

**Strategija održivog razvoja
turizma Grada Labina u
razdoblju od 2014. do 2020.
godine**

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.



Voditelji projekta:

- Prof. dr. sc. Marinko Škare
- doc. dr. sc. Tea Golja

Suradnici:

- Prof.dr.sc. Lorena Mošnja Škare
- Prof.dr.sc. Danijela Križman Pavlović
- Dr.sc. Iva Slivar Tiganj
- Mr.sc. Barbara Unković
- Dr.sc. Nikola Vojnović
- Adriana Galant, mag. oec.
- Roberta Kontošić, mag. oec

1. UVOD.....	0
1.1. Projektna svrha, ciljevi i rezultati.....	1
1.2. Metodologija projekta.....	3
1.2.1. Metodološke pretpostavke i pristupi	3
1.2.2. Metodologija rada.....	5
1.2.3. Metode istraživanja.....	5
1.2.4. Organizacija rada na projektu.....	12
1.3. Vizija održivog razvoja turizma Grada Labina	12
1.4. Misija održivog razvoja turizma Grada Labina	15
1.5. Pretpostavke održivog razvoja turizma Grada Labina.....	15
1.6. Prioriteti razvoja održivog turizma Grada Labina.....	20
1.7. TTM prezentacija.....	21
2. USUSRET GLOBALNIM TURISTIČKIM TRENDOVIMA	23
3. SITUACIJSKA ANALIZA	25
3.1. Izazovi održivosti razvoja turizma Grada Labina	26
3.2. Analiza turističkih pokazatelja.....	31
3.2.1. Analiza dolazaka i noćenja na području Grada Labina.....	31
3.2.2. Analiza dolazaka prema zemlji porijekla.....	32
3.2.3. Analiza dolazaka prema dobnim skupinama	36
3.2.4. Analiza dolazaka po mjesecima.....	38
3.2.5. Analiza noćenja turista na području Grada Labina.....	40
3.2.6. Analiza noćenja turista prema zemlji porijekla	41
3.2.7. Analiza noćenja prema dobnim skupinama	44
3.2.8. Analiza noćenja prema vrsti smještaja.....	46
3.2.9. Analiza noćenja po mjesecima.....	47
3.2.10. Kapaciteti na području Grada Labina.....	49
3.2.11. Usporedba turističkih pokazatelja Grada Labina sa Istrom i Hrvatskom.....	52
3.3. Financijska analiza gospodarstva Grada Labina.....	65
3.3.1. Gospodarska struktura Grada Labina.....	65
3.3.2. Analiza financijskih pokazatelja poslovanja gospodarstva Grada Labina	69
3.3.3. Analiza financijskih pokazatelja djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (djelatnost „I“) u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	81

3.3.4.	Analiza djelatnosti turizma i ugostiteljstva po subdjelatnostima.....	86
3.3.5.	Analiza djelatnosti smještaja.....	86
3.3.6.	Analiza djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića.....	92
3.3.7.	Analiza djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima.....	98
3.3.8.	Analiza prihoda od boravišne pristojbe.....	103
3.3.9.	Analiza prihoda od članarine turističkim zajednicama.....	108
3.3.10.	Procjena ukupnih prihoda od turizma i ugostiteljstva Grada Labina na osnovi turističke članarine.....	112
3.3.11.	Investicije u novu dugotrajnu imovinu u turizmu i ugostiteljstvu Grada Labina	116
3.4.	Lokalna zajednica – stavovi i viđenja.....	117
3.5.	SWOT.....	122
4.	PROCIJENJENI FINANCIJSKI UČINCI RAZVOJA TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA.....	124
4.1.	Učinci produljenja sezone na kretanje broja noćenja i ukupnih prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina do 2020. Godine	125
4.2.	Učinci porasta kapaciteta i prosječne dnevne potrošnje turista.....	134
5.	STRATEŠKO POZICIONIRANJE DESTINACIJE.....	137
5.1.	Strateški ciljevi razvoja	137
5.2.	Akcijski plan.....	139
6.	MARKETINŠKI PLAN 2013. – 2018.....	152
6.1.	Turistički proizvodi	157
6.2.	Detaljna razrada turističkih proizvoda prema tržišnim segmentima i predviđeni rokovi aktivacije kroz petogodišnje razdoblje.....	159
	Popis tablica, grafova i slika.....	170
	Prilog: Turistička statistika za 2013. godinu.....	175

1. UVOD

U nastavku navode se projektna svrha i ciljevi, kao i očekivani rezultati, pojašnjava se metodologija projekta, izdvaja vizija, misija, navode pretpostavke i prioritete održivog razvoja turizma Grada Labina.

1.1. Projektna svrha, ciljevi i rezultati

Sama izrada Strategije održivog razvoja turizma Grada Labina od 2013. – 2020. strateški je izbor Gradskog Vijeća Grada Labina koje je željelo doći do odgovora na dolje navedena pitanja:



Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Svrha je projekta izraditi *Strategiju održivog razvoja turizma Grada Labina od 2013. – 2020. godine* koja će se temeljiti na osnovnim načelima takova razvoja – *ekonomskim, ekološkim i socio-kulturnim*, a ujedno će biti usklađena sa temeljnim strateškim dokumentima od vitalnog značaja za razvoj turizma svake destinacije. Radi se prije svega o strateškim dokumentima lokalnog, regionalnog, nacionalnog i međunarodnog doseg. Ova je Strategija posebno usklađena sa novom Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, a ističe se važnost njene usklađenosti sa novim političkim okvirom razvoja turizma u Europi – Europe, the world's No. 1 tourist destination¹, Strategijom rasta Europske Unije „Europe 2020“ u kojoj se značaj pametnog, održivog i inkluzivnog razvoja gospodarstva uzima kao prioritet, kao i smjernicama World Economic Forum-a koji na godišnjoj razini mjeri turističku konkurentnost zemalja, ali i niže preporuke razvoja turizma od lokalne do nacionalne razine. S obzirom da je izrada ove Strategije tekla za vrijeme i nakon Svjetskog Summita o održivom razvoju Rio +20, uzete su u obzir pretpostavke, načelai zaključci razvoja održivog turizma Summita.² Citirano iz Strategije Europe 2020:³ „*In a changing world, we want the EU to become a smart, sustainable and inclusive economy. These three mutually reinforcing priorities should help the EU and the Member States deliver high levels of employment, productivity and social cohesion.*“⁴ Strategija je ujedno i odgovor na globalne turističke trendove sa kojima se ovaj sektor susreće i na koje treba odgovoriti.

Činjenica da je upravo turizam ključni sektor gospodarstva Europske Unije koji otprilike generira 10% bruto domaćeg proizvoda EU, zapošljava gotovo milijardu stanovnika u 1,8 milijuna poduzeća ide u prilog važnosti definiranja vizije razvoja turizma i novoga načina upravljanja turizmom koji ide tragovima dugoročnog i održivog razvoja.

Na turizam valja gledati kao na sektor koji doprinosi novom zapošljavanju i regionalnom razvoju, održivom razvoju, očuvanju prirodne i kulturne baštine, ali i definiranju identiteta neke regije. Utjecaji su turizma direktni, indirektni i inducirani.⁵ Svaki dolar utrošen u turizmu generira nova 3

¹ European Commission (2010.) Europe, the world's No 1 tourist destination a new political framework for tourism in Europe, European Commission: Brisel, dostupno na:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0352:EN:NOT>

² United Nations General Assembly (2012.) Resolution adopted by the General Assembly A/RES/66/288, The Future We Want, New York: UN, dostupno na: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/66/288&Lang=E

³ European Commission (2010.) Europe 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth, European Commission: Brisel

⁴ U svijetu koji se kontinuirano mijenja, mi želimo da Europska unija postane pametna, održiva i inkluzivna ekonomija. Ove tri međusobno podupirajuća prioriteta trebala bi pomoći Europskoj Uniji i zemljama članicama a postignu visoku razinu zapošljavanja, produktivnosti i društvenu koheziju.

⁵ Mjereno metodologijom Turističkih satelitskih računa ili TSA razvijenom od strane Svjetske turističke organizacije.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

dolara! Stoga, valja njime znati pravilno upravljati i pozitivno se postaviti u vidu prepoznavanja i „upijanja“ multiplikativnih efekata turizma.

Cilj izrade ovog projekta je prijedlog integriranog rješenja održivog razvoja turizma Grada Labina s ciljem povećanja konkurentnosti turizma na ovom području i boljeg tržišnog pozicioniranja destinacije.

U pogledu **projektnih rezultata**, uz novi modela upravljanja destinacijom (DMO) i provođenjem aktivnosti definiranih akcijskim planom, omogućiti će se snažnije iskorištavanje potencijala ovog sektora kroz uspješno kanaliziranje pozitivnih ekonomskih učinaka turizma, a time i doprinosa održivom gospodarsko rastu i razvoju Grada Labina. Na definirani akcijski plan gleda se kao na živi organizam koji sadrži sve osnovne elemente potrebne za razvoj društveno poželjnog i održivog turizma u Gradu Labinu, ali isti nije krut i nepromjenjiv, već prilagodljiv realnom vremenu što omogućuje i dodatno mjerenje ostvarenoga i stalno prilagođavanje u svrhu pronalaska optimalnog rješenja na zadovoljstvo svih interesnih dionika.

Model zelenog rasta destinacije koji predstavlja ravnotežu između potražnje na turističkom tržištu i osnaživanja lokalne zajednice, okvir i smjernica je djelovanja interesnih dionika k ostvarivanju ciljeva.

Grad Labin na raspolaganju ima novi alat i novi zadatak, a uključivanjem interesnih dionika i zajedničkim radom može dostići ambiciozno definirane, ali ostvarive ciljeve.

1.2. Metodologija projekta

1.2.1. Metodološke pretpostavke i pristupi

Metodologija projekta ide u cilju provedbe projektnih rješenja, a temelji se na ključnim metodološkim principima prikazanim u tablici u nastavku.

Tablica 1: Metodološki pristup i opis

METODOLOŠKI PRISTUP	OPIS
MULTIDISCIPLINARNOST	Na izradi <i>Strategije održivog razvoja turizma Grada Labina</i> raditi će tim stručnjaka iz područja opće ekonomije, turizma, menadžmenta, menadžmenta ljudskih resursa, statistike, informatike i računovodstva.

OSIGURANJE TRANSPARENTNOSTI	Kako bi se osigurala transparentnost izrade <i>Strategije održivog razvoja turizma Grada Labina</i> definiranesu radne skupine koje su aktivnim angažmanom sudionika, bavile se konstruktivnom raspravom na odabranu tematiku.
SURADNJA I UKLJUČIVANJE LOKALNIH INTERESNO UTJECAJNIH SKUPINA	<p>Važno je detektirati interesno utjecajne skupine i odrediti načine komuniciranja s istima. Načelo izrade <i>Strategije održivog razvoja</i> mora u fokusu zadržati komunikaciju, diskusiju i postizanje konsenzusa. Interesno utjecajne skupine jesu: <i>poslovni subjekti, turističke organizacije, agencije i subjekti koji upravljaju prirodnom i kulturnom baštinom, lokalna tijela, lokalna zajednica, stručnjaci i utjecajni pojedinci, potencijalni investitori, planeri prostornog razvoja i drugi specifični subjekti koji utječu i uvjetuju razvoj turističke destinacije.</i></p> <p>Načini komunikacije s interesno utjecajnim skupinama jesu: <i>sastanci u lokalnoj zajednici (mjesni odbori, vijeća i slično), polustrukturirani intervjui, anketni upitnici, prezentiranje planiranog; radionice.</i></p>
UKLJUČIVANJE JAVNOSTI U FAZNU IZRADU PROJEKTA	Kako bi izrada <i>Strategije razvoja održivog turizma Grada Labina</i> bila što transparentnija i kako bi se svi rezultati proizišli iz razvojnih radionica i dubinskih intervjua mogli što uspješnije podijeliti sa ostalim žiteljima Grada, kao i svim zainteresiranima, nužno je osigurati odgovarajući način prenošenja informacija. Iz tog razloga, rezultati će se objavljivati na službenim stranicama Caster-a, web stranici Grada Labina i Turističke zajednice Grada Labina-Rapca, a isto će se tako omogućiti slanje prijedloga putem elektroničke pošte. Stoga će priliku da izlože prijedloge, sugestije, mišljenja imati svi zainteresirani, a i time se ukazuje na značaj partnerskog pristupa i participacije u planiranju razvoja turizma.
OD POJEDINAČNOG KA OPĆEM	Sagledavanje razvojnih mogućnosti na manjim karakterističnim područjima (klasterima) unutar Grada. Odabir užih područja usuglašen s naručiteljem i interesno utjecajnim skupinama odabranog područja i razrađen u akcijskom planu.
DEFINIRANJE PROVEDBENIH INSTRUMENTATA I INSTITUCIONALNIH TIJELA ZADUŽENIH ZA PROVEDBU DEFINIRANIH PLANOVA	Dati će se prijedlog organizacijskih i poslovno-upravljačkih pretpostavki nužnih za provedbu usvojenih rješenja, što je jedina efikasna osnova za implementaciju planova.

1.2.2. Metodologija rada

Predlažemo da se izrada projekta odvija u tri faze:

FAZA 1 – ANALIZA TRENUTNOG STANJA	FAZA 2 - STRATEŠKI OKVIR POZICIONIRANJA	FAZA 3 – MASTER PLAN
Analiza postojećih strateških dokumenata na globalnoj razini, dokumenata Europske Unije, Ministarstva turizma Republike Hrvatske, Istarske županije i lokalne zajednice	Izrada misije, vizije i ciljeva	Izrada razvojnog dokumenta i načina informiranja javnosti
Analiza turističkih pokazatelja	Gospodarski učinak	Plan implementacije
	Marketinške smjernice pozicioniranja	Prijedlog uspostave tijela za provođenje monitoringa

1.2.3. Metode istraživanja

U izradi Strategije razvoja održivog turizma Grada Labina koristiti će se:



U nastavku se navode primarni izvori istraživanja.

AD.1. PRIMARNA ISTRAŽIVANJA:

KVANTITATIVNA ISTRAŽIVANJA:

Kako bi se što uspješnije odradio projektni zadatak pristupiti će se provedbi sljedećih primarnih kvantitativnih istraživanja (a prema uobičajenim načinima provedbe primarnih istraživanja za potrebe izrade ovakvih strateških dokumenata, vodeći računa o interesno utjecajnim skupinama):

- 1. Ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o razvoju i značaju turizma na području Grada Labina (testiranje uzorka)*
- 2. Ispitivanje stavova javnog sektora (Grada Labina) o značaju i mogućnostima razvoja turizma na području Grada Labina*

Tablica 2: Primarno istraživanje - Ispitivanje stavova lokalnog stanovništva

Polazište i ciljevi istraživanja	Labin sa svojom bogatom rudarskom poviješću i mnoštvom kulturnih zbivanja također postaje turističko odredište, svega nekoliko kilometara udaljen od Rapca kojeg krasi prekrasne plaže i čisto more. Cilj istraživanja je uvidjeti koji su izazovi sa kojima se suočava lokalno stanovništvo, što oni prepoznaju kao potencijal destinacije i stvaranje sveobuhvatne slike Labina i Rapca kako bi se turizam usmjerio na ono najprihvatljivije i najznačajnije za zajednicu, ali i prirodne, kulturne predispozicije, te da je razvoj turizma u skladu sa održivim razvojem.
Populacija	Stanovnici Labina i Rapca iznad 18 godina. Kriteriji odabira: <ul style="list-style-type: none">- targetiranje interesno utjecajnih skupina (ugostitelji, privatni iznajmljivači, predstavnici smještajnih kapaciteta,...)
Uzorak	Nasumično odabrani predstavnici interesno - utjecajnih skupina. Uzorak od 50 ispitanika koji su reprezentativni prema socio-demografskim obilježjima.
Vrijeme provođenja	Rujan 2012.
Način prikupljanja podataka	Anketni upitnik koji se provodi osobno.
Instrument istraživanja	Anketni upitnik koji se sastoji od otvorenih i zatvorenih pitanja, Likertove skale od 5 stupnjeva. Vrijeme rješavanja je 10 minuta.
Sadržaj istraživanja	Anketnim upitnikom se htjelo uvidjeti: <ul style="list-style-type: none">- značaj turizma za zajednicu, ali i osobni značaj turizma- percepciju efekta turizma u zajednici- koja vrsta ponude nedostaje, a koje ima previše- postotak prihoda od turizma, koliki bi prihod od turizma bio zadovoljavajući, a

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Obrada	<p>koliko je na godišnjoj razini reinvestirano u turizam</p> <ul style="list-style-type: none"> - koliko turizma se želi, koliko stupanj razvoja je prihvatljiv - što je zabrinjavajuće u vezi turizma u zajednici - što svatko osobno može učiniti za unaprjeđenje turizma - kako bi se turizam trebao razvijati u Gradu Labinu, te kako svatko osobno može doprinijeti ostvarenju toga.
Namjena rezultata istraživanja	Kvantitativna i kvalitativna analiza
	Izrada Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina.

Tablica 3: Primarno istraživanje – Ispitivanje stavova javnog sektora– Grada

Polazište i ciljevi istraživanja	Grad Labin, poznat kao rudarski grad može se pohvaliti višegodišnjom turističkom tradicijom obližnjeg mjesta Rapca. Kako je turizam od velikog značaja za Gradski proračun, ali i donosi prihode lokalnom stanovništvu, turizam bi se trebao oblikovati na način da bude održiv te neškodljiv za nijednog dionika. Cilj ovog istraživanja je prikupljanje podataka o stajalištu gradonačelnika, njegovih zamjenika, pročelnika, te predsjednice Savjeta mladih o smjeru kretanja, te zadovoljstvu turizmom u Gradu, kao i aktivnostima, proaktivnostima glede njegova razvoja, te svijesti o važnosti vlastitog djelovanja.
Populacija	Gradonačelnik i njegovi zamjenici, pročelnici Grada Labina, Savjet mladih
Uzorak	Gradonačelnik (1), njegovi zamjenici (2), pročelnica Upravnog odjela za proračun i financije (1), pročelnik Upravnog odjela za društvene djelatnosti(1), pročelnica Upravnog odjela samoupravu i opće poslove (1), pročelnica Upravnog odjela za prostorno uređenje, zaštitu okoliša i gradnju (1), pročelnik Upravnog odjela za komunalne djelatnosti(1), predsjednica Savjeta mladih(1). Ukupno 9
Vrijeme provođenja	Travanj/svibanj 2013.
Način prikupljanja podataka	Anketni upitnik koji se provodi putem web-a.
Instrument istraživanja	Anketni upitnik koji se sastoji od otvorenih i zatvorenih pitanja, Likertove skale od 5 stupnjeva. Vrijeme rješavanja je 10 minuta.
Sadržaj istraživanja	Anketnim upitnikom se htjelo uvidjeti: <ul style="list-style-type: none"> - značaj turizma za zajednicu, ali i osobni značaj - percepciju efekta turizma u zajednici - koja vrsta ponude nedostaje, a koje ima previše - postotak prihoda od turizma - koliko turizma se želi, koliko stupanj razvoja je prihvatljiv - što je zabrinjavajuće u vezi turizma u zajednici - što svatko osobno može učiniti za unaprjeđenje turizma - kako bi se turizam trebao razvijati u Gradu Labinu, te kako svatko osobno može

	doprinijeti ostvarenju toga.
Obrada	Kvantitativna i kvalitativna analiza.
Namjena rezultata istraživanja	Izrada Strategije održivog razvoja turizma Grada Labina.

KVALITATIVNA ISTRAŽIVANJA:

a) RAZVOJNE RADIONICE

Metoda 'razvojnih radionica' je alat za procjenu potencijala koji se bazira na interakciji sudionika i voditelja radionice na određene teme. Dizajn misaonog toka je prilagođen raznim izazovima specifičnim za zajedničko područje interesa, Grada Labina-Rapca i razvojanjihova turizma. Omogućuje identifikaciju tematskog potencijala sudionika kao i moguće scenarije razvoja. Prisutnost vanjskog (Caster) i unutarnjeg (Turistička zajednica Grada Labina-Rapcai Grad Labin) partnera na svakoj radionici jamči potreban nivo objektivnosti i vjerodostojnosti iznijetih informacija, prijedloga i zajedničkog promišljanja. Uzimaju se u obzir sadašnje potrebe i projekcije budućih situacija obzirom na svjetske trendove. Razvojna radionica je dvosatna aktivnost za sudionike i partnere.

Organizirano je 5 radionica o 5 različitim tema:

- *Smještajni kapaciteti*
- *Ugostiteljstvo*
- *Priroda, kultura i sport*
- *Razvojno-prostorni planovi i razvojni projekti Grada*

Radionice se provode s 5 do 8 sudionika.

Nakon konzultacija s naručiteljem, obzirom na metodu i ciljeve razvojnih radionica, zajednički su odabrani sudionici radionica. Sve radionice, osim radionice s temom Razvojno-prostornih planova i razvojnih projekata Grada Labina imaju isti sadržaj, dinamiku razvoja i cilj. Svi sudionici se postepeno usmjeravaju u promišljanje o posebnostima Općine, izazovima unutarnjim, vanjskim,

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

ciljnoj skupini turista, varijantama turističkog fokusa, te misiji i viziji Grada Labina kroz prizmu razvoja turizma i jasnog razlučivanja koji strateški projekti/inicijative bi se trebale pokrenuti kako bi se ostvario postavljeni cilj. Na svakoj radionici predstavljaju se primjeri najbolje prakse o kojima se sa sudionicima razgovara.

U lipnju je planirana radionica 'Radne (operativne) skupine' sačinjena od predstavnika svake razvojne grupe radi zajedničkog usuglašavanja i pročišćavanja preporuka baziranih na rezultatima razvojnih radionica.

b) OSOBNI INTERVJUI

Kako bi se sagledali problemi vezani uz postojeći razvoj turizma kao i efekti koje turizam ima na području Grada Labina, te razabrale ključne mogućnosti razvoja turizma u budućnosti kao i izazovi, potrebno je provesti osobne intervjue s naručiteljem i odabranim interesno-utjecajnim skupinama.

AD.2. SEKUNDARNI IZVORI

Prilikom analize međunarodnog okruženja, trendova i turističkih kretanja koristit će se statistike i baze podataka institucija u nastavku:

- Svjetska turistička organizacija (UNWTO)
- Europska Komisija
- Statistički ured Europske Komisije (Eurostat).

Osim toga, prilikom izrade Strategije razvoja koristit će se dokumenti Europske Komisije koji se odnose na strateške smjernice razvoja u Europskoj Uniji te oni dokumenti koji se odnose na opći gospodarski razvoj Europe. To su sljedeći dokumenti:

- *Europe, the world's No. 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe*

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

- *EUROPE 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth.*

Osim navedenih dokumenata, analizirat će se i mnogi drugi dokumenti i publikacije vezani uz turizam i današnje izazove ovoga sektora kako u Europi, tako i u Svijetu poput:

- *Global Sustainable Tourism Council (2012.) Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations*
- *United Nations General Assembly (2012. The Future We Want*
- *World Economic Forum (2012.) Travel and Tourism Competitiveness Report 2012*
- *UNEP i OECD (2011.) Climate change and Tourism Policies in OECD Countries*
- *UNEP (2009.) A Three-Year Journey for Sustainable Tourism*
- *UNEP (2009.) Policy Recommendations on Sustainable Tourism Development*
- *WMO, UNEP & UNWTO (2008.) Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*
- *UNEP & UNWTO (2005.) Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*

Za potrebe analize razvoja turizma na području Grada Labina-Rapca koristiti će se podaci različitih institucija uključenih u sustav statistike turizma u RH. To su sljedeće institucije:

- Državni zavod za statistiku (DZS)
- Hrvatska narodna banka (HNB)
- Financijska agencija (FINA)
- Ministarstvo turizma (MT)
- Ministarstvo financija
- Hrvatska turistička zajednica (HTZ)
- Istarska turistička zajednica (ITZ)
- Turistička zajednica Grada Labina-Rapca
- Hrvatska gospodarska komora (HGK)
- Institut za turizam i drugi.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

U procesu izrade Master plana koristit će se i mnogi drugi važni dokumenti i publikacije, kao što su:

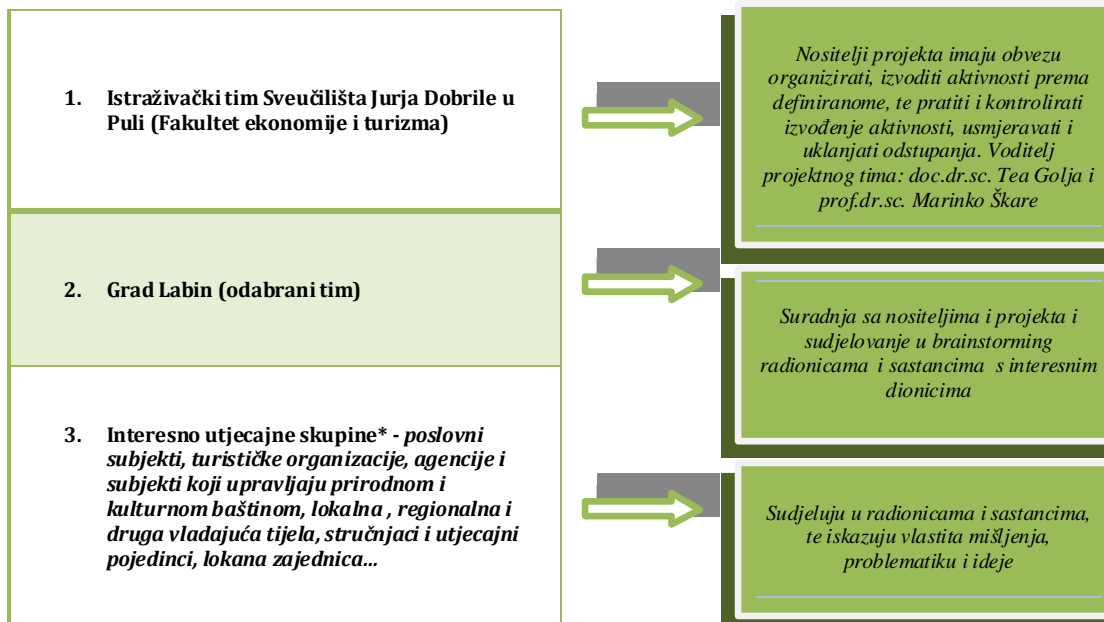
- Analiza poslovanja hotelijerstva u Hrvatskoj s prijedlozima mjera za unaprjeđenje stanja sektora (Horwath HTL, 2010.)
- Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku (HRT i HGK)
- Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2012. – 2014.
- Razvojna strategija hrvatskog turizma, Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, te Glavni plan i strategija razvoja turizma RH (dostupni izvještaji) i drugi strateški važni dokumenti za hrvatski turizam
- dokumenti i programi svih ministarstava RH koji su strateški važni i koji imaju utjecaj na turističko privređivanje u RH,
- zakonski akti od interesa za turističko privređivanje na teritoriju RH i drugi.

Metode analize sekundarnih podataka obuhvatit će uobičajene statističke metode obrade podataka te sljedeće:

- *SWOT (snage, slabosti, prilike, prijetnje) analiza*
- *snimka gospodarskog i financijskog stanja sa posebnim osvrtom na turizam i važnost turizma za gospodarstvo Labina koji obuhvaća:*
 - 1) analizu uplata po osnovi boravišne pristojbe
 - 2) analizu uplata po osnovi turističke članarine
 - 3) horizontalna i vertikalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka za sve djelatnosti sumarno, te posebno po pojedinim djelatnostima sa posebnim naglaskom na turizam
 - 4) analizu financijskih pokazatelja za sve djelatnosti ukupno, te posebno po pojedinim djelatnostima s posebnim naglaskom na turizam.
- *Prognostičke metode i analize scenarija (tehnike dinamičkog programiranja i Vensim) koju ističemo kao posebnost u izradi same Strategije.*

1.2.4. Organizacija rada na projektu

Da bi se projekt uspješno realizirao definirana je odgovarajuću struktura odgovorna za operativnu provedbu istraživanja.



Pored definiranog istraživačkog tima, potiče se „*Bottom-up* „ načelo uz uvažavanje i razmatranje prijedloga, kritika i sugestija od najniže do najviše razine. Bez kvalitetnog dijaloga nije moguće ostvariti napredak niti djelovati u pravom smjeru. „*Top down*“ načelo omogućuje usklađivanje i provjeru sa strateškim razvojnim dokumentima definiranim na lokalnoj, regionalnoj nacionalnoj i razini Europske Unije.

