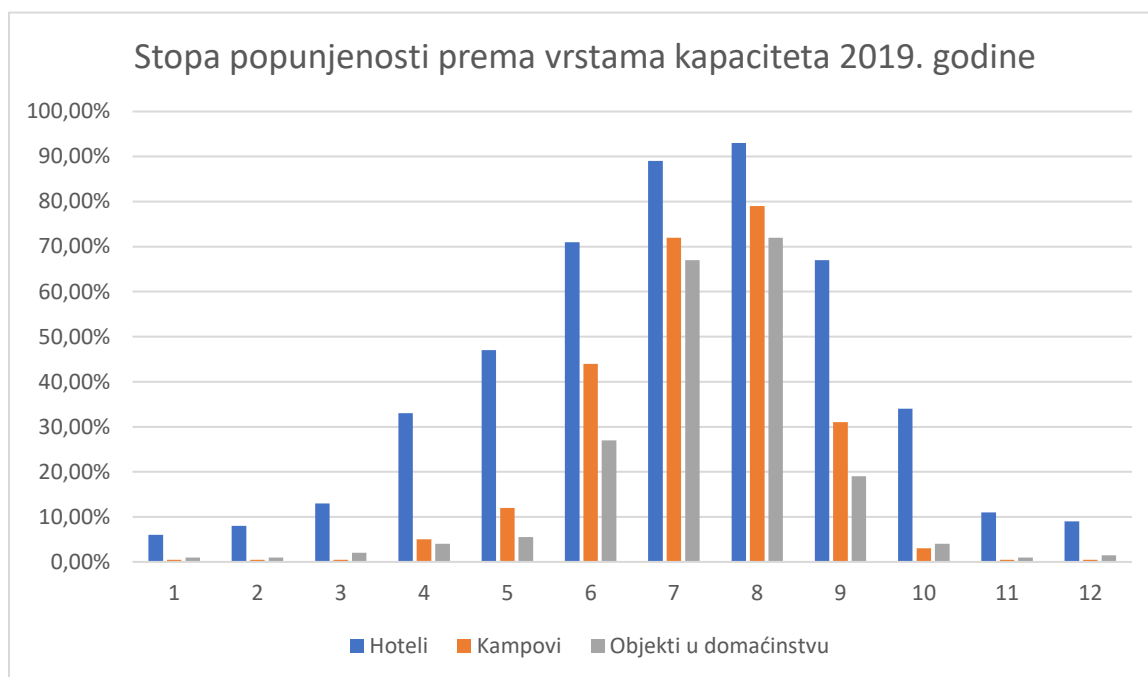
Pri analizi lokalne ponude, vidi se da grad Pula ima znatno više hotela od tri zvjezdice nego svih ostalih hotela. Kao i u Republici Hrvatskoj i Istarskoj županiji, hotela od pet zvjezdica i dalje je najmanje.

Sagledavajući ukupnu ponudu na sve tri razine, vidi se da je najviše hotela s tri i četiri zvjezdice. Ovakva ponuda ukazuje na tržišno pozicioniranje Hrvatske kao destinacije za turiste srednje platežne moći, te je vidljivo da ima potencijala za obogaćivanje ponude i stavljanja fokusa na luksuzniju ponudu u budućnosti.

2.5 Popunjenost hotela

Iz ukupnog pregleda popunjenosti za sve vrste smještajnih kapaciteta po mjesecima u 2019. (sl. 1., tab.5), vidljiv je najpozitivniji trend hotela, koji su ostvarili solidan rast stopa popunjenosti u pred i posezoni u usporedbi s 2016. godinom, dok popunjenost u glavnoj sezoni uglavnom stagnira (budući da je već i tijekom 2016. popunjenost bilježila rezultate bliske vršnim prihvatnim mogućnostima). Popunjenost u vrhuncu sezone bila je čak malo veća 2016. godine u usporedbi s 2019. godinom (sl. 3, tab. 6.).

Slika 1: Stopa popunjenosti prema vrstama kapaciteta 2019. godine



(Izvor: Hrvatska turistička zajednica³)

Tablica 5. Stopa popunjenosti prema vrstama kapaciteta 2019. godine

| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10. | 11. | 12. |
|-----------------------|------|------|-------|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| Hoteli | 6% | 8% | 13% | 33% | 47% | 71% | 89% | 93% | 67% | 34% | 11% | 9% |
| Kampovi | 0,5% | 0,5% | 0,5 % | 5% | 12% | 44% | 72% | 79% | 31% | 3% | 0,5% | 0,5% |
| Objekti u domaćinstvu | 1% | 1% | 2% | 4% | 5,5% | 12% | 44% | 72% | 19% | 4% | 1% | 1,5% |

(Izvor: Hrvatska turistička zajednica)

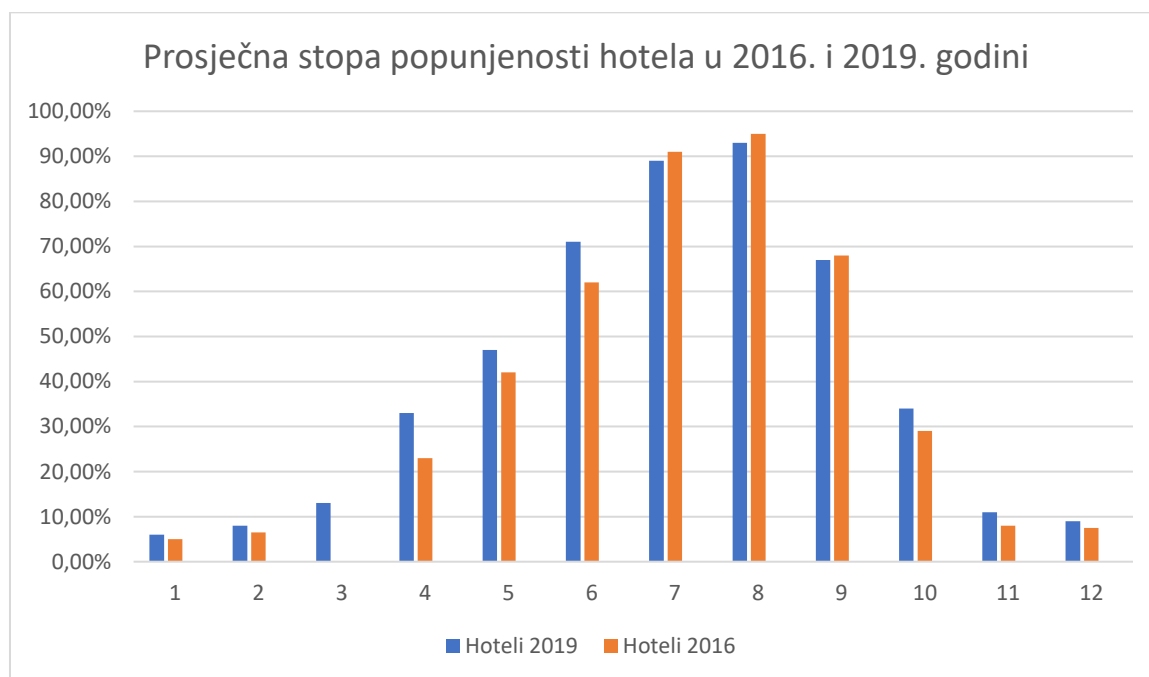
Iz navedenog grafikona i tablice vidljivo je da hoteli kao vrsta smještajnog kapaciteta imaju najveću popunjenost tijekom cijele godine, dok u vrhuncu sezone dolaze vrlo blizu maksimalnim prihvatnim kapacitetima, odnosno prelaze stopu popunjenosti od 90%.

³ Popunjenost smještajnih kapaciteta 2021. *Hrvatska turistička zajednica*. URL: <https://www.htz.hr/> (pristup: 22.09. 2022.)

Kampovi bilježe bolju popunjenost u lipnju, u nešto manjoj mjeri u vrhuncu sezone (u prvom redu u srpnju), ali dijelom i tijekom posezone (rujan, listopad).

Kod obiteljskog smještaja viša stopa popunjenosti započinje u lipnju te raste do rujna, nakon čega naglo opada.

Slika 2: Prosječna stopa popunjenosti hotela u 2016. i 2019. godini u Republici Hrvatskoj



(Izvor: Hrvatska turistička zajednica)

Tablica 6: Prosječna stopa popunjenosti hotela u 2016. i 2019. godini u Republici Hrvatskoj

| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10. | 11. | 12. |
|-------------|-----|------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Hoteli 2019 | 6% | 8,1% | 12,9% | 34% | 46,8% | 71,2% | 89,2% | 93,7% | 66,5% | 34,4% | 10,6% | 9,0% |
| Hoteli 2016 | 5% | 6,5% | 12,5% | 23,4% | 42% | 62,4% | 90,8% | 94,9% | 67,8% | 28,9% | 8,3% | 7,6% |
| Trend | +1% | +1,6 | +0,4% | +10,6% | +6,8% | +8,8% | -1,6% | -1,2% | -1,3% | +5,5% | +2,3% | +1,4% |

(Izvor: Hrvatska turistička zajednica)

Kada se sagledaju podatci iz sa slike 3. i tablice 6., koji pokazuju usporedbu popunjenosti hotela u Republici Hrvatskoj u 2016. i 2019. godini, vidljiv je generalno pozitivan trend u popunjenosti hotela u Republici Hrvatskoj.

Porast u popunjenosti prisutan je u devet mjeseci u godini. Valja naglasiti da su mjeseci koji bilježe negativan trend srpanj, kolovoz i rujan, koji su ujedno i tri od četiri najjača mjeseca turističke sezone. Naizgled je turistička sezona 2019. godine bila malo slabija od turističke sezone 2016., no kada se uzme u obzir rast popunjenosti od 8,8% u lipnju, vidljivo je da je sezona 2019. godine sveukupno bila uspješnija.

Predsezona i postsezona bilježe kontinuiran trend rasta, te se može zaključiti da su inicijative za produljenje turističke sezone zadnjih nekoliko godina uspješne. Niže cijene hotelskih soba, manifestacije van sezone i ulaganje u turizam izvan okvira Hrvatske obale zasigurno su pridonijele ovom trendu.

3. Određenje pojma kulturne baštine

Pojam kulturne baštine je širok i stoga je njegovo poblize određenje ima mnoštvo definicija. Naime, pojmovi „kultura“ i „baština“, od kojih je taj pojam sastavljen, vrlo su široki. Pojam "kultura" korijene vuče iz latinske riječi *cultura* koja znači obrađivanje zemlje, poštovanje i oplemenjivanje, te se u originalnom smislu riječi odnosio na proces obrađivanja zemlje. Pojam s vremenom poprima šire značenje, te ga je 1871. godine definirao engleski antropolog Edward Burnett Taylor, kazavši da je kultura složena cjelina koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, pravo običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek postigao kao član društva⁴.

Prema Marasoviću, kultura „obuhvaća ukupnost tvorbi ili pojava u materijalnom i duhovnom životu svakoga naroda i čovječanstva u cjelini“, dok pod baštinom podrazumijeva „nasljeđe koje preci ostavljaju potomcima“⁵. Prema tome, Marasković kulturnu baštinu smatra kao „dostignuća što su nam preci ostavili u jeziku i književnosti, graditeljstvu i likovnim umjetnostima, uključujući narodnu umjetnost, u glazbi, kazalištu, filmu, znanosti i u drugim područjima koja zajedno čine ukupnost kulture“⁶.

Pojam baština je, u feudalnome pravu, imovina (u prvom redu nekretnina) koju je netko naslijedio od predaka. "Također se naziva i *baščina* (lat. *bona hereditaria*). Pojam obuhvaća očevinu i djedovinu. Tradicionalno se nasljeđivala muškom linijom. Baštinik u pravilu ne može njome slobodno raspolagati, već je smije otuđiti samo u slučaju nužde ili radi nabave nekretnine veće vrijednosti, a uz poštovanje prava prvokupa rođaka"⁷

Iz navedene definicije vidljivo je da kada se pojmovi kultura i baština spoje u sintagmu, oni najjednostavnije, predstavljaju materijalna i nematerijalna dobra čovječanstva koje su ostavili predci. Kulturna baština može diferencirati na mnogo načina, što će biti opisano u nastavku rada, uz fokus na materijalnu nepokretnu baštinu.

⁴ Leksikonski zavod Miroslav Krleža. URL: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34552> (pristup: 7. 09. 2022.)

⁵ Marasović, T., *Kulturna baština*, sv. I. Split, 2001. str. 9.

⁶ Isto.

⁷ Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=6230> (pristup: 07.09.2022.)

3.1 Podjela kulturne baštine

Baština, odnosno kulturna dobra mogu se dalje razvrstavati i dijeliti. Prema Floričić, "baština se razvrstava na prirodnu i društvenu, društvena kulturna baština može biti nematerijalna i materijalna". U nastavku rada bit će govora o ovoj diversifikaciji, uz fokus na materijalnu baštinu⁸. Bitno je uzeti u obzir da su nematerijalna i materijalna baština međusobno isprepletene, te da jedna drugoj daju .

3.2 Nematerijalna kulturna baština

Prema UNESCO-voj Konvenciji za zaštitu nematerijalne kulturne baštine nematerijalna baština definirana : „Pod tim nazivom razumijevaju se izrazi, umijeća, znanja, predstavljanja – kao i instrumenti, predmeti i kulturni prostori – koje društva, skupine, katkad i pojedinci, prepoznaju kao dio vlastite kulturne baštine.⁹“ Predstavlja vještine, običaje, ples, rituale, glazbu, znanja, zanate. Prema Carek, „nematerijalna baština po svojoj definiciji obuhvaća običaje, vjerovanja, znanja, vještine i pojavnosti duhovnog stvaralaštva koje se prenose predajom, a društva, grupe ili pojedinci prepoznaju ih kao svoju baštinu¹⁰“. U nju se ubrajaju i jezik, dijalekti, govori, usmena književnost, tradicijska umijeća i obrti, folklor u smislu plesa, glazbe igara i sl.

Hrvatski zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara je, u skladu s međunarodnim aktima i odredbama, nematerijalnu baštinu definirao kao;

„Nematerijalno kulturno dobro mogu biti razni oblici i pojave duhovnog stvaralaštva što se prenose predajom ili na drugi način, a osobito:

- jezik, dijalekti, govori i toponimika, te usmena književnost svih vrsta,
- folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, kao i druge tradicionalne pučke vrednote,

⁸ B. F. Tamara Floričić, ur. *Kulturna baština u turističkoj destinaciji: vrednovanje i održivi menadžment*. Pula; Medulin: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli; Općina Medulin, 2019. str. 2. URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:445094>. (pristup: 22.09.2022.)

⁹ UNESCO. Konvencija za zaštitu nematerijalne kulturne baštine. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540e.pdf> (pristup: 23.08.2022.)

¹⁰ Carek, R. (2004): Nematerijalna kulturna baština – UNESCO i njegova uloga. *Informatica museologica* 35, 3-4. str. 69.

- tradicijska umijeća i obrti“¹¹.

