



STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA GRADA LABINA 2014. – 2020.

Labin, 10.03.2014.

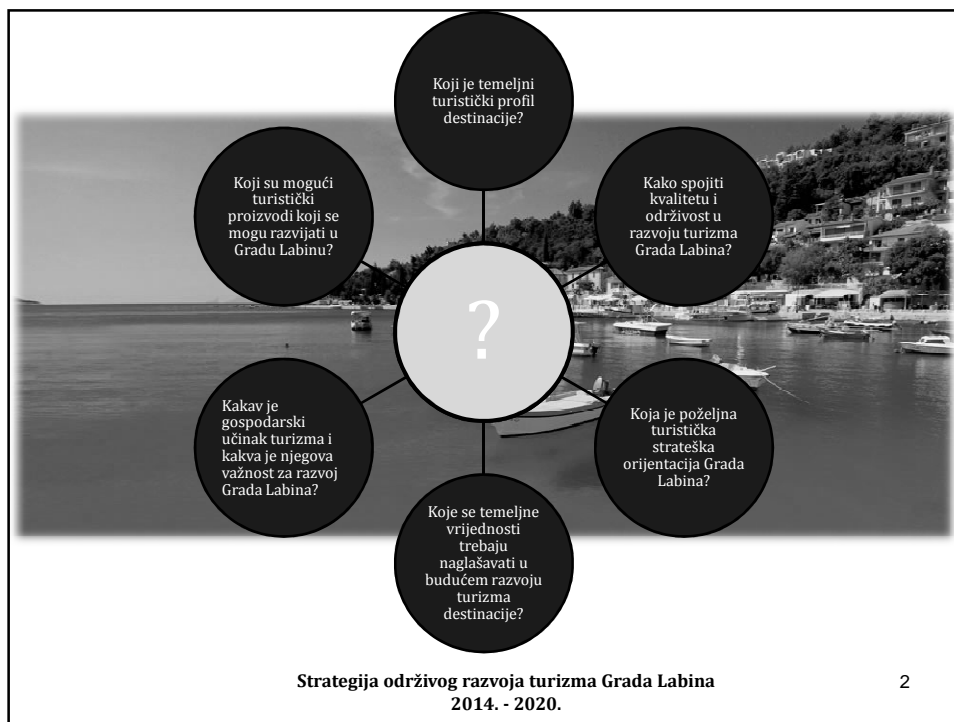
SVRHA I CILJ PROJEKTA

SVRHA PROJEKTA

- Strategija **održivog razvoja turizma Grada Labina** koji počiva na ekonomskim, ekološkim i socio-kulturnim načelima razvoja, a usklađena je sa strateškim dokumentima razvoja turizma na nacionalnoj i regionalnoj razini (EU)

CILJ PROJEKTA

- Prijedlog integriranog rješenja održivog razvoja turizma turističke destinacije Labin Rabac s ciljem povećanja konkurentnosti i boljeg tržišnog pozicioniranja, većeg zadovoljstva gostiju, bržeg ekonomskog rasta, veće kvalitete života lokalnog stanovništva...



KONCEPT RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE - NOVI RAZVOJNI ISKORAK