1.3. Vizija održivog razvoja turizma Grada Labina

Danas je važno prepoznati globalne promjene i prilagoditi se istima što brže i bolje s ciljem ostvarenja uspješnosti na zadovoljstvo svih interesnih dionika. Vizija održivog rasta i razvoja turizma u Gradu Labinu je potpuno usklađena sa preporukama i zaključcima respektabilnih svjetskih institucija koje naglašavaju potrebu da se javna uprava, gospodarstvenici i civilno društvo diljem svijeta prilagode i usmjeravaju **ka zelenom rastu i razvoju kao najboljoj**

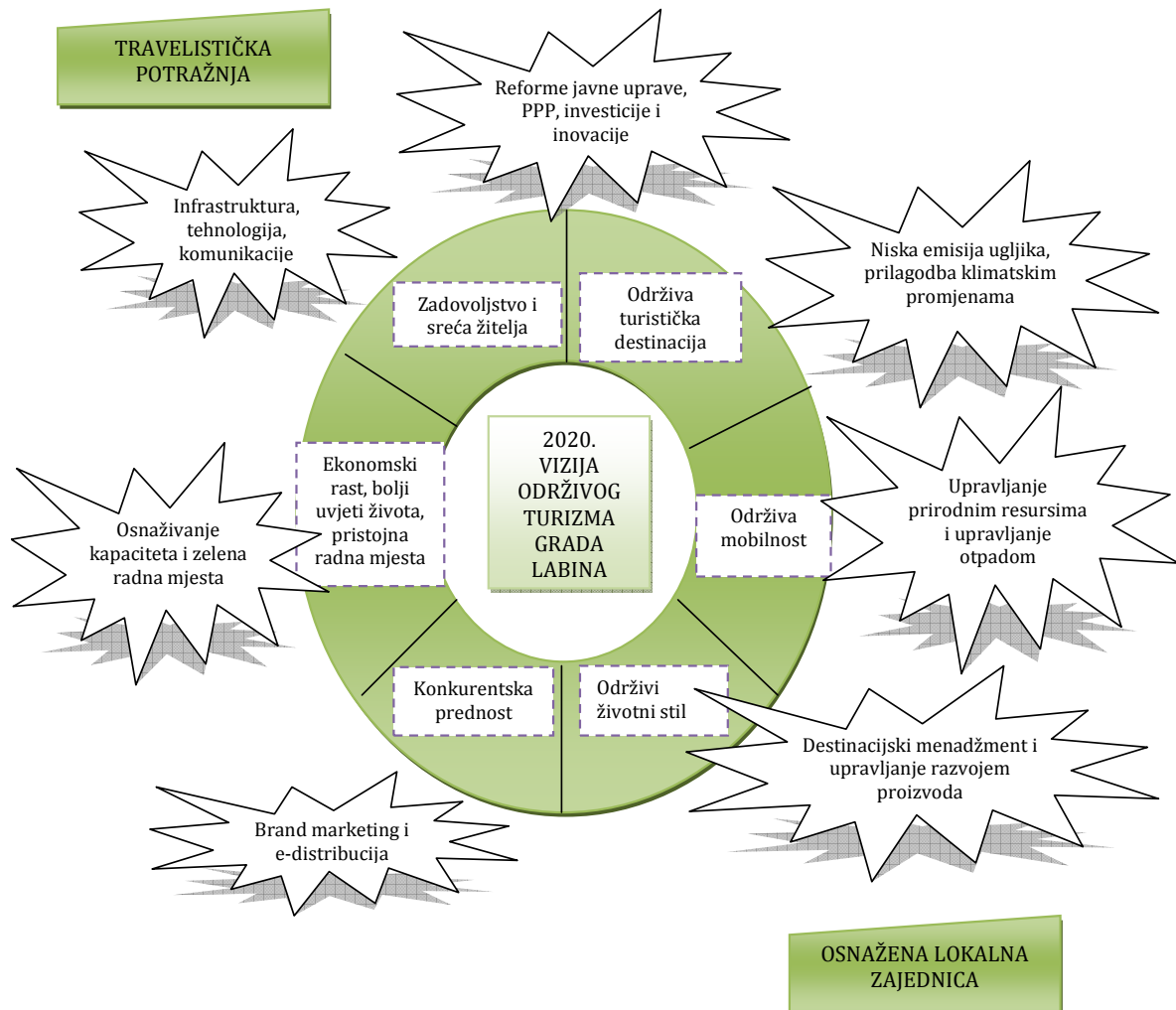
Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

strategiji kojom će se moći odgovoriti na ekonomsku stagnaciju, klimatske promjene, iscrpljivanje resursa, demografskim promjenama i siromaštvu.

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.

Do 2020. godine Labin će se tržišno pozicionirati kao poznata ekoturistička destinacija i destinacija kulture. Biti će primjer uspješnog destinacijskog menadžmenta koji pretpostavlja snažno uključivanje privatnog sektora, lokalne uprave, konzervatora, žitelja, nevladinih udruga i ostalih interesnih dionika uz DMO koordinaciju. To je destinacija koju svake godine posjećuje sve više posjetitelja, posebice onih koji to čine izvan glavne sezone. Turistička je ponuda destinacije značajno više kvalitete kao rezultat rada i angažmana svih interesnih dionika kao i značajnih investicija u kvalitetu. Posjetiteljima je dostupan čitav niz zanimljivih ekoloških i kulturoloških programa i aktivnosti u koje se mogu uključivati prilikom svog boravka u destinaciji. Poslovanje poduzetnika u turizmu je unaprijeđeno, a neki su postali i međunarodno prepoznatljivi po implementiranim standardima kvalitete, ekološke i društvene odgovornosti. Brojna turistička poduzeća uvela su sustave upravljanja okolišem i gostima osiguravaju potpune informacije kako bi omogućila posjetiteljima čitav niz iskustvenih prilika za uživanje u prirodnom bogatstvu i kulturološkoj jedinstvenosti destinacije. Destinacija je dobitnik brojnih prestižnih ekoloških standarda sa kojima se ponosi.

Slika 1: Vizija održivog razvoja turizma Grada Labina



Izvor: Izrađeno prema preporukama World Economic Forum-a (2013.) World Travel and Tourism Competitiveness Report

1.4. Misija održivog razvoja turizma Grada Labina

U okviru osnovnog koncepta održivog razvoja turizma Grad Labin se odlučio na razvoj kojemu je temeljna svrha:

1. *Zaštita i očuvanje prirodna bogatstva i kulturne baštine za buduće generacije uz ostvarivanje koristi iz iste u funkciji razvoja turizma danas i doprinosa blagostanju lokalne zajednice*
2. *Planiranje i upravljanje razvojem turizma na način da se izbjegne stvaranje ozbiljnih problema u pogledu degradacije okoliša i ugrožavanja socio-kulturne autentičnosti, a na zadovoljstvo svih interesno utjecajnih skupina*
3. *Kontinuirana briga o očuvanju i unapređenju kvalitete turističkog mjesta*
4. *Zadržavanje visoke razine zadovoljstva turista destinacijom što će doprinijeti i samoj popularnosti destinacije kao i tržišnoj prepoznatljivosti*
5. *Re-investiranje koristi iz turizma u zajednicu kroz društveno poželjne projekte*
6. *Uvažavanje kriterija funkcionalno integriranog sustava turizma što pretpostavlja gledanje na turizam kao na socio-ekonomski sektor*

1.5. Pretpostavke održivog razvoja turizma Grada Labina

Ključni koncept uspješnosti razvoja turizma u određenoj destinaciji je pronalazak ravnoteže između **turističkog tržišta** i **turističkog proizvodau** kombinaciji s **uspješnim upravljanjem destinacijom**. Time se osigurava ostvarenje konkurentske prednosti turističke destinacije na koju se gleda kao na sposobnost menadžmenta destinacije da na svim razinama razvija i optimalno kombinira izvedene i prirodne elemente turističke ponude.⁶Turistički proizvod, jednim djelom determinira tip turističkog tržišta koji se može privući. 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. Jednako tako, turistički proizvod postaje finalni proizvod tek u trenutku kada

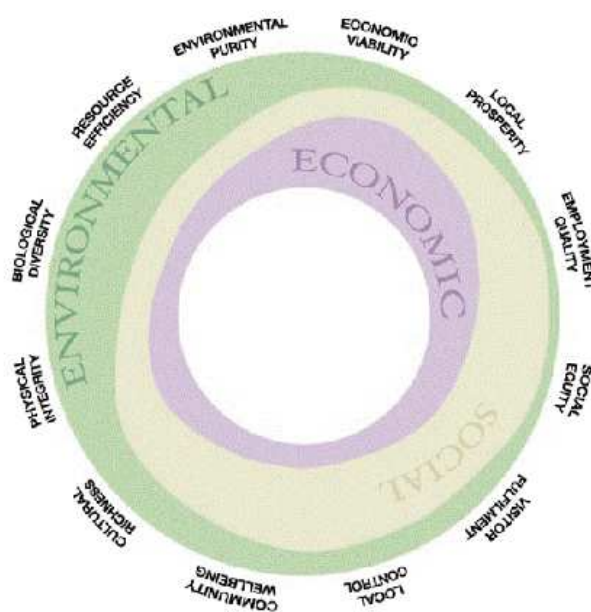
⁶Magaš, D. (2003.) Management turističke organizacije i destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Rijeka: Adamić

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

turist dođe u destinaciju i „iskusi“ proizvod-uslugu koju je odabrao. Pronalazak optimalne ravnoteže turističkog proizvoda i turističkog tržišta mora se izvesti unutar okvira dostizanja održivog i uravnoteženog razvoja turizma koji optimizira koristi lokalne zajednice.

Održivi turizam pretpostavlja ponovno fokusiranje i kontinuiranu prilagodbu. Potrebno je pronaći ravnotežu između granice i uporabe, tako da kontinuirane promjene, monitoring i planiranje osiguraju mogućnost upravljanja turizmom. Tomu pridodajemo važnost promišljanja o dugom roku (10, 20+ godina) i prihvaćanja činjenice da je promjena kumulativna, postupna i nepovratna. Ekonomski, socijalni i ekološki aspekti održivog razvoja u sebi moraju integrirati interese svih interesnih dionika, lokalne zajednice, posjetitelja, gospodarskog sektora, javne uprave, NVO-a i drugih, jer dugoročna održivost pretpostavlja ravnotežu između održivosti u *ekonomskom, socio-kultunom i ekološkom* pogledu. Potreba za pomirenjem ekonomskog rasta i održivog razvoja u obzir uzima i *etičku* dimenziju. Koncept održivog turizma prikazan je na shemi u nastavku:

Slika 2: Koncept održivog razvoja turizma



Izvor: Internet, <http://www.tourism-master.nl/2011/11/25/code-of-conduct-in-tourism-and-their-impact-on-sustainable-tourism/>

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

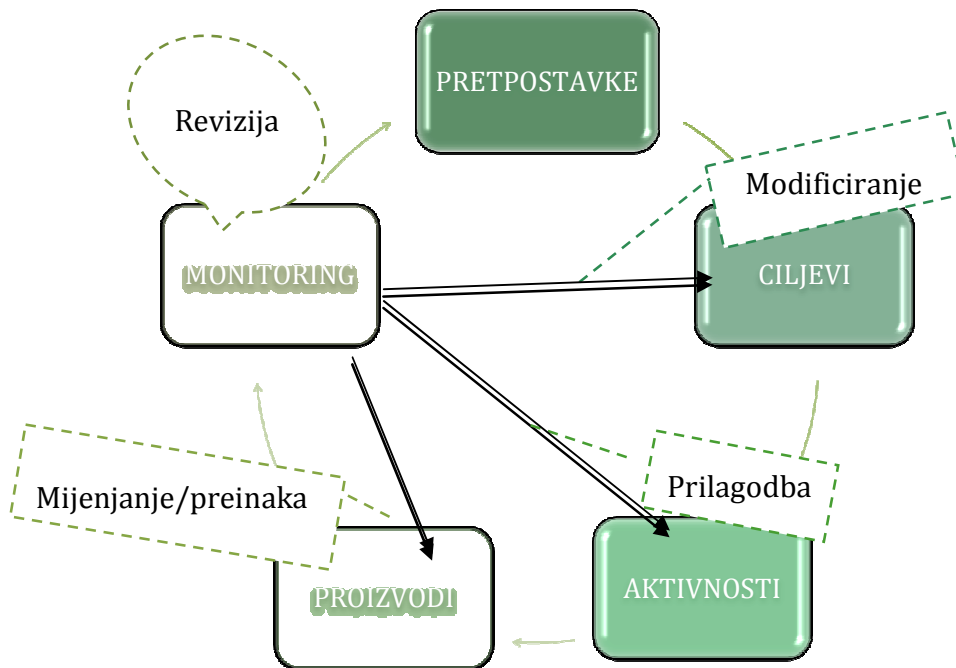
Ključni čimbenik održivog razvoja turizma jesu ljudi u svojim različitim ulogama i aktivnostima – od turista, zaposlenika u turizmu, zaposlenika javnih službi, zaposlenika NVO-a do lokalnog stanovništva. Tek njihovom sinergijom može se postići ekonomski rast i dugoročnu održivost sektora.

Održivi turizam kako ga definira UNESCO je turizam koji poštuje lokalno stanovništvo i putnika namjernika, kulturnu baštinu i prirodni okoliš s težnjom da godišnji odmor bude uzbudljivo i poučno iskustvo koje obogaćuje obje strane.

Neosporiva je **povezanost dugoročnog održivog razvoja turizma i zaštite prirodnih resursa i biološke raznolikosti**. Kvaliteta okoliša značajna je za razvoj posebnih oblika turizma. Brojni turisti cijene biljni i životinjski svijet destinacije, čak i ako to nije primaran motiv njihova dolaska u destinaciju. U posljednje vrijeme na tržištu se pojavljuju specijalne tržišne niše koje putuju zbog relaksacije u netaknutoj okolini, sportskih aktivnosti u prirodi, uživanju u svježem zraku i sličnog. Ljepota krajolika i ekološka očuvanost elementi su ponude u kojima Hrvatska uživa prednost u odnosu na Španjolsku, Francusku i Grčku, no ta se prednost postupno smanjuje što znači da valja kontinuirano raditi na unapređenju zaštite okoliša te očuvanju kvalitete prirodnih resursa.⁷ Stoga je neophodno brinuti o posebno osjetljivim obalnim ekosustavima kroz integrirani model upravljanja biološkom raznolikošću kao što je prikazano na shemi u nastavku.

⁷ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2012.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb: Institut za turizam

Slika 3: Integrirani model upravljanja biološkom raznolikošću



Izvor: Izrada autora

Društvena okolina sagledava se pod socio-kulturnim načelom. **Socio-kulturna održivost** proizlazi iz društvene funkcije turizma koja proizlazi prvenstveno kroz socijalizaciju ljudi. Interakcija turista i domicilnog stanovništva rezultira kulturno održivim planom razvoja, a započinje predstavljanjem svoje kulture, nasljeđa, običaja, kulturnog identiteta u razmjenu za učenje stranih jezika i drugih kultura koje donose privremeni posjetioci. U segmentu društvene održivosti važan je pozitivan doprinos turizma razvoju zajednice i prihvaćenost takova razvoja od strane lokalne zajednice. U tom kontekstu, materijalna i nematerijalna baština koja se predstavlja turistu posjetitelju treba biti vrednovana i prihvaćena, očuvana i uspješno integrirana u turistički doživljaj po obostrano zadovoljstvo –kako turista, tako i lokalnog stanovništva. Nastavno uz navedeno, neosporna je uska povezanost kvalitete i održivosti u turizmu. Potpuno turističko iskustvo čine primjena sustava upravljanja kvalitetom od strane gospodarskih subjekata u turizmu, ali i kvaliteta prirodne i kulturološke okoline. Dok turist kvalitetu percipira odmah po svom dolasku i kroz samu turističku aktivnost, održivost značajne političke okvire i procese upravljanja koji se nalaze u

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

pozadini svega, osiguravajući dugoročnu visoku kvalitetu ponude i turističko iskustvo. Viša kvaliteta podrazumijeva višu razinu usluge u svim segmentima i personalizirani pristup.

Održivi se turizam mora temeljiti na održivim, dugoročnim gospodarskim aktivnostima koje osiguravaju da su **socio-ekonomske koristi** pravedno raspodijeljene među svim interesnim dionicima, uz otvaranje novih radnih mjesta i novih mogućnosti povećanja dohotka.

Održivi turizam pretpostavlja i drugačije upravljanje turističkom destinacijom.

Destinacijski menadžment podrazumijeva učinkovito koordiniranje svih faktora koji doprinose stvaranju iskustva turista. Kao takav, predstavlja trend u budućnosti, a posebno za destinacije poput Labina/Rapca s obzirom da se radi o destinaciji koja ima prostora do svoje potpune turističke valorizacije (razvoj novih turističkih punktova: Gornja Girandella, Gondulići, Prklog). Na razini destinacije destinacijski menadžment okuplja javni i privatni sektor kako bi se realiziralo zajedničko strateško i destinacijsko menadžment planiranje, razvoj proizvoda i briga za resurse koja bi u okviru svoga djelovanja trebala voditi računa o aktivnostima poput: prikupljanja i distribucije informacija, olakšavanja prodaje, koordinacije i upravljanja, informiranja posjetitelja, treninga i edukacije, poslovnog savjetovanja, pomoći pri stvaranju proizvoda, razvoja manifestacija i upravljanja, razvoja atrakcija, istraživanja i razvoja. **Uspješan destinacijski menadžment** na regionalnoj razini pretpostavlja formiranje destinacijske menadžment organizacije (DMO) koja je nužna kako bi se osigurao održivi razvoj turizma destinacije. Postoje određene prepreke u formiranju DMO-a, a prije svega tu se ističu ograničeni financijski resursi, nerazumijevanje kompleksnosti turističkog sustava, izazov uspješnog konkuriranja na globalnom tržištu, kao i mogući nedostatak volje interesnih dionika kako zbog nerazumijevanja važnosti DMO-a u budućnosti, tako zbog nepostojanja volje za sinergijsko djelovanje.

Slika 4: Uspješan destinacijski menadžment



Izvor: Izrada autora

Na tragu suvremenih promjena, unutar destinacija potrebno je razvijati profesionalna poduzeća koja osmišljavaju i provode turističku ponudu destinacije. Takvih poduzeća, nažalost, ova destinacija nema. **Destinacijska menadžment kompanija** je poduzeće koje koristi svoje opsežno poznavanje lokalnih turističkih resursa, posjeduje stručno osoblje i ima dostupne druge potrebne resurse za osmišljavanje i realizaciju usluga vezanih uz putovanja, boravak i različite aktivnosti.⁸

1.6. Prioriteti razvoja održivog turizma Grada Labina

Potrebno je osnažiti razvoj turizma u Gradu Labinu kako bi on postao dinamičan i dugoročno održiv sektor čiji će biti cilj svim korisnicima osigurati visokokvalitetno iskustvo uz uravnoteženje odnosa cijene i kvalitete, a ujedno će turizam biti sektor čije će pozitivno prelijevanje multiplikativnih efekata osjetiti svi interesni dionici, a ponajprije žitelji Grada Labina.

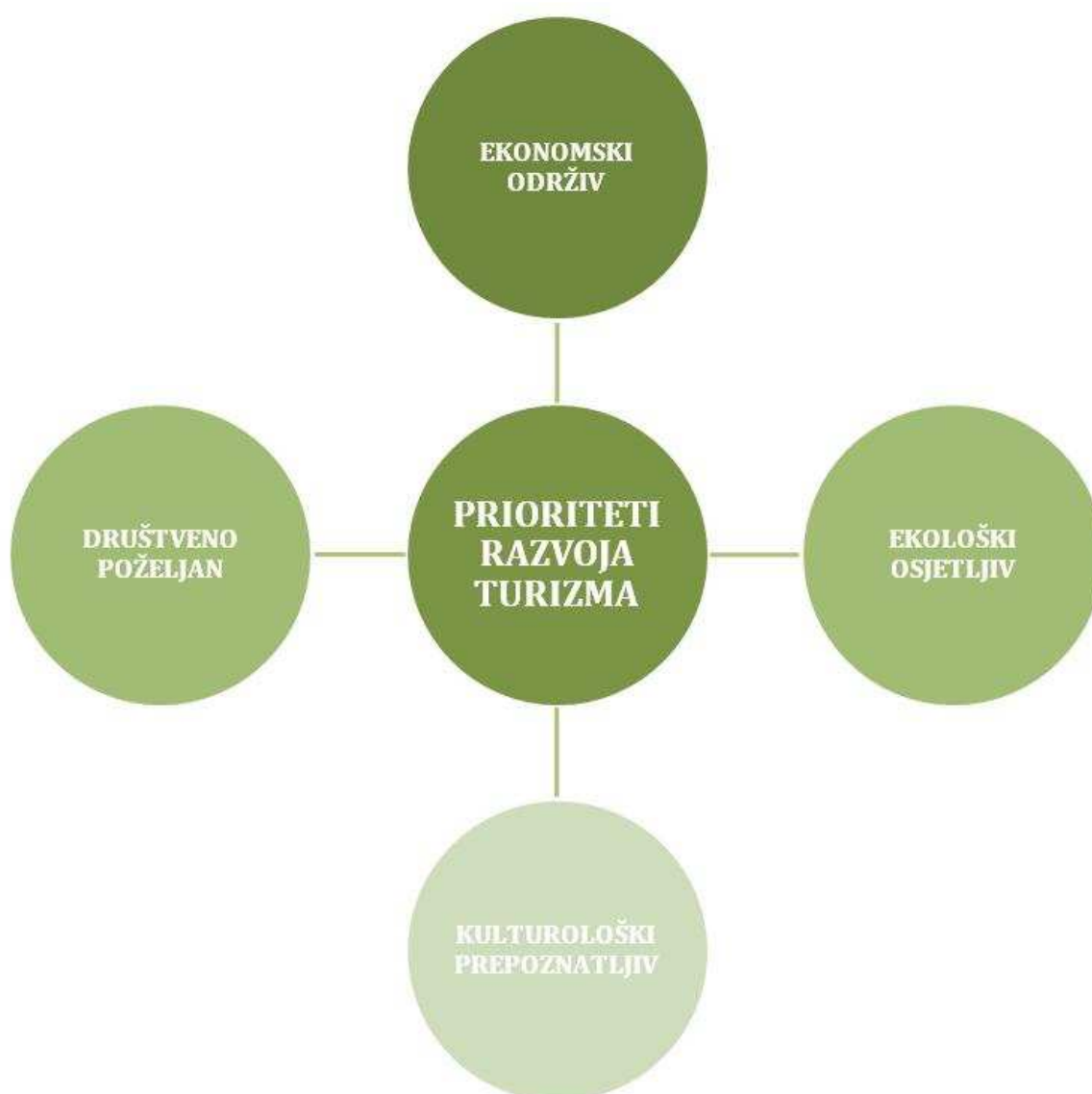
Strategija razvoja održivog turizma Grada Labina 2013. – 2020. godine prikazuje dostizanje održivosti sektora promatrano kroz načela ekonomskog, ekološkog i socio-kulturnog razvoja turizma, a definirano kroz **4 temeljna prioriteta** razvoja održivog turizma prikazana u nastavku čije je dostizanje do kraja 2020. ostvarivo temeljem predloženog akcijskog plana i novog modela upravljanja, a zatim utabanim putem potrebno je nastaviti razvijati turizam Grada Labina.

⁸ Trezner, Ž. (2008.) Receptivna turistička agencija kao destinacijska menadžment kompanija – DMC, u: Stanić, M. (ed.) Destinacijske menadžment kompanije, Priručnik za razumijevanje i uspješni marketing, Zagreb: Udruga hrvatskih putničkih agencija

1.7. TTM prezentacija

Ova je Strategija nastala kao rezultat analize turističkih, ekonomskih i financijskih pokazatelja Grada Labina u posljednjih 5-6 godina (6 godina turističkih pokazatelja, 5 godina financijskih) u kombinaciji s razvojnim radionicama na kojima su sudjelovali glavni interesni dionici iz Grada Labina.

Slika 5: Temeljna načela održivog razvoja



Izvor: Izrada autora

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Radionice su bile tematske, prilagođene raznim izazovima specifičnim za zajedničko područje interesa, grad Labin i razvoj održivog turizma u njemu. Participativnom, otvorenom metodom, sudionici su se postepeno usmjeravali u promišljanje o posebnostima grada, unutarnjim i vanjskim izazovima, ciljnoj skupini turista, varijantama turističkog fokusa i jasnog razlučivanja koji strateški projekti/inicijative bi se trebale pokrenuti kako bi se ostvario održivi razvoj turizma. Strategija razvoja turizma Grada Labina od 2013.-2020., kao što je i prethodno navedeno, predstavlja se kao *"živi dokument"* usklađen s načelima procesa kontinuiranog planiranja i neprekidnog integriranja s drugim procesima planiranja i prilagođavanja promjenama u planiranom okruženju.

Promatrano kroz temeljna načela održivog razvoja, ekonomskog, ekološkog i socio-kulturnog dolazimo do srži interesa grada Labina u postavljanju putokaza u smjeru razvoja turizma.

Primjenom ove Strategije razvoja održivog turizma postepeno će se usvojiti kritički način promišljanja o načinu na koji turizam može unaprijediti kvalitetu života žitelja, doprinijeti zaštiti prirodnih resursa i kulturne baštine. Promoviranjem osobne predanosti održivom turizmu postoji velika vjerojatnost da će i ljudski kapital grada Labina usmjeriti svoj razvoj na održivi način.

2. USUSRET GLOBALNIM TURISTIČKIM TRENDOVIMA

Lokalna uprava mora biti svjesna glavnih turističkih trendova kako bi mogla planirati razvoj turizma u zajednici koji će udovoljiti sadašnjim potrebama i budućim očekivanjima turista i koji zadovoljava održivost turističkog sektora.

Može se izdvojiti **8 megatrendova** koji obilježavaju razvoj turističke industrije danas, a nastali su kao rezultat strukture samog sektora, njegove dinamike i okvira u kojemu se razvija, kao i očekivanih globalnih promjena u društvu. Isti će imati veliki utjecaj na razvoj turizma u budućnosti, no svakako neće postojati pojedinačni trend koji će dominirati svojim utjecajem na turističku industriju 2020.godine. Svaki će od dolje nabrojanih faktora različito utjecati na destinacije i regije diljem svijeta.

To su:

1. **GLOBALIZACIJA** – različitost zajednica, tehnološke promjene, demokratizacija financijskih tržišta, liberalizacija. Povećana međunarodna povezanost nastaviti će mijenjati moderni život, smanjujući prepreke fizičkih granica.
2. **DEMOGRAFSKE PROMJENE** – koje obilježava s jedne strane porast broja stanovnika zemlje (ali po opadajućoj stopi rasta) i starenje stanovništva kao dvije najznačajnije pojave koje se mogu izdvojiti u dijelu demografskih promjena. 2020. godine oko 20% Europske populacije biti će starije od 65 godina. Demografske promjene imati će dramatičan utjecaj na turizam u nadolazećim desetljećima. Utjecati će na tipove turista koji će putovati, odakle i gdje će putovati, vrstu smještajnih kapaciteta koju će odabirati i aktivnosti koje će na putovanjima poduzimati. Dolazi do promjene socijalnih struktura. Rastući srednji sloj – novih 3 milijardi ljudi uživati će u blagostanju srednjeg sloja stanovništva. Temeljne generacijske grupacije: *Babby Boomers*, rođeni oko 1943. – 1960.; *Generacija X ili Babby Busters*, rođeni između 1960. – 1980.; *Generacija Y ili Milenijska generacija*, rođeni između 1980. – 1995. Generacija Y koja je nakon Babby Boomera najznačajnija generacija koja traži da bude shvaćena, prihvaćena, poštivana i uključena. Stariji stanovnici zahtijevaju kapacitet prilagođen putnicima s posebnim potrebama.

3. **TEHNOLOŠKE PROMJENE** – razvoj Interneta, pretraživača, GPS-a, digitalne TV sve su to faktori koji utječu na promjenu načina prikupljanja informacija i distribuiranja proizvoda i usluga. Difuzija ICT-a utječe (drives) na globalizaciju i može osnažiti konkurentsku prednost destinacija čiji poduzetnici u turizmu strateški posluju kako bi privukli turiste i njihovu potrošnju. S obzirom na lakši i brži pristup informacijama o cijeni i zadovoljstvu uslugama, potrošači će sami utjecati na unapređenje kvalitete u pružanju usluga. Tehnološke promjene, kao i globalizacija neminovno zahtijevaju obrazovanu radnu snagu. Time posredno utječu na destinacije i poduzeća jer će obrazovana populacija određivati uspjeh destinacije. Eru znanja odlikuju educirani, samo-motivirani i umreženi individualci. Stoga će biti sve potrebnije ulagati u ljudske resurse. Nove internetske tehnologije agenti su potrošača. Smart destinacije uključuju ICT u sve segmente kako bi pomogle potrošačima u lakšem snalaženju.
4. **EKONOMIJA DOŽIVLJAJA** – s obzirom na obimnu ponudu, kada postaje teško razlikovati proizvode i usluge prema kvaliteti, potrošači sve više traže ostale faktore na temelju kojih će temeljiti svoj izbor. Značajne postaju „soft“ karakteristike poput dizajna, kao i kreativne kombinacije proizvoda i usluga od koji se zahtjeva „potpunost doživljaja i iskustva“. Traže se iskustva za pamćenje. Traže se nova/bogatija/dublja iskustva.
5. **CUSTOMIZACIJA** – fokus na individualan pristup (ili „mene“) je u porastu. Potrošači traže „tailor-made“ izazove, one koji odgovaraju njihovoj osobnosti. Društvo se više ne dijeli na homogene target grupe, već na puno manje specijalnih tržišnih niša. Potrošači potražuju priliku za „customizirane“ i personalizirane proizvode ili usluge kao i iskustvo koje plaćaju kako bi se zadovoljile njihove potrebe i očekivanja. Novi turisti postaju više kritičari, manje lojalni, traže vrijednost za novac i ne nužno jeftine cijene. Oni su hedonisti, svjesni su kvalitete, individualisti i traže samounapređenje.
6. **ODRŽIVI RAZVOJ (ZAŠTITA OKOLIŠA, ENERGETIKA, PRIRODNI RESURSI)** – izazovi koji utječu na potražnju u kojoj prevladava potražnja za ekološkim, društvenim i ekonomskim konzumerizmom. Značaj se pridaje destinacijama koje žive načela održivog turizma. Svijest o socio-kulturnim i ekološkim izazovima rasti će kroz godine.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

7. **ZDRAVLJE I WELLNESS** – u razvijenim zemljama ljudi sve više tragaju za izlazima i odmorom koji im predstavlja jedan oblik brige o zdravlju, a pod utjecajem sve većeg stresa i ubrzane dinamike življenja. Obnavlja se interes u tradicionalne medicinske tretmane i oni čine bazu razvoja zdravstvenog turizma u pojedinim destinacijama.
8. **LOW COST POSLOVNI MODELI** – prodiru na tržište kao novi segmenti ponude i ubrzano se razvijaju.

Turizam leži kao značajan sektor u srcu nove ekonomije koja podrazumijeva novi val usluga i ljudskih aktivnosti.

TURISTI BUDUĆNOSTI (Dwyer, L., et.al., 2008.)