3.3 Materijalna kulturna baština

Materijalna baština može se podijeliti na prirodnu i stvorenu. Stvorena baština podrazumijeva građevine, povijesne lokalitete, artefakte i spomenike koji su vrijedni očuvanja, dok prirodna baština čini relevantan dio kulture, i podrazumijeva krajolike, okoliš, prirodne fenomene te životinjski i biljni svijet. Govoreći o stvorenoj materijalnoj baštini, ona se najjednostavnije može razvrstati u pokretnu i nepokretnu. Floričić navodi da pokretna ubraja umjetnine, namještaj, riznice, proizvode umjetničkoga obrta, etnografska, arhivska ili bibliotečna građa, dok nepokretna obuhvaća nepokretne spomenike i građevine: arheološka nalazišta, spomeničke cjeline, memorijalna područja i građevine, pojedinačne sakralne građevine, pojedinačne svjetovne zgrade i građevine te vrtnu arhitekturu“¹².

3.4 Nepokretna kulturna dobra

Prema Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, "nepokretno kulturno dobro može biti:

- grad selo, naselje ili njegov dio,
- građevina ili njeni dijelovi,
- memorijalno područje ili mjesto, spomenik, i obilježje u svezi s povijesnim događajima i osobama,
- arheološko nalazište ili zona, uključujući i podvodna nalazišta i zone,
- područje i mjesto s etnološkim i topografskim sadržajima,
- krajolik ili njegov dio koji sadrži povijesno karakteristične strukture, koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru,

¹¹ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/271022.html> (pristup: 07.09. 2022.)

¹² B. F. Tamara Floričić, ur. *Kulturna baština u turističkoj destinaciji: vrednovanje i održivi menadžment*. Pula; Medulin: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli; Općina Medulin, 2019. str. 3 URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:445094>. (pristup 22.09.2022.)

-vrtovi, perivoj i parkovi¹³. Za potrebe ovog rada pod kulturnom baštinom podrazumijevat će se nepokretna baština u smislu građevine ili dijela građevine.

¹³ Zakon-o-zaštiti-i-očuvanju-kulturnih-dobara, NN 62/20. URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara>, (pristup: 20.08.2022.)

4. Zakonske odredbe o očuvanju i prenamjeni baštine

Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara u Republici Hrvatskoj prvi put je donesen 1999. godine. U nejm su definirane vrste kulturnih dobara nad kojima se uspostavlja zaštita. Također je formiran registar kulturnih dobara o kojemu brine Ministarstvo kulture. a njime se definiraju vrste kulturnih dobara te se nad njima uspostavlja zaštita. U registar se upisuju kulturna dobra i njihova razina zaštite, koja može biti: zaštićena kulturna dobra, kulturna dobra od nacionalnog značaja te preventivno zaštićena dobra.

Zakonom je definirano kako vlasnici kulturnih dobara mogu i smiju postupati s njima, te njihove obveze i prava. Oblik vlasništva nad kulturnim dobrima može biti javno, privatno i civilno. Civilna i javna kulturna dobra uglavnom u cilju imaju educirati posjetitelje o samom dobru, dok su kulturna dobra u privatnom vlasništvu uglavnom usmjerena na ostvarivanje profita, ili zabavnog karaktera. Ovaj zakon štiti kulturna dobra bez obzira jesu li u privatnom, javnom ili civilnom vlasništvu

Pravna zaštita baštine je osim državnim zakonima regulirana i drugim međunarodnim i europskim aktima i zakonima. Iako postoje brojni međunarodni dokumenti u službi zaštite prirodne baštine, svakako je potrebno napomenuti Konvenciju za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine usvojenu 1970. godine. U nju je do danas upisano 1121 dobara, od kojih je 869 svrstano u kategoriju kulturnih, 213 prirodnih dobara te 39 mješovitih dobara.

4.1 Stupnjevitost kulturne baštine

Kulturna dobra mogu imati različite razine značaja te su podijeljena na:

- Kulturna dobra od svjetskog značaja,
- Kulturna dobra od nacionalnog značaja,
- Kulturna dobra od lokalnog značaja,
- Kulturna dobra od osobnog značaja.

Pod svjetskom baštinom podrazumijevaju se dobra koja su poznata širokoj javnosti. To su primjerice lokaliteti poput Stonehenge-a ili Londonskog Tornja u Ujedinjenom

Kraljevstvu, ili Dubrovačke zidine u Hrvatskoj¹⁴. Svjetska je baština karakteristična po tome što u posjetiteljima budi osjećaj strahopoštovanja, no ne budi osjećaje osobne vezanosti¹⁵ kao što je to slučaj s nacionalnom baštinom.

Nacionalna baština podrazumijeva spomenike, građevine i lokalitete od nacionalne važnosti. Nju karakterizira to što se povezuje s osjećajem nacionalnog identiteta, predstavlja nacionalne ideale i ponos. U smislu turizma, njena je uloga obrazovna te turisti žele saznati više o lokalitetu koji posjećuju¹⁶. Primjer nacionalne baštine jest Kip bana Josipa Jelačića u Zagrebu.

Lokalna baština je tipična za manje zajednice ili područja, te podrazumijeva one lokalitete koji na lokalnim razinama bude osjećaj povezanosti sa zajedničkom prošlošću.

Osobna baština se povezuje s emocionalnom povezanošću osobe za neki lokalitet. Na primjer, Rodna kuća Antonia Smareglie dio je osobne baštine njegove obitelji, no također spada i u lokalnu baštinu.

Adaptacija i prenamjena objekata kulturne baštine pravi je izazov za arhitekta i dizajnere koji žele inovativna rješenja. Uvijek postoji više od jednog odgovarajuće rješenje za obnovu zgrade. Obnova građevine ovisi o cilju, raspoloživim financijskim sredstvima i svim ostalim ograničenjima propisanim zakonom. Harmonija cilja obnove s kulturnim značajem same zgrade temelj je za dobar konačni rezultat obnove ili za pronalazak odgovarajućeg rješenja.

Projektanti, konzervatori i svi ostali konzultanti moraju kreativno zajedno pronaći prava rješenja kako bi razvili i implementirali najbolji projekt prenamjene u datim okolnostima.

¹⁴ UNESCO-ova lista svjetske baštine. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/> (pristup: 14.09.2022.)

¹⁵ Jelinčić, D.A. (2010.): Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima. Zagreb: Meandarmedia: Meandar,. Str. 21.

¹⁶ Isto.

4.2 Prenamjena kulturnog dobra

Mogućnost prenamjene kulturnih dobara u Republici Hrvatskoj ovisi o odredbama Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Kulturna dobra su u Republici Hrvatskoj pod nadzorom Ministarstva kulture i konzervatorskih ureda, proces prenamjene često je dug i mukotrpan. U ovom će se poglavlju istražiti zakonske regulative s kojim se potencijalni ulagači mogu susresti pri pokušaju prenamjene kulturne baštine.

Prema Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, članak 35. i 36. navode da namjenu i način uporabe nepokretnog kulturnog dobra utvrđuje nadležno tijelo rješenjem, a po prethodno pribavljenom mišljenju gradonačelnik Grada Zagreba, gradonačelnik ili općinski načelnik.

Nadalje, za promjenu namjene kulturnoga dobra vlasnik mora prethodno ishoditi odobrenje nadležnog tijela. Ako vlasnik kulturno dobro upotrebljava protivno namjeni i zbog toga učini štetu nad kulturnim dobrom, nadležna tijela mogu zahtijevati vlasnika da štetu otkloni povratom dobra u originalno (prijašnje) stanje, ako je to moguće¹⁷.

4.3 Vlasništvo nad kulturnim dobrom

U Zakonu o zaštiti Kulturnih dobara Republike Hrvatske, svako nepokretno ili pokretno kulturno dobro mora imati vlasnika. U slučaju da ono nema vlasnika, vlasnik se ne može utvrditi ili je nepoznat, tada vlasnikom postaje Republika Hrvatska¹⁸.

4.3.1 Obaveze vlasnika kulturnog dobra

U članku 20, Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara navodi da je "vlasnik kulturnoga dobra obavezan:

- Postupati s kulturnim dobrom s dužnom pažnjom, a osobito ga čuvati i redovito održavati,

¹⁷ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, NN 90/18, čl.18. URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara>, (pristup: 20.08.2022).

¹⁸ Isto.

- Provoditi mjere zaštite utvrđene ovim zakonom i drugim propisima
- O svim promjenama na kulturnom dobru, oštećenju ili uništenju, te o nestanku ili krađi kulturnoga dobra odmah, a najkasnije do sljedećeg dana obavijestiti nadležno tijelo,
- Dopustiti stručna i znanstvena istraživanja, tehnička i druga snimanja, kao i provedbu mjera tehničke zaštite,
- Omogućiti dostupnost kulturnoga dobra javnosti,
- Očuvati cjelovitost zaštićene zbirke pokretnih kulturnih dobara,
- Izvršavati sve druge obveze propisane Zakonom i drugim propisima¹⁹.

Nadalje, u članku 21. i 22. stoji da nadležno tijelo utvrđuje mjere zaštite kulturnog dobra. Ako vlasnik ne provodi propisanu mjeru u određenom roku, tu će mjeru provesti nadležno tijelo trošak vlasnika. Troškovi u svezi si očuvanjem i održavanjem kulturnog dobra i provedbom mjere zaštite na teret su vlasnika²⁰.

U slučaju da održavanje kulturnog dobra ili radovi na njegovom popravku, konzervaciji ili provedbi tehničkih mjera zaštite iziskuju izvanredne troškove koji premašuju redovite troškove održavanja i prihode ili druge koristi koje vlasnik ima od kulturnoga dobra, vlasnik ima pravo podnijeti zahtjev za naknadu izvanrednih troškova²¹.

4.3.2 Ograničavanje prava vlasništva

Ograničavanje vlasništva na kulturnom dobru može se sprovesti radi zaštite i očuvanja kulturnog dobra. Vlasništvo se može ograničiti u smislu posjeda, uporabe ili prometa kulturnim dobrom. Odredbe su definirane člancima 27. i 28. Zakona o zaštiti kulturnih dobara posjed kulturnog dobra može biti ograničen radi sljedećih stavki:

- dokumentiranja i istraživanja kulturnog dobra,
- provedbe mjere zaštite i očuvanja kulturnog dobra,

¹⁹ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, NN 90/18, Čl.20. URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara>, (pristup: 20.08.2022)..

²⁰ Isto, čl. 22.

²¹ Isto, čl 23.

-omogućavanja dostupnosti kulturnog dobra javnosti²².

Također, uporaba kulturnog dobra može se ograničiti radi sprječavanja promjene namjene kojom se kulturno dobro dovodi u opasnost Odredbe su navedene u članku 28., te se navodi da je moguće ograničiti promet kulturnim dobrom.

"Ograničenja prometa kulturnim dobrima jesu:

- posebne obveze prodavatelja kulturnog dobra, posrednika u kupoprodaji kulturnog dobra i kupca,
- pravo prvokupa,
- obveza povrata proračunskih sredstava uložениh u zaštitu i očuvanje kulturnog dobra prije njegove prodaje,
- ograničavanje uvoza, unošenja, izvoza i iznošenja kulturnog dobra"²³.

Također, zakonom je određeno kada postoji interes Republike Hrvatske za izvlaštenje kulturnog dobra, koja je definirana člankom 41. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. "Vlada Republike Hrvatske može donijeti odluku o utvrđivanju interesa Republike Hrvatske za izvlaštenje kulturnog dobra ako:

- prijeti opasnost od oštećenja ili uništenja kulturnog dobra, a vlasnik nema mogućnosti ili ne želi osigurati provedbu svih određenih mjera zaštite i očuvanja,
- Ako se na drugi način ne može osiguravati obavljanje arheoloških istraživanja i iskopavanja ili provedba mjera tehničke zaštite na kulturnom dobru,
- ako na drugi način nije moguće osigurati dostupnost kulturnog dobra za javnost"²⁴.

Izvlaštenje može biti potpuno i nepotpuno, te se može provesti privremeno oduzimanje posjeda nad kulturnim dobrom.

4.3.3 Prava vlasnika kulturnoga dobra

²² Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, NN 62/20. URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (pristup: 20.08.2022.)

²³ Isto.

²⁴ Isto.

Vlasnik kulturnog dobra ima pravo na naknadu u slučaju ograničenja prava vlasništva na kulturnom dobru. Prava vlasnika propisana su člankom 24. i člankom 25. Zakona o zaštiti kulturnih dobara. Članak 24. kazuje:

"Prava vlasnika kulturnog dobra, pored prava utvrđena posebnim zakonom i uz ograničenja ovim Zakonom jesu:

- Pravo na naknadu radi ograničenja prava vlasništva nad kulturnom dobru pod uvjetima propisanim ovim Zakonom,
- Pravo na porezne i carinske povlastice prema posebnom zakonu
- Pravo na stručnu pomoć nadležnog tijela radi pravilne zaštite i očuvanja kulturnog dobra na način propisan ovim Zakonom"²⁵.

Vlasnik kulturnog dobra ova prava stječe ako se pridržavao odredbi Zakona pri rukovanju i održavanju kulturnog dobra, a pravo na vlasništvo mu je uskraćeno iz drugih razloga.

4.3.4 Kupoprodaja kulturnog dobra

Kupoprodaja kulturnih dobara također je regulirana zakonom. Vlasnik koji namjerava prodati kulturno dobro zaštićeno posebnim rješenjem ili kulturno dobro unutar zaštićene kulturno povijesne cjeline upisane u Listu svjetske baštine ili Listu ugrožene svjetske baštine dužan ga je prije prodaje istodobno ponuditi Republici Hrvatskoj, županiji, Gradu Zagrebu, gradu ili općini na čijem se području to kulturno dobro nalazi navodeći cijenu i druge uvjete prodaje²⁶. U tom slučaju grad ili općina imaju pravo prvokupa u odnosu na županiju, Grad Zagreb ili Republiku hrvatsku, te na ponudu moraju odgovoriti u roku od 60 dana od primitka pisane ponude.

Prodavatelj kulturnog dobra kupca je obavezan informirati da je predmet prodaje zaštićeno kulturno dobro. Dužan je predložiti dokaz o vlasništvu kulturnog dobra, te na uvid dati isprave o odricanju od prava prvokupa drugih prethodno spomenutih tijela

²⁵ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, NN 152/14 URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara>(pristup: 20.08.2022.)

²⁶ Isto.

prema ovom Zakonu. Kupac kulturnog dobra je, u slučaju da je predmet prodaje pomično kulturno dobro, dužan nadležna tijela obavijestiti o lokaciji dobra nakon kupovine.

Ako vlasnik prodaje kulturno dobro u koje su uložena sredstva iz državnog fonda u svrhu zaštite, očuvanja ili obnove kulturnog dobra, tada mora voditi računa da na prodaju mora čekati pet godina, odnosno uložena sredstva vratiti u državni proračun ako se prodaja dogodi prije isteka vremenskog roka.