Koncept razvoja turističke destinacije

**TRADICIONALNI
KONCEPT**

Ekonomski efekti

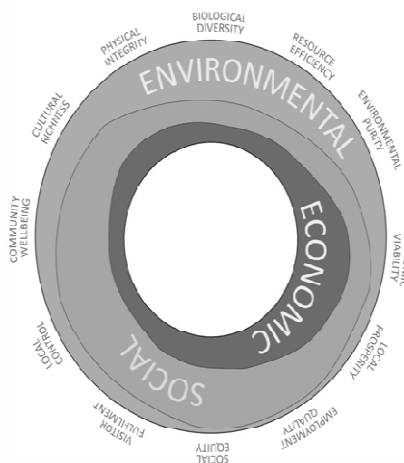
**SUVREMENI
KONCEPT**

Održivi razvoj

USPJEŠNOST – ODRŽIVOST

ODRŽIVI TURIZAM

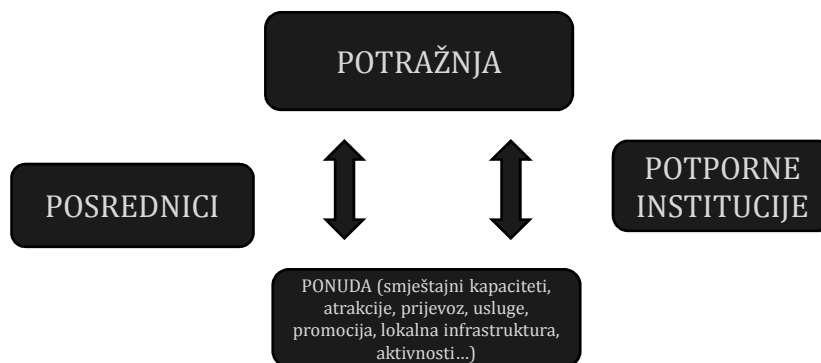
- Upravljanja svim resursima na način da ekonomske, društvene i estetske potrebe budu zadovoljene uz zadržavanje kulturnog integriteta, esencijalnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i životnih potpornih sustava
- To nije tip proizvoda, već **ethos** koji podupire sve aktivnosti u turizmu.