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

3. SITUACIJSKA ANALIZA

3.1. Izazovi održivosti razvoja turizma Grada Labina

U kontekstu osnovnih dimenzija održivosti, a posebice ekološke i ekonomske, razvoj turizma u Gradu Labinu posebno je izazovan s obzirom na činjenicu (ne) spojivosti industrije i razvoja održivog turizma. To je destinacija koja na raspolaganju ima mnogo neiskorištenih resursa koje valja turistički valorizirati i čiji potencijal nije maksimalno iskorišten. No, s druge strane razvoj je turizma dodatno opterećen industrijskim postrojenjima. Bez obzira na pomake i inicijative od strane industrije, okoliš destinacije je ipak pod izravnim opterećenjem toksičnih elemenata koji nastaju kao posljedica proizvodnje električne energije iz ekološki „neprihvatljivog“ ugljena u Plominskom zaljevu, tvornice cementa u Koromačnu (prašina, dimni plinovi), tvornice vapna u Raši (ITV), te tvornice kamene vune u Podpićnu, a narušen je i fizički i vizualni integritet. Tvornica cementa u Koromačnu trudi se rehabilitirati polja eksploatacije, spriječiti zagađenje smanjujući emisiju stakleničkih plinova kroz kontinuirana ulaganja u ekoučinkovite tehnologije i procese. ITV, pustivši u pogon filter za otprašivanje peći, minimizirala je svoju emisiju štetnih plinova. Rockwool Adriatic zadovoljava visoke ekološke standarde što se i potvrđuje mjerenjem kvalitete zraka (sve su vrijednosti puno niže od graničnih vrijednosti prve kategorije zraka) u okolici tvornice. Novi blok termoelektrane u Plominu – Plomin C, trebao bi koristiti ugljen s 95% odsumporavanjem i takva bi elektrana trebala poštivati sve stroge europske propise glede zagađenja okoliša. U ovome je momentu sporna i njegova izgradnja. Svemu tomu valja pridodati i prometnu izoliranost ovoga dijela Istre (isključenost iz istarskog ipsilona i loša signalizacija kako na istarskom ipsilonu, tako i na djelu prometnice kod tunela Učka). Izgradnja prometne infrastrukture u samoj turističkoj destinaciji, a još više prometnica do turističkog odredišta, te međusobna prometna povezanost turističkih destinacija od ključne su važnosti za razvitak turizma.

Bez obzira na navedene pozitivne primjere društvene odgovornosti poduzeća, neosporno je da je ovoj destinaciji onemogućen razvoj *al pari* sa konkurentnima kako u Istri, tako i na Kvarneru jer navedeno uvelike onemogućuje natjecateljsku sposobnost ove destinacije.

Prema Strategiji razvoja turizma RH, implementacija „**zelenih koncepata**“ na svim organizacijskim razinama predstavlja tržišnu priliku za Hrvatsku. Prirodni resursi (nafta, minerali, metali, hrana, voda, biomasa, ekosustav) podupiru funkcioniranje svakog gospodarstva, a u turizmu se posebice važni zbog toga što predstavljaju okosnicu za razvoj poželjnog turizma u

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

destinaciji. U skladu s Europskom inicijativom o resursnoj učinkovitosti, povećanje resursne učinkovitosti biti će ključno u osiguranju rasta i novih radnih mjesta u budućnosti.⁹ Grad Labin je 2008. godine pridruživanjem Projektu sustavnog gospodarenja energijom u gradovima i županijama (SGE) u Republici Hrvatskoj pri Ministarstvu gospodarstva, rada i poduzetništva Republike Hrvatske i Programu UN-a za razvoj (UNDP) prepoznao važnost dostizanja energetske učinkovitosti na svim razina i u svim gospodarskim sektorima. Dostizanje energetske učinkovitosti pretpostavlja značajna tehnološka unapređenja, tranziciju energetske, industrijske, poljoprivredne i prijevoznike sustava, kao i promjenu u ponašanju kako proizvođača - ponuđača, tako i potrošača - krajnjih korisnika (kupaca). Resursi se vrlo često neučinkovito koriste upravo iz razloga što ljudi nisu svjesni njihova stvarna troška i shodno tome nisu u mogućnosti prilagoditi svoje ponašanje.¹⁰ Unaprjeđenjem energetske učinkovitosti olakšava se kontrola troškova smanjenjem uporabe materijala i potrošnje energije, a time se doprinosi budućoj konkurentnosti. Tehnološka rješenja koja pretpostavljaju minimalni negativni utjecaj na okoliš (značajno manju emisiju stakleničkih plinova) donose brojne koristi zajednici poput unapređenja kvalitete zraka, smanjenje buke i pozitivnog zdravstvenog učinka. Načelno je jasno da Grad Labin ne može previše utjecati na privatne poduzetnike u turizmu kako bi započeli s nekim od inicijativa zaštite okoliša kroz energetske učinkovitost, pametno gospodarenje otpadom i slično, no činjenica je da globalno okruženje indirektno postavlja pred turistički sektor nove izazove, a neki od njih jesu i ekološki odgovorno poslovanje. Zbog toga i pred njima stoje značajne promjene i prilagodbe tržišnim zahtjevima, pa ne čudi i uvođenje standarda (poput ISO 14001 - sustav upravljanja okolišem ili EMAS), no na području destinacije trebalo bi poraditi na osvješćivanju hotelijera o važnosti takvih standarda (edukacije, potpore). Grad Labin kroz sustav posebnih potpora za ekološki učinkovite aktivnosti, inicijative i ideje, može potaknuti poslovni sektor u turizmu da se aktivnije založi i obogati svoje operativne aktivnosti sa ekološkim, kroz odvajanje otpada, izgradnju solarnih panela, desalinizaciju morske vode ili slično. Posebno certificiranje zelenim certifikatima Grada Labina za poseban doprinos očuvanju destinacije i odgovornom turizmu. Jedna od bitnih odrednica ekološke destinacije je svijest o važnosti pravilnog gospodarenja otpadom. U Gradu Labinu u tijeku je projekt pod nazivom „Od vrata do vrata“ koji pretpostavlja odvojeno prikupljanje otpada kroz odvajanje frakcija otpada već u kućanstvima. Sanacije i

⁹European Commission (2011.) A resource-efficient Europe – Flagship initiative under the Europe 2020 Strategy, Brisel: European Commission

¹⁰ Kao primjer uzeti će se regija Veneto koja reciklira više od 50% svog otpada.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

rekonstrukcije odlagališta komunalnog otpada Cere su završene, a u II. fazi radova rekonstrukcije odlagališta otpada Cere za potrebe odvojenog prikupljanja, obrade i odlaganja novog otpada potrebno je izgraditi reciklažno dvorište, pretovarnu stanicu i polja za kompostiranje organskog otpada. Gradu Labinu sugerira se pokretanje projekta „Nula otpada“ koji počiva na četiri temeljne ideje. Prva ideja je da postoje strojevi koji osiguravaju da se otpad, odnosno resursi ne pretvore u smeće uz odgovornost zajednice za problem otpada. Druga se ideja sastoji od serije koraka koji su praktični, ekonomični i politički prihvatljivi. Ti su koraci: odvajanje, prikupljanje od vrata do vrata, kompostiranje, recikliranje, inicijative za smanjenje količina otpada, ponovna upotreba, popravak i ekonomski poticaji. Treća ideja je odgovornost proizvođača. Ta se ideja očituje kroz održivi dizajn, čistu proizvodnju te proširenu odgovornost proizvođača.¹¹ Ovo se izdvaja kao aktivnost od izuzetnog značaja gdje bi Grad Labin mogao postati pozitivan primjer i pokretač promjena u RH. Zbog posebne važnosti kvalitete okoliša i biološke raznolikosti za razvoj turizma, turistička industrija mora brinuti o zaštiti i konzervaciji istoga. Na području Grada Labina ne postoji definiran plan diseminacije potrebitih informacija, a ni razvijena baza podataka obilježja raznolikosti (poznato je da je na području Grada Labina, pa i Rapca zaštićena biljna vrsta božikovina (*Ilex aquifolium* L), a zaštićene životinjske vrste su: 4 vrste leptira (Lepidoptera), 12 vrsta vodozemaca (Amfibia), 14 vrsta gmazova (Reptilia), 167 vrsti ptica (Aves) te 32 sisavca (Mamalia)¹².) a u Republici Hrvatskoj značajna prepreka unapređenju očuvanja biološke raznolikosti je nedovoljna participacija, neadekvatno obrazovanje, nedostatak institucija i kadrova osposobljenih za upravljanje okolišem. Stoga se kvalitetno rješenje vidi u provođenju aktivnosti koje pretpostavljaju aktivnu participaciju lokalne zajednice. U zaštićeni dio prirode obuhvaća se krajobraz područja između Labina, Rapca i uvale Prklog. Ukupan udio zaštićene prirodne baštine iznosi 36,85% od ukupne površine Grada.

Ekološka valorizacija okoliša istaknuta je kroz konkretne prijedloge u gospodarenju prirodnim resursima, a nastavno uz ogromne identificirane izazove ekološkom razvoju destinacije. Konačni cilj je ostaviti više generacijama iza sebe, očuvati okoliš, zaštititi ga i uživati u njemu čim više, na dobrobit svih uključenih u razvoju održivog turizma. Obzirom da se radi o neobnovljivom resursu (uglavnom) s dužnom pažnjom savjesnog gospodarstvenika grad Labin valja upravljati svojim specifičnim prirodnim resursima.

¹¹ Zelena akcija (2012.) Razumjeti otpad - Priručnik za podizanje svijesti, Zagreb: Sve 5

¹²Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet i Zavod za urbanizam, prostorno planiranje i pejzažnu arhitekturu (2012.) Urbanistički plan uređenja naselja Rabac, Zagreb.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013., rangira Hrvatsku na 35. mjesto po turističkoj konkurentnosti od ukupno 144 zemlje, dok je po konkurentnosti ljudskih resursa ili radne snage pozicionirana puno slabije, tek na 93. mjestu gdje je dostupnost kvalificirane radne snage na 98. mjestu, a ulaganje u obrazovanje i trening na 83. mjestu. Isto ukazuje da smo suočeni s neadekvatnom kvalificiranošću kadrova u turizmu, djelom i zbog neadekvatnog sustava školovanja i nedostataka jasno definiranih kompetencija koje su usklađene sa potrebama sektora. U Istri općenito nedostaju kvalificirani radnici ugostiteljskog zanimanja s iskustvom. Dodatni je problem visoki udio zapošljavanja sezonskih radnika (i do 40%).

Turistička zajednica Grada Labina tijelo je koje potiče i sudjeluje u prostornom uređenju radi unapređenja uvjeta boravka turista, izdaje promotivne materijale i obavlja informativne poslove, potiče i organizira događanja i manifestacije, vodi popis turista i kontrolu naplate boravišne pristojbe, prikuplja, obrađuje i objavljuje podatke o turističkom prometu, a provodi i druge aktivnosti sukladno Zakonu o turističkim zajednicama koji uređuju sustav turističkih zajednica, ustrojstvo, zadaće i način rada turističkih zajednica, te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja. Analizom navedenoga naglašava se nužnost optimiziranja organizacijske strukture turističke zajednice zbog povećanja aktivnosti i profesionalizacije, što će se uvelike odraziti na razvoj destinacije. Trenutno se sustav svih turističkih zajednica nalazi u fazi restrukturiranja (zbog neučinkovitosti postavljenoga sustava), odnosno ide se u pravcu definiranja uloga pojedinih razina s ciljem profesionaliziranja sustava, uvođenja snažnijeg nadzora i decentralizacije sustava. Turističku zajednicu Grada Labina treba usmjeriti ka destinacijskom menadžmentu kako bi se prilagodila suvremenim uvjetima poslovanja u turizmu.

Vodeći se izrazom *“Vaša vizija govori kakvi želite biti, no kvaliteta Vaše usluge govori kakvi ste zaista!”*, mjerenje zadovoljstva turista je neophodno kako bi se moglo kontinuirano raditi na unapređenju proizvoda i usluga. Danas se ispitivanja kvalitete vrše u sklopu hotelskih poduzeća u Rapcu (anketni upitnici), a ne postoje ispitivanja kvalitete turističkom ponudom destinacije, niti se primjenjuju inovativni modeli ispitivanja kvalitete ponude destinacije.

Strateškim programom ruralnog razvoja Istarske županije¹³ definirana je važnost ulaganja u ekološku poljoprivredu koja predstavlja kompromis između gospodarskih i ekoloških zahtjeva. U Rapcu nema poljoprivredno vrijednog tla, dok u Labinu postoje prirodni uvjeti za razvoj ekološke poljoprivrede (od ukupne površine Grada 5,58% su poljoprivredne površine) koju je potrebno

¹³Agencija za ruralni razvoj Istarske županije (2008.) Strateški program ruralnog razvoja Istarske županije 2008. – 2013., Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

povezati sa turizmom što je danas zapravo gotovo marginalizirano. S druge strane, ne postoji objedinjeni popis subjekata u ekološkoj proizvodnji. U popisu subjekata u ekološkoj proizvodnji upisanih u upisnik Ministarstva poljoprivrede s područja Grada Labina nailazi se samo jedan subjekt.¹⁴ U okviru razvoja ekološke poljoprivrede kao jedan od mogućih načina ističe se i socijalno poduzetništvo. Socijalno poduzetništvo predstavlja skup aktivnosti koje poduzetnik poduzima s ciljem rješavanja problema u zajednici uz stvaranje pozitivne socijalne vrijednosti. Potpomaže se socijalno ugroženim skupinama, marginaliziranim interesnim dionicima, osobama s posebnim potrebama. Temeljni cilj socijalnog poduzetništva nije u stvaranju čistog profita i monetarnom mjerenju ostvarenoga. Naprotiv, rezultati se mjere u broju novih radnih mjesta, broju uključenih osoba s posebnim potrebama u poduzetničke inicijative, napretku zajednica u segmentima poput očuvanja okoliša ili slično. Profit se reinvestira u širenje poslovanja, nove aktivnosti, napredak u zajednici. Socijalna poduzeća mogu biti u obliku čisto neprofitne organizacije, hibridne neprofitne organizacije ili profitne socijalne organizacije. Grad Labin treba dati potporu razvoju socijalnog poduzetništva. Tu se prije svega misli na uopće podizanje svijesti o socijalnom poduzetništvu i koristima koje ono nosi za sve uključene. Zbog toga je ovdje naročito važna promocija socijalnog poduzetništva što može biti posebno zanimljivo u segmentu razvoja ekološke poljoprivrede (zadruga i slično). Pored toga, i DMC poduzeće može se zasnovati na temeljima socijalnog poduzetništva gdje se ostvareni profit ponovno reinvestira u nove aktivnosti i širenje DMC-a.

Ekonomska održivost vrednuje „prirodni kapital“ uključivanjem njegove vrijednosti u gospodarski sustav (planovi, politike, odluke). To znači poticati i njegovati razvoj i rast kvalitete života svih žitelja na području grada i okolice jer pretjerana komercijalizacija prirodnih ili društvenih resursa kratkoročno može povećati profit no dugoročno narušiti prirodne resurse i ugroziti ekonomsku održivost cijelog područja. Promišljanjem, s glavnim dionicima i poglavarstvom grada Labina, došlo se do zaključka da je potreban novi pristup razvoju i ponašanju ljudi koji čine grad Labin. Važno je zajedništvo radi integralnog pristupa, a neodržive načine proizvodnje usluga/proizvoda i potrošnje istih valja eliminirati te promovirati adekvatan pristup informacijama o održivom načinu rada i poslovanja u turizmu.

Osnovne izazove dostizanja održivog razvoja turizma u Gradu Labinu možemo svesti na:

1. Ograničavanje negativnog utjecaja industrije na okoliš

¹⁴ Ministarstvo poljoprivrede (2013.) Ekološki upisnik 2002. – 2011., Zagreb: Ministarstvo poljoprivrede

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

2. Bolju prometnu povezanost destinacije
3. Očuvanje prirodnih i kulturnih resursa
4. Smanjenje sezonalnosti – posebice u slučaju „privatnog smještaja“ koji bilježi izrazito nisku popunjenost
5. Unaprjeđenje kvalitete u turizmu
6. Omogućiti razvoj turizma koji je dostupan svima (turisti s posebnim potrebama) s obzirom na veliki udio dobne skupine 60+ u ukupnoj strukturi gostiju u destinaciji

S obzirom da se destinacija Labin-Rabac na turističkom tržištu želi profilirati kao ekoturistička destinacija, biti će potrebno uložiti dodatan napor zbog izazova sa kojima se destinacija suočuje.

3.2. Analiza turističkih pokazatelja

3.2.1. Analiza dolazaka i noćenja na području Grada Labina

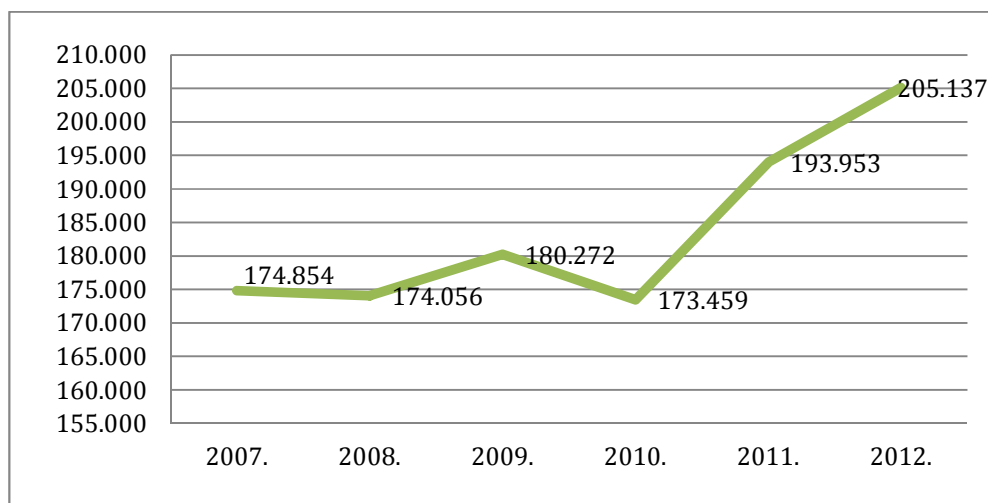
3.2.1.1. Dolasci turista na područje Grada Labina

Kroz analizirano razdoblje, od 2007. do 2012. godine, područje grada Labina ostvarilo je ukupno 896.594 dolazaka turista.¹⁵ Tokom cijelog analiziranog razdoblje broj dolazaka turista veći je od 170 tisuća. Broj dolazaka smanjen je 2008. godine u odnosu na prethodnu godinu (smanjenje 0,45%), a 2009. godine dolazi do značajnijeg rasta broja gostiju (povećanje 3,57%), dok je 2010. godine došlo da ponovnog smanjenja broja dolazaka (smanjenje 3,78%), 2011. godine ponovno je ostvaren rast od 11,82%. U 2012. broj dolazaka povećan je za 6% u odnosu na 2011., te je u toj godini ostvaren i najveći broj dolazaka za promatrano razdoblje (205.137). Najmanji broj dolazaka evidentiran je 2008. godine kada je ostvareno 174.056 dolazaka. Kretanje broj dolazaka turista na području Grada Labina prikazano je grafikonomu nastavku.

Grafikon 1: Kretanje broja dolazaka turista na područje grada Labina u

¹⁵ U prilogu 1 dodana je analiza turističkih pokazatelja za 2013. godinu s obzirom da se do sistematiziranih podataka moglo doći po završetku izrade ovog strateškog dokumenta.

razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.2. Analiza dolazaka prema zemlji porijekla

Ukupni broj dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine iznosi 1.101.731, od toga veći dio čine strani turisti, 1.049.176 dolazaka (udio 95,23%), dok su domaći turisti u analiziranom razdoblju ostvarili 52.555 dolazaka (udio 4,77%). Struktura i kretanje broja dolazaka turista na područje Grada Labina po godinama prikazano je tablicom u nastavku. Tokom razdoblja od 2007. do 2010. godine broj dolazaka domaćih turista opada, dok je 2011. godine njihov broj povećan. Smanjene 2008. godine iznosilo je 4,21%, 2009. godine evidentirano je najveće smanjenje od 15,41%, dok je 2010. godine smanjenje iznosilo 5,46%. Povećanje 2011. godine iznosilo je 10,8%. Udio dolazaka domaćih turista u broju dolazaka svih turista smanjuje se tokom analiziranog razdoblja. Broj dolazaka stranih turista kreće se istim smjerom te sličnim intenzitetom kao ukupan broj dolazaka, odnosno smanjuje se 2008. godine (smanjenje 0,23%), povećava se 2009. godine (povećanje 4,67%) te se ponovno smanjuje 2010. godine (smanjenje 3,70%), dok 2011. godine dolazi do povećanja (povećanje 11,9%). U 2012. također dolazi do povećanja broja dolazaka od 6% u odnosu na 2011. godinu (Tablica 3).

Tablica 4: Broj dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

2007. do 2011. godine (1)

Dolasci turista	2007.	2008.	Indeks	2009.	Indeks
Dolasci domaći	9.952	9.533	0,9579	8.064	0,8459
Udio domaći	5,69	5,48		4,47	
Dolasci strani	164.902	164.523	0,9977	172.208	10,467
Udio strani	94,31	94,52		95,53	
Ukupni dolasci	174.854	174.056	0,9954	180.272	1,0357

Izvor: Izrada autora prema podacima Turističke zajednice Grada Labina

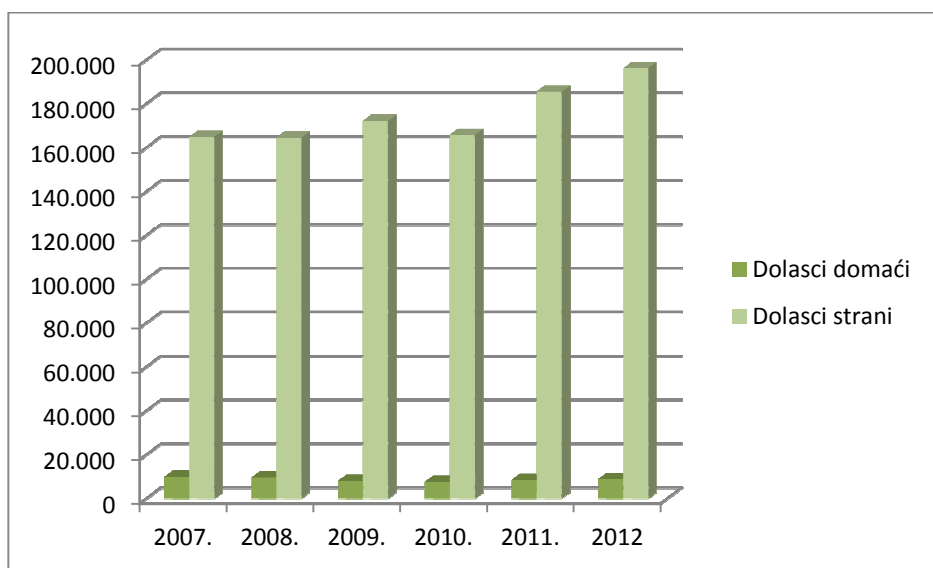
Tablica 4: Broj dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine(2)

Dolasci turista	2010.	Indeks	2011.	Indeks	2012.	Indeks
Dolasci domaći	7.624	0,9454	8.444	1,108	8.938	1,055
Udio domaći	4,4		4,35		4,0	
Dolasci strani	165.835	0,963	185.509	1,119	196.199	1,057
Udio strani	95,6		95,365		95,64	
Ukupni dolasci	173.459	0,9622	193.953	1,1181	205.137	1,0576

Izvor: Izrada autora prema podacima Turističke zajednice Grada Labina

Dosadašnjom analizom zaključeno je da broj dolazaka stranih turista značajno premašuje broj dolazaka domaćih turista. Navedeno je vidljivo i grafikonu u nastavku, koji usporedno prikazuje kretanje broja dolazaka domaćih i stranih turista na područje Grada Labina po godinama.

Grafikon 2: Kretanje broja dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine prema porijeklu

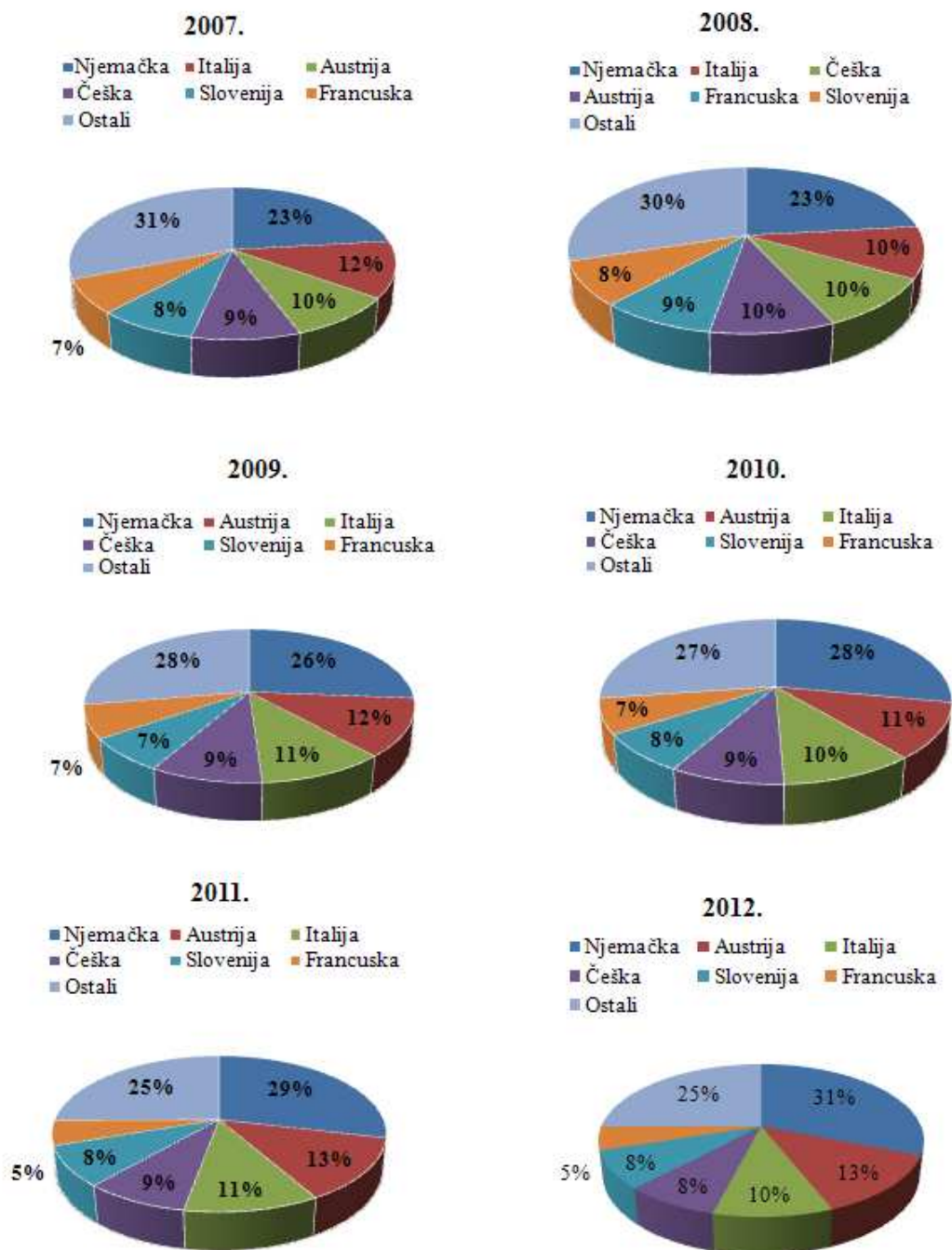


Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Grafikonu nastavku prikazana je struktura dolazaka gostiju prema zemlji porijekla. Najveći broj dolazaka, svih analiziranih godina, ostvarili su gosti porijeklom iz Njemačke. Njihov udio stagnira 2008. godine, kada iznosi 23% koliko je iznosio i prethodne godine. U narednim godinama udio dolazaka Njemačkih gostiju raste pa tako 2009. godine iznosi 26%, 2010. godine 28%, 2011. godine 29%, a 2012. 31%. Druga zemlja porijekla po redu prema broju dolazaka gostiju na područje grada Labina je Italija 2007. godine s udjelom od 12%. 2008. godine drugo mjesto dijele Italija, Češka i Austrija sa udjelom od 10%. Preostalih godina drugo mjesto prema broju dolazaka turista zauzima Austrija s udjelom od 12% 2009. godine, 11% 2010. godine, 13% 2011. godine. i 2012. godine.

Grafikon 3: Struktura dolazaka stranih gostiju na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Prethodno je navedeno da najveći broj turista svih analiziranih godina, na područje Grada Labina, dolazi s područja Njemačke, a slijede Italija, Austrija i Češka. Tablica u nastavku prikazuje

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

rangiranje država iz kojih turisti dolaze. Iz tablice je vidljivo da su sve zemlje prema broju dolazaka turista redom europske zemlje. Osim već spomenutih zemlja (Njemačke, Italije, Austrije i Češke) među top 6 zemalja, prema porijeklu turista koji dolaze na područje Grada Labina, spadaju i Francuska i Slovenija.

Tablica 5: Rangiranje zemalja dolazaka stranih turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine

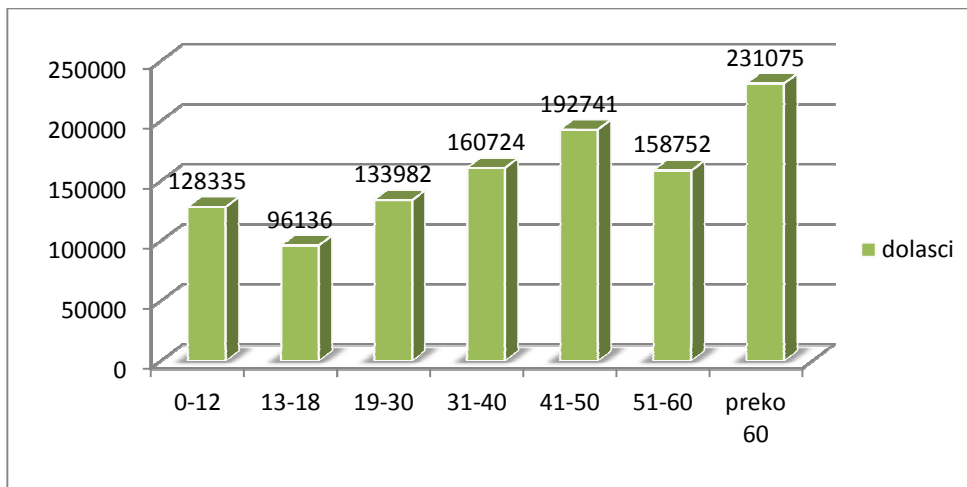
Rang zemlje prema broju dolazaka turista						
Rang	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
1.	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
2.	Italija	Italija	Austrija	Austrija	Austrija	Austrija
3.	Austrija	Češka	Italija	Italija	Italija	Italija
4.	Češka	Austrija	Češka	Češka	Češka	Češka
5.	Slovenija	Francuska	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Slovenija
6.	Francuska	Slovenija	Francuska	Francuska	Francuska	Francuska

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.3. Analiza dolazaka prema dobnim skupinama

Analiza dolazaka turista prema dobnim skupinama na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine, pokazuje da starosna dob najvećeg broja gostiju je iznad 60 godina (231.075 ili 25,77%). Slijede dolasci turista starosne dobi između 41 i 50 godina života (192.741 ili 21,5%). Najmanji broj dolazaka ostvarila je dobna skupina između 13 i 18 godina života (96.136 ili 10,72%). Navedeno je prikazano grafikonom u nastavku.