Kada vlasnik proda kulturno dobro protivno odredbama ovog Zakona, pravna osoba iz članka 37. (dakle, Republika Hrvatska, županija, Grad Zagreb, grad ili općini na čijem se području to kulturno dobro nalazi) može podnijeti tužbu za poništenje ugovora o kupoprodaji. Tužba se može se podnijeti u roku od 90 dana od dana saznanja da je sklopljen ugovor o kupoprodaji, a najkasnije pet godina od dana sklapanja ugovora²⁷.

4.4 Koncesija kulturnog dobra

Kulturna se dobra mogu dati i u koncesiju. U njemačkoj pravnoj teoriji neki teoretičari koncesiju određuju kao pravni odnos između države (koncedenta) i pravne ili fizičke osobe (koncesionara) u kojem država ustupa pravnoj ili fizičkoj osobi pravo iskorištavanja nekog prirodnog bogatstva ili obavljanje neke javne službe²⁸.

Koncesija je pravo koje se stječe ugovorom, a ona može biti:

"-Koncesija za gospodarsko korištenje općeg ili drugog dobra

-koncesija za radove

-koncesija za usluge²⁹".

U slučaju kada je objekt koji se daje u koncesiju kulturno dobro, koncesijom se stječe pravo na gospodarsko korištenje nepokretnoga kulturnog dobra ili pravo obavljanja gospodarskih djelatnosti u vezi s nepokretnim kulturnim dobrom koje je u

²⁷ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, NN 152/14 URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara>. (pristup: 17.09.2022.)

²⁸ Fischer P. (1974): Die internationale Konzession, Wien - New York, str. 35.

²⁹ Zakon o koncesijama. NN 69/17, 107/20. URL: <https://www.zakon.hr/z/157/Zakon-o-koncesijama> (pristup: 18.09.2022.)

vlasništvu Republike Hrvatske, županije, Grada Zagreba, grada ili općine³⁰. Na pitanja koncesije koja nisu definirana Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, valja konzultirati Zakon o koncesijama.

U članku 43.a Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara navedeni su uvjeti davanja kulturno-povijesne baštine, odnosno dobara u koncesiju:

"Ako je prije utvrđivanja svojstva kulturnog dobra ili preventivno zaštićenog dobra započet postupak radi davanja koncesije ili osnivanja prava građenja, prava služnosti, odnosno davanja u zakup prema posebnom propisu, neće se provoditi postupak davanja koncesije prema ovome Zakonu, pod uvjetom da se koncesionar, nositelj prava građenja, ovlašteni prava služnosti ili zakupoprimac obveže na provedbu uvjeta zaštite i očuvanja kulturnoga dobra koje je utvrdilo nadležno tijelo te način njihove provedbe. U vezi s pridržavanjem uvjeta zaštite i očuvanja kulturnoga dobra i posljedica kršenja tih uvjeta odgovarajuće se primjenjuju odredbe članka 43f i 43i ovoga Zakona.

Ako kulturno dobro čini dio određenog projekta zajedno s drugm nekretninom na kojoj se treba osnovati pravo građenja, pravo služnosti ili nekretninu treba dati u zakup prema posebnom propisu, za kulturno se dobro neće provoditi postupak davanja koncesije prema ovome zakonu te se može provesti postupak osnivanja prava građenja, prava služnosti, odnosno davanja u zakup prema posebnom propisu, pod uvjetom da se nositelj prava očuvanja kulturnoga dobra koje je utvrdilo nadležno tijelo te način njihove provedbe. U vezi s pridržavanjem uvjeta zaštite i očuvanja kulturnog dobra i posljedica kršenja tih uvjeta odgovarajuće se primjenjuju odredbe članka 43.f i 43.i ovoga Zakona³¹".

Prethodno spomenuti članci 43.f 43.i definiraju posebne okolnosti pri davanju kulturnog dobra u koncesiju.

Članak 43.f navodi da ugovor o koncesiji prestaje važiti uz uvjete koji su propisani Zakonom o koncesijama ili ako promjenom režima zaštite i očuvanja kulturnog dobra za koje je dana koncesija nastanu razlozi koji sprječavaju davanje, odnosno korištenje koncesije na kulturnom dobru.

³⁰ Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. NN 152/14. URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (pristup: 18.09.2022.)

³¹ Isto.

Članak 43.i tiče se koncesionara i mjera zaštite koje je on dužan provoditi. Koncesionar je dužan poduzimati mjere zaštite i očuvanja kulturnog dobra pod uvjetima propisanim Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara i na temelju njega donesenim propisima. Ako za vrijeme trajanja koncesije na kulturnom dobru nastanu promjene zbog kojih je potrebno ograničiti duljinu koncesije, te način njenog provođenja, koncesionar je dužan poduzeti sve radnje i mjere koje mu naloži nadležno tijelo.

Javna ustanova koja upravlja nekretnim kulturnim dobrom može dati koncesijsko odobrenje za obavljanje gospodarskih djelatnosti ili za korištenje kulturnog dobra kojim upravlja. U članku 43.j Koncesijsko odobrenje se može dati na najduže pet godina, i to za djelatnosti kojima se ne sprječava provedba mjera zaštite i očuvanja kulturnog dobra³². Nadalje, članak 43.k definira da za donošenje odluka o koncesijskom odobrenju duljem od 30 dana raspisuje se javni natječaj, a raspisuje ga javna ustanova koja kulturnim dobrom upravlja³³.

Na osnovi odluke o koncesijskom odobrenju zaključuje se ugovor o koncesijskom odobrenju, a korisnik je dužan prije zaključenja ugovora osigurati odgovarajuća jamstva glede provedbe mjera zaštite i očuvanja kulturnoga dobra koje je utvrdilo nadležno tijelo. Naknada za koncesijska odobrenja prihod su javne ustanove koja upravlja kulturnim dobrom³⁴.

³² Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, NN 152/14 URL: <https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara> (pristup: 18.09. 2022.).

³³ Isto.

³⁴ Isto.

5. Prenamjena građevina u svrhu održivog turizma

Zaštita nepokretne baštine je u javnom interesu. Graditeljska, odnosno nepokretna baština nije samo nešto od materijalne vrijednosti, već ona javnu korist donosi i u kulturnom, obrazovnom, razvojnom, simboličkom smislu. Očuvana kulturna baština je stoga jedan od stupova za održivo društvo, budući da izgrađuje osjećaj nacionalne pripadnosti i jača povezanost stanovništva s prostorom.

Očuvanje baštine, pogotovo u turističkom smislu stvara povoljne uvjete za ekonomski prosperitet u društvu, doprinosi zaštiti okoliša, aktivno stvara društvene veze. Osiguravanje korištenja ili uspostavljanje ponovne uporabe graditeljskog naslijeđa, odnosno nepokretne baštine ključna je komponenta različitih modela revitalizacije i razvoja kulturne baštine³⁵.

Europska strategija kulturne baštine za 21. stoljeće (Strategija 21) temelji se na već usvojenim načelima i odredbama prethodnih konvencija Vijeća Europe u sferi baštine, posebice Konvencije o vrijednosti kulturne Baštine za društvo, održane u Faru, Portugal. Istovremeno, Strategija 21 uzima u obzir i rad brojnih UNESCO-ovih organizacija koje su sudjelovale u stvaranju dokumenta.

Istraživači su otkrili da je adaptivna ponovna uporaba nepokretne baštine u skladu s globalnim zahtjevom za održivim oblicima razvoja.

Prenamjena i ponovna uporaba zgrada je ekološka i doprinosi kružnom gospodarstvu (sl. 4). Kružno gospodarstvo je pojam koji se od 70-tih godina prošlog stoljeća³⁶ počeo pojavljivati u literaturi. Prvi službeni dokument koji govori o zaokretu gospodarskog razvoja prema konceptu kružnog gospodarstva objavljen je 2012. godine pod nazivom *Towards Circular Economy* gdje je istaknut golem potencijal kružnog gospodarstva u stvaranju financijskih ušteda³⁷. "Kružno gospodarstvo je model proizvodnje i potrošnje koji uključuje dijeljenje, posudbu, ponovno korištenje,

³⁵ Lah, Lj. (2019). 'Obnova i prenamjena graditeljskoga naslijeđa; Temeljna načela očuvanja naslijeđa', *Prostor*, 27(1(57)), str. 140-151. URL: [https://doi.org/10.31522/p.27.1\(57\).11](https://doi.org/10.31522/p.27.1(57).11) (pristup: 15.09.2022.)

³⁶ Miketić-Curman, S. (2020). 'Primjena koncepta kružnog gospodarstva i industrijske ekologije kao doprinos održivom razvoju i zaštiti okoliša', *Sigurnost*, 62(4), str. 369-375. URL: <https://doi.org/10.31306/s.62.4.4> (pristup: 15.09.2022.)

³⁷ Tišma, S., Boromisa A-M., Funduk, M., Čermak; H (2017).: *Okolišne politike i razvojne teme*, Alinea, Zagreb. str 14.

popravljanje, obnavljanje i reciklažu postojećih proizvoda i materijala što je dulje moguće kako bi se stvorila dodatna - duža - vrijednost proizvoda"³⁸. Model kružnog gospodarstva produljuje životni vijek proizvoda, a istovremeno se minimizira količina nastalog otpada. Ako ga usporedimo s linearnim modelom (sl. 3.) u kojem se proizvodi bacaju nakon korištenja, vidljivo je da linearno gospodarstvo zahtijeva mnogo veće količine materijala i energije. Planirano zastarijevanje proizvoda također je dio ovog modela. Kružno gospodarstvo može pomoći ublažiti dva ključna problema - ograničenost resursa i klimatske promjene. Kod primjene modela kružnog gospodarstva na građevine, izbjegava se potpuno rušenje i izgradnju nove građevine, već se postojeća građevina nastoji očuvati, obnoviti i ako je potrebno prenamijeniti kako bi ispunjavala uvjete koje njena nova funkcija zahtijeva.

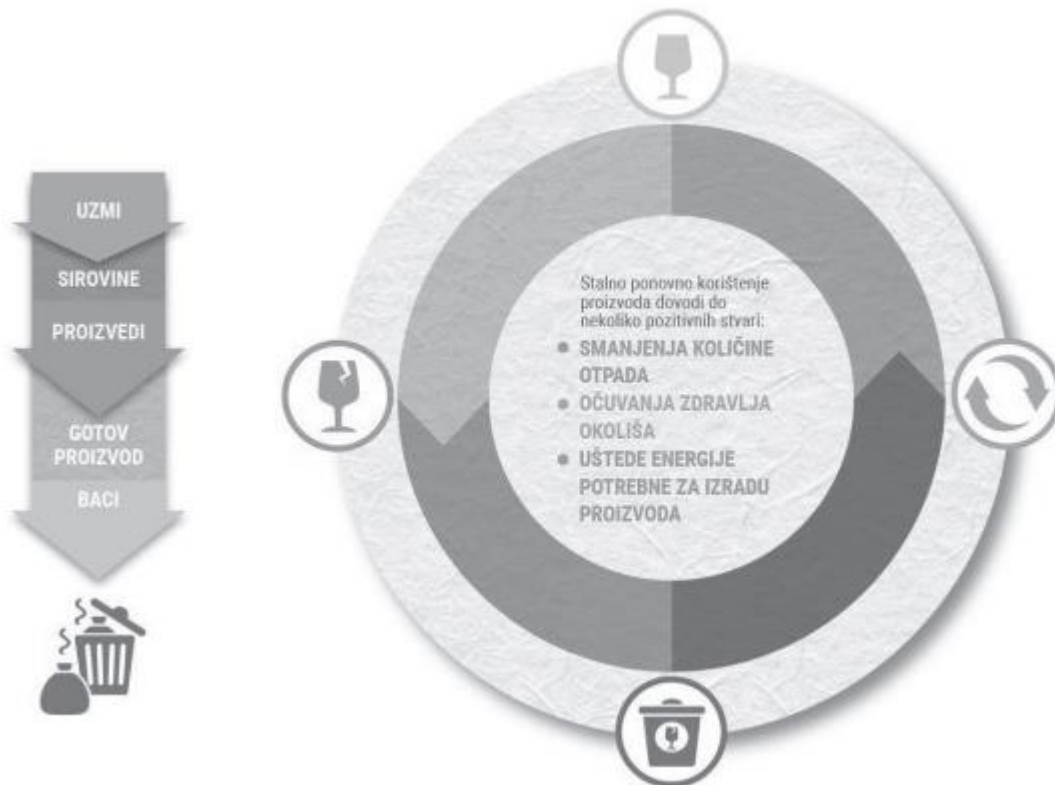
Slika 3: Model kružnog gospodarstva



Izvor: <https://rcco.hr/o-sustavu/kruzno-gospodarstvo/> (pristup: 10.09.2022.)

³⁸ Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost. URL: <https://www.fzoeu.hr/hr/kruzno-gospodarstvo/7659>. (pristup: 15.09.2022)

Slika 4: Usporedba linearnog i kružnog gospodarstva



Izvor: <https://hrcak.srce.hr/file/362275> (pristup: 15.09.2022.)

Proces urbane regeneracije je ključni uvjet za održivi razvoj u gradovima, posebice onima koji su se širili oko starih jezgri. Također, obnova i prenamjena zgrada uporaba zgrada često nudi dodatnu kvalitetu: očuvanje kulturno-povijesnog identiteta građevina, koji se može valorizirati u turističke svrhe. Povijesna priča koju građevina nosi doprinosi njenoj privlačnosti kod potencijalnog turista. Današnji su turisti zainteresirani za iskustva, autentičnost sadržaja koji konzumiraju. Generalno, povijesne građevine imaju svoj kulturni značaj te u turistima bude znatiželju i interes.

U doba burnih političkih i društvenih zbivanja u kojem je sve više ljudi živi na automatiziran način, ovo je možda ono što društvu sve više treba: ne samo biti *tabula rasa*, nego sloj povijest.

Recikliranje otpada i neiskorištenih proizvoda zadnjih se godina sve više promiče, te je cilj da postane opći obrazac prakse modernih društva koja teže održivosti

okoliša. Cilj recikliranja je smanjiti potrošnju sirovina i maksimalno iskoristiti postojeće: od boca i ambalaže, do odjeće, vozila te u ovom slučaju i građevina zgrada. Ponovna uporaba graditeljske baštine također je specifična vrsta recikliranja, koja preobražava napuštena, derutna ili neučinkovita zdanja u „nove” jedinice različitih namjena.

Prilagodljiva ponovna uporaba je preobrazba graditeljskog naslijeđa, a može se odnositi na cijeli kompleks zgrada na određenom mjestu ili na jednu građevinu.

U slučajevima u kojima objekt prenamjene ima prepoznatu kulturnu ili povijesnu vrijednost, projekt prenamjene ili restauracije ovisi o zakonskim odredbama, te ga je potrebno provoditi sukladno s propisima o očuvanju i prenamjeni baštine. Važno je sačuvati autentičnost građevine, no također ju je potrebno prilagoditi kako bi bila funkcionalna za novu namjenu. U slučaju da prenamjena nije moguća, postoji i opcija restauracije zgrade i pretvaranja iste u muzejski eksponat.