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

4

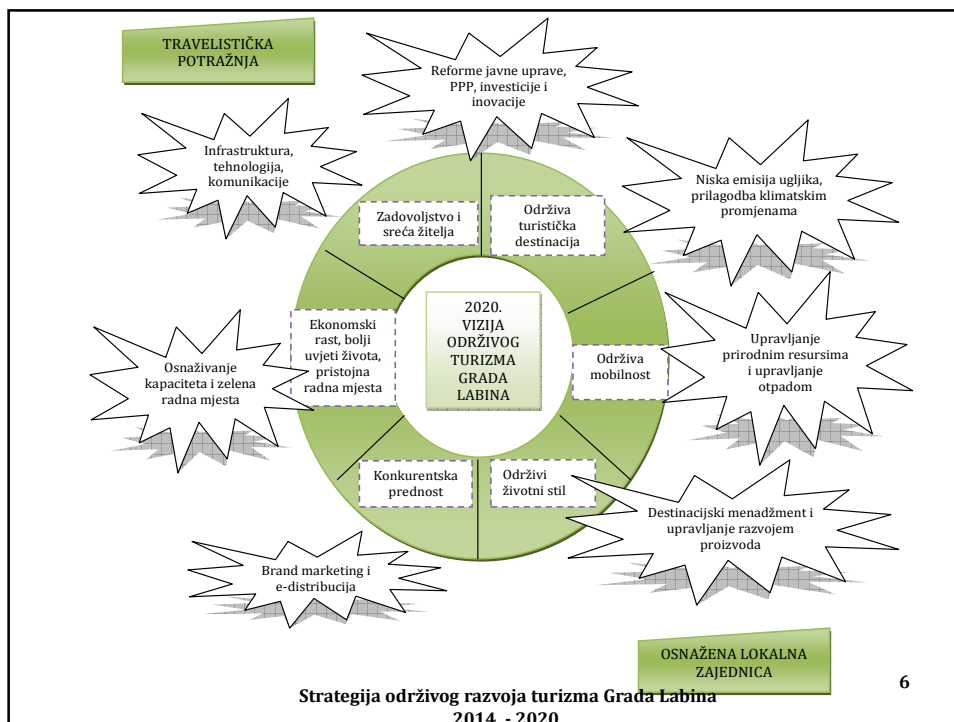
TURIZAM KAO SUSTAV



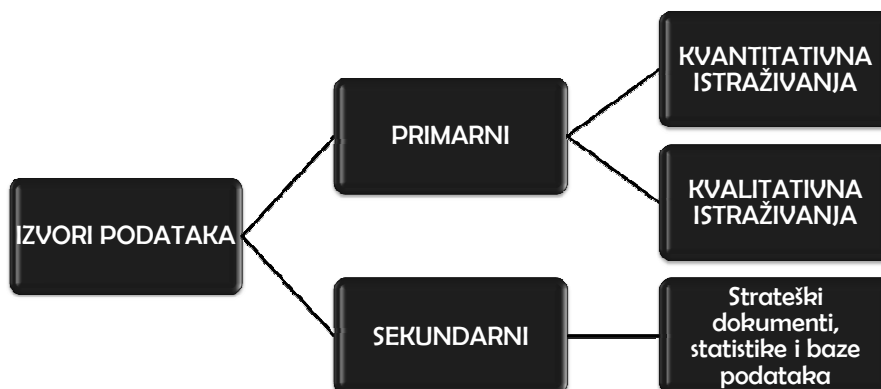
Ključni koncept razvoja uspješnog turističkog sektora je pronaći ravnotežu između **turističkog tržišta** i **turističkog proizvoda**. Turistički proizvod, jednim dijelom determinira tip turističkog tržišta koji se može privući, a proizvod mora biti u odgovarajućoj formi kako bi zadovoljio očekivanja turista. No, turistički se proizvod ne može razvijati na način da zadovolji turistička tržišta dok s druge strane stvara probleme u društvu/lokalnoj zajednici i degradira okoliš. Pronalazak optimalne ravnoteže turističkog proizvoda i turističkog tržišta mora se izvesti unutar okvira dostizanja održivog i uravnoteženog razvoja turizma koji optimizira koristi lokalne zajednice.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

5




METODE ISTRAŽIVANJA




Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

8

KVANTITATIVNA ISTRAŽIVANJA



ISPITIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE
Stavovi o ekonomski, društvenim, kulturnim i ekološkim utjecajima turizma, stupanj uključenosti stanovnika u turističko privređivanje, reakcije prema raznim oblicima turističke aktivnosti
Anketni upitnik



ISPITIVANJE STAVOVA JAVNOG SEKTORA
Gradonačelnik, zamjenici, pročelnici, predsjednica Savjeta mladih
Utvrđiti općenite stavove prema turizmu, utvrditi "uska grla" na koje javni sektor nailazi u razvoju turizma
Web panel survey

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

9

KVALITATIVNA ISTRAŽIVANJA



RAZVOJNE RADIONICE

Sudionici podijeljeni po specifičnim temama

Alat za procjenu potencijala koji se bazirao na interakciji sudionika i voditelja radionice na određenu temu

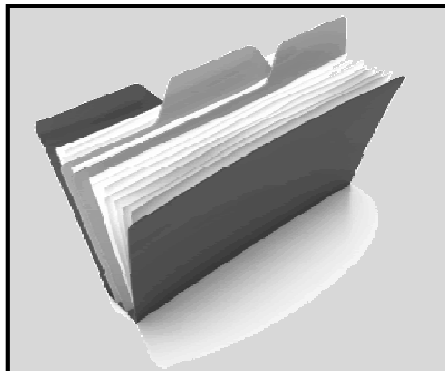
Promišljanje o posebnosti destinacije. Izazovima, prednostima i ograničenjima razvoja, ciljnom tržištu i turističkim proizvodima, viziji, misiji razvoja turizma

SEKUNDARNI IZVORI

- Statistike
- Baze podataka (TZOM, DZS, FINA, EUROSTAT...)
- Strateški dokumenti
- Analiza sekundarnih podataka:
 1. Analiza po osnovi boravišne pristojbe
 2. Analiza uplata po osnovi turističke članarine
 3. Horizontalna i vertikalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka za sve djelatnosti, te po pojedinim djelatnostima
 4. Analiza financijskih pokazatelja
 5. Analiza turističkog prometa
 6. Prognozističke metode i analiza scenarija

STRUKTURA DOKUMENTA

1. UVOD
2. GLOBALNI TURISTIČKI
TRENDOVI
3. SITUACIJA ANALIZA →
*Gdje se Labin i okolica
sada nalaze?*
4. FINANCIJSKI UČINCI
RAZVOJA TURIZMA
5. STRATEŠKO
POZICIONIRANJE
DESTINACIJE → *Kamo
Labin i okolica idu i kako
stići do cilja?*
6. STRATEŠKI
MARKETINŠKI PLAN



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

12

ŠTO LABIN-RABAC IMA DANAS?