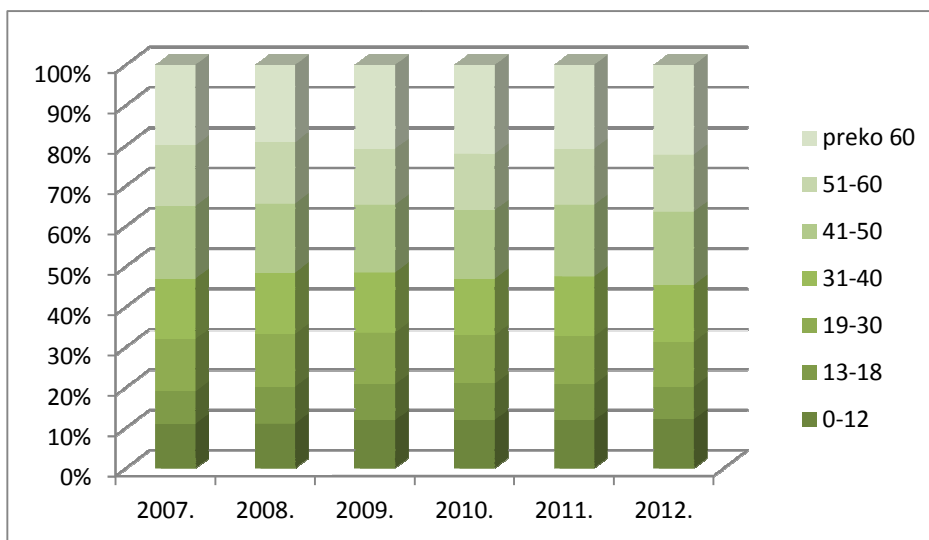
Grafikon 4: Ukupan broj dolazaka po dobnim skupinama na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Dobna struktura turista koji dolaze na područje Grada Labina po godinama prikazana je grafikonom u nastavku. Svih analiziranih godina najveći udio otpada na dobnu skupinu preko 60 godina, a slijedi dobnu skupinu od 41 do 50 godina. Najmanje zastupljena je dobnu skupinu između 13 i 18 godina.

Tablica 6: Dobna struktura turista koji dolaze na područje Grada Labina po godinama u razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.4. Analiza dolazaka po mjesecima

Najveći broj dolazaka turista na područje Grada Labina ostvaren je tokom ljetnih mjeseci (kolovoz, srpanj i lipanj). Mjesec kolovoz prednjači po broju dolazaka u 2007., 2008. te 2009. godine, dok je preostalih godina (2010., 2011. i 2012.) najveći broj dolazaka ostvaren tokom mjeseca srpnja (Tablica 6).

Tablica 7: Dolasci turista na područje Grada Labina po mjesecima u razdoblju od 2007. do 2012. godine

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Siječanj	332	243	167	146	173	139
Veljača	308	190	184	207	270	145
Ožujak	1.642	3.040	2.278	4.836	2.562	4.083
Travanj	14.773	10.480	14.192	11.973	13.585	15.112
Svibanj	21.573	23.302	20.033	18.335	15.193	17.817
Lipanj	27.928	26.404	26.135	24.369	30.447	31.063
Srpanj	35.566	36.808	36.892	41.511	46.567	46.506
Kolovoz	35.592	39.357	42.376	40.759	44.123	46.141
Rujan	23.279	21.828	22.835	19.828	25.880	29.461
Listopad	10.634	10.640	13.101	8.657	11.633	12.111
Studeni	891	223	408	1.327	1.783	1.285
Prosinac	1.439	1.502	854	1.511	1.067	1.285
UKUPNO	173.957	174.017	179.455	173.459	193.283	205.148

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Labin

Tablica u nastavku prikazuje rangiranje mjeseci prema broju dolazaka. Kao što je prethodno navedeno, tokom mjeseca kolovoza ostvaren je najveći broj dolazaka 2007., 2008. i 2009. godine, dok je 2010., 2011. i 2012. godine najveći broj dolazaka ostvaren tokom mjeseca srpnja. Prema broju dolazaka treće mjesto pripada mjesecu lipnju, a četvrto mjesecu rujnu.

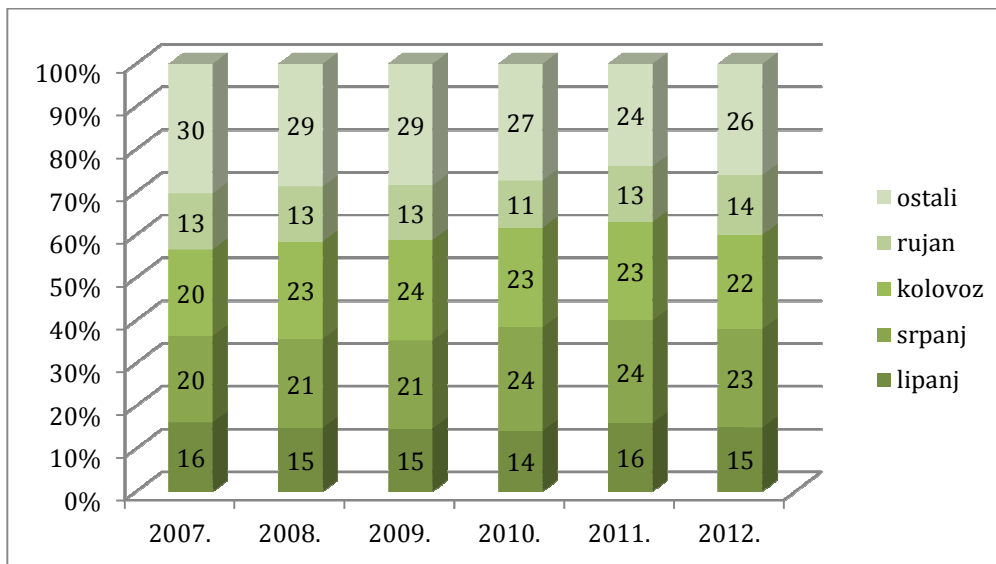
Tablica 8: Rangiranje mjeseca prema broju ostvarenih dolazaka u razdoblju od 2007. do 2012. godine

Rang	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
1.	kolovoz	kolovoz	kolovoz	srpanj	srpanj	srpanj
2.	srpanj	srpanj	srpanj	kolovoz	kolovoz	kolovoz
3.	lipanj	lipanj	lipanj	lipanj	lipanj	lipanj
4.	rujan	rujan	rujan	rujan	rujan	rujan

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Labin

Grafikon u nastavku prikazuje strukturu ostvarenih noćenja prema mjesecima u analiziranom razdoblju. Tokom ljetnih mjeseci ostvarena je većina dolazaka (preko 70%) svih analiziranih godina, dok na preostale mjesece otpada manji dio dolazaka (manje od 30%).

Grafikon 5: Struktura ostvarenih dolazaka prema mjesecima u razdoblju od 2007. do 2012. godine



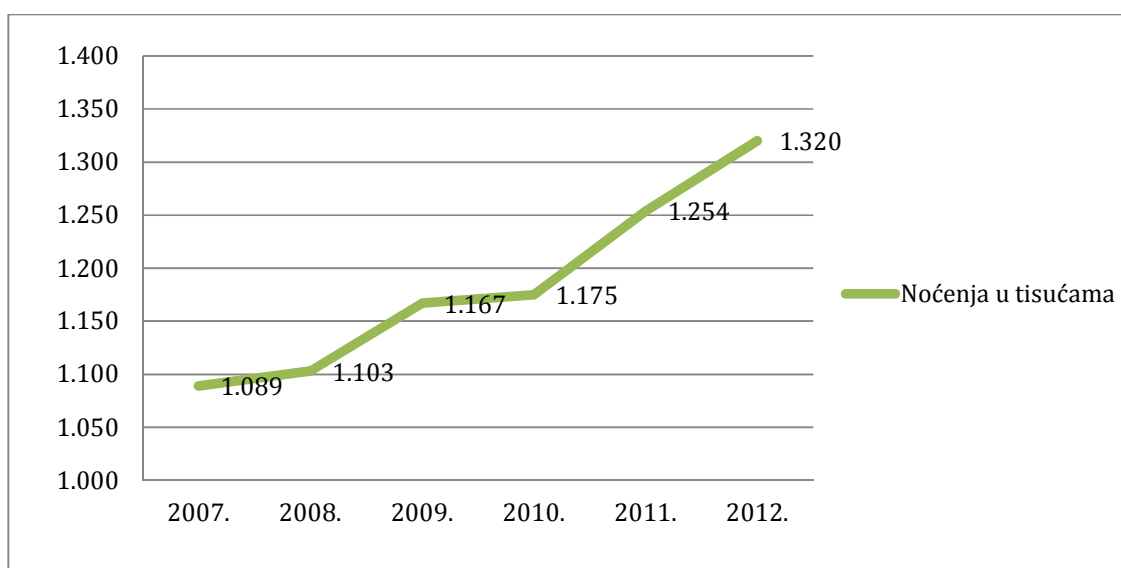
Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Labin

3.2.5. Analiza noćenja turista na području Grada Labina

U analiziranom razdoblju od 2007. do 2012. godine na području Grada Labina ostvareno je ukupno 5.790.561 noćenja. Promatrano na godišnjoj razini, može se uočiti da broj ostvarenih noćenja raste iz godine u godinu. Povećanje 2008. godine u odnosu na prethodnu iznosilo je 1,32%, 2009. godine 5,74%, 2010. godine 0,7%, dok je 2011. godine najveći rast od 6,68%. U 2012. Godini ostvaren je rast od 6% u odnosu na 2011. godinu. Navedeno je prikazano grafikonom u nastavku.

Najveći broj noćenja ostvaren je 2012. godine kada je na području Grada Labina noćilo 1.320.066 turista. Najmanji broj noćenja evidentiran je prve analizirane godine kada je ostvareno 1.089.365 noćenja turista.

Grafikon 6: Kretanje broja noćenja turista na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine (u tisućama)



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.6. Analiza noćenja turista prema zemlji porijekla

Od ukupnog broja turista koji su noćili na području Grada Labina, većina ih je stigla iz inozemstva, dok domaći turisti čine manji dio. U razdoblju od 2007. do 2012. godine 216.783 noćenja ostvarili su domaći gosti (udio u ukupnom broju noćenja od 3,05%), dok su istovremeno strani gosti ostvarili 6.893.844 noćenja (udio u ukupnom broju noćenja od 96,95%).

Kretanje broja noćenja domaćih i stranih gostiju, te ukupnog broja gostiju po analiziranim godinama prikazano je tablicom u nastavku. Promatrano kroz analizirane godine, broj noćenja domaćih gostiju opada 2008. i 2009. godine, dok se 2010. i 2011. godine njihov broj noćenja povećava, da bi 2012.godine ponovno lagano opao. Broj noćenja stranih gostiju povećava se tokom cjelokupnog analiziranog razdoblja.

Tablica 9: Broj noćenja turista prema porijeklu u razdoblju od 2007. do 2012. godine (1)

Noćenja turista			Indeks			
	2007.	2008.		2009.	Indeks	
Noćenja domaći	42.215	32.566	0,7714	29.519	0,9064	
Udio domaći	3,88	2,95		2,53		
Noćenja strani	1.047.150	1.071.154	1,0229	1.137.536	1,062	
Udio strani	96,12	97,05		97,47		
Ukupna noćenja	1.089.365	1.103.720	1,0132	1.167.055	1,0574	

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

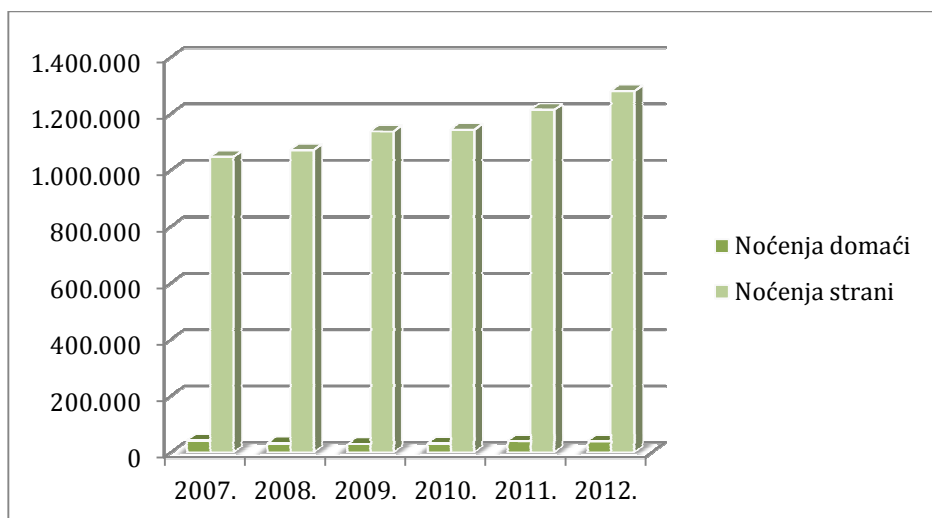
Tablica 9: Broj noćenja turista prema porijeklu u razdoblju od 2007. do 2012. godine (2)

Noćenja turista	Indeks		Indeks		Indeks	
	2010.		2011.		2012.	
Noćenja domaći	31.988	1,0836	40.471	1,2652	40.024	0,9890
Udio domaći	2,72		3,23		3,03	
Noćenja strani	1.143.981	1,0057	1.213.981	1,0612	1.280.042	1,0544
Udio strani	97,28		96,77		96,97	
Ukupna noćenja	1.175.969	1,0076	1.254.452	1,0667	1.320.066	1,0523

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Grafikonom 7je prikazan odnos broja noćenja domaćih i stranih gostiju na području Grada Labina po godinama u analiziranom razdoblju od 2007. do 2012. godine. Vidljivo je da je broj noćenja stranih turista tokom cijelog razdoblja značajno veći od broja noćenja domaćih turista.

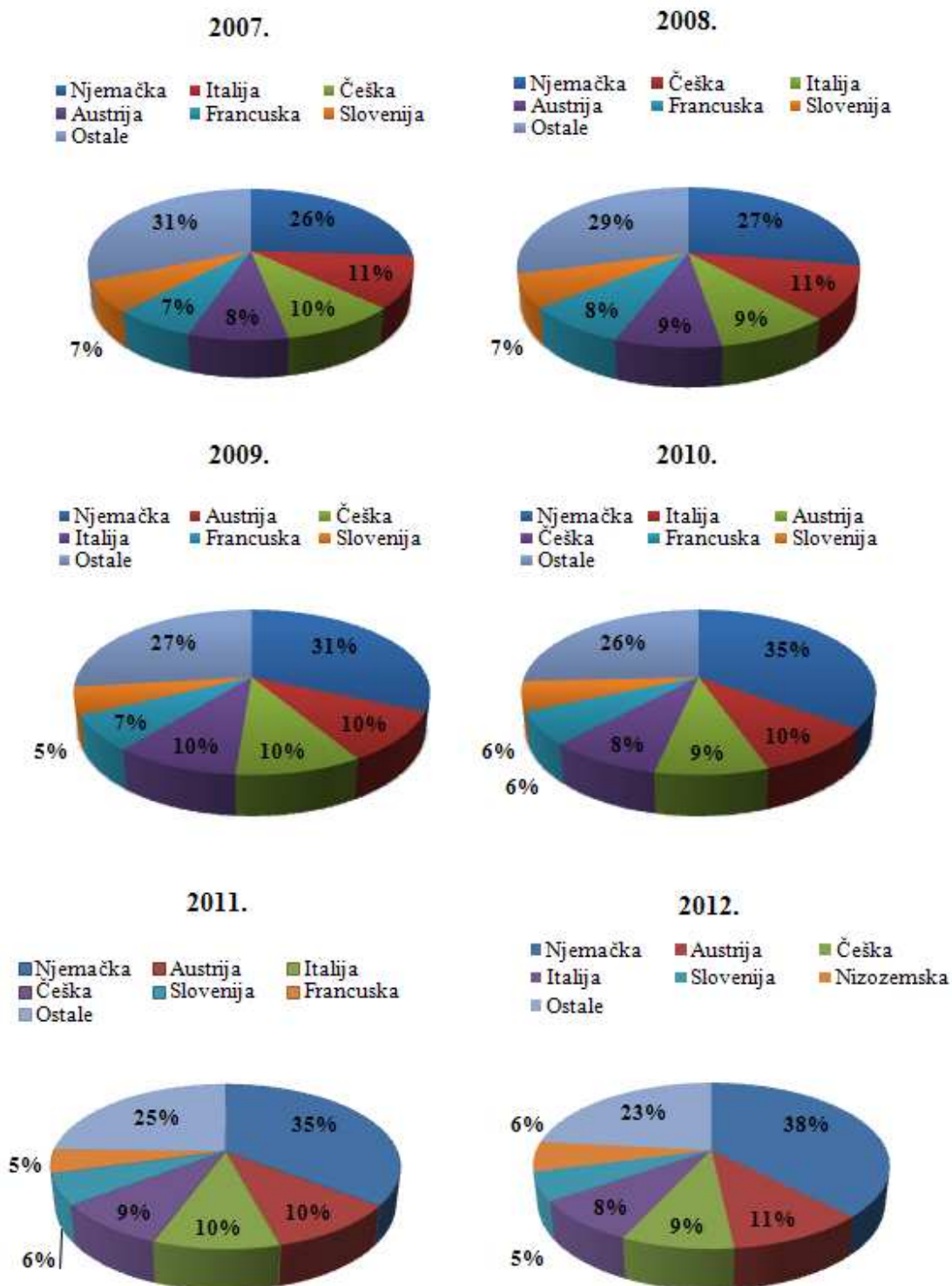
Grafikon 7: Kretanje broja noćenja turista na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine prema porijeklu



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Prethodno je navedeno da su veći dio noćenja kroz analizirano razdoblje ostvarili strani turisti. Grafikonima u nastavku prikazana je struktura gostiju prema zemlji porijekla. Svih promatranih godina najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke. Njihov udio u ukupnom broju turista 2007. godine iznosi 26%, 2008. godine 27%, 2009. godine 31%, dok su 2010. i 2011. godine ostvarili 35% ukupnih noćenja, a 2012. godine 37,73%. Drugo mjesto 2007. godine prema broju ostvarenih noćenja pripada turistima iz Italije koji su ostvarili 11% noćenja. Turisti sa područja Italije drugi su po broju ostvarenih noćenja i 2010. godine kada su ostvarili 10%. Češki turisti zauzimaju drugo mjesto 2008. godine sa udjelom od 11%, dok 2009. godine drugo mjesto dijele Austrija, Češka i Italija svaka sa udjelom od 10%. U 2011. godini drugo mjesto po broju dolazaka ostvarili su turisti iz Austrije i Italije sa udjelom od 10% svaka. U zadnjoj analiziranoj godini drugo mjesto pripada Austrijancima sa udjelom od 10,56%, slijede ih Česi sa 8,6%.

Grafikon 8: Struktura noćenja stranih gostiju na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Osim prethodno spomenutih zemalja (Njemačka, Italija, Austrija i Češka), među zemlje čiji su turisti ostvarili najveći broj noćenja spadaju i Francuska te Slovenija. Navedeno je prikazano tablicom u nastavku. Uočljivija promjena ranga javlja se u 2012. godini, kada na treće mjesto dolaze Česi (8,6%), a Talijani na četvrto 8,48%.

Tablica 10: Rangiranje zemalja porijekla stranih turista koji su noćili na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine

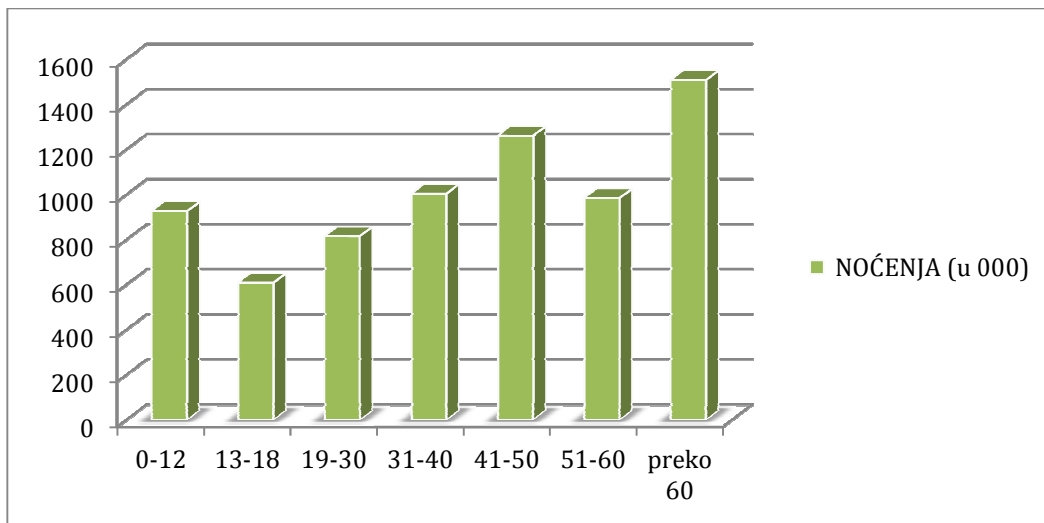
Rang zemlje prema broju noćenja						
Rang	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
1.	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
2.	Italija	Češka	Austrija	Italija	Austrija	Austrija
3.	Češka	Italija	Češka	Austrija	Italija	Češka
4.	Austrija	Austrija	Italija	Češka	Češka	Italija
5.	Francuska	Francuska	Francuska	Francuska	Slovenija	Slovenija
6.	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Slovenija	Francuska	Nizozemska

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.7. Analiza noćenja prema dobnim skupinama

Najveći broj noćenja u razdoblju od 2007. do 2012. godine na području Grada Labina ostvarili su turisti dobne skupine iznad 60 godina (1.509.000 noćenja ili 21,22% ukupnih noćenja). Slijedi dobna skupina od 41 do 50 godina (1.0261.000 noćenja ili 17,74% ukupnog broja noćenja). Najmanji broj noćenja ostvarila je dobna skupina od 13 do 18 godina (609.000 noćenja ili 8,57% ukupnog broja noćenja). Navedeno prikazuje grafikon u nastavku.

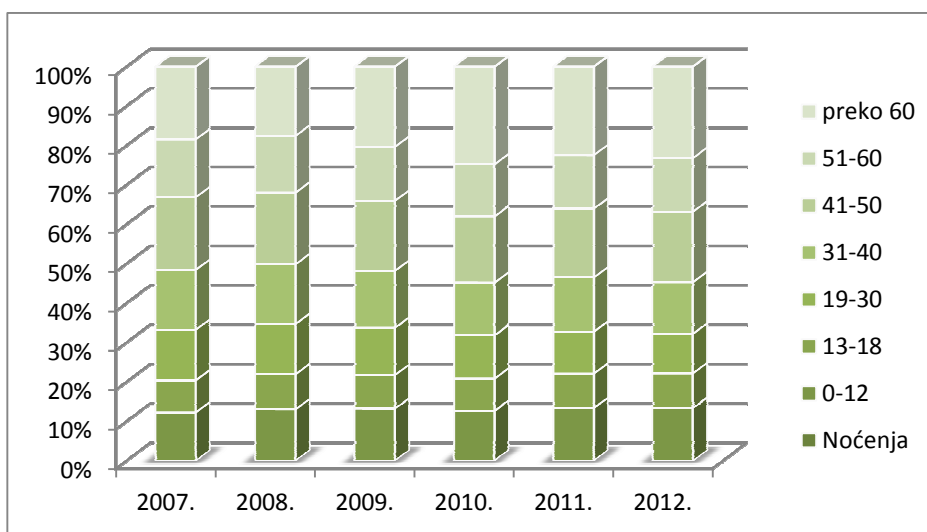
Grafikon 9: Ukupan broj noćenja prema dobnim skupinama na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine (tisuće 000)



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Dobna struktura po pojedinim analiziranim godinama prikazana je grafikonom u nastavku. Iz grafikona je vidljivo da je najzastupljenija dobna skupina po broju noćenja ona preko 60 godina, da slijedi dobna skupina od 41 do 50 godina, dok je najmanje zastupljena dobna skupina između 13 i 18 godina.

Grafikon 10: Dobna struktura turista koji su noćili na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.8. Analiza noćenja prema vrsti smještaja

Najveći broj noćenja u svim analiziranim godinama ostvaren je u hotelima na koje otpada 71% svih noćenja 2007. godine, 69% 2008. godine, 68% 2009. i 2010. godine te 65% 2011. godine. Slijedi smještaj u kampu i privatnom smještaju Rabac (Tablica 11).

Tablica 11: Broj ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja u razdoblju od 2007. do 2012. godine

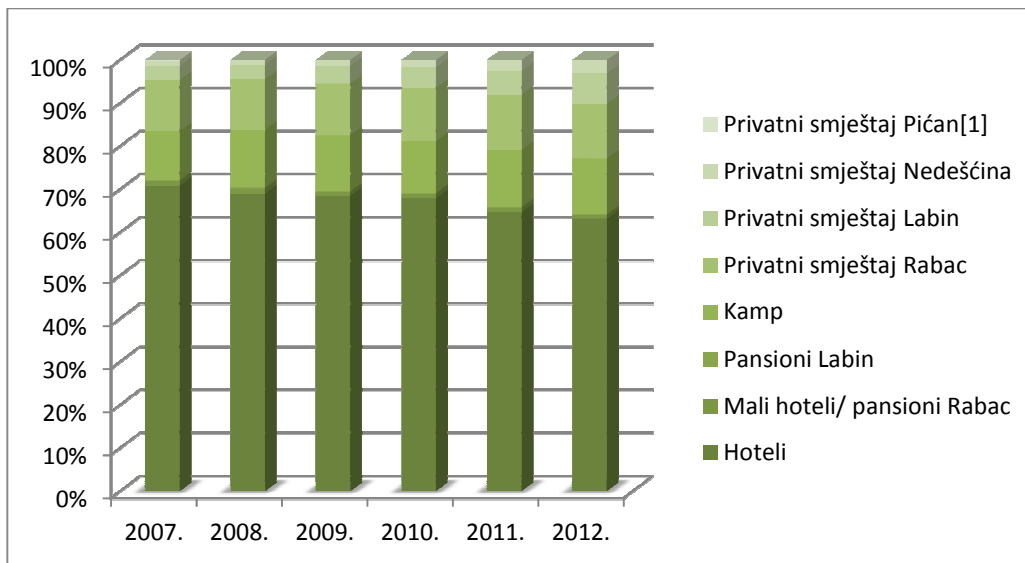
VRSTA SMJEŠTAJA	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Hoteli	771.927	761.963	799.334	798.969	811.677	834.963
Mali hoteli/ pansioni Rabac	11.895	12.668	10.160	12.675	13.313	11.588
Pansioni Labin	2.156	3.082	3.069	3.225	3.282	3.181
Kamp	123.790	147.346	150.993	140.352	164.457	169.489
Privatni smještaj Rabac	129.418	129.634	139.748	145.260	160.615	166.859
Privatni smještaj Labin	35.904	36.938	48.264	56.290	70.413	94.865
Privatni smještaj Nedešćina	12.761	12.089	15.487	19.198	30.695	39.121
Privatni smještaj Pićan ¹⁶	1.514					
SVEUKUPNO	1.089.365	1.103.720	1.167.055	1.175.969	1.254.452	1.320.066

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Grafikonom u nastavku prikazana je struktura ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja na području Grada Labina. Kao što je prethodno navedeno najveći broj noćenja ostvaren je u hotelima, a slijede kampovi i privatni smještaj Rabac.

¹⁶ U sklopu TZ Grada Labina do 2007. godine.

Grafikon 11: Struktura ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja u razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.9. Analiza noćenja po mjesecima

Na području Grada Labina najveći broj noćenja ostvaren je tokom ljetnih mjeseci (lipanj, srpanj, kolovoz i rujanj). Mjesec kolovoz prednjači po broju ostvarenih noćenja 2007., 2009., 2010. te 2011.godine, dok je 2008. godine najveći broj noćenja ostvaren tokom mjeseca srpnja (Tablica 12)

Tablica 12: Noćenja turista na području Grada Labina po mjesecima u razdoblju od 2007. do 2011. godine

Mjeseci	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Siječanj	3.140	1.708	2.699	1.645	2.051	1.820
Veljača	2.414	742	645	671	803	476
Ožujak	6.002	12.612	12.832	36.387	17.701	28.336
Travanj	57.684	36.933	70.748	64.395	67.396	73.661
Svibanj	96.399	102.453	94.310	91.510	80.933	91.041
Lipanj	157.320	158.309	164.568	145.672	166.280	171.792
Srpanj	275.249	<u>295.911</u>	292.083	293.852	312.352	328.264
Kolovoz	<u>280.986</u>	286.057	<u>304.575</u>	<u>317.834</u>	<u>344.831</u>	<u>361.368</u>

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Rujan	146.007	148.826	153.861	142.307	163.593	173.823
Listopad	57.056	55.033	67.281	52.679	62.948	66.691
Studeni	3.052	1.365	1.269	18.664	21.067	18.384
Prosinac	4.056	3.771	2.181	10.353	2.424	4.410
UKUPNO	1.089.365	1.103.720	1.167.052	1.175.969	1.242.379	1.320.066

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Tablica u nastavku prikazuje rangiranje četiri najbolja mjeseca po broju ostvarenih noćenja. Kao što je i prethodno navedeno najveći broj noćenja ostvaren je tokom mjeseca kolovoza 2007., 2009., 2010., 2011. i 2012. godine, dok je 2008. godine najviše noćenja ostvareno tokom srpnja. Treće mjesto od 2007.-2012. godine pripada mjesecu lipnju, a četvrto mjesecu rujnu. U 2012. godini treće mjesto pripada rujnu, a četvrto lipnju.