5.1 Ekološke prednosti prenamjene nepokretne baštine u Hotele

Ponovna uporaba graditeljske baštine omogućuje očuvanje kulturne baštine te je jedan od nositelja održivog društva. Kao što je poznato urbanizacija je jedan od najrazornijih čimbenika koji utječu globalnu klimu. Zelene se površine smanjuju te su zamijenjene asfaltom i ciglom. Procjenjuje se da je građevinski sektor odgovoran za više od trećine globalne potrošnje resursa, što uključuje 12 posto ukupne potrošnje pitke vode i 40 posto ukupnog krutog otpada u proizvodnji³⁹ Uz sve to, jedna od glavnih ekoloških prednosti obnove nepokretne baštine umjesto ponovne izgradnje ponovne uporabe zgrada je očuvanje 'utjelovljene energije' koja je bila potrebna za izgradnju izvorne zgrade. 'Utjelovljena energija' predstavlja ukupnu energiju potrebnu za nabavu, obradu, proizvodnju, nabavu i montažu građevine i materijala na gradilištu. Potrošnja energije proizvodi ugljični dioksid, koji doprinosi emisiji stakleničkih plinova, pa 'utjelovljena energija' pokazatelj je ukupnog utjecaja građevinskih materijala i sustava na okoliš.

Prilagodljiva ponovna uporaba građevine održava identitet prostora, izgled krajolika i njegove atraktivnosti. Prenamjena objekata kulturne baštine koja je locirana

³⁹ United Nations Environment Programme, URL: <https://www.unenvironment.org/explore-topics/green-economy> (pristup: 04.09.2022.)

u formiranim stambenim područjima mogu zajednici pružiti priliku za novu vrstu dohotka. Primjerice, prenamjenom industrijske baštine locirane u stambenom naselju u hotel mijenja se izgled područja, dovode se novi potencijalni kupci što u konačnici donosi prihode lokalnim ugostiteljima. Ovakav će model prenamjene biti opisan u studiji slučaja u nastavku rada.

Nadalje, dobra lokacija, pristupačnost i obično već osiguran javni prijevoz do postojeće građevine mogu dodatno privući potencijalne investitore, što sve skupa može imati pozitivne strane utjecaj na društveni razvoj.

U nastavku rada bit će spomenuti neki od primjera dobre prakse prenamjene kulturno povijesne baštine u hotele u svijetu i u Hrvatskoj, te neki koncepti prenamjene koji još nisu provedeni.

6. Primjeri dobre prakse prenamjene kulturno povijesne baštine u hotele u Hrvatskoj i svijetu

U prethodnom su poglavlju navedene prednosti revitalizacije već postojećih objekata i njihove prenamjene. U ovom će se poglavlju prikazati kako prenamjena funkcionira u praksi. Kratko istraživanje provest će se na pet odabranih objekata baštine koji su uspješno prenamijenjeni u hotele, te na jednom konceptu prenamjene koji još nije proveden. Odabrana su tri primjera iz Hrvatske i tri primjera iz svijeta. Nakon utvrđivanja njihovih karakteristika

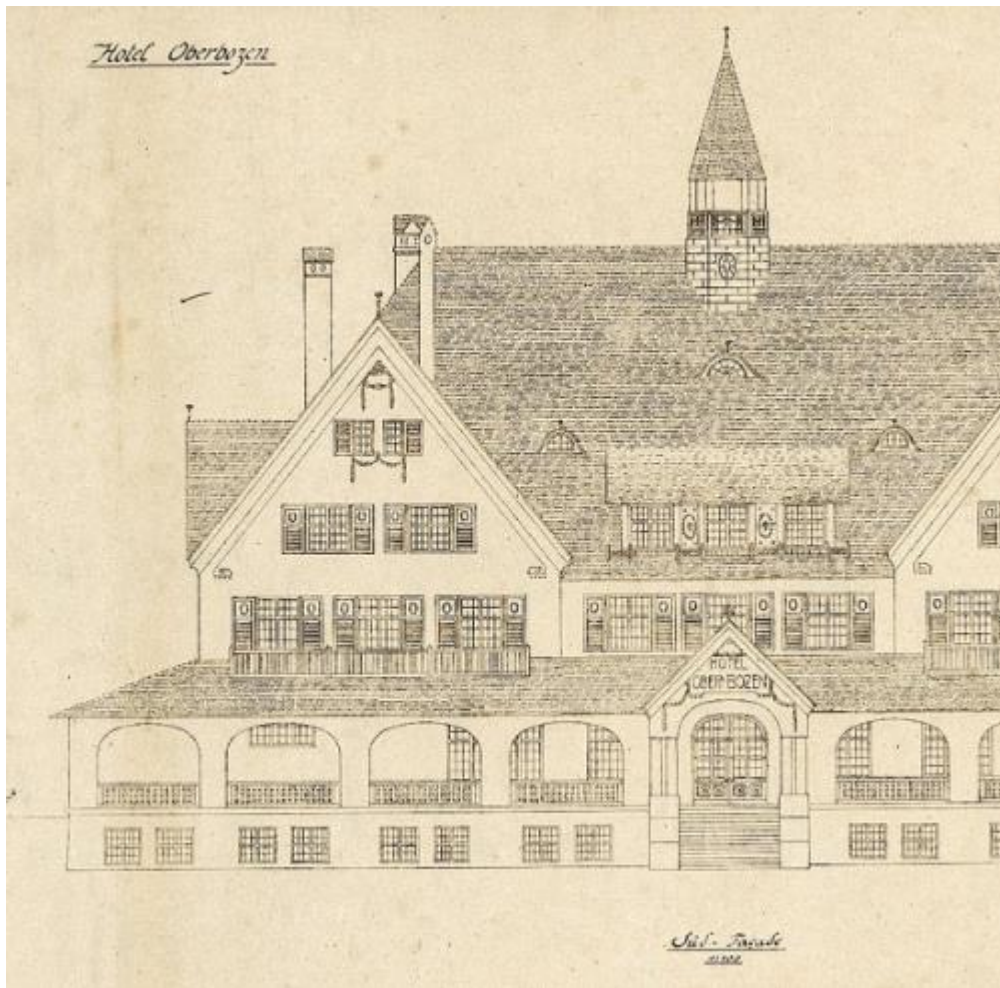
6.1. Hotel Holzner

Parkhotel Holzner, izgrađen 1908. godine, nalazi se na 1200 metara nadmorske visine na planini Ritten u Italiji. To je alpsko utočište okruženo svježim planinskim zrakom i drevnim divovskim drvećem, a udaljeno je samo 15 minuta vožnje žičarom od središta Bolzana.

Godine 1906. započela je izgradnja zupčaste željeznice od Bolzana do Renona i pripadajućeg hotela na prirodnoj terasi na južnoj padini Oberbozena. U vlasništvu *Renon Railway Inc.* Graditelji Musch i Lun iz Merana povjerili su inženjeru Josephu Riehlu planiranje, provedbu i vođenje izgradnje hotela.

Prvi nacrt hotela odbijen je jer je projekt bio previše urbanog izgleda. Drugi dizajn bio je u takozvanom švicarskom alpskom stilu (slika 5.);, secesijskom stilu prilagođenom alpskom području. Nacrta arhitekata braće Ludwig za dogradnju hotela bili su dostupni već 1912. godine, ali su odbačeni izbijanjem Prvog svjetskog rata.

Slika 5: Dizajn Holzner hotela iz 1912.



Izvor: <https://www.parkhotel-holzner.com/> (pristup: 19.09.2022.)

Hans Holzner, iskusni hotelijer, i njegova supruga Maria, postali su direktori hotela Oberbozen, koji je izgradio Rittnerbahn AG. Holzner je 1911. godine od tvrtke je uspio kupiti hotel. Nakon njegove smrti 1939. godine, njegov najstariji sin Herbert preuzeo je upravljanje hotelom zajedno sa svojom majkom. Ratno i poratno razdoblje bilo je obilježeno neimaštinom i glasinama o prodaji hotela, no hotel je ostao u porodici.

Nakon Herbertove smrti 1968. godine, kada je njegov nećak Hans preuzeo hotel zajedno sa svojim roditeljima Wilhelmom i Hertom, započela je renovacija i restauracija građevine. Potpuno su obnovljene pomoćne prostorije, nekadašnji ljetnikovac dobio je centralno grijanje, sve su sobe opremljene vlastitim kupaonicama, veranda na južnoj strani kuće pretvorena je u zatvorenu blagovaonicu, a veliko stubište koje vodi u park

zamijenjeno je terasom. Ispod kuće 2008. godine izgrađen je unutarnji i vanjski bazen prema projektu arhitekta Ulricha Wegera⁴⁰.

Godine 2013. Wolfgang i Monika Holzner, trenutni vlasnici, pokrenuli su natječaj za arhitekta, od kojih je svaki na papir stavio svoju viziju Holznera u desetljećima koja dolaze. U 2014. realizirana je prva građevinska parcela pobjednika natječaja BaumeisterWolf iz Brixena: ponovno su gospodarske prostorije Holznera prilagođene suvremenim zahtjevima, restoran iz 1908. relocirao se na sjevernu stranu zgrade, dodano je dizalo i novo stubište. izgrađeni su u okviru pravilnika o zaštiti od požara, a podignuta je i nova verzija već postojećeg tornja (sl. 7).

Godine 2018. dovršen je održivi projekt s *Bergmeister Wingom* s podzemnim parkiralištem i *Eden Suites*, kao i *Liberty Spa*⁴¹. Hotel Holzner se postepeno, kroz godine na tržištu pozicionirao kao obiteljski hotel.

Slika 6: Današnji izgled Parkhotela Holzner



Izvor: <https://www.parkhotel-holzner.com/> (pristup: 19.09.2022.)

⁴⁰ Parkhotel Holzner, URL: <https://www.parkhotel-holzner.com/> (pristupljeno 19.09.2022.)

⁴¹ Isto.

6.2 Hotel Chersin

Hotel Chersin je obiteljski hotel s četiri zvjezdice. Nalazi staroj jezgri Fažane. Zgrada u kojoj je smješten hotel stara je preko 500 godina, a sama je građevina pod zaštitom UNESCO-a. Ima ukupno 4 sobe i 10 ležajeva. Sobe u heritage hotelu Chersin nude spoj starog i modernog. Sve sobe su klimatizirane, s kupaonicom s tuš kabinom, kvalitetnom hotelskom kozmetikom, TV prijemnikom, telefonom, bežičnom internet vezom, sefom, mini-barom, toaletnim stolom sa stolicom te s foteljama. U ovom hotelu nije dozvoljen boravak kućnih ljubimaca. Također u sklopu hotela nalazi se restoran i bar. Restoran Da Nonna nudi autohtona istarska te talijanska i mediteranska kuhinja. Mogu se probati istarska i talijanska vina, maslinova ulja te domaći kolači i torte. U cijenu je uključen doručak koji sadrži švedski stol. U sklopu hotela dostupan je i privatni parking. Noćenje u hotelu trenutno izvan sezone iznosi oko 800 kn no ovisi o tipu sobe⁴².

Od aktivnosti gostima nudi ronjenje s maskom, jahanje, biciklizam te pećanje no naravno sa dodatnom naknadom.

Ocjenjen je ocjenom 9,2 od strane gostiju na Booking.com te ima vrlo dobre recenzije. Najviše su gosti ocijenili samu lokaciju te potom čistoću i osoblje, a najmanjom sadržaje hotela.

⁴² Heritage hotel Chersin, URL: <https://hotel-chersin.com/> (pristup: 11. 08. 2022.)

SI 7. Heritage hotel Chersin



Izvor: Heritage Hotel Chersin. URL: <https://hotel-chersin.com/>, (pristup: 24.9. 2022.)

6.3 Idejni plan prenamjene dvorca Matzenauer u boutique hotel

Derutni dvorac Matzenaur na rubu sela Prosenjakovci tipičan je primjer neo klasične arhitekture 19. stoljeća (sl 8.). Nekadašnja ljetna rezidencija plemića postala je dom Grofa Carla von Matzenauer 1900., po kojem je rezidencija i dobila ime. Carl von Matzenau kupio je zgradu od Denesa Craighera 1900. godine.

Unatoč činjenici da je dvorac, s imanjem i pripadajućim objektima, spomeničko kulturno dobro, danas nažalost propada. Za one koji vide dalje od ruševina i zapuštenog imanja, objekt još ima potencijala pogotovo zbog okruženja i lokacije na kojoj se nalazi.

Danas je sačuvana samo prednja strana dvorca, većina unutrašnjosti i stražnji dijelovi zgrade su u ruševinama. Park kojim je dvorac okružen je obnovljen u sklopu projekta Carpe Diem kako bi se približio izvornom izgledu. Okružen je kružnim putem koji služi kao pristup dvorcu. Klupe uz stazu posjetitelju pružaju mogućnost odmora i

uživanja u netaknutoj prirodi, a informativne ploče pružaju informacije o drveću koje tu raste i njegovim posebnostima⁴³.

Glavni cilj projekta prenamjene je sačuvati i rekonstruirati karakteristike vanjskog izgleda građevine, ukloniti uništene elemente i obnoviti one koji imaju iznimnu kulturno-umjetničku vrijednost, te ih nadopuniti novim arhitektonskim dizajnom. Pripadajuće imanje također je dio kulturne baštine, te zajedno s dvorcem stvara ambijent prestižne rezidencije.

Pojam obnove također uključuje očuvanje nekadašnjih sastavnica neobaroknog perivoja i dodatnog uređenja perivoja unutar cijelog imanja. U duhu ljetne rezidencije, program boutique hotela uspostavljen je u ljetnikovac, koji bi se temeljio na kvaliteti domaće ponude i može raditi u suradnji s kompleksom hotela u neposrednoj blizini - Terme 3000 u Moravskim Toplicama. Za potrebe svog popratnog programa, planiraju se moderno projektirani sadržaji koji će sažeti karakter izvornog imanja. Boutique hotel nadopunjuje turističku ponudu šireg prostora te svojom revitalizacijom postaje ključnim dijelom vlastitog okoliša - kako u općoj svijesti tako i u smislu ponovno korištene baštine. Projekt objedinjuje sve ekološke i druge prednosti ponovne uporabe i prenamjene graditeljske baštine.

Park je obnovljen godine u sklopu projekta Carpe Diem kako bi se približio izvornom izgledu. Okružen je kružnim putem koji služi kao pristup dvorcu. Klupe uz stazu posjetitelju pružaju mogućnost odmora i uživanja u netaknutoj prirodi, a informativne ploče pružaju informacije o drveću koje tu raste i njegovim posebnostima.

⁴³Pomurec. URL: https://www.pomurec.com/vsebina/65663/To_so_pomurski_dvorci (pristup: 15.09.2022.)

Slika 8: Trenutno stanje dvorca Matzenauer



Izvor: https://www.pomurec.com/vsebina/65663/To_so_pomurski_dvorci, (pristup: 14.09. 2022.)

Slika 9: Idejni izgled renoviranog dvorca Matzenauer



Izvor: <https://hrcak.srce.hr/file/323587>, (pristup: 14.09.2022)

6.4 Hotel Maškovića Han

Hotel Maškovića Han (slika 10.) nalazi se u Vrani u Dalmaciji. Smješten je u građevini koja datira iz 17. stoljeća. Nakon prenamjene građevine nastao je hotel baštine Maškovića Han, te je otvoren je 2017. godine.