PROSJEČNA
GODIŠNJA
POPUNJENOST
: 30,63% ili
112 dana

SMJEŠTAJNI KAPACITETI

- **11. 807 stalnih ležajeva**
- 15,25% u kampovima (prosječna godišnja popunjenost: 25,8%)
- 34,04% u kućanstvima (prosječna godišnja popunjenost: 18,49%)
- 30,11% u hotelima (prosječna godišnja popunjenost hotela i tur.naselja: 42,03%)
- Ostalo (aparthotel, turističko naselje)

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

13

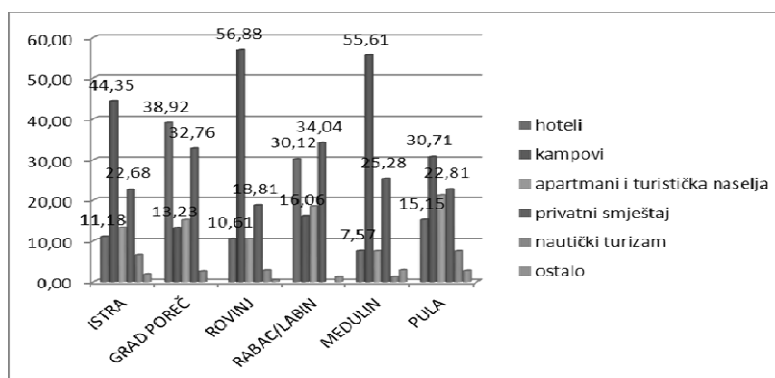
BROJ KREVETA PREMA SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA

VRSTA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA	ISTRA	GRAD POREČ	ROVINJ	RABAC/LABIN	MEDULIN	PULA
hoteli	27995	8829	3015	3377	2075	2258
kampovi	111000	3000	16169	1800	15251	4579
apartmani i turistička naselja	33252	3424	2983	2083	2066	3158
privatni smještaj	56773	7431	5347	3816	6934	3400
nautički turizam	16711	566	774	0	339	1121
ostalo	4577		139	135	762	393
UKUPNO	250308	22684	28427	11211	27427	14909

Strategija razvoja održivog turizma Grada Labina 2014.
- 2018.

14

STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA



Strategija razvoja održivog turizma Grada Labina 2014. -
2018.

15

VELIČINA TURIZMA U LABINU U 2013.

TURISTIČKI PROMET 2013.

UKUPNO DOLASCI
206.618 dolazaka;

6,46% dolazaka u Istri
(6.mjesto)

UKUPNO NOĆENJA
1.333.083 noćenja;

6,05% noćenja u Istri
(9.mjesto)

Izvor: Turistička zajednica IŽ

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

16

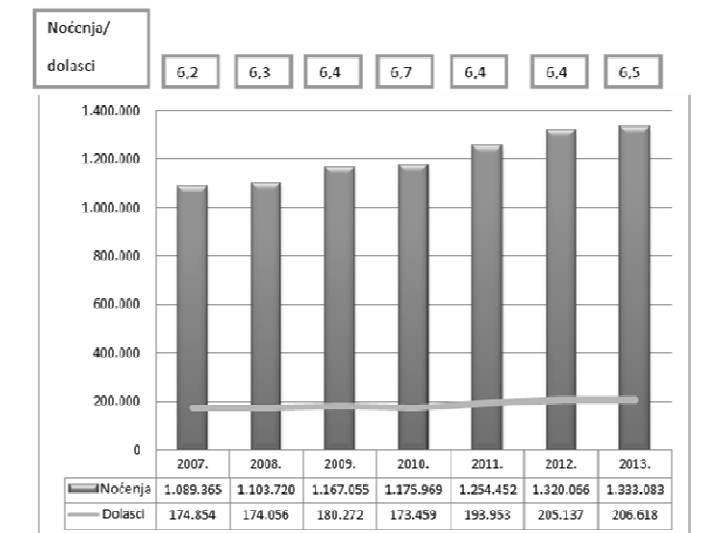
SAGLEDAJMO DUBLJE ...



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

17

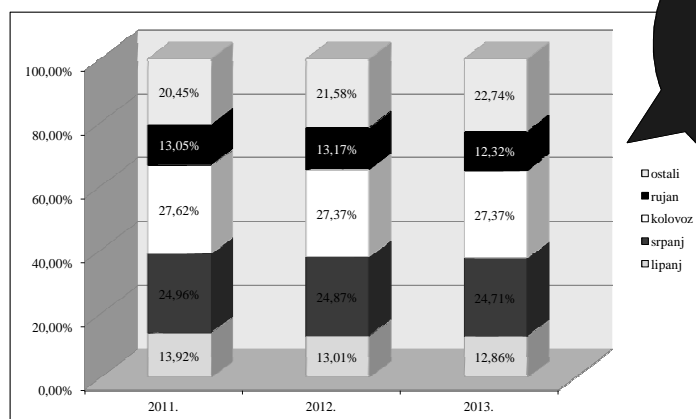
Noćenja, dolasci i duljina boravka



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

18

Noćenja po mjesecima 2011., 2012. i 2013.