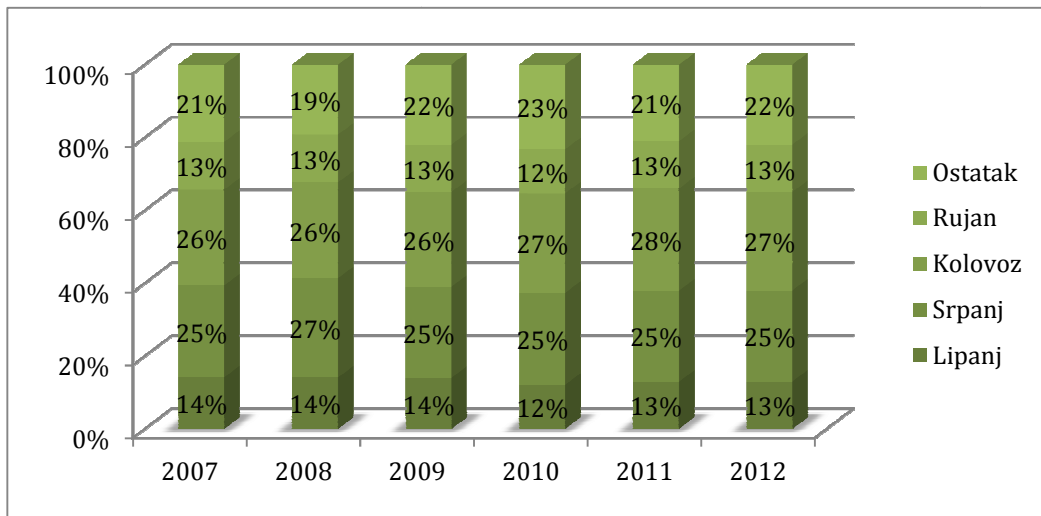
Tablica 13: Rangiranje mjeseca prema broju ostvarenih noćenja u razdoblju od 2007. do 2012. godine

Rang	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
1.	kolovoz	srpanj	kolovoz	kolovoz	kolovoz	kolovoz
2.	srpanj	kolovoz	srpanj	srpanj	srpanj	srpanj
3.	lipanj	lipanj	lipanj	lipanj	lipanj	rujan
4.	rujan	rujan	rujan	rujan	rujan	lipanj

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Struktura ostvarenih noćenja po mjesecima prikazana je grafikonom u nastavku. Iz grafikona je vidljivo da je tokom ljetnih mjeseci ostvareno preko $\frac{3}{4}$ ukupnih noćenja tokom godine.

Grafikon 12: Struktura ostvarenih noćenja u razdoblju od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

3.2.10. Kapaciteti na području Grada Labina

Tablica u nastavku prikazuje privatni smještajni kapacitet na području Grada Labina po pojedinom turističkom mjestu. Najveći smještajni kapacitet ima Rabac, a slijedi Labin.

Tablica 14: Ukupni privatni smještajni kapaciteti na području Grada Labina

Turističko mjesto		2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Labin	broj smještajnih jedinica	222	233	242	260	291	283
	broj postelja	667	702	746	823	966	942
	broj pomoćnih postelja	154	147	171	180	200	189
Nedešćina	broj smještajnih jedinica	67	74	82	105	135	135
	broj postelja	210	242	279	354	476	476
	broj pomoćnih postelja	43	42	48	58	71	68
Rabac	broj smještajnih jedinica	619	620	625	626	654	649
	broj postelja	1.650	1.651	1.679	1.674	1.770	1.757
	broj pomoćnih postelja	491	498	517	490	499	497
UKUPNO	broj smještajnih jedinica	908	927	949	991	1.080	1.067
	broj postelja	2.527	2.595	2.704	2.851	3.212	3.175
	broj pomoćnih postelja	688	687	736	728	770	754

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Tablica u nastavku prikazuje kategorizaciju turističkih objekata, hotela, apartmana, kampova i privatnog smještaja na području TZ Grada Labina. Na dan 25.03.2011. bilo je registrirano ukupno 14 hotela, jedno turističko naselje, 4 turistička apartmana, jedan kamp te 984 objekata privatnog smještaja.

Tablica 15: Ukupan broj dolazaka i noćenja turista prema strukturi smještaja u Gradu Labinu u razdoblju od 2007. do 2012. godine

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJA	Udio noćenja po S.O.
Hoteli	4.778.833	67,21%
Mali hoteli/ pansioni Rabac	72.299	1,02%
Pansioni Labin	17.995	0,25%
Kamp	896.427	12,61%
Privatni smještaj Rabac	871.534	12,26%
Privatni smještaj Labin	342.674	4,82%
Privatni smještaj Nedešćina	129.351	1,82%
Privatni smještaj Pićan	1.514	0,02%
SVEUKUPNO	7.110.627	100,00%

Izvor: izračun autora prema podacima TZ Grada Labina za pojedine godine

U razdoblju od 2007. do 2012. godine u Gradu Labinu ostvareno je 7.110.627 noćenja. Najveći broj noćenja ostvareno je u hotelima (67,21%), slijedi kamp (12,61%), te privatni smještaj u Rapcu (12,26%).

Ako se govori o prosječnoj godišnjoj popunjenosti kapaciteta u Gradu Labinu za 2011. godinu, ona iznosi **30,66%**.¹⁷ Sagledavanjem prosječne popunjenosti pojedinih vrsta smještajnih kapaciteta u Gradu Labinu za 2011. uočljivo je kako hoteli, mali hoteli i turistička naselja (sagledani zajedno

¹⁷ Prosječna godišnja popunjenost kapaciteta = (ukupan broj noćenja / (ukupni broj ležajeva * 365)) * 100, gdje je broj ležajeva 11.211, a broj ostvarenih noćenja 1.254.489.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

radi dostupnosti takovih statističkih pokazatelja) imaju prosječnu popunjenost 40,96%, kamp 25,03%, a privatni smještaj 18,57%.

U 2012. godini prosječna godišnja popunjenost kapaciteta iznosi **30,63%**, što je gotovo jednako popunjenosti u 2011. godini. Prosječna popunjenost hotela, malih hotela i turističkih naselja iznosi 42,03%, kamp 25,8%, dok privatnog smještaja na području Rapca, Labina i Nedešćina 18,49%. Tablica u nastavku prikazuje noćenja prema kapacitetima, te dane punjenja u 2011. i 2012. godini.

Tablica 16: Noćenja i dani punjenja prema vrsti kapaciteta u 2011. i 2012. godini

VRSTA SMJEŠTAJA	1. NOĆENJA 2011	2. NOĆENJA 2012	INDEX	Kapaciteti		Dani punjenja	
	Ukupno	Ukupno	12./11.	2011.	2012.	2011.	2012.
Hoteli i hot.app	811.677	834.963	103	5.418	5.418	149,82	154,11
Mali hoteli/ pansioni Rabac	13.313	11.588	87	100	100	133,13	115,88
Pansioni Labin	3.282	3.181	97	31	31	105,87	102,61
Kamp	164.457	169.489	103	1.800	1.800	91,37	94,16
Privatni smještaj Rabac	160.652	166.859	104	2.232	2.312	71,98	72,17
Privatni smještaj Labin	70.413	94.865	135	1.109	1.504	63,49	63,08
Privatni smještaj Nedešćina	30.695	39.121	127	521	642	58,92	60,94
SVEUKUPNO	1.254.489	1.320.066	105	11.211	11.807	110,71	111,80

Izvor: TZ Grada Labina

3.2.11. Usporedba turističkih pokazatelja Grada Labina sa Istrom i Hrvatskom

a) Usporedba dolazaka

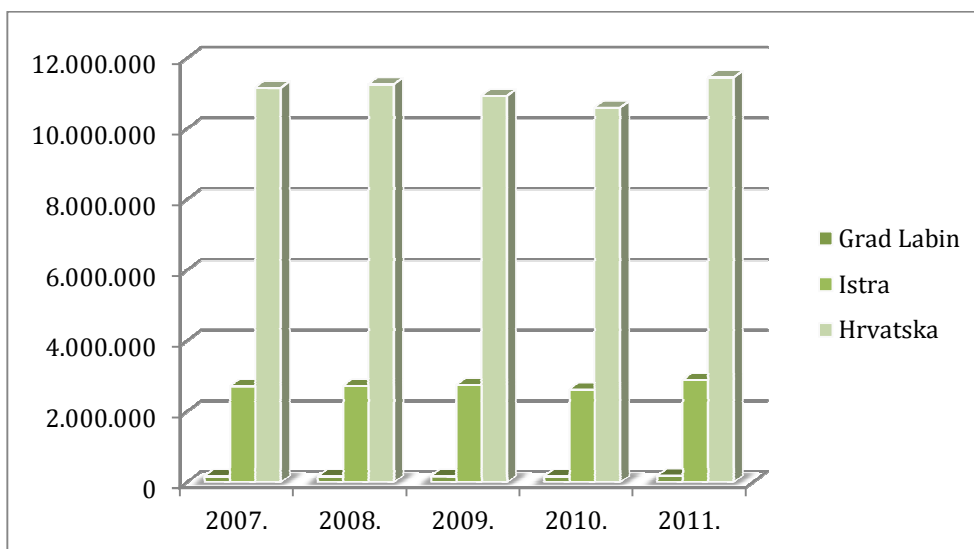
Tablica 17: Usporedba dolazaka u Grad Labin, Istarsku županiju i Republiku Hrvatsku od 2007. do 2011. godine

Dolasci/Noćenja	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Grad Labin	173.957	174.017	179.455	173.459	193.283
Istra	2.719.949	2.729.618	2.755.269	2.627.918	2.895.686
Hrvatska	11.162.406	11.260.807	10.934.474	10.604.116	11.455.677

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

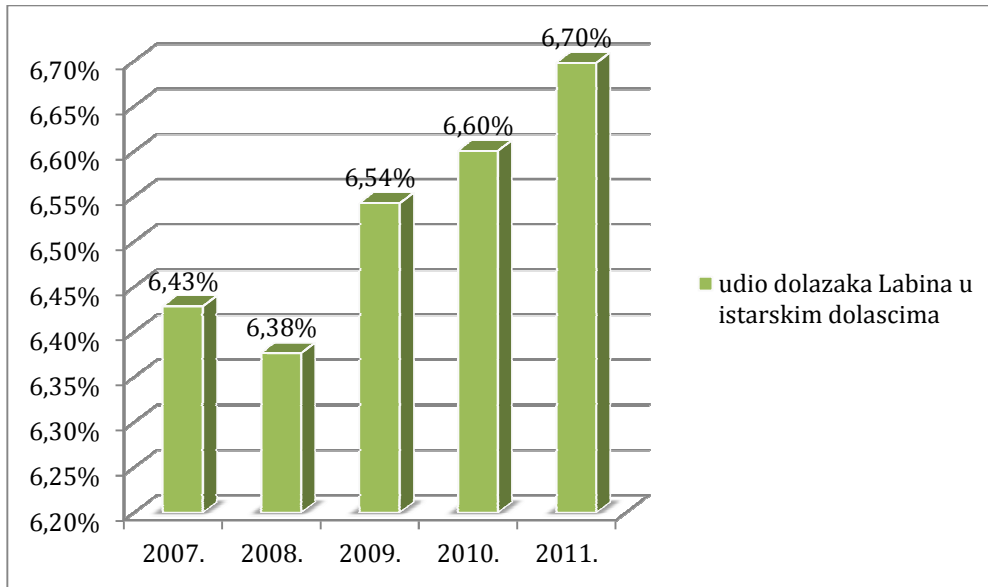
Gornja tablica prikazuje kako je broj noćenja u Labinu padao svake druge godine, dok je u 2011. godini bio najveći, što nije slučaj na razini Istre gdje je broj dolazaka rastao tijekom svih godina. U Hrvatskoj je pad zabilježen 2008. i 2009. godine, da bi u 2011. bio zabilježen najveći broj dolazaka, kao i u Istri i u Labinu. Usporedna situacija vidljivija je iz donjeg grafikona.

Grafikon 13: Usporedba dolazaka u Grad Labin, Istarsku županiju i Republiku Hrvatsku od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

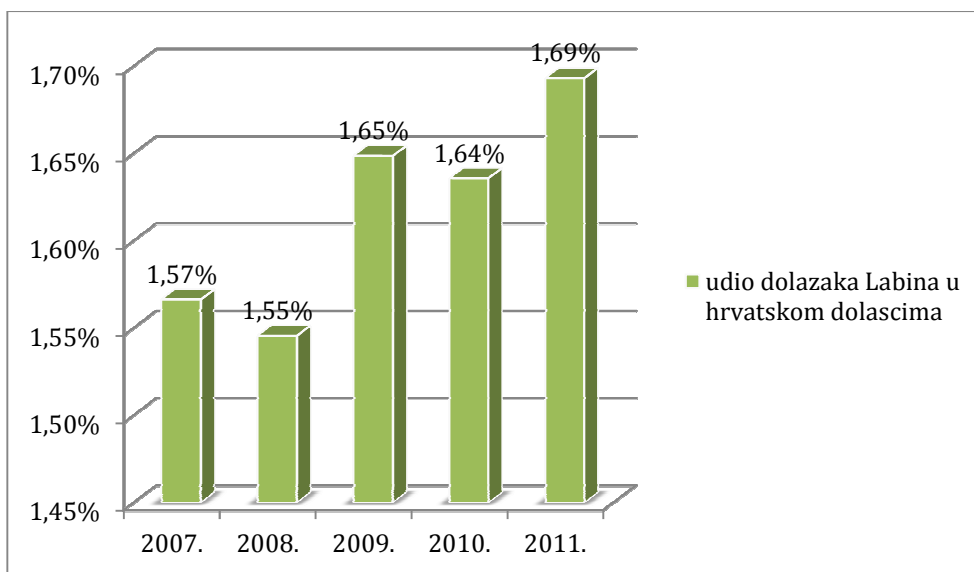
Grafikon 14: Udio dolazaka Grada Labina u dolascima u Istarskoj županiji



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Udio dolazaka Labina u istarskim dolascima raste tijekom godina sa blagim padom u 2008. godini. U 2011. godini ostvaren je najveći udio od 6,70% (gornji grafikon).

Grafikon 15: Udio dolazaka Grada Labina u dolascima u Republici Hrvatskoj

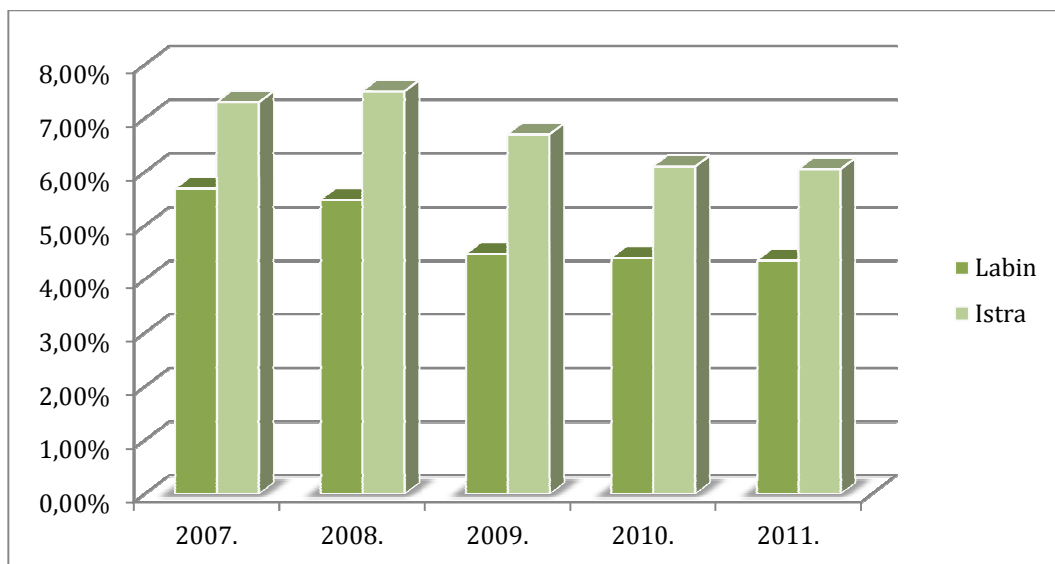


Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Kretanje udjela dolazaka Grada Labina u dolascima Republike Hrvatske kreće se od 1,55% do 1,69% tijekom promatranih pet godina. Najveći udio postignut je 2011. godine sa iznosom od 1,69%.

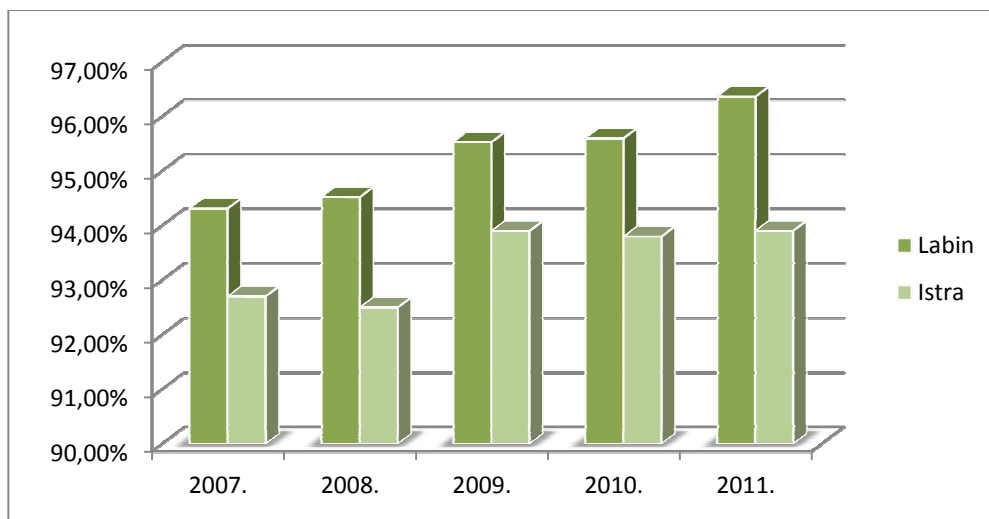
Grafikon u nastavku prikazuje usporedbu dolazaka stranih gostiju između Grada Labina i Istarske županije. Tijekom promatranog perioda razlika je bila oko 1,5 postotnih poena. Najveća razlika ostvarena je u 2009. godini kad je udio dolazaka stranih gostiju Grada Labina iznosio 4,7%, a Istre 6,7%. Također, Istra u odnosu na Labin ima veći udio stranih dolazaka u ukupnim dolascima.

Grafikon 16: Usporedba dolazaka stranih gostiju u Grad Labin i Istarsku županiju od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

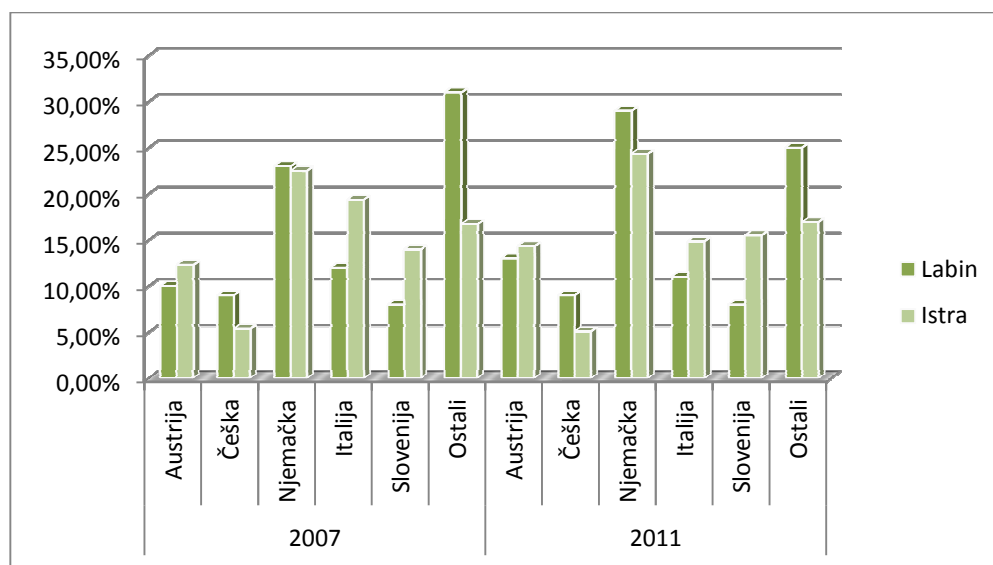
Grafikon 17: Usporedba dolazaka stranih gostiju u Grad Labin i Istarsku županiju od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Gornji grafikon prikazuje kako je veća udio dolazaka stranih gostiju u Labinu nego u Istri. U Labinu, za razliku od Istre, taj udio konstantno raste tijekom promatranog razdoblja. Najveća razlika između udjela na razini Istre i Labina ostvarena je 2011. godine u iznosu od 2,5 postotna poena.

Grafikon 18: Usporedba strukture stranih turista prema udjelima u ukupnim dolascima stranaca u Gradu Labinu i Istarskoj županiji



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Gornji grafikon prikazuje usporedbu strukture dolazaka prema stranim zemljama u 2007. i 2011. godini. U 2007. godini u Labinu je bilo više Čeha i Nijemaca nego u Istri. U 2011. godini situacija je ostala jednaka. Istra pokazuje veći broj dolazaka austrijskih (oko 15%), talijanskih (oko 20%) i slovenskih (oko 15%) gostiju tijekom promatranih godina.

Tablica 18: Rang lista turista po zemlji dolaska

Rang zemlje prema broju dolazaka turista						
	2007.		2009.		2011.	
Rang	Labin	Istra	Labin	Istra	Labin	Istra
1.	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
2.	Italija	Italija	Austrija	Italija	Austrija	Slovenija
3.	Austrija	Slovenija	Italija	Slovenija	Italija	Italija
4.	Češka	Austrija	Češka	Austrija	Češka	Austrija

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Gornja tablica prikazuje kako su i u Istri i u Labinu Nijemci 2007., 2009. i 2011. godine na prvom mjestu prema broju dolazaka. Italija je 2007. godine bila na drugom mjestu i u Istri i u Labinu, dok su na posljednjem mjestu u Labinu bili Česi, a u Istri Austrijanci. Godine 2009. na drugom mjestu u

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Istri bili su Talijani, a na trećem Slovenci, dok je situacija u Labinu bila obrnuta. U 2011. godini u Labinu su Austrijanci bili na drugom mjestu, Talijani na trećem, a u Istri Slovenci na drugom, Talijani na trećem.

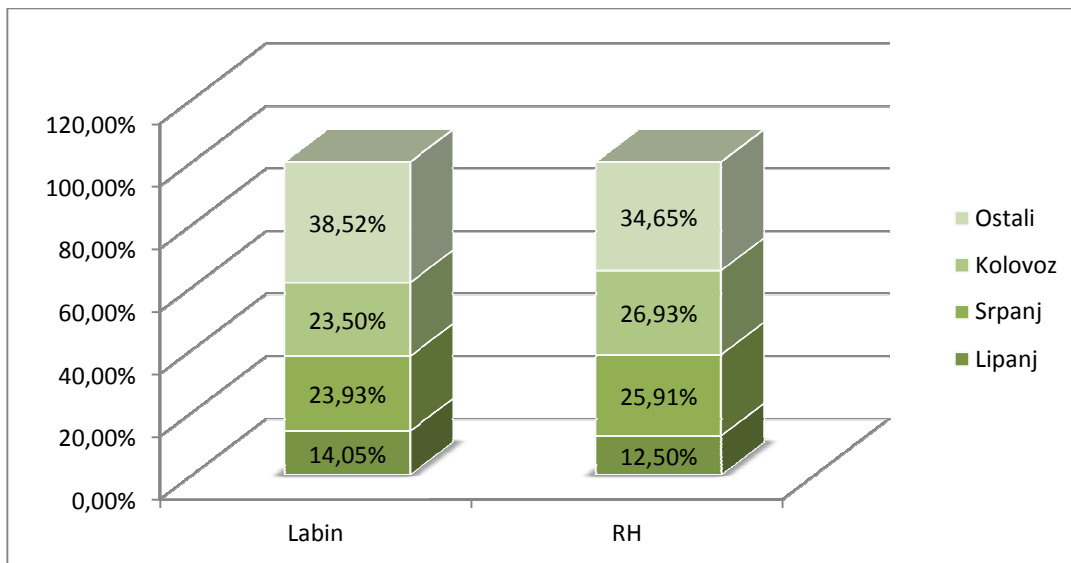
Tablica 19: Usporedba dolazaka u Grad Labin i Republiku Hrvatsku

2010.	Grad Labin	RH
Siječanj	146	107.108
Veljača	207	125.783
Ožujak	4.836	212.840
Travanj	11.973	470.355
Svibanj	18.335	847.641
Lipanj	<u>24.369</u>	<u>1.325.814</u>
Srpanj	<u>41.511</u>	<u>2.747.894</u>
Kolovoz	<u>40.759</u>	<u>2.856.101</u>
Rujan	19.828	1.122.874
Listopad	8.657	453.963
Studen	1.327	185.816
Prosinac	1.511	147.927
UKUPNO	173.459	10.604.116

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Gornja tablica prikazuje kako je udio dolazaka Labina u hrvatskim dolascima 1,63%, te kako se najveći broj dolazaka ostvario u Labinu i Istri tijekom lipnja, srpnja i kolovoza.

Grafikon 19: Usporedba strukture dolazaka u ljetnim mjesecima u Gradu Labinu i Republici Hrvatskoj, 2010. godina



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Gornji grafikon prikazuje udjele dolazaka tijekom lipnja, srpnja i kolovoza u ukupnim dolascima. U Labinu se tako najviše dolazaka ostvaruje u srpnju (23,96%), dok u Republici Hrvatskoj tijekom kolovoza (26,93%).

b) Usporedba noćenja

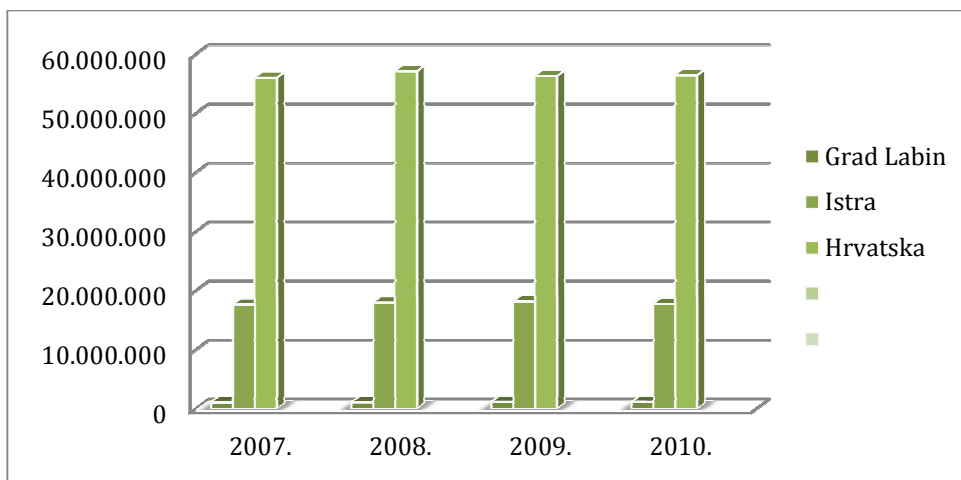
Tablica20: Usporedba noćenja u Gradu Labinu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj od 2007. do 2011. godine

Noćenja/Godina	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Grad Labin	1.089.365	1.103.720	1.167.055	1.175.969	1.254.452
Istra	17.613.132	17.965.984	18.130.006	17.731.881	19.095.401
Hrvatska	56.005.492	57.103.494	56.299.647	56.416.379	60.354.275

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

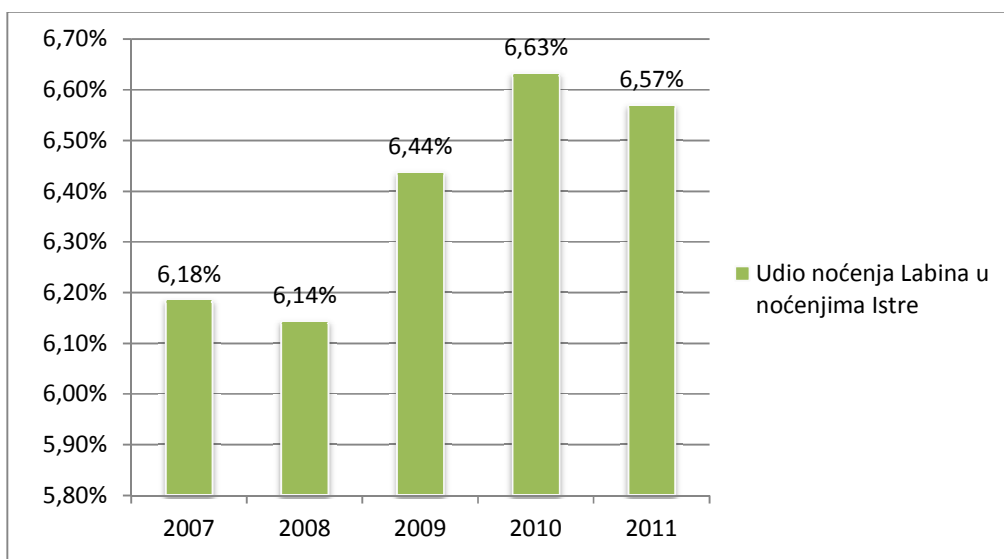
Iz gornje tablice je vidljivo kako je broj noćenja u Gradu Labinu od 2007. do 2010. godine rastao, dok je u 2011. godini zabilježen pad. U Istri je broj turista rastao od 2007. do 2009. godine, dok je u 2010. godini zabilježen pad. 2011. godine započela sa rastom broja noćenja u Istri. Na razini Hrvatske broj noćenja konstantno je rastao od 2007. do 2011. godine. U grafu u nastavku prikazana je usporedba tih istih podataka.