Gradnja ove građevine započela je 1644. godine u vrijeme Kandijskog rata kada je ovim područjem vladalo Osmansko carstvo. Građevina je spomenik nulte kategorije, što znači da ima najveću kulturno-umjetničku, odnosno povijesnu ili drugu znanstvenu vrijednost u svjetskim razmjerima⁴⁴, i ona se prostire na 3000 m².

Jusuf Mašković, visoki dostojanstvenik na turskom dvoru i admiral turske flote, započeo je gradnju s idejom stvaranja građevine koje će služiti kao svratište ali i kao njegova osobna ljetna rezidencija. Njegova izvorna ideja se nikad nije ostvarila jer ga je 1646. godine smaknuo sultan.

Utvrda Maškovića Han je osmišljen je kao srednjovjekovna osmanska utvrda, pa se na ulazu ističu karakteristični islamski oštri lukovi te fino klesani kameni blokovi unutar same građevine. U središtu se nalazi prostrani paviljon, šerdvan⁴⁵ pod kojim je nekad stajala česma s vodom. Paviljon je okružen bočnim zgradama i hamamom, odnosno tradicionalnim turskim kupatilom, džamijom i konačištem.

Hotel raspolaže sa 16 smještajnih jedinica - 14 dvokrevetnih soba (21m² – 10 soba s francuskim ležajevima i 4 sobe s odvojenim ležajevima) i dva apartmana (40 m²). Ima recepciju, suvenirnicu, muzej (arheološko nasljeđe – groblje srednjovjekovnog sela Zablacé, ulomci srednjovjekovne keramike, ulomci staklenog posuđa, metalni predmeti, dijelovi kamenog crkvenog namještaja iz vremena predromanike, romanike i gotike), vinoteku, iskopine turskog Hana, restoranom sa 105

⁴⁴ Juranović-Tonejc, M., i Radatović Cvitanović, K. (2013). *'Prolegomena o kategorizaciji spomenika kulture'*, Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske, (37/38), str. 39-48. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/149221> (pristup: 19.09.2022.)

⁴⁵ Šerdvan, *tur.* - u islamskom graditeljstvu, vodoskok s kružnim ili višekutnim bazenom, pred džamijom, palačom, karavan-sarajem, medresom i sl. Bazen je obično od kamena ili mramora, odozgo često zaštićen umjetnički izrađenom kupolastom rešetkom ili baldahinom od kovana željeza; oko bazena je veći broj slavina za obredno pranje. Hrvatska enciklopedija.

sjedećih mjesta i konferencijsku dvoranu⁴⁶. Hotel također ima wellness ponudu u koju su uključeni jacuzzi i sauna, koji se nalaze na mjestu originalnog hamama⁴⁷.

Slika 10: Herritage hotel Mašković Han



Izvor: <https://www.maskovicahan.hr/hr> (pristup: 19.09. 2022.)

6.5 Heritage hotel Jupiter

Hotel Jupiter (sl.11.) smješten je u Dioklecijanovoj palači. Dioklecijanova palača je jedan od najbolje sačuvanih spomenika rimskoga graditeljstva na svijetu. Sagrađena je između 295. i 305. godine te je 1979. godine uvrštena u UNESCO-v popis svjetske baštine. Palača je spoj luksuzne vile - ljetnikovca i rimskog vojničkog logora (castruma), podijeljenoga na četiri dijela dvjema glavnim ulicama. Južni dio Palače bio je u toj shemi predviđen za cara, njegov stan i odgovarajući državni i vjerski ceremonijal, dok je sjeverni bio za carsku stražu - vojsku, posluhu, za spremišta i slično⁴⁸.

⁴⁶ Stipanović, C. (2018). 'Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije', *Ekonomska misao i praksa*, 27(1), str. 231-247. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/202281> (pristup: 19.09.2022.)

⁴⁷ Javno kupalište zatvorenog tipa. Hamami su građeni kod Arapa i u Osmanskome Carstvu po uzoru na rimske (odn. biz.) terme, a s vremenom su postali važan objekt klasične osmanske kupolaste arhitekture

⁴⁸ Turistička zajednica grada Splita. URL: <https://visitsplit.com/hr> (pristup: 23.09. 2022.)

Palača je površine oko 39 000 kvadratnih metara pravokutnog oblika s četiri velike kule na kutovima, vratima na svakoj od četiri strane i s po četiri manje kule na zidovima. Donji dio zidina nema nikakvih otvora, dok je gornji kat rastvoren monumentalnim trijemom na jugu i hodnicima s velikim lučnim prozorima na ostalim trima stranama. Prostori palače su se tijekom godina mijenjali, Zgrade u unutrašnjosti i vanjski zidovi s kulama uvelike promijenili prvobitni izgled, no obrisi carske palače i dalje su vrlo vidljivi. Prostori unutar palače su se mijenjali za potrebe njenih stanovnika, a kasnije građana Splita, te je tako nastao Heritage hotel Jupiter.

U neposrednoj se blizini nalaze se brojni kulturno-povijesni sadržaji koji mogu dodatno privući posjetitelje hotela, a to su Jupiterov hram, Peristil (sl 12.), Vestibul, Katedrala sv. Duje. Može se reći da su i vrata kroz koja se u Dioklecijanovu Palaču ulazilo svojevrsna atrakcija, te tako turisti mogu posjetiti i Zlatna, Srebrna, Mjedena i Željezna vrata. U neposrednoj blizini hotela također su brojni barovi i restorani, a šetnica se nalazi na desetak minuta hoda.

Hotel raspolaže s 38 soba, te iako je smješten u pješačkoj zoni ima osiguran parking za goste. Parking broj parking mjesta je ograničen, te se prema podatcima sa internetske stranice naplaćuje 20 € po danu te se mora rezervirati unaprijed⁴⁹.

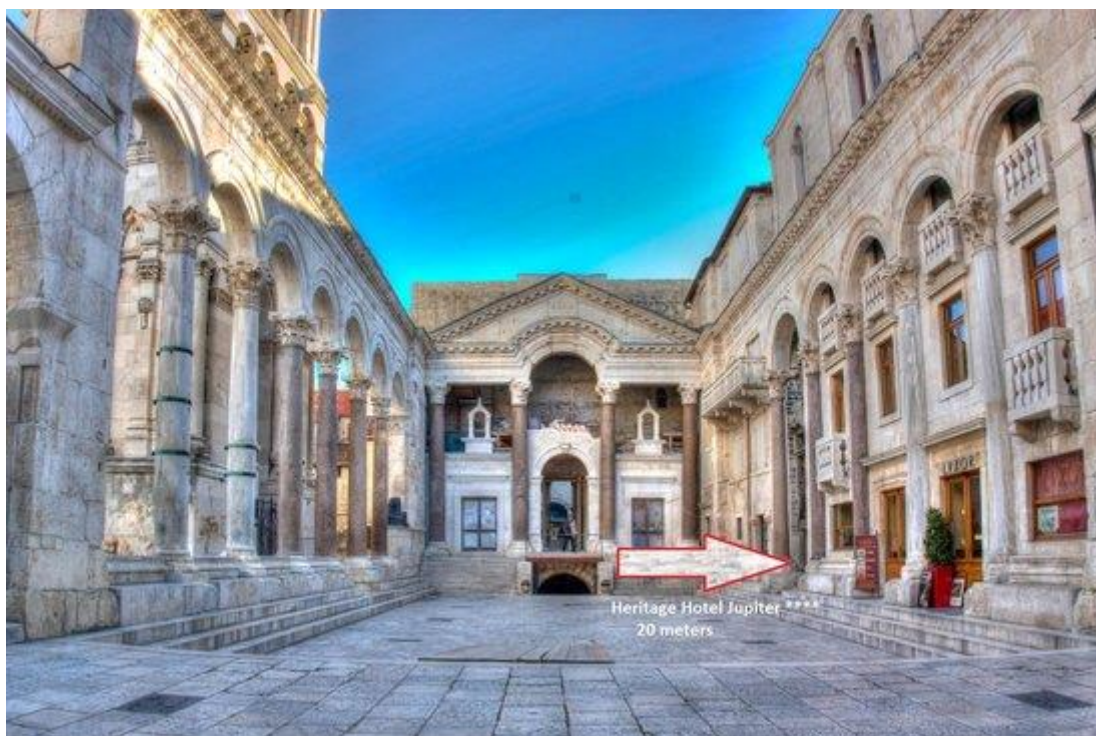
⁴⁹ Hotel Jupiter. URL: <https://www.lhjupiter.com/> (pristup: 23.09.2022.)

Slika 11: Heritage hotel Jupiter



Izvor: <https://planetofhotels.com/> (pristup: 23.09.2022.)

Slika 12: Peristil i Jupiterov hram sa smjernicama do Heritage hotela Jupiter



Izvor: TripAdvisor, <https://www.tripadvisor.com/>, (pristup: 23.09.2022.)

6.6 Usporedba ponude i digitalnog marketinga hotela baštine

Nakon provedenog istraživanja primjera dobre prakse u tablici 7. bit će usporedno prikazani dodatni sadržaji koje svaki od prethodno navedenih hotela nudi. Svi navedeni klasificirani su hoteli s četiri zvjezdice, izuzev Dvorca Matzenauer koji je zamišljen projekt.

Tablica 7: Usporedba sadržaja hotela baštine

| | Chersin | Holsner | Mašković Han | Matzenauer | Jupiter |
|----------------------|---------|---------|-----------------|------------|---------|
| Kategorizacija | 4* | 4* | 4* | - | 4* |
| Parking | DA | DA | DA | DA | DA |
| Dizalo | NE | DA | NE | NEPOZNATO | NE |
| Spa/wellness zona | NE | DA | DA | DA | DA |
| Bazen | NE | DA | NE | NE | NE |
| Teretana | NE | NE | NE | NE | NE |
| Restoran | DA | DA | DA | DA | DA |
| Kongresna dvorana | NE | NE | DA | NEPOZNATO | DA |
| Suvenirnica | NE | NE | DA | NEPOZNATO | NE |
| Muzej | NE | NE | DA | NEPOZNATO | NE |

(Izvor: vlastita izrada na osnovu istraživanja)

Tablica 6 prikazuje dodatnu ponudu sadržaja analiziranih hotela, te njihovu usporedbu. Iz tablice je vidljivo da svi navedeni hoteli imaju (ili bi imali) restoran i parking. Hotel Chersin mali je hotel te stoga nema kongresnu dvoranu i bazen.

Parkhotel Holzner se na tržištu pozicionirao kao obiteljski hotel, te stoga nisu investirali u kongresnu dvoranu, no zato nudi dizalo, unutrašnji bazen i spa-wellness zonu.

Hotel Mašković Han nudi mnoge sadržaje, no zbog svoje površine i nedostatka dizala nije prilagođen osobama s invaliditetom. Zanimljiva je činjenica da u sklopu hotela postoji i arheološki muzej i suvenirnica. Objekt ima kongresnu dvoranu te se čak i na vlastitoj stranici promoviraju za organizaciju događaja i vjenčanja.

Hotel Jupiter u Splitu gostima osigurava parking, spa – wellness zonu, kongresnu dvoranu te restoran. Iako u tablici nije navedeno, hotel ima vlastitu vinoteku.

Tablica 8 prikazati će rezultate istraživanja kanala digitalnog marketinga koje svaki od hotela provodi.

Tablica 8: Digitalni marketing hotela baštine

| | Chersin | Holzner | Mašković Han | Matzenauer | Jupiter |
|---|---------|---------|--------------|------------|---------|
| Vlastita Web-stranica | DA | DA | DA | NE | DA |
| Promocija na Web stranici turističke zajednice | DA | NE | DA | DA | DA |
| Facebook stranica | DA | DA | DA | DA | DA |
| Instagram stranica | DA | DA | NE | NE | DA |
| Online turoperatori (booking.com, Trip Advisor hrs.com i sl.) | DA | DA | DA | NE | DA |

(Izvor: vlastita izrada prema istraživanju)

Iako je u tablici naveden, pri usporedbi se u obzir neće uzimati hotel Matzenauer, koji još nije renoviran i prenamijenjen, te mu stoga nedostaje digitalne promocije. Zanimljiv je podatak da čak i on ima vlastitu Facebook stranicu.

Svi od navedenih hotela imaju facebook stranicu i internetsku stranicu, te se koriste uslugama turoperatora poput Trip advisora, Booking-a i slično. Hotel Mašković Han

jedini nema vlastitu Instagram stranicu, dok je Parkhotel Holzner jedini koji se ne promovira na web stranici turističke zajednice Bolzana.

7. Studija slučaja: Prijedlog prenamjene Vojarne Vladimir Gortan u hotel

U ovom poglavlju analizirat će se lokacija, pristup destinaciji te pristup projektnom području. Također, opisat će se i samo područje te će se detaljno proučiti prostorni planovi kako bi se prema njima mogli formirati daljnji koraci. Nakon proučavanja prostornih planova prikaza će se SCEPTICAL analiza u kojoj su analizirani i obrađeni društveni, kulturni, ekonomski, fizički, tehnološki, međunarodni, komunikacijski, pravni i politički te administrativni i institucionalni čimbenici.

7.1 Lokacija i pristup destinaciji

Vojarina Vladimir Gortan nalazi se u Gradu Puli, u neposrednoj blizini autobusnog kolodvora. Vojarina se nalazi u Puli na području Šijane, na adresi Trg Istarske Brigade 10. Do same vojarine moguće je pristupiti autobusom koji staje na autobusnom kolodvoru ili autom s Ulice 43. istarske divizije.

Grad Pula nalazi se na jugozapadnom dijelu istarskog poluotoka. Nalazi se na unutrašnjem dijelu prostranog zaljeva i prirodno dobro zaštićene luke koja se otvara prema sjeverozapadu s dva prilaza – jedan prilaz neposredno s mora te drugi kroz Fažanski kanal⁵⁰.

Zbog geografskog položaja prometna funkcija Pule zauzima jako bitno mjesto u razvoju grada, kako do sada tako i u budućnosti. U samom gradu i u bližoj okolini koncentrirane su izvorišne točke svih vidova prometa, odnosno cestovnog, zračnog, željezničkog i pomorskog. Ako se promatra širi prostor, onda se može reći da je Pula prema zapadu povezana sa Slovenijom i Italijom cestovnim i željezničkim pravicima čiju okosnicu čine državna autocesta, odnosno Istarski ipsilon, te željeznička pruga Pula – Buzet (Divača, Slovenija). Istarski ipsilon povezuje Pulu i s istočnim dijelovima Hrvatske.

Pulska luka svrstala se u jednu od najboljih prirodnih luka na Jadranu. Zaštićena je s južne i jugozapadne strane poluotokom i lukobranom duljine 1 210 m, a sa sjeverne strane rtom Proština. Sidrište za brodove nalazi se na gatu Rijeka na oko 13 m dubine,

⁵⁰ Pula, <https://www.pula.hr/hr/opci-podaci/opci-podaci/zemljopisne-znacajke-pule/> (pristup: 31. 08. 2022.)

a dužine 150 m. trajektni promet održava se cijele godine i to na relaciji Venecija – Pula – Mali Lošinj – Zadar i obratno.