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

19

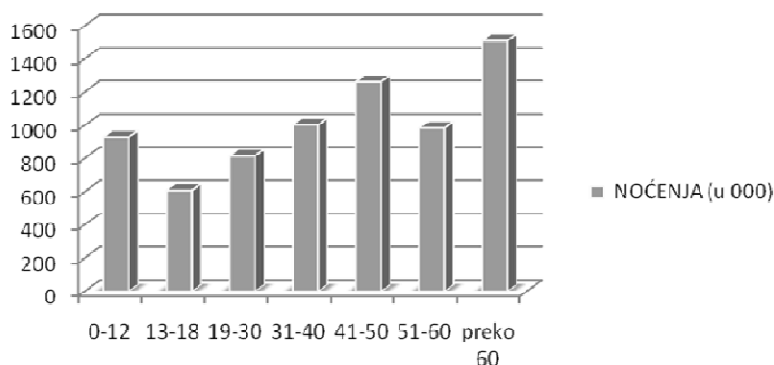
Noćenja po tipu kapaciteta (2007. – 2013.)

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJA	Udio noćenja prema vrsti smještaja
Hoteli	5.620.675	66,19%
Mali hoteli/ pansioni Rabac	82.440	0,97%
Pansioni Labin	21.251	0,25%
Kamp	1.059.981	12,48%
Privatni smještaj Rabac	1.039.015	12,24%
Privatni smještaj Labin	441.989	5,21%
Privatni smještaj Nedešćina	176.845	2,08%
Privatni smještaj Pićan*	49.008	0,58%
SVEUKUPNO	8.491.204	100,00%

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

20

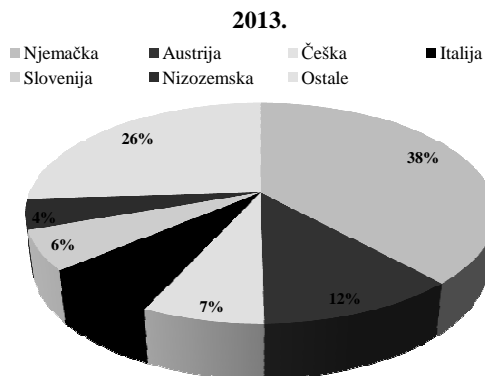
Noćenje po dobnim skupinama (2007. – 2013.)



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

21

Noćenje po zemlji dolaska 2013.



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

22

Značajke turizma destinacije Labin - Rabac

- Labin-Rabac percipiran kao razvijena turistička destinacija istočne obale Istre, ponajviše za ljetni odmor (izuzev 60+ dobne skupine koje borave u pred i posezoni)
- Obilježava je stalan rast noćenja i dolazaka
- Dobra geografska pozicija
- Razvedena obala i dobri klimatski uvjeti (i obližnjih destinacija koje se razvijaju)

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

23

ALI...



- Izražajna visoka sezonalnost koja se očituje ponajviše kod pojedinih vrstama kapaciteta (obiteljski smještaj ili tzv. „privatni smještaj“)
- Visoki nesrazmjer popunjenosti različitih vrsta smještajnih kapaciteta
- Niski stupanj iskorištenja kapaciteta u kućanstvima (19,77% ili 72 dana) i 42,03% hotelski smještaj i turistička naselja (154))
- Neadekvatna mikro-infrastruktura (posebice nedostatak parkirnih mjesta)
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnih sadržaja boravka gostiju
- Statični sustav marketinga (rezultat statičnosti nacionalnog sustava)
- Potreba za kvalitativnom transformacijom smještaja u kućanstvima (raspoloživost sredstava fondova EU)
- Ponuda hrane i pića u segmentu kvalitete i vrijednosti za novac ispod je standarda konkurencije (vrijedi i općenito za RH)