Grafikon 20: Usporedba noćenja u Gradu Labinu, Istarskoj županiju i Republici Hrvatskoj od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

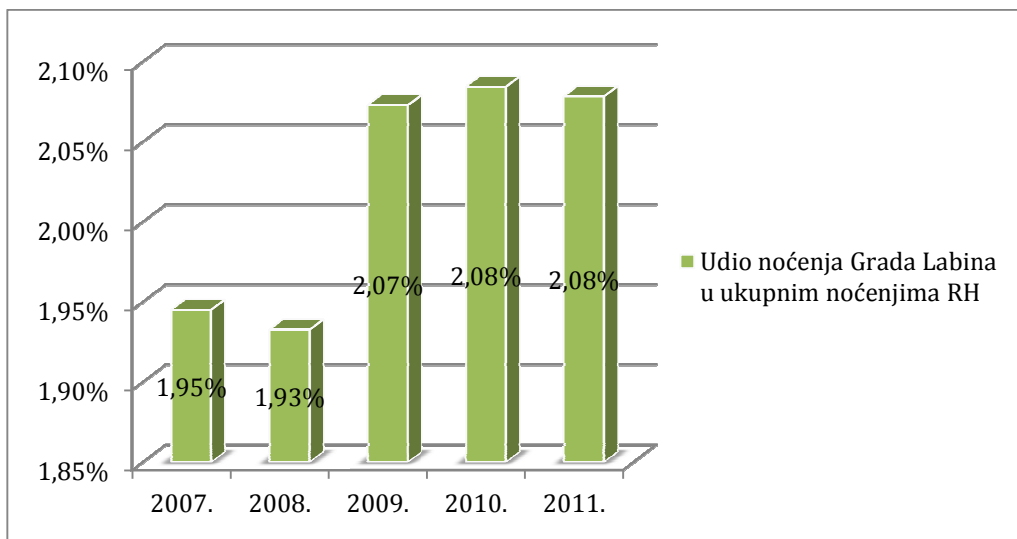
Grafikon 21: Udio noćenja Grada Labina u noćenjima u Istarskoj županiji



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Iz gornjeg grafikona je vidljivo kako je Labin najveći udio noćenja zauzeo u ukupnim noćenjima u Istri 2010. godine (6,63%), dok je najmanji udio imao 2008. godini sa 6,14%.

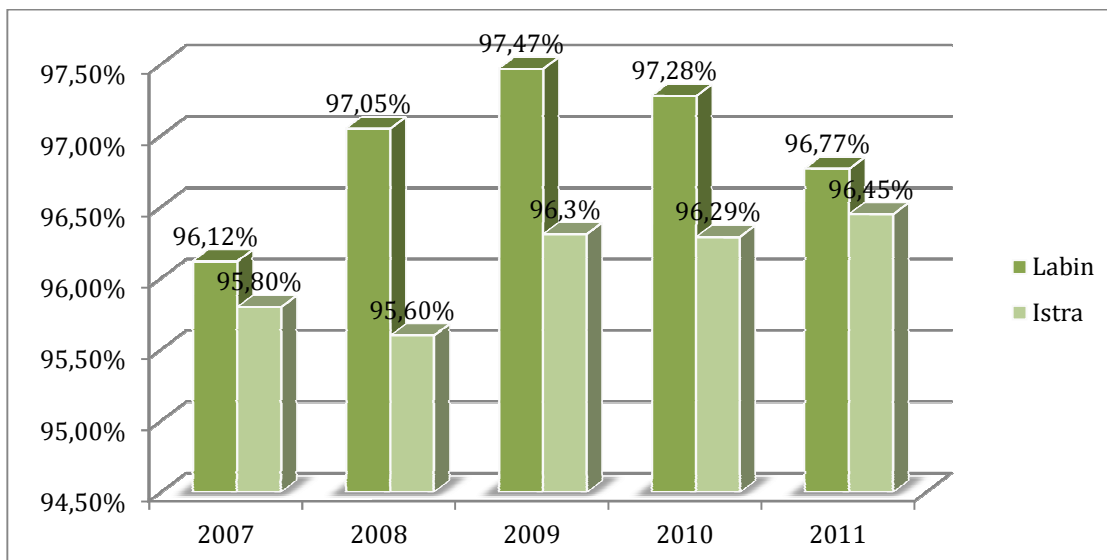
Grafikon 22: Udio noćenja Grada Labina u noćenjima u Republici Hrvatskoj



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Najveći udio noćenja Grad Labin u noćenjima Republike Hrvatske imao je 2010. i 2011. godine (2,08%). U 2007. i 2008. godini taj je udio bio manji (1,95%, odnosno 1,93%).

Grafikon 23: Usporedba noćenja stranih gostiju u Gradu Labinu i Istarskoj županiji od 2007. do 2011. godine

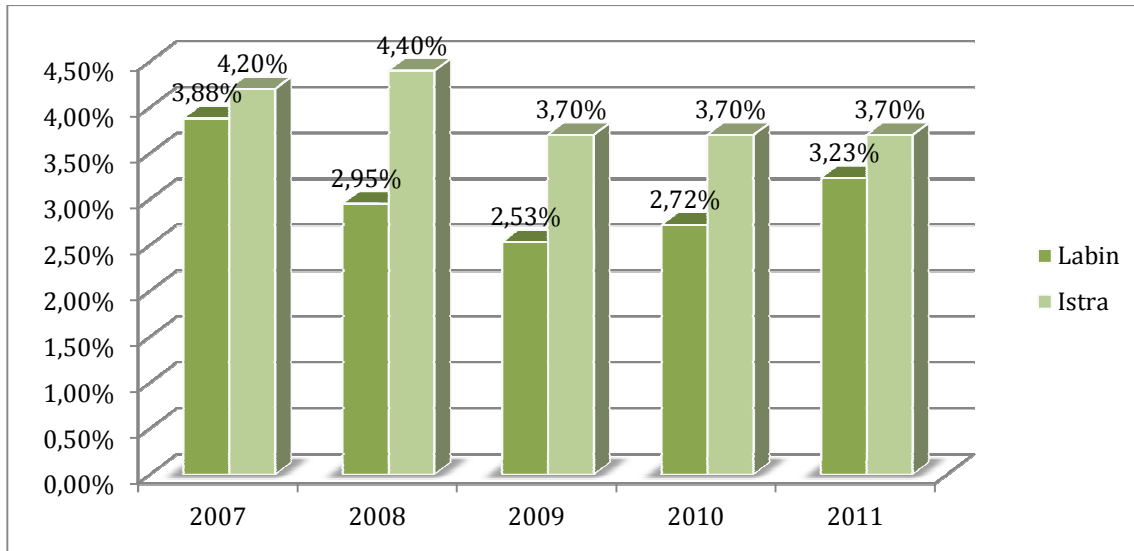


Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Tijekom promatranog razdoblja Grad Labin je konstantno imao veći udio noćenja stranih gostiju u svojim ukupnim noćenjima u odnosu na Istarsku županiju. Najveća razlika u udjelima između Grada Labina i Istarske županije ostvarena je 2008. godine u iznosu od 1,9 postotnih poena.

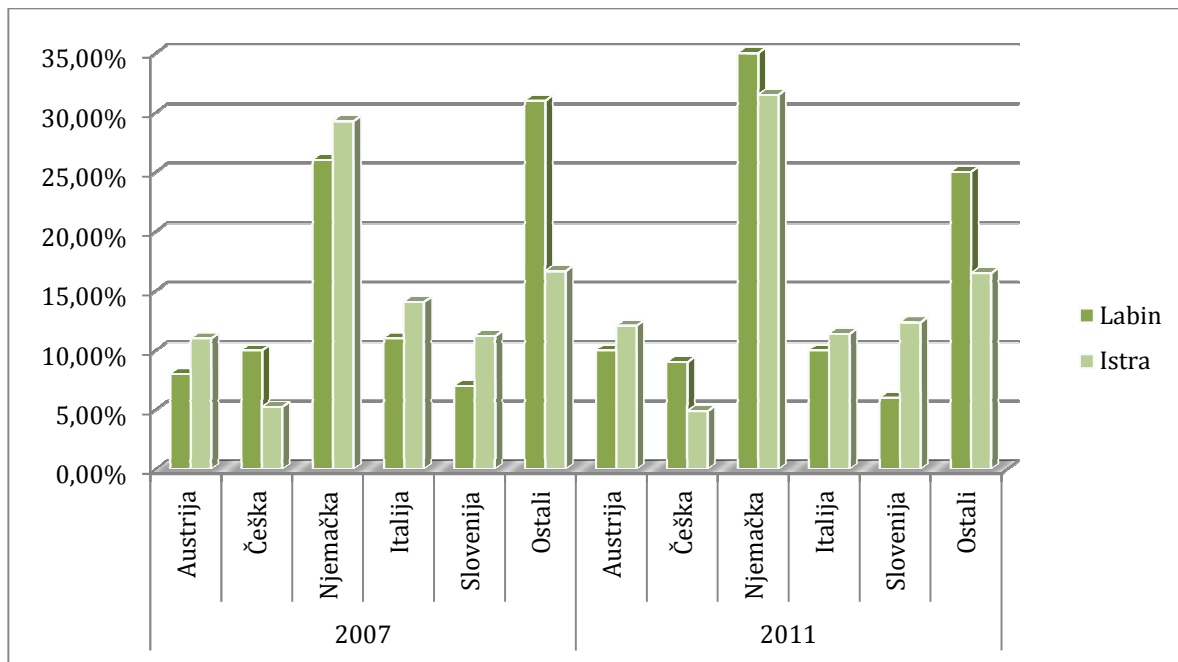
Grafikon 24: Usporedba noćenja domaćih gostiju u Gradu Labinu i Istarskoj županiji od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Kako je udio noćenja stranih gostiju u Labinu veći, logično je da je udio domaćih noćenja manji, te se kreće negdje oko 2 – 3%. S obzirom na prikaz u gornjem grafikonu vidljiva je razlika u udjelima domaćih noćenja između Labina i Istre. Domaća noćenja su najveći udio u ukupnim noćenjima u Labinu imala 2007. godine (3,88%), a u Istri 2008. godine (4,40%).

Grafikon 25: Usporedba strukture stranih turista prema udjelima u ukupnim noćenjima stranaca u Gradu Labinu i Istarskoj županiji



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

U 2007. godini više noćenja u Labinu nego na razini Istarske županije ostvarili su Česi i to gotovo 5 postotnih poena. U 2011. godini situacija je ostala jednaka sa Česima, ponovno je Grad Labin zabilježio veći udio noćenja Čeha u odnosu na Istarsku županiju, no sa jednom promjenom. Naime, i Nijemaca je te godine bilo 4 postotna poena više nego u Istri

Tablica 21: Usporedba ranga noćenja u Gradu Labinu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj 2007., 2009. i 2011. godine

TURISTI PREMA NOĆENJIMA						
RANG	2007.		2009.		2011.	
	Grad Labin	Istarska županija	Grad Labin	Istarska županija	Grad Labin	Istarska županija
1.	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka	Njemačka
2.	Italija	Italija	Austrija	Italija	Austrija	Slovenija
3.	Češka	Austrija	Češka	Slovenija	Italija	Italija
4.	Austrija	Slovenija	Italija	Austrija	Češka	Austrija

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Prvo mjesto tijekom 2007., 2009. i 2011. prema broju noćenja u Istri i Labinu drže Nijemci. Talijani ih na drugom mjestu slijede samo tijekom 2007. godine. U 2009. godini u Labinu se na drugom mjestu nalaze Austrijanci, a u Istri Talijani. U 2011. Na drugom mjestu se nalaze Austrijanci, a u Istri Slovenci.

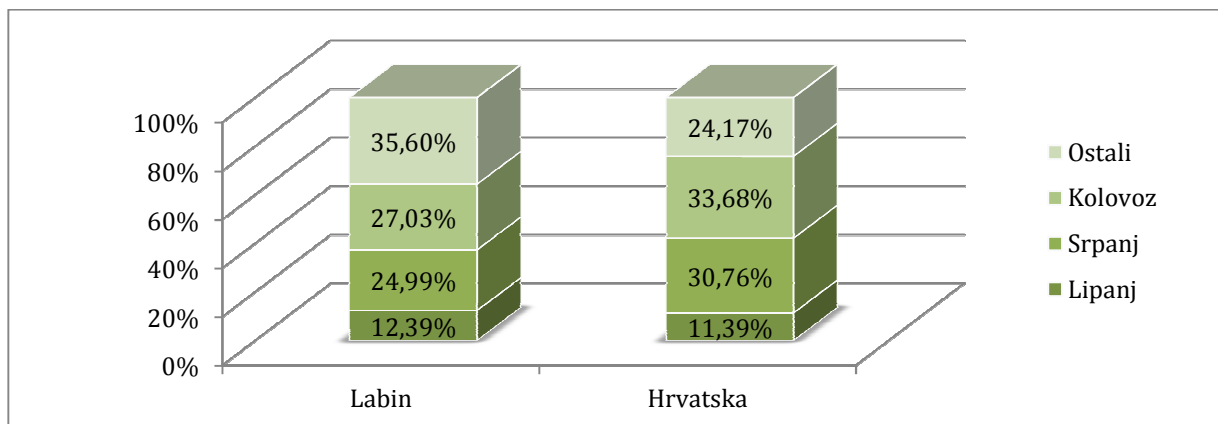
Tablica 22: Usporedba noćenja u 2010. godini u Gradu Labinu i Republici Hrvatskoj

Mjeseci 2010.	Labin	Hrvatska
Siječanj	1.645	303.264
Veljača	671	292.959
Ožujak	36.387	542.570
Travanj	64.395	1.324.473
Svibanj	91.510	2.979.672
Lipanj	<u>145.672</u>	<u>6.425.037</u>
Srpanj	<u>293.852</u>	<u>17.353.975</u>
Kolovoz	<u>317.834</u>	<u>19.002.424</u>
Rujan	142.307	6.059.794
Listopad	52.679	1.372.735
Studeni	18.664	429.971
Prosinac	10.353	329.505
UKUPNO	1.175.969	56.416.379

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Iz gornje tablice može se očitati kako su prema broju noćenja lipanj, srpanj i kolovoz mjeseci sa najvećim brojem noćenja u Labinu i Hrvatskoj. Kolovoz ima najveći broj noćenja, slijedi srpanj, pa lipanj. Situacija je jednaka i u Labinu i u Hrvatskoj.

Grafikon 26: Usporedba noćenja u Gradu Labinu i Republici Hrvatskoj po mjesecima 2010. godine

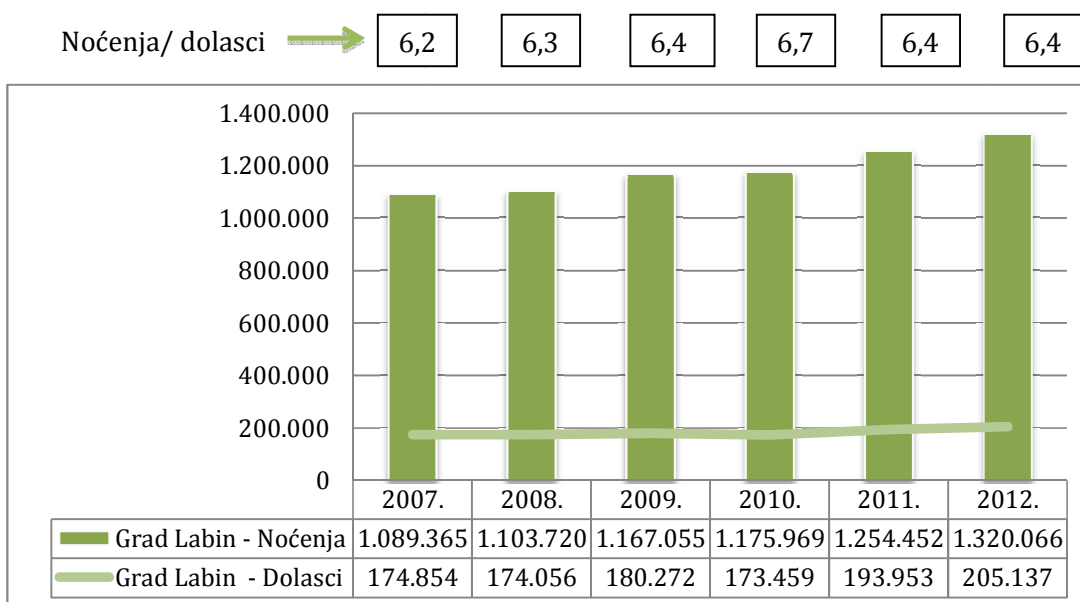


Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

Ako se promatraju udjeli noćenja u ukupnim noćenjima Labina i Republike Hrvatske situacija može biti još jasnija. Vidljivo je kako kolovoz prednjači ispred srpnja i lipnja i u Labinu (27,03%) i u Hrvatskoj (33,68%).

Grafikon u nastavku objedinjuje noćenja i dolaske te ih prikazuje u razdoblju od 2007. do 2011. godine. Također, grafikon prikazuje prosječni boravak turista u destinaciji Labin-Rabac (noćenja/dolazak), koji je iznosio **6,78** 2010. godine, **odnosno 6,47** u 2011. godini.

Grafikon 27: Noćenja i dolasci te duljina boravka (noćenja/dolazak) u Gradu Labinu od 2007. do 2012. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ-a Grada Labina i Turističke statistike

3.3. Financijska analiza gospodarstva Grada Labina

3.3.1. Gospodarska struktura Grada Labina

Ukupno gospodarstvo jedne države, županije, općine ili grada čine različite djelatnosti koje su klasificirane u različita područja. Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. godine sve djelatnosti grupirane su unutar 21 područja, a svako područje dijeli se na odjeljke. Prilogom 2 prikazana je Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007. godine. Svaka država, županija, općina i grad ima različitu strukturu gospodarstva, koja se ogleda u različitom značenju pojedine djelatnosti za cjelokupno gospodarstvo. Struktura gospodarstva Grada Labina prikazana je u nastavku slijedom strukture ukupnih prihoda i ukupne imovine.

S obzirom na ukupne prihode, najznačajnija djelatnost na području Grada Labina je prerađivačka industrija, koja ostvaruje preko polovice ukupnih prihoda cjelokupnog gospodarstva svih analiziranih godina, osim nešto manje 2008. godine kada je udio prerađivačke industrije u ukupnim prihodima gospodarstva 49%. Slijedi djelatnost trgovine na veliko i malo te popravak motornih vozila i motocikala. Djelatnost pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane treća je djelatnost po značaju za gospodarstvo Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2010. godine, dok je 2011. godine ova djelatnost četvrta po značenju za cjelokupno gospodarstvo. Udio djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnim prihodima cjelokupnog gospodarstva iznosi 11% 2008., 12% 2009., 13% 2010. te 6% 2011. godine. Posljednje analizirane godine (2011.) dolazi do pada vrijednosti svih pozicija financijskih izvještaja za djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Razlog tomu je što se 1. rujna 2011. godine najveće poduzeće ove djelatnosti Rabac d.d. pripaja poduzeću Riviera Poreč d.d. čime je nastalo novo društvo Riviera Adria d.d.. Novonastalo poduzeće nema sjedište na području Grada Labina pa stoga njegovi rezultati poslovanja nisu uključeni u ovu analizu 2011. godine. Tablica i grafikon u nastavku prikazuju značaj pojedinih djelatnosti za cjelokupno gospodarstvo Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.

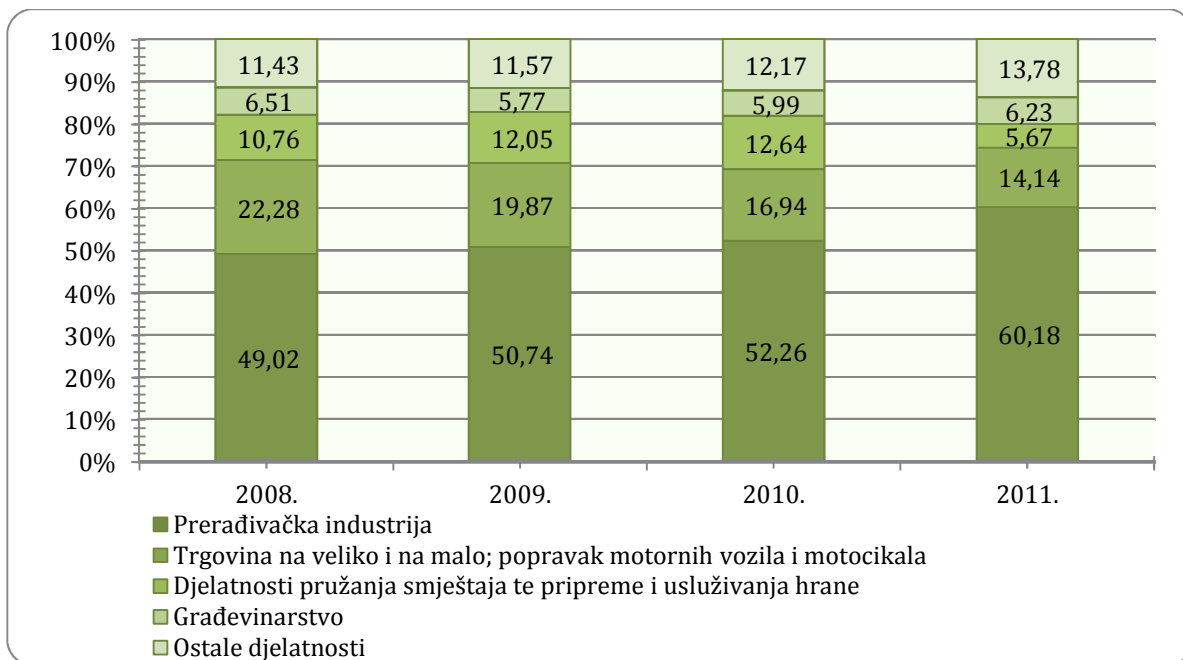
Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Tablica 23: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini ukupnih prihoda (u milijunima kuna)

DJELATNOST	2008.	2009.	2010.	2011.
Prerađivačka industrija	993,51	950,09	950,70	1.164,33
Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala	451,66	372,07	308,24	273,55
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	218,04	225,55	230,02	109,64
Građevinarstvo	131,97	108,13	108,89	120,55
Ostale djelatnosti	231,58	216,64	221,43	266,61

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Grafikon 28: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema ukupnim prihodima



Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Struktura gospodarstva Grada Labina analizirana je i prema strukturi ukupne imovine pojedinih djelatnosti. Djelatnost prerađivačke industrije najznačajnija je djelatnost na području Grada Labina i prema veličini ukupne imovine. Udio prerađivačke industrije u ukupnoj imovini cjelokupnog gospodarstva Grada Labina kreće se od 25% koliko iznosi 2008. godine do 47% 2011. godine (udio raste tijekom analiziranog razdoblja). Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

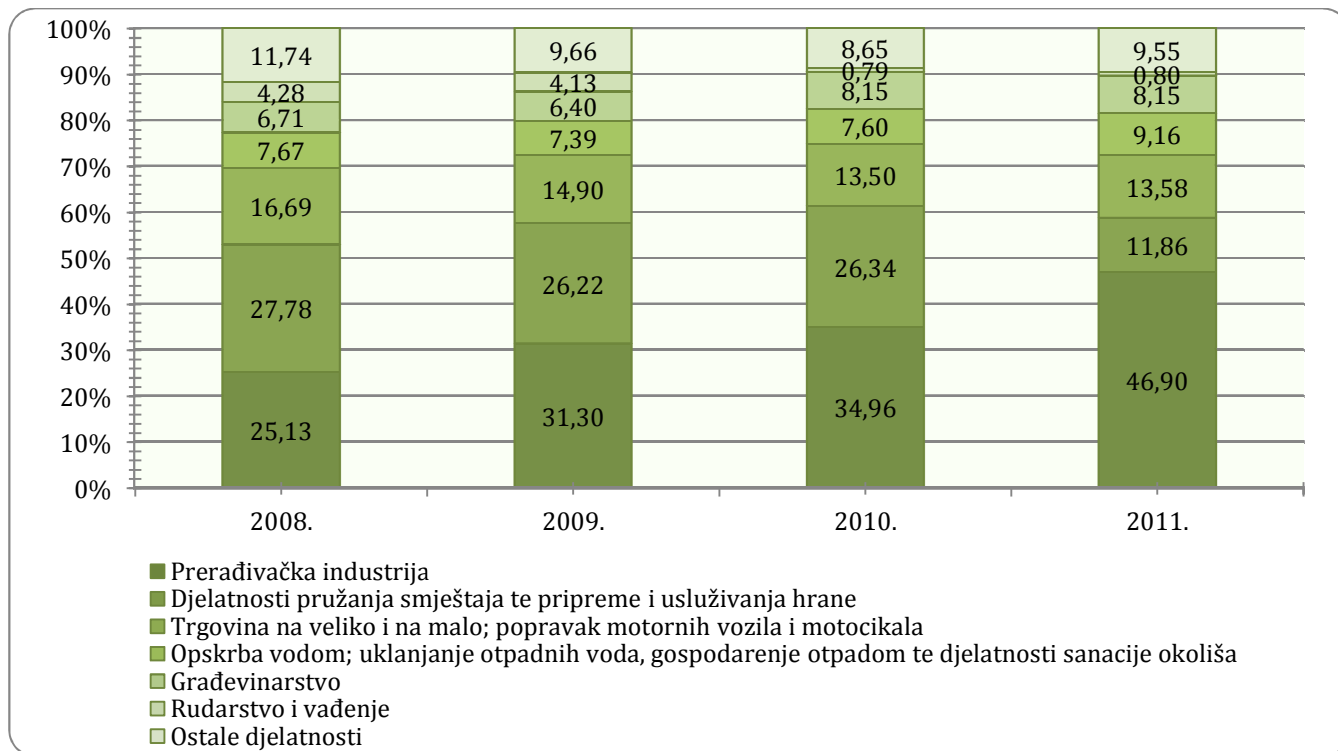
usluživanja hrane, prema ovom kriteriju, druga je po značenju djelatnost za gospodarstvo u razdoblju od 2008. do 2010. godine, dok je 2011. godina treća po značenju zbog pripajanja poduzeća Rabac d.d. Struktura gospodarstva Grada Labina prema veličini ukupne imovine u razdoblju od 2008. do 2011. godine prikazana je tablicom i grafikonom u nastavku.

Tablica 24: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini ukupne imovine (u milijunima kuna)

DJELATNOST	2008.	2009.	2010.	2011.
Prerađivačka industrija	601,88	786,27	875,38	1129,66
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	665,55	658,63	659,49	285,71
Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala	399,71	374,21	338,17	327,10
Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	183,75	185,55	190,34	220,70
Građevinarstvo	160,76	160,86	204,17	196,30
Rudarstvo i vađenje	102,51	103,71	19,90	19,29
Ostale djelatnosti	281,33	242,59	216,68	230,13

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Grafikon 29: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema ukupnoj imovini



Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

3.3.2. Analiza financijskih pokazatelja poslovanja gospodarstva Grada Labina

Analiza financijskih pokazatelja poslovanja poduzetnika na razini cjelokupnog gospodarstva, obuhvaća prikaz broja poduzeća i broja zaposlenih, vertikalnu i horizontalnu analizu bilance i izvještaja o dobiti te izračun najznačajnijih financijskih pokazatelja. Cjelokupna analiza izvršena je na osnovi podataka Financijske agencije koji uključuju podatke poduzetnika obveznika predaje financijskih izvještaja FINI, a koji svoje sjedište imaju na području Grada Labina.

Analiza započinje pregledom broja poduzetnika obveznika predaje financijskih izvještaja i broja zaposlenih na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Zatim, slijedi pregled prihodovnih i rashodovnih kategorija poduzetnika cjelokupnog gospodarstva, pregled vrijednosti imovine koju isti posjeduju te izračun ključnih financijskih pokazatelja analize financijskih izvještaja gospodarstvenika Grada Labina.

Tablica 25: Broj poduzetnika i broj zaposlenih na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

Godina	Broj poduzetnika	Broj zaposlenih
2008.	418	3.412
2009.	431	3.716
2010.	437	4.007
2011.	445	3.641

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika - obveznika predaje financijskih izvještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2010. godine, te broj djelatnika koje ista zapošljavaju. Broj poduzetnika raste tokom analiziranog razdoblja, dok broj zaposlenih raste do 2010. godine, a već 2011. godine se smanjuje. Prema veličini poduzetnika koji imaju svoje sjedište na području Grada Labina, prevladavaju mali poduzetnici, dok je velikih i srednjih tek nekoliko.

Tablica 26: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u gospodarstvu Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Poslovni prihodi	1.984,39	1.826,14	0,920	1.778,55	0,974	1.904,76	1,071
Pripadajući udio	97,91	97,53		97,76		98,45	
Financijski prihodi	34,64	38,78	1,153	30,54	0,787	21,61	0,708
Pripadajući udio	1,66	2,07		1,68		1,12	
Izvanredni prihodi	8,73	7,54	0,864	10,19	1,351	8,31	0,816
Pripadajući udio	0,43	0,40		0,56		0,43	
UKUPNI PRIHODI	2.026,76	1.872,47	0,924	1.819,28	0,972	1.934,68	1,063
Poslovni rashodi	1.852,31	1.729,10	0,933	1.687,09	0,976	1.797,73	1,066
Pripadajući udio	96,88	96,94		96,54		97,47	
Financijski rashodi	52,85	50,56	0,957	52,44	1,037	35,23	0,672
Pripadajući udio	2,76	2,83		3,00		1,91	
Izvanredni rashodi	6,73	3,94	0,585	8,11	2,060	11,44	1,412
Pripadajući udio	0,35	0,22		0,46		0,62	
UKUPNI RASHODI	1.911,89	1.783,59	0,933	1.747,64	0,980	1.844,40	1,055
Neto dobit razdoblja	130,68	122,03	0,934	108,24	0,887	121,26	1,120
Neto gubitak razdoblja	26,35	42,15	1,600	43,93	1,019	39,04	0,909
Konsolidirana neto dobit/gubitak razdoblja	104,33	79,88	0,766	65,31	0,818	82,22	1,259

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje pozicije izvještaja o dobiti obveznika predaje financijskih izvještaja na području Grada Labina za sve djelatnosti u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Kroz sve promatrane godine gospodarstvo ostvaruje konsolidiranu neto dobit. Najveća konsolidirana neto dobit ostvarena je 2008. godine (104,33 mil. kn), nakon čega opada te dostiže najmanju razinu 2010. godine (65,31 mil. kn), a 2011. godine dolazi do rasta od 26%, odnosno 2011. godine konsolidirana neto dobit iznosi 82,22 mil. kn. Kretanje ukupnih prihoda i ukupnih rashoda sukladno je kretanju konsolidirane neto dobiti, odnosno najveći ukupni prihodi te rashodi ostvareni su 2008. godine, nakon čega dolazi do njihova smanjenja te dostizanja najmanje

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

vrijednosti 2010. godine, da bi 2011. godine i ukupni prihodi i ukupni rashodi ponovno rasli, ali i dalje ne dostižu razinu od 2008. g. Najznačajnija kategorija ukupnih prihoda jesu poslovni prihodi na koje otpada preko 97% svih prihoda tijekom cjelokupnog razdoblja. Istovremeno, najznačajnija kategorija rashoda jesu poslovni rashodi na koje otpada preko 95% ukupnih rashoda.