Zračni promet ostvaruje se preko Zračne luke Pula koja je od grada udaljena 5 km sjeveroistočno. Posjeduje uzletno-sletnu stazu dužine 2 950 m, a širine 45 m, koja omogućuje slijetanje velikih zrakoplova (B-747).⁵¹ U blizini Zračne luke Pula nalazi se i Zračna luka Vrsar, a u krugu od 150 km su još i zračne luke u Rijeci i Trstu.

Prema dosad pronađenim podacima, vojarna Vladimir Gortan je u vlasništvu Grada Pule te se već duži niz godina ne koristi.

Površina vojarnje Vladimir Gortan iznosi 51 375 m². U blizini projektnog područja nalazi se autobusni kolodvor i to na udaljenosti od otprilike 100 metara, a od centra grada udaljeno je otprilike 1 kilometar. Ispred same vojarnje nalazi se prazan prostor koji se trenutno koristi kao parking, ali isti nije u vlasništvu Pula Parkinga, pa bi ga svakako bilo moguće prenamijeniti u parking hotela.

7.2 SCEPTICAL analiza

Pri planiranju prenamjene vojarnje u heritage hotel potrebno je provesti SCEPTICAL analizu makrookruženja. SCEPTICAL analiza prikazuje pozitivne i negativne elemente koji mogu utjecati na provedbu projekta. SCEPTICAL analiza jedna je od najčešće korištenih modela istraživanja makrookruženja. Obuhvaća cijeli niz čimbenika kao što su društveni, kulturni, ekonomski, fizički, tehnološki, međunarodni, komunikacijski i infrastrukturni, administrativni i institucionalni te pravne i političke čimbenike⁵².

⁵¹ Brijuni Rivijera, <http://brijunirivijera.hr/dokumenti/PULA> (pristup: 17. 08. 2022.)

⁵² Andrić, B.,(2010.): *Čimbenici marketinškog okruženja u turizmu*, Praktični menadžment, vol. 2 br. 1, str. 43.

Tablica 9. SCEPTICAL analiza makrookruženja

| SCEPTICAL analiza | |
|---|---|
| Društveni čimbenici (<i>social</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -promjena trendova -količina slobodnog vremena za putovanje -stavovi turista i lokalne zajednice -životni standard stanovništva -demografska slika stanovništva -migracije stanovništva -sigurnost i porast kriminala |
| Kulturni čimbenici (<i>cultural</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -pripadnost kulturnim krugovima -suživot različitih kultura -etničke skupine u Puli -komercijalizacija kultura -stavovi i vrijednosti -stereotipi -bogatstvo kulturne baštine -kulturne institucije -lokalizacija |
| Ekonomski čimbenici (<i>economic</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -izvori financiranja -monetarna i fiskalna politika -nezaposlenost -kupovna moć potrošača -potrošačke navike -porezi, tečajevi i kamatne stope -dohodak stanovništva -uvođenje eura |
| Fizički čimbenici (<i>physical</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -blizina mora -globalne klimatske promjene -povoljna klima -očuvanje okoliša -pojava bolesti (npr. Covid-19) |
| Tehnološki čimbenici (<i>technical</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -društvene mreže |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> -e-marketing -razvoj novih tehnologija i inovacija -digitalizacija -globalizacija -on line rezervacije i kupnja usluga -dostupnost interneta |
| Međunarodni čimbenici (<i>international</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -odnosi sa susjednim zemljama -vizni režimi -otvorenost granica, rušenje prostornih -granica |
| Komunikacijski čimbenici (<i>communications</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -infrastruktura i suprastruktura u turizmu -nedovoljno avionskih veza -kvaliteta prometnica -javni prijevoz |
| Administrativni i institucionalni čimbenici (<i>administrative and institutional</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -turističke zajednice -funkcioniranje turističkih politika -sindikati (prijevoznici, hotelijeri..) -suradnja s turističkim organizacijama -potrošačke udruge |
| Pravni i politički čimbenici (<i>legal and political</i>) | <ul style="list-style-type: none"> -politička stabilnost -zakonodavstvo na svim razinama -promjene u zakonodavstvu -suradnja s ministarstvima -korupcija, nepotizam |

(Izvor: vlastita izrada)

U tablici 9. prikazana je analiza makrookruženja, odnosno SCEPTICAL analiza koja prikazuje pozitivne i negativne elemente koji mogu utjecati na provedbu projekta. Iz tablice se može vidjeti da nisu uključeni samo pozitivni utjecaji koji su bitni za razvoj projekta, već su tu i negativni koje također treba uzeti u obzir, jer njihovo zanemarivanje može uvelike utjecati na sam razvoj projekta.

Kako je vidljivo, jedan od negativnih utjecaja je pojava pandemije izazvane covid-19 virusom, koja je u posljednje dvije godine najviše utjecala na provedbu

projekata, ali i na cjelokupnu kvalitetu života ljudi. Zbog pojave virusa, mnogi projekti su obustavljeni, a budući projekti su samo ideja. Nadalje, još neki od negativnih utjecaja su povećanje kriminala, nepotizam i korupcija, migracije stanovništva, nezaposlenost, klimatske promjene i slično. Bitno je za naglasiti da je pozitivnih utjecaja mnogo više, ali negativne utjecaje je mnogo teže otkloniti iako ih je manje, a to u velikoj mjeri utječe na buduće poslovanje

7.3 Analiza mikrookruženja

Nakon analize makrookruženja, potrebno je napraviti i analizu mikrookruženja. Najjuže rečeno, mikrookruženje određuje se kao okruženje nekog proizvoda ili usluge i tržišta. Ono podrazumijeva konkurenciju, te ga tvore dionici koji u neposrednoj okolini organizacije utječu na njenu sposobnost da zadovolji potrebe potražnje tržišta na kojem posluje. Kada se govori o mikrookruženju, govori se o dobavljačima, poduzeću, marketinškim posrednicima, konkurentima, i kupcima⁵³.

Kada se radi analiza mikrookruženja hotela, hotel predstavlja poduzeće. Dobavljače predstavljaju dionici koji izravno utječu na poslovanje hotela. Konkurenciju predstavljaju drugi hoteli u neposrednom okruženju. Marketinški posrednici su turoperatora, a kupci su turisti koji odsjedaju u hotelu. U nastavku rada će svaki od elemenata mikrookruženja biti zasebno analiziran i stavljen u kontekst projekta prenamjene vojarnе Vladimir Gortan u istoimeni hotel.

7.3.1 Dobavljači

Dobavljači su ključni dionici koji utječu na poslovanje poduzeća. Najjednostavnija definicija je Kotlerova, koja dobavljače percipira kao poslovne tvrtke i pojedince koji poduzeće i ostale konkurente opskrbljuju potrebnim sredstvima, to jest resursima kao inputima proizvodnog i uslužnog procesa. Oni mogu dobavljati sirovine, polugotove proizvode, opremu i slično, a sve to određuje kvalitetu konačnog proizvoda, usluge i poslovnih procesa⁵⁴

⁵³ Rocco F. (2000.) *Marketinško upravljanje*. Zagreb: Školska knjiga, Str. 55.

⁵⁴ Kotler, P. (1999.) *Upravljanje marketingom*. Zagreb: Informator

U kontekstu hotela Vladimir Gortan dobavljači bi na početku projekta bili Grad Pula o čijoj bi suradnji ovisila mogućnost izvedbe samog projekta, projektanti, izvođači radova i firme koje bi dobavljale građevinski materijal te firme koje se bave prodajom namještaja potrebnog za opremanje hotela.

Po otvorenju hotela dobavljači bi se promijenili, te bi na njih gledali u kontekstu poduzeća koja hotel opskrbljuju potrepštinama neophodnima za poslovanje. Dionici u širem smislu bili bi Elektroistra, Vodovod, Herculanea koji bi hotel opskrbljivali sa strujom, vodom i brinuli se o pravilnom saniranju i odvozu. U užem smislu dobavljači bi bili primjerice Grga. d.o.o. koji bi hotel opskrbljivao pićem, razni dućani od kojih bi se dobavljala hrana potrebna za doručak i slično.

7.3.2 Poduzeće – Hotel Vladimir Gortan

U ovom slučaju poduzeće predstavlja Hotel Vladimir Gortan, stoga se neće koristiti klasična definicija poduzeća već definicija hotela, koja glasi je već navedena u poglavlju 2, prema kojoj se hotel definira kao poslovni objekt kojim posluje ugostitelj, odnosno pravna ili fizička osoba registrirana za obavljanje ugostiteljske djelatnosti u skupini hoteli, ili pravna osoba koja nije ugostitelj, ali prema uvjetima propisanim zakonom za ugostiteljsku djelatnost⁵⁵.

Većina hrvatskog turizma usmjereno je najviše prema obiteljima sa djecom kojoj se podređuje usluga, sadržaji i jelovnici u hotelima. No posljednjih godina se pojavio novi oblik ponude u hotelima koji se orijentira samo za parove i odrasle može se reći da je ovaj oblik turizma jedan od novijih trendova na turističkom tržištu. Ovo je usluga sa holističkim pristupom u kojemu je ključni dio potpuno opuštanje bez vriske i pretjerane buke. Svi su sadržaji u hotelu podređeni uživanju onih koji dolaze na odmor u želji da se maknu iz uobičajene svakodnevnice i obveza.

Hotel Vladimir Gortan profilirat će se kao hotel čija su ciljana skupina mladi parovi ili gosti koji putuju sami, odnosno u grupama s ciljem zabave, istraživanja novih kultura, upoznavanja ljudi i kreiranja iskustava . Primjer sličnog objekta je Youth Hostel

⁵⁵ Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli*, Narodne novine br. 88/7, https://mint.gov.hr/UserDocImages/dokumenti/160721_pravilnik_hoteli2016.pdf (pristup: 22. 09. 2022.)

Pula, čija je ciljana skupina gostiju također mlađa populacija, no taj je objekt hostel te najčešće nije prikladan za parove. Iz tog će se razloga dizajn hotela koji će biti pobliže opisan u narednim poglavljima prilagoditi na način da može zadovoljiti potrebe gostiju neovisno dolaze li sami ili u društvu.

Ciljana skupina gostiju uglavnom su niže i srednje platežne moći, te bi hotel ciljao na kategorizaciju od 3* i istoj proporcionalne cijene. Također, sama lokacija hotela i ograničenost prostora otežava izgradnju dodatnih sadržaja koji bi povisili kategorizaciju.

7.3.3 Konkurenti

U svrhu provedbe analize mikrookruženja, potrebno je analizirati konkurente. U nastavku rada biti će tablično prikazana struktura hotela baštine u Republici Hrvatskoj i u Istri, te zatim analiza konkurenata u neposrednoj blizini.

Tablica 10 . Kategorizacija i struktura hotela baštine u Republici Hrvatskoj

| KATEGORIZACIJA | UKUPNO OBJEKATA | UKUPAN BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA | UKUPAN BROJ STALNIH KREVETA |
|----------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|
| BEZ ZVJEZDICA | 22 | 379 | 757 |
| 2* | 0 | 0 | 0 |
| 3* | 1 | 12 | 22 |
| 4* | 23 | 609 | 1070 |
| 5* | 1 | 15 | 30 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (16. 09. 2022.)

Prema prethodno postavljenoj tablici (tab. 10.) vidljivo je kako u turističkoj ponudi Republike Hrvatske nedostaje hotela baštine kategorizacije 5*. To znači da za potrošače visoke kupovne moći manjka visoko kvalitetna/luksuzna ponuda hotela baštine. Također, vrlo je malo hotela baštine kategorije 3*, a hotela baštine s 2* uopće ni nema.

Tablica 11. Kategorizacija i struktura heritage hotela u Istarskoj županiji

| KATEGORIZACIJA | UKUPNO OBJEKATA | UKUPAN BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA | UKUPAN BROJ STALNIH KREVETA |
|----------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|
| BEZ ZVJEZDICA | 3 | 45 | 85 |
| 2* | 0 | 0 | 0 |
| 3* | 0 | 0 | 0 |
| 4* | 3 | 68 | 133 |
| 5* | 0 | 0 | 0 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (16. 09. 2022.)

Prema prethodno postavljenoj tablici (tab. 11) vidljivo je kako u Istarskoj županiji nema naročito puno hotela baštine, svega šest. Nadalje, postojeći objekti pripadaju samo kategorijama s četiri zvjezdice i s pet zvjezdica, što upućuje na to da u Istri nema puno izravnih konkurenata tj. nema puno hotela baštine te će samim time biti lakše zauzeti jasno i prepoznatljivo mjesto u odnosu na konkurentsku ponudu.

Nadalje, u Puli nema niti jednog hotela baštine, stoga zasebna tablica nije izrađena za heritage hotele nije izrađena, već će se u tablici prikazati ukupna ponuda hotela u gradu Puli.

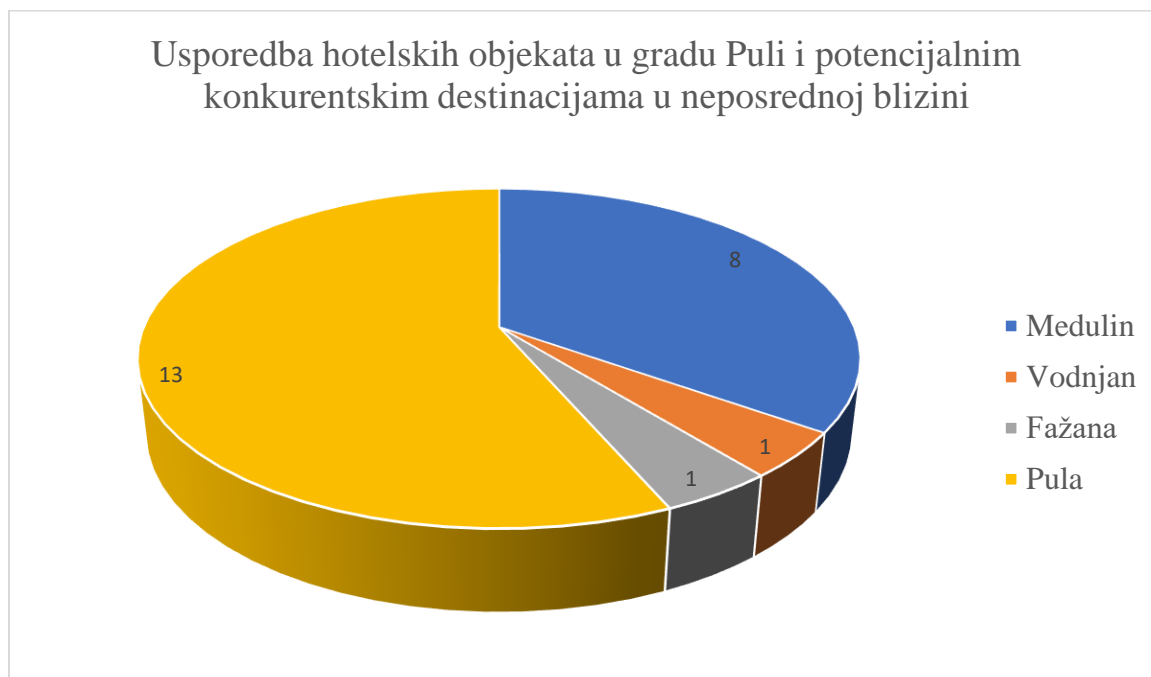
Tablica 12: Kategorizacija hotela u gradu Pula u 2020. godini

| Kategorizacija | Ukupno objekata | Ukupan broj smještajnih jedinica | Ukupan broj stalnih kreveta |
|------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|
| 2* | 2 | 282 | 564 |
| 3* | 8 | 507 | 1 125 |
| 4* | 2 | 364 | 759 |
| 5* | 1 | Nije poznato | 13 |
| Ukupno Grad Pula | 13 | 1 153 | 2 461 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (pristup: 16. 09. 2022.)