NEDOVOLJNO ISKORIŠTEN POTENCIJAL DESTINACIJE

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

24



STRATEŠKO POZICIONIRANJE DESTINACIJE



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

25

VIZIJA LABINSKOG TURIZMA

Grad Labin stremi razvijanju održivog rasta i razvoja turizma temeljenog na očuvanju biološke raznolikosti, kulturne baštine i identiteta zajednice, poticanju ekološke učinkovitosti, kvalitetnijeg suživota lokalne zajednice i posjetitelja, društvene inkluzije. Time će turizam doprinosti sretnijem i zadovoljnijem društvu.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

26

PRIORITETI – STRATEŠKI CILJEVI

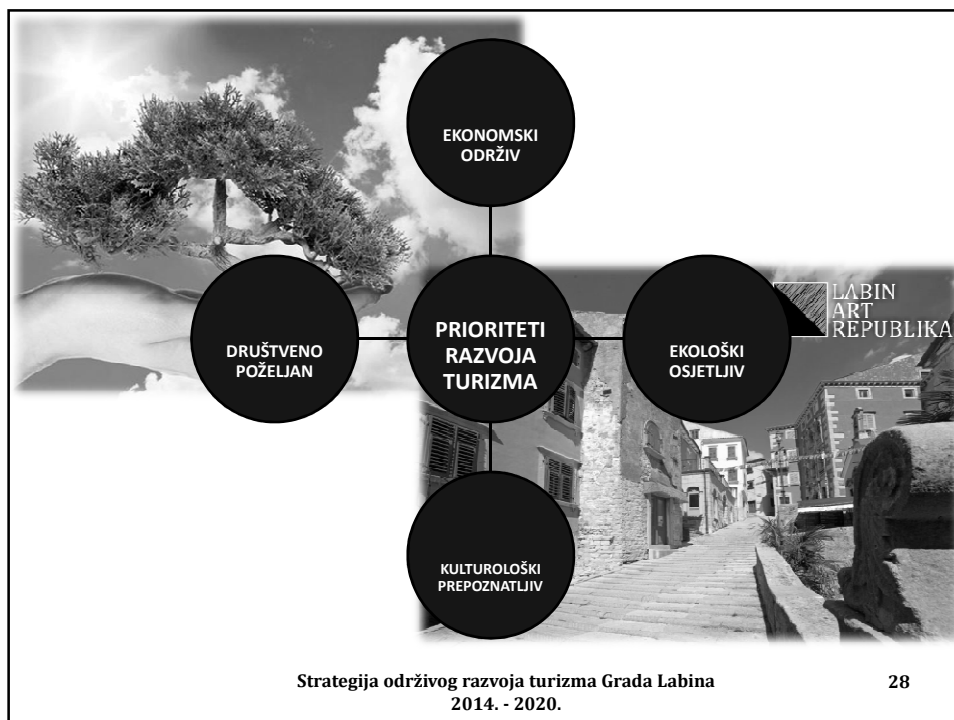
4 PRIORITETA



20
STRATEŠKIH
CILJEVA

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

27







EKONOMSKI UČINCI RAZVOJA TURIZMA




Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

30

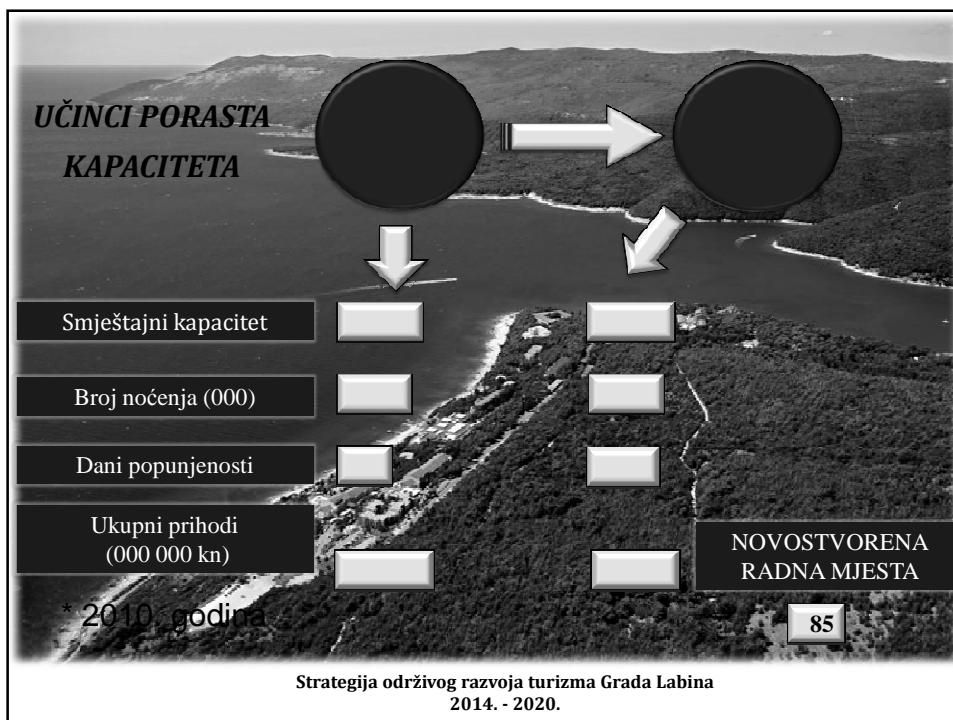
PROCJENA OČEKIVANIH KRETANJA PRIHODA U DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA



Turizam i ugostiteljstvo

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

31



Porast prosječne dnevne potrošnje turista

Godišnje porast prosječne dnevne potrošnje turista u Istri u razdoblju od 2007. do 2010. godine –

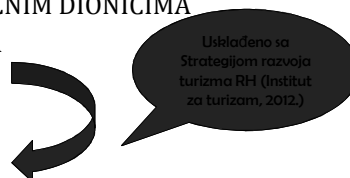
Utjecaj porasta prosječne dnevne potrošnje turista na ukupne prihode turizma i ugostiteljstva Grada Labina:



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN 2014. – 2020.