Tablica 27: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u gospodarstvu Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Dugotrajna imovina	1.234,38	1.229,69	0,996	1.335,82	1,086	1.033,06	0,773
Pripadajući udio	51,53	48,96		53,34		42,89	
Kratkotrajna imovina	1.043,35	1.144,59	1,097	1.168,32	1,021	1.375,82	1,178
Pripadajući udio	43,55	45,57		46,66		57,11	
Gubitak iznad visine kapitala	117,75	137,55	1,168	/	/	/	/
Pripadajući udio	4,92	5,48					
UKUPNA AKTIVA	2.395,49	2.511,82	1,049	2.504,14	0,997	2.408,88	0,962
Kapital i rezerve	1.104,85	1.145,21	1,037	1.165,35	1,018	889,60	0,763
Pripadajući udio	46,12	45,59		46,54		36,93	
Dugoročne obveze	373,27	350,62	0,939	393,50	1,122	338,46	0,860
Pripadajući udio	15,58	13,96		15,71		14,05	
Kratkoročne obveze	917,37	1.015,99	1,107	945,29	0,930	1.180,81	1,249
Pripadajući udio	38,30	40,45		37,75		49,02	
UKUPNA PASIVA	2.395,49	2.512,82	1,049	2.504,14	0,997	2.408,88	0,962

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu pozicija bilance za sve djelatnosti na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Ukupna aktiva i pasiva raste 2009. godine u odnosu na prethodnu godinu za 5%, a preostalih godina primjetan je trend smanjenja do 4% 2011. godine. Najznačajnija pozicija aktive je dugotrajna imovina, osim 2011. godine kad je to kratkotrajna imovina. Unutar pasive najznačajnija pozicija je kapital i rezerve u razdoblju od 2008. do 2010. godine, odnosno kratkoročne obveze 2011. godine.

Tablica 28: Financijski pokazatelji poduzetnika u gospodarstvu Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

Pokazatelj	2008.	2009.	2010.	2011.	I. - IX. 2012.*
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI					
Pokazatelj trenutne likvidnosti ¹	0,3118	0,2658	0,2704	0,1739	
Pokazatelj ubrzane likvidnosti ¹	0,8158	0,7732	0,8231	0,7926	
Pokazatelj tekuće likvidnosti	1,1373	1,1266	1,2359	1,1651	1,6145
Pokazatelj financijske stabilnosti	0,8351	0,8221	0,8569	0,8412	
Udio radnog kapitala u imovini	0,0526	0,0512	0,0891	0,0810	
Radni kapital (mil kn)	125,98	128,60	223,03	195,01	475,55
POKAZATELJI ZADUŽENOSTI					
Pokazatelj zaduženosti	0,5388	0,5441	0,5346	0,6307	
Pokazatelj vl. financiranja	0,4612	0,4559	0,4654	0,3693	
Pokazatelj financiranja	1,1682	1,1933	1,1488	1,7078	
Stupanj pokrića I.	0,8951	0,9313	0,8724	0,8611	
Stupanj pokrića II.	1,1975	1,2164	1,1670	1,1888	
Pokazatelj financijske poluge	2,5290	2,5545	2,4602	3,7013	
POKAZATELJI AKTIVNOSTI					
Pokazatelj obrta ukupne imovine	0,8461	0,7631	0,7254	0,7876	
Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine	1,9425	1,7116	1,5732	1,5209	
Pokazatelj obrta dugotrajne imovine	1,6419	1,5198	1,4183	1,6334	
POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI					
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,0601	1,0498	1,0410	1,0489	1,0574
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,0713	1,0561	1,0542	1,0595	1,0569
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	0,6366	0,7671	0,5823	0,6134	
Ekonomičnost redovnih aktivnosti	1,0592	1,0479	1,0400	1,0510	1,0569
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	1,2979	1,9170	1,2570	0,7265	
POKAZATELJI PROFITABILNOSTI					
Neto profitna marža ²	0,0776	0,0697	0,0647	0,0607	
Bruto profitna marža ²	0,0828	0,0745	0,0682	0,0649	
Operativna profitna marža	0,0652	0,0518	0,0503	0,0553	0,0529
Neto rentabilnost imovine ROA ²	0,0656	0,0532	0,0469	0,0478	

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Bruto rentabilnost imovine ²	0,0700	0,0568	0,0495	0,0511	
Rentabilnost glavnice ROE	0,0944	0,0710	0,0565	0,0800	
Rentabilnost obične glavnice ROCE	0,1101	0,0828	0,0653	0,0986	
* korišteni podaci iz tromjesečnog statističkog izvješća					
¹ u brojniku korišteni podaci o kratkotrajnoj finan. imovini umjesto utrživih vrijednosnica					
² u brojniku korišteni podaci o financijskim rashodima, umjesto rashoda za kamate					

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje odabranih financijskih pokazatelja ukupnog gospodarstva Grada Labina, u razdoblju od 2008. do rujna 2012. godine. Za 2012. godine nisu izračunati svi pokazatelji iz razloga što nisu dostupni podaci za cijelu godinu, te su stoga korišteni podaci iz tromjesečnog statističkog izvješća.

Pokazatelji likvidnosti

Pokazatelji ove skupine ukazuju na sposobnost poduzetnika u podmirivanju dospjelih kratkoročnih obveza. Da bi likvidnost bila optimalna, pokazatelj ubrzane likvidnosti trebao bi biti veći od 1, a pokazatelj tekuće likvidnosti veći od 2. Niti jedne analizirane godine to nije slučaj, ali svih godina postoji ročna usklađenost imovine i izvora financiranja. Ročna usklađenost postoji jer je kratkotrajna imovina veća od kratkoročnih obveza, što znači da je radni kapital pozitivan, da je pokazatelj tekuće likvidnosti veći od 1, a pokazatelj financijske stabilnosti manji od 1.

Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti ukazuju na strukturu izvora financiranja, odnosno koliko se imovine financira tuđim, a koliko vlastitim sredstvima. Gospodarstvo Grada Labina srednje je zaduženo gospodarstvo, jer se oko 53% (2008., 2009. i 2010. godine) imovine financira iz tuđih izvora. Posljednje analizirane godine zaduženost gospodarstva se povećava uslijed porasta udjela tuđih izvora sredstava u financiranju imovine.

Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji aktivnosti ukazuju na brzinu cirkulacije imovine u poslovnom procesu (Žager i drugi; 2008:251). Poželjno je da pokazatelj bude što veći, jer je onda i cirkulacija imovine veća.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Pokazatelj obrta ukupne imovine pokazuje da na jednu kunu angažirane imovine gospodarstvo ostvaruje između 73 i 85 lipa, ovisno o godini koja se promatra. Prema pokazatelju obrta kratkotrajne imovine (koji opada kroz promatrano razdoblje) gospodarstvo na jednu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje više od 1,5 kuna ukupnih prihoda. Pokazatelj ekonomičnosti dugotrajne imovine pokazuje da gospodarstvo na jednu kunu dugotrajne imovine ostvaruje više od 1,4 kune ukupnih prihoda svih analiziranih godina (pokazatelj opada do 2010. godine, a 2011. godine raste).

Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ove skupine prikazuju omjer prihoda i rashoda te prikazuju koliko se prihoda ostvaruje po jedinici rashoda (Žager i drugi; 2008:252) Prema izračunatim pokazateljima ukupno poslovanje gospodarstva Grada Labina je ekonomično jer su ukupni prihodi veći od ukupnih rashoda tijekom promatranog razdoblja. Sagledavajući pojedine aktivnosti, poslovne i redovne aktivnosti ekonomične su tijekom cjelokupnog analiziranog razdoblja, dok su financijske aktivnosti neekonomične. Izvanredne aktivnosti ekonomične su u svim godinama, osim 2011. godine.

Pokazatelji profitabilnosti

Ukupno gospodarstvo Grada Labina tijekom cjelokupnog analiziranog razdoblja ostvaruje pozitivnu bruto i neto dobit, što znači da su svi pokazatelji profitabilnosti pozitivni. Prema pokazatelju neto rentabilnosti imovine (ROA) gospodarstvo na jednu kunu uložene imovine ostvaruje 7 lipa neto dobiti 2008. godine, odnosno 5 lipa preostalih godina. Rentabilnost glavnice (ROE) pokazuje da gospodarstvo Grada Labina na jednu kunu uloženog kapitala ostvaruje 9 lipa neto dobiti 2008., 7 lipa 2009., 6 lipa 2010. te 8 lipa 2011. godine.

3.3.2.1. Analiza financijskih pokazatelja poslovanja poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu Grada Labina

Djelatnosti turizma i ugostiteljstva predstavljaju važnu djelatnost za cjelokupno gospodarstvo na području Grada Labina. Sukladno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine turizam i ugostiteljstvo obuhvaća područje I (Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane), te pod-djelatnost 79 (Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperatori) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima).

Pregled trendova i stanja u turizmu i ugostiteljstvu Grada Labina započinje prikazom broja poduzetnika i broja zaposlenih, a obuhvaća i analizu strukture i kretanja pozicija izvještaja o dobiti te bilance, kao i analizu financijskih pokazatelja.

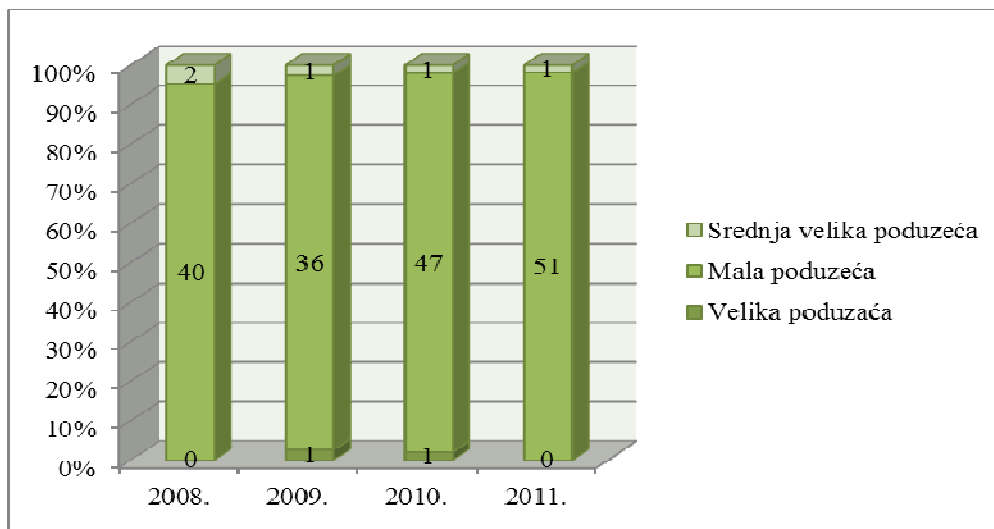
Tablica 29: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

Godina	Broj poduzeća	Broj zaposlenih
2008.	42	669
2009.	38	735
2010.	49	736
2011.	52	351

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu obveznika predaja financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine, te broj njihovih zaposlenika. Broj poduzetnika u turizmu u ugostiteljstvu smanjen je 2009. godine u odnosu na prethodnu, dok preostalih godina se isti povećava. Broj zaposlenih raste do 2010. godine, nakon čega dolazi do značajnog smanjenja najvećim dijelom zbog pripajanja poduzeća Rabac d.d. poduzeću Riviera Poreč.

Slika 6: Struktura poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini poduzetnika



Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Struktura poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini, prikazana je prethodnim grafikonom. Kao što grafikon prikazuje, prevladavaju mali poduzetnici, ima nekoliko poduzetnika srednje veličine, dok je samo jedan veliki poduzetnik djelovao na području Grada Labina 2009. i 2010. godine.

Tablica 30: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Poslovni prihodi	217,86	223,71	1,027	226,09	1,011	111,96	0,495
Pripadajući udio	95,18	96,27		95,75		95,59	
Financijski prihodi	10,33	8,34	0,808	9,49	1,138	4,70	0,495
Pripadajući udio	4,51	3,59		4,02		4,02	
Izvanredni prihodi	0,72	0,32	0,451	0,54	1,667	0,46	0,850
Pripadajući udio	0,31	0,14		0,23		0,39	
UKUPNI PRIHODI	228,90	232,38	1,015	236,11	1,016	117,12	0,496
Poslovni rashodi	206,56	208,58	1,010	217,62	1,043	99,48	0,457
Pripadajući udio	95,12	96,03		94,92		96,18	
Financijski rashodi	10,34	8,56	0,828	11,58	1,352	3,95	0,341

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Pripadajući udio	4,76	3,94		5,05		3,82	
Izvanredni rashodi	0,25	0,07	0,276	0,08	1,182	0,01	0,082
Pripadajući udio	0,11	0,03		0,04		0,01	
UKUPNI RASHODI	217,15	217,21	1,000	229,28	1,056	103,43	0,451
Neto dobitak razdoblja	15,38	22,91	1,489	19,36	0,845	22,10	15,38
Neto gubitak razdoblja	4,29	8,59	2,002	12,72	1,480	8,80	4,29
Konsolidirana neto dobit razdoblja	11,09	14,31	1,291	6,64	0,464	13,30	11,09

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika djelatnosti turizma i ugostiteljstva, obveznika predaja financijskih izvještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Djelatnost turizma i ugostiteljstva tijekom analiziranog razdoblja ostvaruje konsolidiranu neto dobit. Najveća konsolidirana neto dobit ostvarena je 2009. godine, dok je najmanja 2010. godine. Ukupni prihodi i rashodi povećani su 2009. i 2010. godine, dok su posljednje analizirane godine (2011.) značajno smanjeni (više od 50%). Značajno smanjenje 2011. godine pretežito je posljedica spajanja poduzeća Rabac d.d. i poduzeća Riviera Poreč, čime poduzeće Rabac d.d. prestaje poslovati kao samostalni subjekt na području Grada Labina. Najznačajnija pozicija ukupnih prihoda odnosno rashoda jesu poslovni prihodi, odnosno rashodi, na koje otpada preko 95% ukupnih prihoda, odnosno rashoda.

Tablica 31: Kretanje i struktura pozicija bilance djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Dugotrajna imovina	530,51	489,07	0,922	509,07	1,041	221,57	0,435
Pripadajući udio	77,32	72,86		75,56		74,48	
Kratkotrajna imovina	149,48	163,61	1,095	164,70	1,007	75,93	0,461
Pripadajući udio	21,78	24,37		24,44		25,52	
Gubitak iznad visine kapitala	6,18	18,57	3,006	0		0	
Pripadajući udio	0,90	2,77					
UKUPNA AKTIVA	686,17	671,25	0,978	673,78	1,004	297,50	0,442
Kapital i rezerve	511,26	508,82	0,995	505,55	0,994	184,63	0,365

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Pripadajući udio	74,51	75,80		75,03		62,06	
Dugoročne obveze	111,50	89,19	0,800	97,25	1,090	71,30	0,733
Pripadajući udio	16,25	13,29		14,43		23,97	
Kratkotrajne obveze	63,40	73,24	1,155	70,98	0,969	41,56	0,586
Pripadajući udio	9,24	10,91		10,53		13,97	
UKUPNA PASIVA	686,17	671,25	0,978	673,78	1,004	297,50	0,442

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Struktura i kretanje imovine, obveza i kapitala poduzetnika djelatnosti turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina, u razdoblju od 2008. do 2011. godine prikazana je prethodnom tablicom. Vrijednost ukupne aktive i pasive smanjena je 2009. godine u odnosu na prethodnu za 2,2%, dok 2011. godine dolazi do značajnog smanjenja od 45,8%. Smanjenje 2011. godine posljedica je spajanja poduzeća Rabac d.d. i promjene njegova sjedišta. Najznačajnija pozicija aktive u svim analiziranim godinama je dugotrajna imovina koja čini preko 70% cjelokupne imovine poduzetnika u ovoj djelatnosti. S druge strane, najznačajnija pozicija pasive su kapital i rezerve sa udjelom većim od 70% (2008., 2009. i 2010. godine), odnosno udjelom većim od 60% 2011. godine.

Tablica 32: Financijski pokazatelji za djelatnosti turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

POKAZATELJ	2008.	2009.	2010.	2011.
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI				
Pokazatelj trenutne likvidnosti ¹	1,9235	1,8441	1,8966	1,2604
Pokazatelj ubrzane likvidnosti ¹	2,2197	2,1384	2,2421	1,7465
Pokazatelj tekuće likvidnosti	2,3575	2,2338	2,3204	1,8269
Pokazatelj financijske stabilnosti	0,8519	0,8178	0,8445	0,8657
Udio radnog kapitala u imovini	0,1254	0,1346	0,1391	0,1155
Radni kapital (mil kn)	86,07	90,37	93,72	34,37
POKAZATELJI ZADUŽENOSTI				
Pokazatelj zaduženosti	0,2549	0,2420	0,2497	0,3794
Pokazatelj vl. financiranja	0,7451	0,7580	0,7503	0,6206
Pokazatelj financiranja	0,3421	0,3192	0,3328	0,6113

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Stupanj pokrića I.	0,9637	1,0404	0,9931	0,8333
Stupanj pokrića II.	1,1739	1,2227	1,1841	1,1551
Pokazatelj financijske poluge	1,3885	1,4297	1,3641	2,4901
POKAZATELJI AKTIVNOSTI				
Pokazatelj obrta ukupne imovine	0,3336	0,3424	0,3511	0,2412
Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine	1,5314	1,4844	1,4383	0,9734
Pokazatelj obrta dugotrajne imovine	0,4315	0,4558	0,4731	0,3206
POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI				
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,0541	1,0698	1,0298	1,1323
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,0547	1,0725	1,0389	1,1255
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	0,9984	0,9745	0,8197	1,1907
Ekonomičnost redovnih aktivnosti	1,0520	1,0687	1,0278	1,1280
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	2,9068	4,7536	6,7069	69,6298
POKAZATELJI PROFITABILNOSTI				
Neto profitna marža ²	0,0936	0,0984	0,0772	0,1473
Bruto profitna marža ²	0,0965	0,1021	0,0780	0,1506
Operativna profitna marža	0,0494	0,0651	0,0359	0,1066
Neto rentabilnost imovine ROA ²	0,0312	0,0337	0,0271	0,0355
Bruto rentabilnost imovine ²	0,0322	0,0350	0,0274	0,0363
Rentabilnost glavnice ROE	0,0217	0,0281	0,0131	0,0385
Rentabilnost obične glavnice ROCE	0,0224	0,0297	0,0138	0,0434
¹ u brojniku korišteni podaci o kratkotrajnoj financijskoj imovini umjesto utrživih vrijednosnica				
² u brojniku korišteni podaci o financijskim rashodima, umjesto rashoda za kamate				

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Odabrani financijski pokazatelji za djelatnost turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prikazani su prethodnom tablicom.

Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost poduzetnika u djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina optimalna je u razdoblju od 2008. do 2010. godine. U navedenom razdoblju pokazatelj trenutne likvidnosti veći je od 1, a pokazatelj tekuće likvidnosti veći je od 2. Posljednje analizirane 2011. godine likvidnost

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

djelatnosti opada ispod 2, ali je i dalje blizu optimalnoj. S obzirom da je pokazatelj tekuće likvidnosti veći od jedan, radni kapital je pozitivan što znači da postoji i ročna usklađenost imovine i izvora financiranja.

Pokazatelji zaduženosti

Prema pokazateljima zaduženosti djelatnost turizma i ugostiteljstva Grada Labina nisko je zadužena djelatnost. U razdoblju od 2008. do 2010. godine manje od 30% imovine financirano je iz tuđih izvora financiranja. Posljednje analizirane godine zaduženost se povećava, ali djelatnost i dalje ostaje nisko zadužena. Djelatnost turizma i ugostiteljstva veći dio svoje imovine financira iz vlastitih izvora financiranja.

Pokazatelji aktivnosti

Prema pokazatelju obrta ukupne imovine analizirana djelatnost na jednu kunu imovine ostvaruje od 24 do 35 lipa ukupnih prihoda. Na jednu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje od 97 lipa do 1,53 kune ukupnih prihoda, dok na jednu kunu dugotrajne imovine ostvaruje od 32 lipa do 47 lipa ukupnih prihoda.

Pokazatelji ekonomičnosti

Ukupno poslovanje djelatnosti turizma i ugostiteljstva u cjelokupnom analiziranom razdoblju je ekonomično, uslijed većih prihoda u odnosu na ukupne rashode. Ekonomične su i poslovne, redovite te izvanredne aktivnosti. Financijske aktivnosti djelatnosti neekonomične su svih godina, osim posljednje 2011. godine. Izvanredne aktivnosti izrazito su ekonomične uslijed značajno većih izvanrednih prihoda u odnosu na izvanredne rashode, međutim visoka ekonomičnost ovih aktivnosti ne utječe značajnije na ekonomičnost ukupnih aktivnosti jer na izvanredne prihode, odnosno rashode otpada manje od 1% ukupnih prihoda, odnosno rashoda.

Pokazatelji profitabilnosti

Djelatnost turizma i ugostiteljstva Grada Labina ostvaruje pozitivan bruto i neto rezultat poslovanja tijekom svih analiziranih godina. Navedeno je razlog što su svi pokazatelji profitabilnosti pozitivne vrijednosti. Neto rentabilnost imovine (ROA) prikazuje da djelatnost na jednu kunu uložene imovine ostvaruje 3 lipa neto dobiti. Prema pokazatelju rentabilnosti glavnice

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

(ROE) na jednu kunu uloženog kapitala ostvaruje se 2 lipe neto dobiti 2008., 3 lipe 2009., 1 lipu 2010. te 4 lipe 2010. godine.

3.3.3. Analiza financijskih pokazatelja djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (djelatnost „I“) u razdoblju od 2008. do 2011. godine

Sukladno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane obuhvaćene su područjem «I». Djelatnost područja «I» predstavlja jednu od važnijih djelatnosti za ukupno gospodarstvo Grada Labina. U nastavku slijedi analiza poslovanja poduzetnika ove skupine djelatnosti.

Analiza započinje prikazom broja poduzetnika i broja zaposlenih, a obuhvaća i vertikalnu i horizontalnu analizu izvještaja o dobiti i bilance te izračun financijskih pokazatelja na osnovi financijskih izvještaja.

Tablica 33: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

Godina	Broj poduzetnika	Broj zaposlenih
2008.	25	633
2009.	23	709
2010.	31	713
2011.	36	330

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika djelatnosti I (hotelijersko-ugostiteljske djelatnosti), obveznika predaja financijskih izvještaja te broj djelatnika koji zapošljavaju poduzetnici ove djelatnosti sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Broj poduzeća smanjen je 2009. godine, a od 2010. godine ponovno raste te 2011. godine dostiže najveću razinu od 36 poduzeća. Broj zaposlenih raste do 2010. godine, a od 2011. godine se značajno smanjuje zbog spajanja poduzeća Rabac d.d., te promjene mjesta njegova sjedišta.

Tablica 34: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Poslovni prihodi	207,43	217,20	1,047	220,24	1,014	104,70	0,48
Pripadajući udio	95,13	96,30		95,75		95,50	
Financijski prihodi	10,03	8,17	0,815	9,30	1,138	4,53	0,49
Pripadajući udio	4,60	3,62		4,04		4,13	
Izvanredni prihodi	0,58	0,17	0,290	0,48	2,875	0,41	0,84
Pripadajući udio	0,27	0,07		0,21		0,37	
UKUPNI PRIHODI	218,04	225,55	1,034	230,02	1,020	109,64	0,48
Poslovni rashodi	196,22	201,83	1,029	211,23	1,047	92,05	0,44
Pripadajući udio	95,12	95,97		94,82		96,11	
Financijski rashodi	9,97	8,43	0,845	11,46	1,359	3,72	0,33
Pripadajući udio	4,83	4,01		5,14		3,89	
Izvanredni rashodi	0,11	0,04	0,359	0,07	1,927	0,00	0,07
Pripadajući udio	0,05	0,02		0,03		0,01	
UKUPNI RASHODI	206,29	210,29	1,019	222,76	1,059	95,78	0,43
Neto dobitak razdoblja	14,95	22,70	1,518	19,23	0,847	21,92	1,14
Neto gubitak razdoblja	3,75	8,26	2,203	12,14	1,470	8,41	0,69
Konsolidirana neto dobit razdoblja	11,20	14,44	1,289	7,09	0,491	13,51	1,91

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika obveznika predaja financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Ukupni prihodi i ukupni rashodi rastu do 2010. godine kada dostižu najveće vrijednosti u analiziranom razdoblju, a posljednje analizirane godine i ukupni prihodi i ukupni rashodi smanjeni su za više od 50% zbog spajanja poduzeća Rabac d.d. i poduzeća Riviera Poreč u novo poduzeće Riviera Adria koje nema sjedište na području Grada Labina. Najznačajnija pozicija ukupnih prihoda, odnosno rashoda jesu poslovni prihodi, odnosno rashodi sa udjelom većim od 95% tijekom svih analiziranih godina.

Tablica 35: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Dugotrajna imovina	520,35	482,53	0,927	498,95	1,034	213,86	0,43
Pripadajući udio	78,18	73,26		75,65		74,85	
Kratkotrajna imovina	140,47	158,58	1,129	160,54	1,012	71,85	0,45
Pripadajući udio	21,11	24,08		24,34		25,15	
Gubitak iznad visine kapitala	4,73	17,52	3,705	0,00		0,00	
Pripadajući udio	0,71	2,66					
UKUPNA AKTIVA	665,55	658,63	0,990	659,49	1,001	285,71	0,43
Kapital i rezerve	507,91	506,08	0,996	503,55	0,995	183,13	0,36
Pripadajući udio	76,31	76,84		76,35		64,10	
Dugoročne obveze	104,10	84,21	0,809	88,55	1,052	64,96	0,73
Pripadajući udio	15,64	12,79		13,43		22,74	
Kratkoročne obveze	53,54	68,35	1,277	67,39	0,986	37,61	0,56
Pripadajući udio	8,04	10,38		10,22		13,17	
UKUPNA PASIVA	665,55	658,63	0,990	659,49	1,001	285,71	0,43

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Struktura i kretanje vrijednosti imovine, kapitala i obveza za poduzetnike obveznike predaja financijskih izvještaja, koji se bave djelatnošću pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, sa sjedištem na području Grada Labina, u razdoblju od 2008. do 2011. godine prikazana je prethodnom tablicom. Vrijednost ukupne aktive i pasive smanjena je 2009., a 2010. godine blago je povećana, dok je posljednje analizirane 2011. godine značajno smanjenja zbog spajanja poduzeća Rabac d.d. i Riviera Poreč u novo društvo Riviera Adria sa sjedištem izvan područja Grada Labina. Unutar aktive prevladava dugotrajna imovina sa udjelom većim od 70% cijelog analiziranog razdoblja, dok unutar pasive prevladava kapital i rezerve sa udjelom većim od 75% (2008., 2009. i 2010. godine), odnosno sa udjelom većim do 64% 2011. godine.

Tablica 36: Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

POKAZATELJ	2008.	2009.	2010.	2011.
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI				
Pokazatelj trenutne likvidnosti ¹	2,2260	1,9490	1,9643	1,3281
Pokazatelj ubrzane likvidnosti ¹	2,5097	2,2345	2,3145	1,8424
Pokazatelj tekuće likvidnosti	2,6236	2,3203	2,3823	1,9101
Pokazatelj financijske stabilnosti	0,8502	0,8175	0,8426	0,8620
Udio radnog kapitala u imovini	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Radni kapital (mil kn)	86,93	90,24	93,15	34,23
POKAZATELJI ZADUŽENOSTI				
Pokazatelj zaduženosti	0,2369	0,2316	0,2365	0,3590
Pokazatelj vl. financiranja	0,7631	0,7684	0,7635	0,6410
Pokazatelj financiranja	0,3104	0,3014	0,3097	0,5601
Stupanj pokrića I.	0,9761	1,0488	1,0093	0,8563
Stupanj pokrića II.	1,1762	1,2233	1,1867	1,1601
Pokazatelj financijske poluge	1,3515	1,4071	1,3393	2,4212
POKAZATELJI AKTIVNOSTI				
Pokazatelj obrta ukupne imovine	0,3276	0,3407	0,3490	0,2320
Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine	1,5522	1,5084	1,4416	0,9436
Pokazatelj obrta dugotrajne imovine	0,4190	0,4498	0,4687	0,3076
POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI				
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,0569	1,0725	1,0326	1,1446
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,0571	1,0762	1,0426	1,1374
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	1,0062	0,9699	0,8116	1,2163
Ekonomičnost redovnih aktivnosti	1,0547	1,0719	1,0308	1,1404
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	5,4920	4,4393	6,6239	81,9223
POKAZATELJI PROFITABILNOSTI				
Neto profitna marža ²	0,0971	0,1014	0,0806	0,1572
Bruto profitna marža ²	0,0996	0,1050	0,0814	0,1603
Operativna profitna marža	0,0514	0,0682	0,0392	0,1153
Neto rentabilnost imovine ROA ²	0,0318	0,0345	0,0281	0,0365
Bruto rentabilnost imovine ²	0,0326	0,0358	0,0284	0,0372

Rentabilnost glavnice ROE	0,0221	0,0285	0,0140	0,0393
Rentabilnost obične glavnice ROCE	0,0228	0,0301	0,0148	0,0443

¹ u brojniku korišteni podaci o kratkotrajnoj finan. imovini umjesto utrživih vrijednosnica

² u brojniku korišteni podaci o financijskim rashodima, umjesto rashoda za kamate

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje odabrane financijske pokazatelje za djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (djelatnost I) Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.

Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost analizirane djelatnosti optimalna je u razdoblju od 2008. do 2010. godine. Navedeno potvrđuje pokazatelj ubrzane likvidnosti, koji je u navedenom razdoblju veći od 1, te pokazatelj tekuće likvidnosti koji je veći od 2. Posljednje analizirane godine djelatnost ostvaruje nešto niži pokazatelj tekuće likvidnosti. Svih analiziranih godina postoji ročna usklađenost imovine i izvora financiranja, te je radni kapital veći od nule.

Pokazatelji zaduženosti

Djelatnost I na području Grada Labina nisko je zadužena djelatnost. U razdoblju od 2008. do 2010. godine manje od 25% imovine financirano je tuđim izvorima sredstava. Posljednje analizirane godine povećava se udio tuđih izvora u strukturi pasive djelatnosti na 36%, ali i dalje djelatnost ostaje nisko zadužena. Veći dio imovine djelatnosti financiran je iz vlastitih izvora.