Od konkurentskih destinacija u neposrednoj blizini, bitno je analizirati ponudu smještaja Općina Medulin, Vodnjana i Fažane. Te je podatke zatim potrebno usporediti s prethodno analiziranom ponudom u gradu Puli. Radi lakšeg shvaćanja, ovi će podaci skupno biti prikazani na slici (sl.13 .) i u tablici (tab. 13).

Slika 13. Usporedba hotelskih objekata u gradu Puli i potencijalnim konkurentskim destinacijama u neposrednoj blizini



Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (pristup: 16. 09. 2022.)

Tablica 13. Kategorizacija i broj hotela u konkurentskim destinacijama u 2020. godini

| Kategorizacija hotela | Općina Fažana | Grad Vodnjan | Općina Medulin |
|-----------------------|---------------|--------------|----------------|
| 2* | 0 | 0 | 3 |
| 3* | 0 | 0 | 3 |
| 4* | 1 | 1 | 2 |
| 5* | 0 | 0 | 0 |

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (pristup: 16. 09. 2022.)

Iz podataka je vidljivo da je u hotelskoj ponudi Općina Medulin s ukupno osam objekata najjači potencijalni konkurent. Strukturalno, to su po tri hotela s dvije i tri

zvjezdice, te jedan hotel s četiri zvjezdice. U Općini Fažana nalazi se jedan hotel s četiri zvjezdice, a u Vodnjanu se nalazi jedan hotel s četiri zvjezdice.

7.3.4 Marketinški posrednici

Kada se govori o marketinškim posrednicima, bitno je sagledati širu sliku te u obzir uzeti pozicioniranje samog hotela, ciljanu skupina gostiju njihove navike, te birati komunikacijske kanale koji do njih dopiru.

Prethodno je navedeno da bi se hotel profilirao kao hotel prilagođen adolescentima mlađe životne dobi. Ova ciljana skupina sastoji se od ljudi životne dobi između 18 i 35 godina. To su ljudi koji su odrasli uz tehnologiju ili su s njome upoznati u djetinjstvu, odnosno ranom tinejdžerkom razdoblju. Umreženi su i vješto barataju tehnologijom, stoga bi se kao primarni marketing koristili:

- Web stranice
- društvene mreže
- video platforme
- online turoperatora

Što se tiče promocije samog hotela, veliku ulogu igraju društvene mreže. Nezamislivo je da u današnje vrijeme hoteli nemaju svoj profil na društvenim mrežama. Tako da će se koristiti Facebook, Instagram i Twitteru točnije hotel će pružati sve svoje informacije putem tih stranica. U posljednje je vrijeme najpopularniji Instagram te će se veća pažnja posvetiti upravo objavama na toj društvenoj mreži. Ove navedene društvene mreže su neizostavan element života mlađe populacije te zbog toga je bitno na taj način privući određeni segment gostiju.

Hotel će imati i svoj YouTube kanal kako bi se još više približio ciljanom segmentu. Isto tako sve informacije o hotelu biti će vidljive na internetskim stranicama Turističke zajednice Pula, Turističke zajednice Istarske županije te Hrvatske turističke zajednice.

Što se tiče web stranica, hotel će se promovirati putem svoje službene internetske stranice gdje će nuditi osnovne informacije o hotelu poput smještajnih

jedinica, dostupne na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku, dodatnih sadržaja, cijena, usluga, atrakcija i dr., kao i mogućnost rezervacije. Posrednici preko kojih će se također izvršavati rezervacije u heritage hotelu jesu Booking.com, TripAdvisor, Airbnb i Trivago.

7.3.5 Kupci

U kontekstu hotela, kupci su turisti koji u njemu odsjedaju. Kao što se hoteli razvrstavaju i kategoriziraju, tako se i hotelski gosti mogu svrstati u određene kategorije. Prema kriteriju putovanja goste heritage hotela mogu se svrstati kao gosti koji su na godišnjem odmoru te oni gosti koji putuju iz drugih razloga kao što su osobni razlozi, specijalni događaji i drugo. Što se tiče putovanja naših gostiju naše ciljane skupine, mogu se svrstati u zabavna putovanja⁵⁶.

Dobna granica općenito za hotele za odrasle je 18 godina te je stoga takva i za ovaj budući hotel. Svjetska zdravstvena organizacija kategorizira dobne skupine kao dječju dob, omladinsku dob, mladu dob, srednju dob, stariju dob, staračku dob, duboku staračku dob te vrlo duboku staračku dob.⁵⁷ Detaljnije ponuda ovog hotela biti će orijentirana prema omladinskoj dobi te mladoj dobi koja se kreće od 18 godina do 45 godina, no naravno druge dobne skupine mogu rezervirati svoj smještaj ako to žele. Ciljati će se prema gostima srednje platežne moći. Važno je privući i takva tržišta koja nisu visoke platežne moći. Tržišna niša ovog heritage hotela jesu mlađi parovi i samci ili grupe koji putuju u svrhu zabave, upoznavanja i istraživanja kulture i obogaćivanja svoga iskustva.

7.4 Dizajn i sadržaji hotela

Hotel Vladimir Gortan bio bi preuređen iznutra i izvana u primarno industrijskom stilu. Njega karakteriziraju nekonvencionalna rješenja i kombinacija različitih stilova. Ovaj stil kombinira klasičnu eleganciju i grube metalne elemente. Namještajem u industrijskom stilu dominiraju razne drvene nijanse te kožni, stakleni i

⁵⁶ Galičić V., Ivanović S., Lupić M. (2005.): *'Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje'* Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, str. 12.

⁵⁷ WHO, <https://www.who.int/> (pristup: 19. 09. 2022.)

metalni detalji. Često se kombiniraju svijetle i tamne boje kako bi se stvorila ravnoteža karakteristična za industrijski stil.

7.4.1 Dizajn eksterijera

Trenutni derutni prozori bili bi zamijenjeni s novim, dvostruko većim kvadratnim prozorima s dvostrukim staklom. Okviri prozora bili bi izrađeni od drveta, što pospješuje prozračnost i smanjuje rizik od stvaranja vlage u prostorijama. Veličina prozora pažljivo je odabrana ne bi li osigurali da u svaku prostoriju ulazi pozamašna količina svjetlosti. Posebna bi se pažnja davala korištenju recikliranih materijala.

Ispred hotela bila bi izgrađena nadstrešnica za otvoreni tip garaže s ukupno 50 parkirnih mjesta, što osigurava da i zaposlenici i gosti koji su došli svojim osobnim vozilom imaju dovoljno mjesta za parking.

7.4.2 Dizajn interijera

U predvorju hotela nalazi se velika *lounge* (sl. 14.) prostorija s barom, namijenjena primarno druženju i upoznavanju ljudi. Prostorija je dizajnirana način da potiče razgovor i interakciju s drugim gostima, budući da nema zasebnih stolova ili separea. Razlog tome je što svojim gostima hotel Vladimir Gortan želi pružiti nezaboravna iskustva s putovanja, a međuljudske interakcije mogu uvelike tome pridonijeti. Gostima se na raspolaganju nalazi i asortiman društvenih igara koje besplatno mogu koristiti i zabaviti se u ovom prostoru, uz poštivanje odredba kućnog reda i mira.



Slika 14. Hotelski Lounge

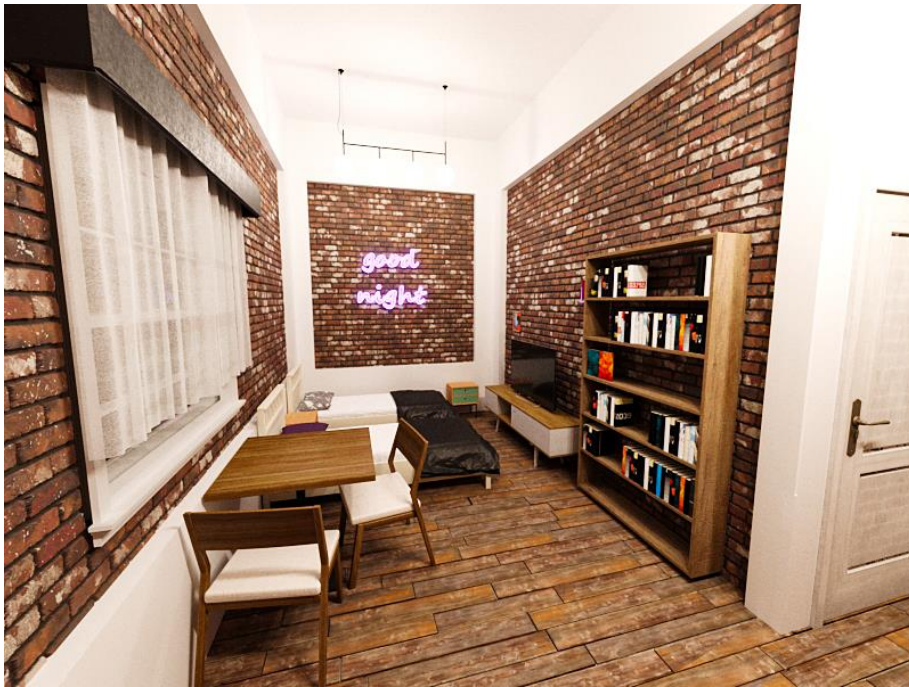
Izvor: Dizajnirao Branislav Vuković⁵⁸

Iz *lounge* prostorije se stepenicama i liftom odlazi na katove na kojima se nalaze sobe i u restoran hotela.

Na prvom se katu hotela nalaze četverokrevetne sobe kojih ima 10 te jednokrevetne sobe kojih je četiri. Četverokrevetne sobe su opremljene s krevetima na kat, iz razloga što oni dobro reflektiraju povijest vojarne, odvojenim toaletom i kupaonom u svakoj sobi. U svakoj se sobi nalazi televizija, kuhalo za vodu, mini-frižider te klima uređaj. Jednokrevetne sobe zadovoljavaju potrebe onih koji putuju sami, ali preferiraju svoj prostor ne dijeliti s drugima kao što je to slučaj u hostelima.

Na sljedeća dva kata nalaze se dvokrevetne sobe. Na drugom su katu dvokrevetne sobe sa odvojenim krevetima (slika 15.), kojih ukupno ima 20. Ove su sobe opremljene s dva zasebna kreveta i kupaonom, klimom, televizijom, kuhalom za vodu te mini frižiderom. Na trećem su katu dvokrevetne bračne sobe (slika 17.), koje su također opremljene kupaonom, klima uređajem, televizijom, kuhalom za vodu te mini frižiderom.

⁵⁸ Dizajn je rađen za ovaj projekt; nema internetskog izvora



Slika 15. Dvokrevetna soba

Izvor: Dizajnerao Branislav Vuković⁵⁹



Slika 16. Bračna soba

Izvor: Dizajnerao Branislav Vuković⁶⁰

⁵⁹ Dizajn je rađen za ovaj projekt; nema internetskog izvora

⁶⁰ Dizajn je rađen za ovaj projekt; nema internetskog izvora

U dizajnu soba i ostalih prostorija hotela bila bi vidljiva težnja da se iskoristi što više postojećih materijala. Primjerice, stolovi bi mogli biti izrađeni od restauriranih komada drveta, neki od kreveta koristili bi prilagođene palete umjesto okvira kreveta i podnice. Razlog tome nije štednja na materijalu, već činjenica da je cilj ovog projekta sačuvati, i iskoristiti sve materijale koji se razumno daju iskoristiti, sljedeći model zelenog gospodarstva i principe održivog razvoja.

7.5 Procjena investicije

U tablici prikazana je procjena investicije heritage hotela Vladimir Gortan. Procjena je izvedena u grubo, budući da ova studija slučaja nije kroz opis investicije, iznos ulaganja i strukturu. Procjena se temelji na istraživanju prosječnih troškova izgradnje i renovacije hotela⁶¹ i prosječnim plaćama radnika po sektorima u Istarskoj županiji.

Tablica 13. Procjena investicije

| OPIS INVESTICIJE | Iznos ulaganja (HRK) | Struktura |
|--|----------------------|-----------|
| Trošak izgradnje | 81 250 000 | 62,5% |
| Izrada projekta, dizajn, menadžment i nadzor | 40 300 000 | 31% |
| Radni/operativni kapital | 8 450 000 | 6,5% |
| UKUPNO | 130 000 000 | 100% |

(Izvor: vlastita izrada)

U tablici je prikazana procjena investicije Heritage hotela Vladimir Gortan koji se nalazi u bivšoj vojarni Vladimir Gortan, a ukupna investicija iznosi 130 000 000 HRK. Prema iskazanim podacima, trošak izgradnje (odnosno renovacije objekta) bi zauzimao najveći postotak ukupnog iznosa ulaganja, a to je 62,5%, odnosno 81 250 000 HRK. Izrada projekta, dizajn, menadžment i nadzor zauzimaju 31% ukupnog iznosa ulaganja, što znači da je za taj dio predviđeno 40 300 000 HRK. Potreban radni kapital za ovaj projekt je 8 450 000 HRK, odnosno 6,5% ukupnog iznosa ulaganja.

⁶¹ Visković, S. (2021). 'Analiza isplativosti ulaganja u hotelski smještaj u Republici Hrvatskoj: Završni rad', Završni specijalistički, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:869169> (pristup: 24.09. 2022.)

Trošak izgradnje po m² s obzirom na ukupnu površinu iznosio bi 1582 HRK, dok bi trošak izgradnje po smještajnoj jedinici iznosi 1 846 590 HRK. Predviđeno je da će Heritage hotel Vladimir Gortan imati 44 smještajnih jedinica.

7.6 Osvrt na studiju slučaja

Na kraju ove studije slučaja može se zaključiti kako bi Hotel Vladimir gortan uvelike obogatio turističku ponudu grada Pule. U samom gradu i bližoj okolini koncentrirane su izvorišne točke svih vidova prometa, odnosno cestovnog, zračnog, željezničkog i pomorskog, a to je jedan od razloga zašto je ovo područje povoljno za prenamjenu derutne građevine u heritage hotel. Također, Pula ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu iz različitih povijesnih razdoblja koja se nalazi u neposrednoj blizini hotela. Primjerice, Amfiteatar, Utvrda Monte Ghio nalaze se na deset do petnaest minuta hoda od lokacije hotela.