- CILJEVI MARKETING KONCEPCIJE (usklađeni sa strateškim ciljevi razvoja turizma):
 1. IZGRADNJA PREPOZNATLJIVOSTI DESTINACIJE
 2. RAZVOJ NOVIH PROIZVODA I KONTINUIRANO UNAPREĐENJE KVALITETE PONUDE
 3. PRODULJENJE SEZONE
 4. DOSEGNUTI CILJNO TRŽIŠTE
 5. JAČANJE PARTNERSTVA S KLJUČNIM DIONICIMA
 6. PRUŽANJE IZNIMNOG ISKUSTVA
 - ✓ Više od ljeta
 - ✓ Više od sunca i mora
 - ✓ Više od obiteljskog odmora



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

35

MARKETING KONCEPCIJA DEFINIRA

- IDENTITET TURISTIČKE DESTINACIJE
- CILJNA TURISTIČKA TRŽIŠTA
- CILJNE POTROŠAČKE SEGMENTE
- TURISTIČKE PROIZVODE
- TRŽIŠNU KOMUNIKACIJU

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

36

MARKETING KONCEPCIJA UZIMA U OBZIR...



Nove trendove

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

37

TURIST U BUDUĆNOSTI (prilagođeno prema: WTM (2012.), Dwyer et.al. (2008.), UNWTO (2013.))

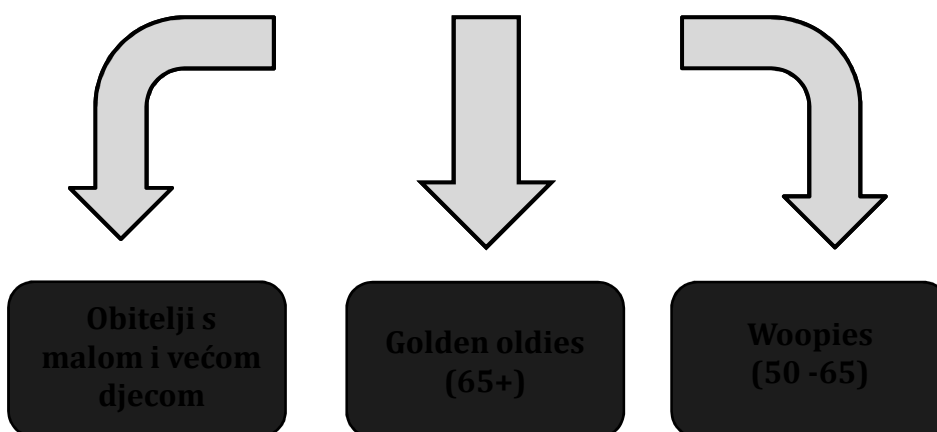
- Traže iskustvo.
- Bogati, ali nemaju puno slobodnog vremena
- Fleksibilniji u odabiru perioda godišnjeg odmora
- Putuju češće, ali kraće
- Hedonisti
- Pronicljivi
- Svjesni važnosti kvalitete
- Individualisti
- Traže samounapređenje
- Kritičari
- Manje odani brendovima
- Traže vrijednost za novac, a ne nužno jeftino
- O snaženi osjećaj za društvo i zaštitu okoliša
- Traže autentično iskustvo
- Participiraju, nisu pasivni promatrači
- **Traže dodatna iskustva**
- Brinu o sigurnosti u destinaciji