Kada se govori o konkurentnosti, iz podataka je bilo vidljivo da se u Istarskoj županiji se nalazi šest heritage hotela, dok u Puli nema niti jednog, pa se sukladno tome može zaključiti kako u Istri nema puno izravnih konkurenata što otvara mogućnost lakšeg zauzimanja jasnog i prepoznatljivog mjesta na turističkom tržištu. Jedini heritage hotel u neposrednoj blizini jest hotel Chersin u Fažani. Iako je Hotel Vladimir Gortan niže kategorizacije od hotela Chersin koji mu je najbliži izravni konkurent, to bi mogao nadoknaditi većim smještajnim kapacitetom.

Smatra se da bi se ovaj hotel trebao dobro pozicionirati na tržištu prvenstveno zbog toga što je, kao što je već spomenuto, prvi heritage hotel u Puli, ali je i jedan od rijetkih heritage hotela koji su namijenjeni segmentu srednje platežne moći. Također, ponuda hotela će se sastojati od različitih i jedinstvenih sadržaja koji se uvelike od razloga što čini ovaj heritage hotel različitim razlikuju od drugih heritage hotela, a primjer je to da u ponudi ima sadržaje za parove i za samce.

Konkurentnost na turističkom tržištu temeljila bi se ponajprije na kvaliteti usluge i pristupačnim cijenama, ali i raznim inovacijama i sadržajima koji bi obogatili turističko iskustvo i stvorili dodanu vrijednost.

Zaključak

Kako je navedeno u uvodu ovog rada, turizam je jedan od najvažnijih pokretača gospodarstva Republike Hrvatske. On je po svojoj prirodi fluidan i lako podložan promjenama, on mora pratiti svjetske trendove da bi opstao. Hrvatska kao turistička destinacija treba s jedne strane težiti maksimalnoj valorizaciji svog turističkog potencijala, a s druge strane očuvanju prirodne i društvene osnove koje ju čine atraktivnom destinacijom.

Mnoge zemlje implementiraju modele održivog razvoja u turizmu ne bi li smanjile štetu koju on neizbježno donosi. Turista je u današnje vrijeme sve više, te je potreba za smještajnim kapacitetima sve veća. Konstantna izgradnja novih smještajnih jedinica nije rješenje, no prenamjenom i obnovom nevaloriziranih postojećih resursa u hotele moguće je povećati smještajne kapacitete i spasiti baštinu od propadanja. Na ovim su se pretpostavkama temeljile hipoteze 1 i 2.

Hipoteza 1 glasila je "prenamjenom kulturno povijesne baštine u hotel sprječava se propadanje" i ona je potkrijepljena primjerima dobre prakse iz poglavlja šest. Također, u konceptualnom primjeru prenamjene dvorca Matzenauer u boutique hotel vidljivo je da je svakako bolje prenamijeniti i revitalizirati baštinu nego ju ostaviti da propada.

Hipoteza 2 glasila je "postoji potreba za povećanjem smještaja u hotelima", te je ona potvrđena podacima iz drugog poglavlja ovog diplomskog rada. Naime, u analizi popunjenosti hotela i usporedbi s drugim oblicima smještaja vidljivo je da su oni primarni odabir turista tijekom cijele godine. U srpnju i kolovozu njihova popunjenost prelazi 90%. Ako se uzme u obzir dosada zabilježen trend rasta dolazaka i prihoda od turizma, može se zaključiti da postoji rizik od prebukiranosti u hotelskom smještaju. Iz istih je podataka vidljivo da iako potreba za povećanjem hotelskog smještaja postoji, sekundarni smještajni kapaciteti još uvijek imaju prostora za prihvata turista.

Hipoteze 3. bazirale su se na zakonskim odredbama zaštite i očuvanja kulturne baštine. Hipoteza 3 glasila je "proces prenamjene kulturne baštine u hotele težak je zbog zakonskih ograničenja" te smatram da je opovrgnuta. Pri istraživanju i iščitavanju zakona za izradu ovog rada, došla sam do zaključka da, iako postoji mnogo odredba

koje određuju kako se smije postupati s kulturno povijesnom baštinom, proces i uvjeti prenamjene kulturno povijesne baštine jasno su iskazani u Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara te je uz pridržavanje zakonskih odredbi i pravodobno informiranje nadležnih tijela prenamjena svakako moguća. Tome najbolje svjedoči primjer hotela Jupiter koji je smješten u prostorima Dioklecijanove Palače, koja uz status nacionalne baštine također pod zaštitom UNESCO-a kao svjetska baština.

Studija slučaja koja se bavila prenamjenom Vojarne Vladimir Gortan u hotel projekt je koji je zamišljen u duhu održivog razvoja, koji je ključan za daljnji razvoj hrvatskog turizma. Objekt je u vlasništvu Grada Pule, te je ovakav ili sličan model prenamjene svakako moguć i izvediv, budući da je veći dio zgrade neiskorišten i u potpuno derutnom stanju.

Pula i njena okolica imaju resursnu osnovu za revitalizaciju baštine kao što su primjerice, napuštene austrougarske utvrde, industrijska baština koja se tek u zadnjih nekoliko nedavno počela dovoditi u ponovnu uporabu, primjer je Arena Trikotaže koja se sada koristi kao hala za Sajam knjige a dio je preuređen u Vinoteku i Muzej maslinovog ulja. Projekti prenamjene kulturno povijesne baštine u hotele svakako su puno zahtjevniji od ovih navedenih, no iz istraživanja provedenih u ovom radu vidljivo je kako su svakako izvedivi.

Popis literature

a) Knjige:

1. B. F. Tamara Floričić, ur. *Kulturna baština u turističkoj destinaciji: vrednovanje i održivi menadžment*. Pula; Medulin: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli; Općina Medulin, 2019. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:445094>. (pristup: 22.09.2022.)
2. Fischer P. (1974): *Die internationale Konzession*, Wien - New York
3. Jelinčić, D.A. (2010.): *Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima*. Zagreb: Meandarmedia: Meandar.
4. Kotler, P. (1999.): *Upravljanje marketingom*. Zagreb: Informator
5. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hotela* <https://mint.gov.hr> (pristup: 15. 09. 2022.)
6. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, *Popis kategoriziranih turističkih objekata u republici Hrvatskoj*, <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512> (pristup: 15. 09. 2022.)
7. Hrvatska turistička zajednica *Popunjenost smještajnih kapaciteta 2021*. URL: <https://www.htz.hr/> (pristup: 22.09. 2022.)
8. Rocco F. (2000.) *Marketinško upravljanje*. Zagreb: Školska knjiga
9. Tišma, S., Boromisa A-M., Funduk, M., Čermak; H (2017).: *Okolišne politike i razvojne teme*, Alinea, Zagreb.
10. Zakon o koncesijama. NN 69/17, 107/20. URL: <https://www.zakon.hr/z/157/Zakon-o-koncesijama> (pristup:18.09.2022.)
11. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/271022.html> (pristup: 07.09. 2022.)
12. Zelenika, R. (2000.): *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka. Ekonomski fakultet u Rijeci.

b) Članci:

1. Andrić, B.,(2010.): *Čimbenici marketinškog okruženja u turizmu*, Praktični menadžment, vol. 2 br. 1.
2. Carek, R. (2004): *Nematerijalna kulturna baština – UNESCO i njegova uloga*. *Informatica museologica* 35, 3-4.
3. Juranović-Tonejc, M., i Radatović Cvitanović, K. (2013). '*Prolegomena o kategorizaciji spomenika kulture*', *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, (37/38) URL: <https://hrcak.srce.hr/149221> (pristup 19.09.2022.)
4. Lah, Lj. (2019). '*Obnova i prenamjena graditeljskoga naslijeđa; Temeljna načela očuvanja naslijeđa*', *Prostor*, 27(1(57)), str. 140-151.
[https://doi.org/10.31522/p.27.1\(57\).11](https://doi.org/10.31522/p.27.1(57).11) (pristup: 19.09.2022)
5. Miketić-Curman, S. (2020). '*Primjena koncepta kružnog gospodarstva i industrijske ekologije kao doprinos održivom razvoju i zaštiti okoliša*', *Sigurnost*, 62(4), str. 369-375. URL: <https://doi.org/10.31306/s.62.4.4> (pristup: 15.09.2022.)
6. Galičić V., Ivanović S., Lupić M. (2005.): *Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji
7. Marasović, T., *Kulturna baština*, sv. I, Split, 2001.
8. Stipanović, C. (2018). '*Hotel baština u funkciji razvoja kulturne i kreativne ponude destinacije*', *Ekonomska misao i praksa*, 27(1). Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/202281> (pristup: 19.09.2022.)
9. Visković, S. (2021). '*Analiza isplativosti ulaganja u hotelski smještaj u Republic Hrvatskoj: Završni rad*', *Završni specijalistički, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet*, URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:869169> (pristup: 24.09. 2022.)

c) Web stranice:

1. Brijuni Rivijera, URL: <http://brijunirivijera.hr/> (pristup: 17. 08. 2022.)
2. Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost. <https://www.fzoeu.hr/> .
(pristup: 15.09.2022)
3. Heritage hotel Chersin, URL: <https://hotel-chersin.com/> (pristup: 11. 08. 2022.)
4. Hotel Jupiter. URL: <https://www.lhjupiter.com/> (pristup: 23.09.2022.)
5. Leksikonski zavod Miroslav Krleža. URL: <http://www.enciklopedija.hr>
(pristup: 7. 09. 2022.)
6. Parkhotel Holzner URL: <https://www.parkhotel-holzner.com/> (pristup: 19.09.2022.)
7. Pomurec. URL: <https://www.pomurec.com/> (datum pristupa: 15.09.2022.)
8. Pula, URL: <https://www.pula.hr/> (pristup: 31.08.2022.)
9. Turistička zajednica grada Splita. URL: <https://visitsplit.com/hr>
10. UNESCO-ova lista svjetske baštine. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/>
(pristup: 14.09.2022.)
11. World Health organisation, URL: <https://www.who.int/> (pristup: 19. 09. 2022.)
12. UNESCO. Konvencija za zaštitu nematerijalne kulturne baštine. URL: <http://unesdoc.unesco.org/> (pristup: 23.08.2022.)
13. United Nations Environment Programme URL: <https://www.unenvironment.org/explore-topics/green-economy> (pristup: 04.09.2022)

Popis slika

| | |
|---|----|
| 1. Stopa popunjenosti prema vrstama kapaciteta 2019. godini | 8 |
| 2. Prosječna stopa popunjenosti hotela u 2016. i 2019. godini u Republici Hrvatskoj | 9 |
| 3. Model kružnog gospodarstva | 25 |
| 4. Usporedba linearnog i Kružnog gospodarstva | 26 |
| 5. Dizajn Holzner hotela iz 1912 | 30 |
| 6. Današnji izgled Parkhotela Holzner | 31 |
| 7. Heritage hotel Chersin | 33 |
| 8. Trenutno stanje dvorca Matzenauer | 35 |
| 9. Idejni izgled renoviranog dvorca Matzenauer | 35 |
| 10. Heritage hotel Mašković Han | 37 |
| 11. Heritage hotel Jupiter | 38 |
| 12. Peristil i Jupiterov hram sa smjernicama do Heritage hotela Jupiter | 39 |
| 13. Usporedba hotelskih objekata u gradu Puli i potencijalnim konkurentskim destinacijama u neposrednoj blizini | 51 |
| 14. Hotelski Lounge | 55 |
| 15. Dvokrevetna soba | 56 |
| 16. Bračna soba | 56 |

Popis tablica

| | |
|--|----|
| 1. Tablica 1. Struktura hotelske ponude u Republici Hrvatskoj iz 2020. godine | 4 |
| 2. Tablica 2 . Struktura hotelske ponude u Istarskoj županiji u 2020. godini. | 5 |
| 3. Tablica 3. Kategorizacija hotela u gradu Pula u 2020. godini | 6 |
| 4. Tablica 4. Prikaz usporedbe hotelske ponude na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini | 6 |
| 5. Tablica 5. Stopa popunjenosti prema vrstama kapaciteta 2019. godine | 8 |
| 6. Tablica 6: Prosječna stopa popunjenosti hotela u 2016. i 2019. godini | 9 |
| 7. Tablica 7: Usporedba sadržaja hotela baštine | 40 |
| 8. Tablica 8: Digitalni marketing hotela baštine | 41 |
| 9. Tablica 9. SCEPTICAL analiza makrookruženja | 46 |
| 10. Tablica 10 . Kategorizacija i struktura hotela baštine u Republici Hrvatskoj | 49 |
| 11. Tablica 11. Kategorizacija i struktura heritage hotela u Istarskoj županiji | 50 |
| 12. Tablica 12. Kategorizacija i struktura hotela u Puli | 50 |
| 13. Tablica 13. Kategorizacija i broj hotela u konkurentskim destinacijama u 2020. godini | 51 |
| 14. Tablica 14: Procjena investicije | 57 |

Sažetak

Tema ovog diplomskog rada je prenamjena kulturno povijesne baštine u hotele – nova konkurentnost. U radu se obrađuju pitanja prenamjene kulturne baštine u svrhu održivog razvoja turizma, valorizacije povijesnih građevina koji su u derutnom ili neupotrebljivom stanju.

U prvom se dijelu rad bavi definiranjem aspekta kulturno povijesne baštine koju je moguće prenamijeniti. U radu su provedena istraživanja hotelske ponude Republike Hrvatske u svrhu definiranja potrebe za većom količinom smještajnih kapaciteta. Obradene odredbe Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara koji uvjetuju prenamjenu kulturno povijesne baštine. Obradeni su primjeri dobre prakse hotela baštine.

Drugi dio rada bavi se studijom slučaja na temu prenamjene Vojarne Vladimir Gortan u Hotel. U sklopu studije slučaja provedene su analize makrookruženja i mikrookruženja, te je predložen koncept i dizajn hotela, financijske projekcije i model poslovanja.

Ključne riječi: prenamjena, kulturno povijesna baština, hoteli, održivi turizam

Summary

The topic of this master's thesis is Redevelopment of cultural and historic heritage into hotels – new competitiveness. The paper issues repurposing of cultural heritage to fund sustainable tourism, valorization of historic buildings that are in poor or unusable condition.

This paper defines aspects of cultural and historical heritage that can be repurposed. The research on the hotel accommodation offer in the Republic of Croatia was carried out to define if the risk of overbooking exists and if there is a potential need for more accommodation units. The key articles in the Croatian Law on the Protection and Preservation of Cultural Assets were analyzed, in order to better understand the conditions under which repurposing of cultural and historical heritage can be executed. The good practice examples of heritage hotels were provided and discussed.

The second part of the paper presents a case study which proposes a project of repurposing of the abandoned Vladimir Gortan military barracks into a hotel. Case study provides macro-environment and micro-environment analysis, and the conceptual design of the hotel, business models, and financial projection.

Key words: redevelopment, cultural and historic heritage, hotels, sustainable tourism