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

38

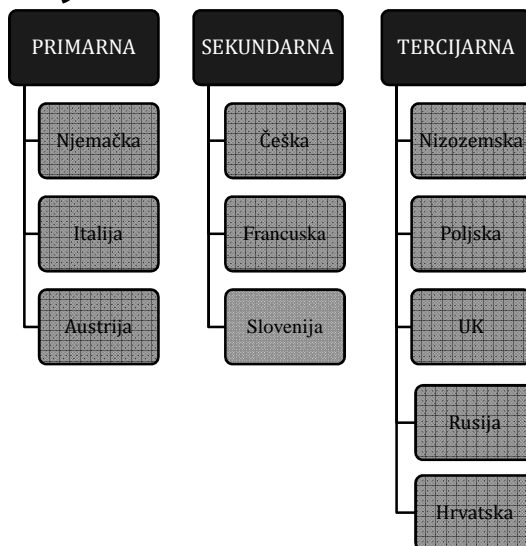
CILJNI POTROŠAČKI SEGMENTI



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

39

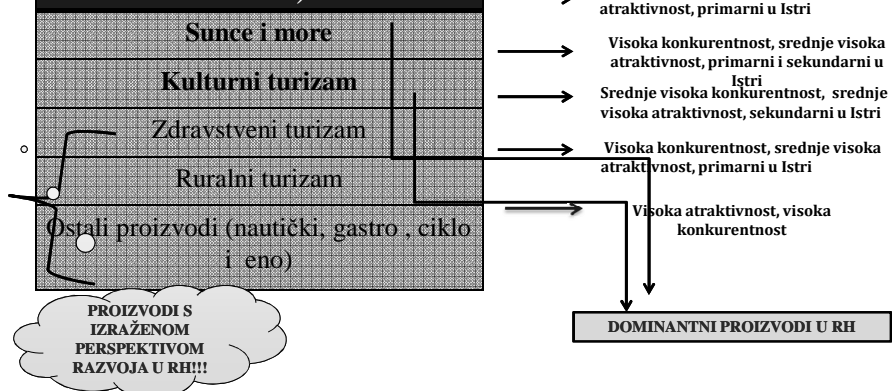
Ciljna turistička tržišta



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

40

SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA (UZ *ECO-FRIENDLY IMAGE*)



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina
2014. - 2020.

41

A MOGU SE DOGODITI OVAKVE PROMJENE U PROSTORU KROZ NOVE TURISTIČKE PROIZVODE

- **GLAMPING**

<http://www.glamping.com/europe/a-terra-eco-camping.html>



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. - 2020.

42

A MOGU SE DOGODITI OVAKVE PROMJENE U PROSTORU KROZ NOVE TURISTIČKE PROIZVODE

- **DIFUZNI HOTELI**

<http://www.youtube.com/watch?v=f-JdW-MaVe4>



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. - 2020.

43

Projekti tim FET-a:

Voditelji projekta:

doc. dr. sc. Tea Golja i prof. dr. sc. Marinko Škare

Suradnici:

- MLAUS
- prof.dr.sc. Lorena Mošnja Škare
- dr. sc. Iva Slivar Tiganj
- Adriana Galant, mag. oec.
- Roberta Kontošić, mag. oec.
- Studenti FET-a



Hvala na pozornosti!