Pokazatelji aktivnosti

Na jednu kunu ukupne imovine djelatnost ostvaruje od 23 lipe do 35 lipa ukupnih prihoda. Istodobno, na jednu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje od 94 lipe do 1,55 kuna ukupnih prihoda, dok na jednu kunu dugotrajne imovine ostvaruje od 31 lipe do 47 lipa ukupnih prihoda.

Pokazatelji ekonomičnosti

Ukupno poslovanje djelatnosti I ekonomično je tijekom cjelokupnog analiziranog razdoblja, što znači da su ukupni prihodi veći od ukupnih rashoda. Osim ukupnog poslovanja, ekonomične su i poslovne, redovite te izvanredne aktivnosti. Financijske aktivnosti ekonomične su 2008. i 2011. godine, dok preostalih godina to nije slučaj.

Pokazatelji profitabilnosti

Poduzetnici djelatnosti I na području Grada Labina ostvaruju pozitivni bruto i neto rezultat poslovanja, te su stoga svi pokazatelji profitabilnosti pozitivne vrijednosti u analiziranom razdoblju. Pokazatelj rentabilnosti imovine (ROA) pokazuje da na jednu kunu ukupne imovine djelatnost ostvaruje 3 lipe neto dobiti 2008., 2009. i 2010. godine te 4 lipe 2011. godine. Prema pokazatelju rentabilnosti glavnice (ROE) djelatnost I na jednu kunu uloženog kapitala ostvaruje 2 lipe neto dobiti 2008., 3 lipe 2009., 1 lipu 2010. te 4 lipe 2011. godine.

3.3.4. Analiza djelatnosti turizma i ugostiteljstva po subjelatnostima

Djelatnosti turizma i ugostiteljstva analitički se obuhvaćaju kroz pojedine subjelatnosti. Tablicom u nastavku prikazane su subjelatnosti turizma i ugostiteljstva sukladno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine.

Tablica 37: Subdjelatnosti turizma i ugostiteljstva sukladno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine

ŠIFRA	NAZIV
55	Smještaj
56	Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića
79	Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperator) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima

Izvor: Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007., NN 58/07.

U nastavku slijedi analiza poslovanja poduzetnika turizma i ugostiteljstva, sa sjedištem na području Grada Labina, prema pojedinim subjelatnostima.

3.3.5. Analiza djelatnosti smještaja

Analiza subjelatnosti smještaja započinje pregledom broja poduzetnika i zaposlenih u ovoj subjelatnosti na području Grada Labina.

Tablica 38: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti smještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

GODINA	BROJ PODUZEĆA	BROJ ZAPOSLENIH
2008.	13	581
2009.	9	657
2010.	13	646
2011.	14	249

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Broj poduzetnika obveznika predaja financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina koji se bave djelatnošću pružanja smještaja, u razdoblju od 2008. do 2011. godine kreće se od 9 (2009. godine) do 14 (2011. godine). Broj zaposlenih povećao se 2009. godine, nakon čega slijedi smanjenje broja zaposlenih. Posljednje analizirane godine broj zaposlenih značajno se smanjio zbog spajanja poduzeća Rabac d.d. i Riviera Poreč u novo poduzeće Riviera Adria, koje nema sjedište na području Grada Labina.

Tablica 39: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Poslovni prihodi	196.686	207.204	1,053	210.514	1,016	92.157	0,438
Pripadajući udio	94,95	96,22		95,58		95,01	
Financijski prihodi	10.027	8.057	0,804	9.266	1,150	4.528	0,489
Pripadajući udio	4,84	3,74		4,21		4,67	
Izvanredni prihodi	444	83	0,188	463	5,556	315	0,680
Pripadajući udio	0,21	0,04		0,21		0,32	
UKUPNI PRIHODI	207.157	215.345	1,040	220.243	1,023	97.001	0,440
Poslovni rashodi	185.818	192.468	1,036	200.746	1,043	79.184	0,394
Pripadajući udio	94,93	96,06		94,69		95,76	
Financijski rashodi	9.862	7.902	0,801	11.247	1,423	3.506	0,312
Pripadajući udio	5,04	3,94		5,31		4,24	
Izvanredni rashodi	72	0,27	0,004	18		0,19	0,011
Pripadajući udio	0,04	0,00		0,01		0,00	

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

UKUPNI RASHODI	195.752	200.371	1,024	212.011	1,058	82.690	0,390
Neto dobitak razdoblja	14.531	22.105	1,521	19.004	0,860	21.563	1,135
Neto gubitak razdoblja	3.547	7.800	2,199	10.927	1,401	7.519	0,688
Konsolidirana neto dobit	10.983	14.305	1,302	8.077	0,565	14.044	1,739

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu pozicija izvještaja o dobiti obveznika predaja financijskih izvještaja djelatnosti smještaja, sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Tijekom analiziranog razdoblja djelatnost ostvaruje pozitivnu konsolidiranu dobit koja je povećana 2009. godine, potom smanjena 2010. godine, a 2011. godine je ponovno povećana. Ukupni prihodi i ukupni rashodi rastu do 2010. godine, a potom su značajno smanjeni zbog spajanja poduzeća Rabac d.d. i poduzeća Riviera Poreč u novo poduzeće Riviera Adria koje nema sjedište na području Grada Labina. Najznačajnije pozicije ukupnih prihoda/rashoda, jesu poslovni prihodi/rashodi na koje otpada preko 94% ukupnih prihoda/rashoda.

Tablica 40: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Dugotrajna imovina	517.138	477.501	0,923	492.128	1,031	207.547	0,422
Pripadajući udio	78,87	74,16		76,13		76,12	
Kratkotrajna imovina	134.725	153.489	1,139	154.262	1,005	65.096	0,422
Pripadajući udio	20,55	23,84		23,87		23,88	
Gubitak iznad visine kapitala	3.835	12.885	3,360	0,00	0,000	0,00	
Pripadajući udio	0,58	2,00		0,00		0,00	
UKUPNA AKTIVA	655.697	643.875	0,982	646.390	1,004	272.643	0,422
Kapital i rezerve	506.104	505.156	0,998	505.702	1,001	184.865	0,366
Pripadajući udio	77,19	78,46		78,23		67,80	
Dugoročne obveze	102.975	79.946	0,776	81.647	1,021	59.131	0,724
Pripadajući udio	15,70	12,42		12,63		21,69	

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Kratkoročne obveze	46.618	58.773	1,261	59.041	1,005	28.647	0,485
Pripadajući udio	7,11	9,13		9,13		10,51	
UKUPNA PASIVA	655.697	643.875	0,982	646.390	1,004	272.643	0,422

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Kretanje i struktura aktive i pasive obveznika predaja financijskih izvještaja u djelatnosti smještaja, sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prikazano je prethodnom tablicom. Vrijednost ukupne aktive, odnosno pasive smanjena je 2009. godine za 1,8%, dok je 2011. godine značajno smanjena (preko 50%) uslijed spajanja poduzeća Rabac d.d. i Riviera Poreč u novo poduzeće Riviera Adria koje nema sjedište na području Grada Labina. Najveću vrijednost imovine iskazuje dugotrajna imovina na koju otpada preko 70% cjelokupne imovine djelatnosti, dok najveću vrijednost pasive iskazuje pozicija kapitala i rezervi.

Tablica 41: Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

POKAZATELJ	2008.	2009.	2010.	2011.
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI				
Pokazatelj trenutne likvidnosti ¹	2,5399	2,2206	2,2201	1,6980
Pokazatelj ubrzane likvidnosti ¹	2,7908	2,5332	2,5563	2,2301
Pokazatelj tekuće likvidnosti	2,8900	2,6116	2,6128	2,2723
Pokazatelj financijske stabilnosti	0,8490	0,8161	0,8379	0,8506
Udio radnog kapitala u imovini	0,1344	0,1471	0,1473	0,1337
Radni kapital (000 kn)	88.107	94.716	95.221	36.449
POKAZATELJI ZADUŽENOSTI				
Pokazatelj zaduženosti	0,2281	0,2154	0,2177	0,3220
Pokazatelj vl. financiranja	0,7719	0,7846	0,7823	0,6780
Pokazatelj financiranja	0,2956	0,2746	0,2782	0,4748
Stupanj pokrića I.	0,9787	1,0579	1,0276	0,8907
Stupanj pokrića II.	1,1778	1,2253	1,1935	1,1756
Pokazatelj financijske poluge	1,3376	1,3763	1,3187	2,3572
POKAZATELJI AKTIVNOSTI				
Pokazatelj obrta ukupne imovine	0,3159	0,3314	0,3414	0,2111

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine	1,5376	1,4943	1,4313	0,8844
Pokazatelj obrta dugotrajne imovine	0,4006	0,4330	0,4543	0,2773
POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI				
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,0583	1,0747	1,0388	1,1731
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,0585	1,0766	1,0487	1,1638
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	1,0168	1,0196	0,8238	1,2915
Ekonomičnost redovnih aktivnosti	1,0564	1,0743	1,0367	1,1693
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	6,1577	310,0260	26,3569	1649,2984
POKAZATELJI PROFITABILNOSTI				
Neto profitna marža ²	0,1006	0,1031	0,0877	0,1809
Bruto profitna marža ²	0,1027	0,1062	0,0884	0,1837
Operativna profitna marža	0,0525	0,0684	0,0444	0,1337
Neto rentabilnost imovine ROA ²	0,0318	0,0342	0,0300	0,0382
Bruto rentabilnost imovine ²	0,0324	0,0352	0,0302	0,0388
Rentabilnost glavnice ROE	0,0217	0,0283	0,0160	0,0407
Rentabilnost obične glavnice ROCE	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
¹ u brojniku korišteni podaci o kratkotrajnoj financijskoj imovini umjesto utrživih vrijednosnica				
² u brojniku korišteni podaci o financijskim rashodima, umjesto rashoda za kamate				

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodnom tablicom prikazani su izračunati financijski pokazatelji za djelatnost smještaja na području Grada Labina.

Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost subjelatnosti smještaja je optimalna svih analiziranih godina. Navedeno potvrđuje pokazatelj trenutne likvidnosti koji je veći od 1, te pokazatelj tekuće likvidnosti koji je veći od 2. Tijekom cijelog analiziranog razdoblja prisutna je ročna usklađenost imovine i izvora financiranja jer je kratkotrajna imovina veća od kratkoročnih obveza, što znači da je radni kapital pozitivna vrijednost.

Pokazatelji zaduženosti

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Prema pokazateljima zaduženosti analizirana subjelatnost je nisko zadužena. U razdoblju od 2008. do 2010. g. oko 22% imovine financirano je tuđim izvorima, dok je preostali dio imovine financiran iz vlastitih izvora. Posljednje analizirane 2011. godine povećava se zaduženost djelatnosti, no i dalje ostaje niska.

Pokazatelji aktivnosti

Analizirana djelatnost na jednu kunu imovine ostvaruje između 21 i 34 lipe ukupnih prihoda. Na jednu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje između 88 lipa i 1,53 kune ukupnih prihoda, dok na jednu kunu dugotrajne imovine ostvaruje između 28 i 45 lipa.

Pokazatelji ekonomičnosti

Ukupno poslovanje djelatnosti smještaja ekonomično je svih analiziranih godina. Poslovne i redovite aktivnosti također su ekonomične svih godina. Financijske aktivnosti nisu ekonomične jedino 2010. godine. Izvanredne aktivnosti izuzetno su ekonomične, ali vrijednosti izvanrednih prihoda i posebice izvanrednih rashoda su male, pa ne utječu značajnije na ekonomičnost ukupnog poslovanja.

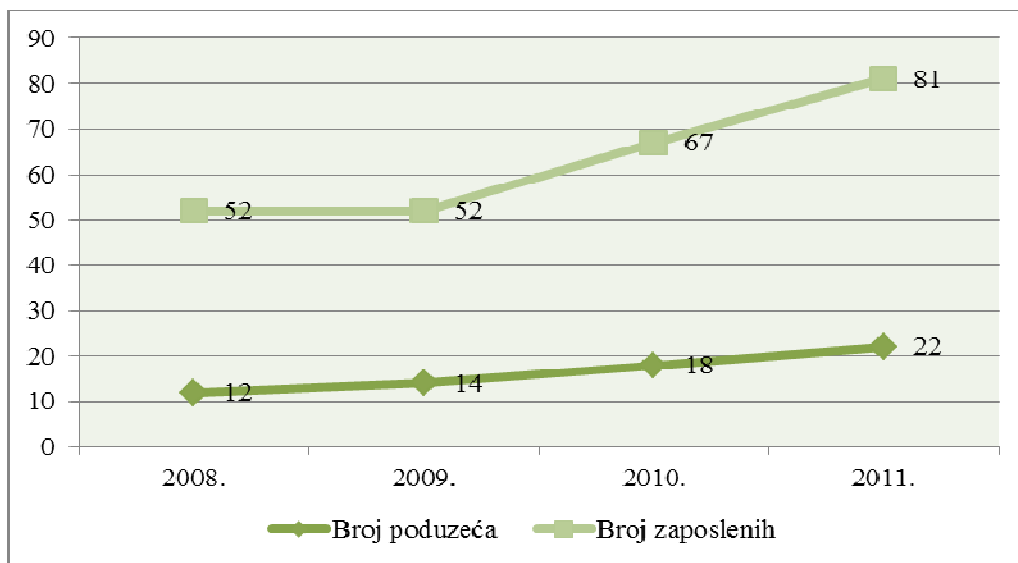
Pokazatelji profitabilnosti

Djelatnost smještaja Grada Labina ostvaruje pozitivnu bruto i neto dobit tijekom cijelog analiziranog razdoblja, te su stoga pokazatelji profitabilnosti pozitivne vrijednosti. Prema pokazatelju neto rentabilnosti imovine (ROA) djelatnost na jednu kunu imovine ostvaruje 3, odnosno 4 lipe neto dobiti. Pokazatelj rentabilnosti glavnice (ROE) pokazuje da djelatnost na jednu kunu temeljnog kapitala ostvaruje 2 lipe neto dobiti (2008. i 2010. godine), 3 lipe 2009. te 4 lipe 2011. godine.

3.3.6. Analiza djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića

Subdjelatnost turizma i ugostiteljstva koja je u nastavku analizirana je djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića. Poput prethodnih analiza i ova započinje prikazom broja poduzetnika i zaposlenih.

Slika 7: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine



Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Tablica 42: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

GODINA	BROJ PODUZETNIKA	BROJ ZAPOSLENIH
2008.	12	52
2009.	14	52
2010.	18	67
2011.	22	81

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Broj poduzetnika obveznika predaja financijskih izvještaja u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine povećava se kroz analizirano razdoblje. Isti trend prati i broj zaposlenika.

Tablica 43: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/09
Poslovni prihodi	10.742	9.999	0,931	9.723	0,972	12.543	1,290
Pripadajući udio	98,73	98,03		99,46			
Financijski prihodi	3	116	35,660	32	0,277	2	0,063
Pripadajući udio	0,03	1,14		0,33			
Izvanredni prihodi	135	85	0,627	20	0,239	92	4,528
Pripadajući udio	1,24	0,83		0,21			
UKUPNI PRIHODI	10.881	10.200	0,937	9.776	0,958	12.637	1,293
Poslovni rashodi	10.399	9.361	0,900	10.483	1,120	12.871	1,228
Pripadajući udio	98,67	94,33		97,55			
Financijski rashodi	106	525	4,941	208	0,397	218	1,048
Pripadajući udio	1,01	5,29		1,94			
Izvanredni rashodi	33	38	1,127	55	1,473	5	0,086
Pripadajući udio	0,32	0,38		0,52			
UKUPNI RASHODI	10.538	9.923	0,942	10.747	1,083	13.094	1,218
Neto dobitak razdoblja	424	594	1,403	224	0,377	356	1,588
Neto gubitak razdoblja	202	459	2,268	1.214	2,643	889	0,733
Konsolidirana neto dobit/gubitak	221	135	0,611	-990	-7,315	-534	0,539

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika obveznika predaja financijskih izvještaja u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića, sa sjedištem na području Grada Labina, u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Djelatnost je ostvarila konsolidiranu neto dobit 2008. te 2009. godine, dok je preostalih godina ostvaren konsolidiran neto gubitak. Ukupni prihodi djelatnosti opadaju 2009. te 2010. godine, a 2011. godine se povećavaju te dostižu najveću vrijednost u analiziranom razdoblju. Ukupni rashodi smanjeni su 2009. godine, a od 2010. godine ponovno rastu te 2011. godine dostižu najveću vrijednost u analiziranom razdoblju. Najznačajnije pozicije ukupnih prihoda/rashoda jesu poslovni prihodi/rashodi na koje otpada većina prihoda/rashoda.

Tablica 44: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/09
Dugotrajna imovina	3.209	5.034	1,569	6.821	1,355	6.314	0,926
Pripadajući udio	32,58	34,11		52,07		48,34	
Kratkotrajna imovina	5.748	5.093	0,886	6.278	1,233	6.749	1,075
Pripadajući udio	58,35	34,51		47,93		51,66	
Gubitak iznad visine kapitala	893	4.630	5,183	-		-	
Pripadajući udio	9,07	31,38					
UKUPNA AKTIVA	9.851	14.757	1,498	13.100	0,888	13.063	0,997
Kapital i rezerve	1.803	921	0,511	-2.154	-2,340	-1.730	0,803
Pripadajući udio	18,30	6,24		-16,44		-13,25	
Dugoročne obveze	1.124	4.263	3,794	6.905	1,620	5.827	0,844
Pripadajući udio	11,41	28,89		52,71		44,61	
Kratkotrajne obveze	6.924	9.573	1,383	8.348	0,872	8.966	1,074
Pripadajući udio	70,29	64,87		63,73		68,64	
UKUPNA PASIVA	9.851	14.757	1,498	13.100	0,888	13.063	0,997

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu imovine, kapitala i obveza poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića u Gradu Labinu. Vrijednost ukupne imovine (aktive) te kapitala i obveza (pasive) povećana je 2009. godine, nakon čega slijedi njihovo smanjenje u narednim godinama. Najznačajnija pozicija aktive, za razliku od subjelatnosti smještaja, je kratkotrajna imovina svih analiziranih godina, osim 2010. godine kada je to dugotrajna imovina. Najznačajniju poziciju pasive čine kratkoročne obveze tokom svih analiziranih godina.

Tablica 45: Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

POKAZATELJ	2008.	2009.	2010.	2011.
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI				
Pokazatelj trenutne likvidnosti ¹	0,1126	0,2814	0,1555	0,1462
Pokazatelj ubrzane likvidnosti ¹	0,6168	0,4008	0,6042	0,6034
Pokazatelj tekuće likvidnosti	0,8302	0,5320	0,7521	0,7527
Pokazatelj financijske stabilnosti	1,0964	0,9711	1,4356	1,5411
Udio radnog kapitala u imovini	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Radni kapital (000 kn)	-1.175,58	- 4.480,25	-2.069,80	-2.217,02
POKAZATELJI ZADUŽENOSTI				
Pokazatelj zaduženosti	0,8170	0,9376	1,1644	1,1325
Pokazatelj vl. financiranja	0,1830	0,0624	-0,1644	-0,1325
Pokazatelj financiranja	4,4630	15,0305	-7,0820	-8,5497
Stupanj pokrića I.	0,5619	0,1829	-0,3157	-0,2740
Stupanj pokrića II.	0,9121	1,0298	0,6966	0,6489
Pokazatelj financijske poluge	4,4128	63,4992	5,8069	5,5972
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI				
Pokazatelj obrta ukupne imovine	1,1046	0,8290	0,7019	0,9660
Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine	1,8929	1,8817	1,7194	1,9400
Pokazatelj obrta dugotrajne imovine	3,3907	2,4750	1,6492	1,9241
POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI				
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,0325	1,0279	0,9097	0,9651
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,0330	1,0682	0,9275	0,9745
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	0,0306	0,2214	0,1546	0,0093
Ekonomičnost redovnih aktivnosti	1,0229	1,0232	0,9125	0,9584
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	4,0545	2,2545	0,3664	19,2535
POKAZATELJI PROFITABILNOSTI				
Neto profitna marža ²	0,0301	0,0647	-0,0799	-0,0250
Bruto profitna marža ²	0,0412	0,0786	-0,0780	-0,0189
Operativna profitna marža	0,0316	0,0626	-0,0777	-0,0260
Neto rentabilnost imovine ROA ²	0,0333	0,0537	-0,0561	-0,0241
Bruto rentabilnost imovine ²	0,0455	0,0652	-0,0547	-0,0183

Rentabilnost glavnice ROE	0,1227	0,0993	1,6048	0,2748
Rentabilnost obične glavnice ROCE	0,0991	0,1098	-0,7954	-0,2326

¹ u brojniku korišteni podaci o kratkotrajnoj financijskoj imovini umjesto utrživih vrijednosnica

² u brojniku korišteni podaci o financijskim rashodima, umjesto rashoda za kamate

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

U prethodnoj tablici prikazani su najznačajniji financijski pokazatelji za djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića.

Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost djelatnosti u promatranom razdoblju nije na zadovoljavajućoj razini, s obzirom da je pokazatelj trenutne likvidnosti manji od 1, a pokazatelj tekuće likvidnosti manji od 2. Osim toga, tijekom cijelog razdoblja prisutna je i ročna neusklađenost imovine i izvora financiranja jer je kratkotrajna imovina manja od kratkoročnih obveza, odnosno radni kapital je negativan.

Pokazatelji zaduženosti

Zaduženost analizirane djelatnosti je visoka s obzirom da je 2008. godine 82%, a 2009. godine 94% imovine financirano iz tuđih izvora financiranja. Pokazatelj zaduženosti za posljednje dvije godine veći je od 1 jer su ukupne obveze veće od vrijednosti ukupne imovine (kapital i rezerve su negativna vrijednost¹⁸).

Pokazatelji aktivnosti

Djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića na jednu kunu imovine ostvaruje između 70 lipa i 1,1 kune ukupnih prihoda. Na jednu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje između 1,72 i 1,94 kune ukupnih prihoda, dok na jednu kunu dugotrajne imovine ostvaruje između 1,64 kune i 3,39 kune ukupnih prihoda.

Pokazatelji ekonomičnosti

Ekonomičnost poslovanja analizirane djelatnosti održana je 2008. i 2009. godine kada su ukupni prihodi veći od ukupnih rashoda. Preostalih analiziranih godina ukupno poslovanje je

¹⁸Od 2010. godine gubitak iznad visine kapitala ne iskazuje se u aktivi bilance, već pozicija kapitala i rezervi ima negativni predznak.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

neekonomično. Isto vrijedi i za ekonomičnost poslovnih i redovitih aktivnosti. Financijske aktivnosti nisu ekonomične niti jedne analizirane godine.

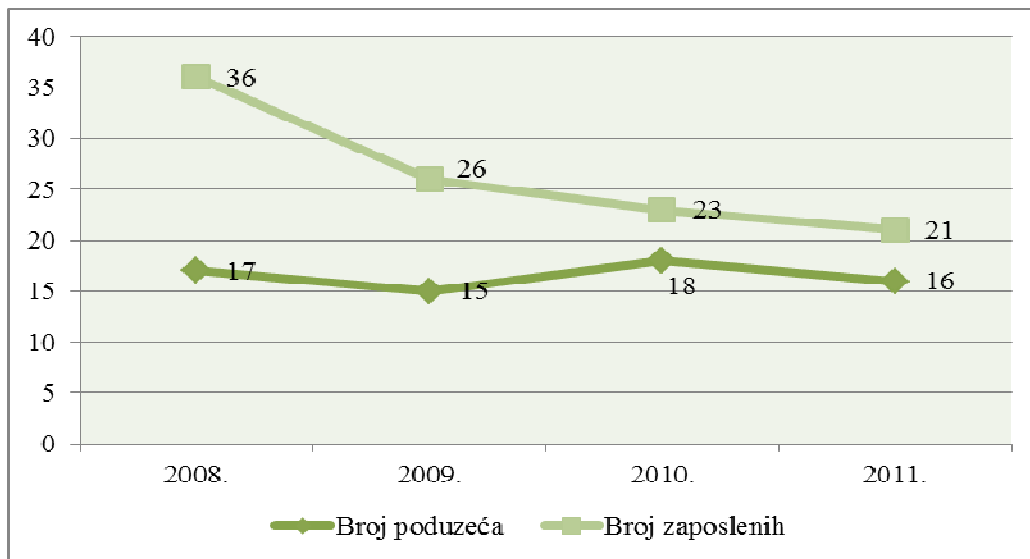
Pokazatelji profitabilnosti

Analizirana djelatnost ostvaruje pozitivan rezultat poslovanja 2008. i 2009. godine, dok preostalih godina ostvaruje negativan rezultat poslovanja. Na jednu kunu ukupne imovine djelatnost ostvaruje 3 lipe neto dobiti 2008. godine, odnosno 5 lipa 2009. godine (neto rentabilnost imovine – ROA). Prema pokazatelju rentabilnosti glavnice (ROE), djelatnost na jednu kunu glavnice ostvaruje 12 lipa neto dobiti 2008. godine, odnosno 10 lipa 2009. godine. Preostalih analiziranih godina pokazatelji profitabilnosti su negativni uslijed ostvarivanja negativnog rezultata poslovanja (iznimka je pokazatelj rentabilnosti glavnice 2010. i 2011. godine koji je pozitivan jer su i brojnik-neto dobit i nazivnik-glavnica negativne vrijednosti).

3.3.7. Analiza djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima

Posljednja subdjelatnost turizma i ugostiteljstva je djelatnost koja obuhvaća putničke agencije, organizatore putovanja (turooperatore) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima. Analiza navedene subdjelatnosti prikazana je u nastavku.

Slika 8: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine



Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Tablica 46: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njimana području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

GODINA	BROJ PODUZEĆA	BROJ ZAPOSLENIH
2008.	17	36
2009.	15	26
2010.	18	23
2011.	16	21

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika obveznika predaja financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina u analiziranoj subjektivnosti u razdoblju od 2008. do 2011. godine, te broj zaposlenih pri tim poduzetnicima. Broj poduzetnika kreće se u intervalu između 15 (2009. godine) do 18 (2010. godine), dok se broj zaposlenih kreće između 21 (2011. godine) do 36 (2008. godine).

Tablica 47: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Poslovni prihodi	10.433	6.507	0,624	5.848	0,899	7.256	1,241
Pripadajući udio	96,01	95,27		95,93		97,02	
Financijski prihodi	296	169	0,571	193	1,142	172	0,891
Pripadajući udio	2,72	2,47		3,17		2,30	
Izvanredni prihodi	137	155	1,131	55	0,355	51	0,927
Pripadajući udio	1,26	2,27		0,90		0,68	
UKUPNI PRIHODI	10.867	6.830	0,629	6.096	0,893	7.479	1,227
Poslovni rashodi	10.347	6.751	0,652	6.389	0,946	7.421	1,162
Pripadajući udio	95,25	97,64		98,01		97,04	
Financijski rashodi	375	134	0,357	122	0,910	225	1,844
Pripadajući udio	3,45	1,94		1,87		2,94	
Izvanredni rashodi	141	30	0,213	7	0,233	2	0,286
Pripadajući udio	1,30	0,43		0,11		0,03	
UKUPNI RASHODI	10.863	6.914	0,636	6.519	0,943	7.647	1,173
Neto dobitak razdoblja	427	206	0,482	135	0,655	179	1,326
Neto gubitak razdoblja	543	336	0,619	579	1,723	393	0,679
Konsolidirana dobit/gubitak	(116)	(130)	1,121	(445)	3,423	(214)	0,481

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Subjektivnost putničkih agencija, organizatora putovanja i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima ostvaruje konsolidirani neto gubitak tokom analiziranog razdoblja. Navedeni gubitak raste do 2010. godine, dok je posljednje analizirane godine on smanjen za više

od 50%. Ukupni prihodi/rashodi smanjuju se do 2010. godine, a 2011. godine oni su povećani za 23% (ukupni prihodi), odnosno 17% (ukupni rashodi). Najznačajnija pozicija ukupnih prihoda, odnosno ukupnih rashoda jesu poslovni prihodi, odnosno poslovni rashodi, koji čine preko 95% ukupnih prihoda, odnosno ukupnih rashoda.

Tablica 48: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

POZICIJA	2008.	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Dugotrajna imovina	10.166	6.536	0,643	10.122	1,549	7.705	0,761
Pripadajući udio	49,30	51,79		70,85		65,35	
Kratkotrajna imovina	9.003	5.032	0,559	4.164	0,828	4.085	0,981
Pripadajući udio	43,66	39,88		29,15		34,65	
Gubitak iznad visine kapitala	1.449	1.051	0,725	-		-	
Pripadajući udio	7,03	8,33					
UKUPNA PASIVA	20.619	12.619	0,612	14.286	1,132	11.790	0,825
Kapital i reserve	3.352	2.740	0,817	2.001	0,730	1.497	0,748
Pripadajući udio	16,26	21,71		14,01		12,70	
Dugoročne obveze	7.405	4.982	0,673	8.694	1,745	6.345	0,730
Pripadajući udio	35,91	39,48		60,86		53,82	
Kratkotrajne obveze	9.862	4.897	0,497	3.591	0,733	3.948	1,099
Pripadajući udio	47,83	38,81		25,14		33,49	
UKUPNA PASIVA	20.619	12.619	0,612	14.286	1,132	11.790	0,825

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu bilance obveznika predaja financijskih izvještaja analizirane subdjelatnosti, sa sjedištem na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine. Vrijednost ukupne imovine (aktive) te kapitala i obveza (pasive) smanjena je 2009. godine u odnosu na prethodnu za 39%, iduće godine dolazi do povećanja od 13%, a 2011. godine do ponovnog smanjenja od 17%. Najznačajnija pozicija ukupne imovine je dugotrajna imovina, dok su kratkoročne obveze najznačajnija pozicija pasive 2008. godine, a dugoročne obveze preostalih analiziranih godina.

Tablica 49: Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

POKAZATELJ	2008.	2009.	2010.	2011.
POKAZATELJI LIKVIDNOSTI				
Pokazatelj trenutne likvidnosti ¹	0,2815	0,3796	0,6262	0,6162
Pokazatelj ubrzane likvidnosti ¹	0,6454	0,7969	0,8840	0,8329
Pokazatelj tekuće likvidnosti	0,9129	1,0276	1,1598	1,0347
Pokazatelj financijske stabilnosti	0,9451	0,8464	0,9464	0,9825
Udio radnog kapitala u imovini	-0,0417	0,0107	0,0402	0,0116
Radni kapital (000 kn)	-858,86	135,14	573,65	136,88
POKAZATELJI ZADUŽENOSTI				
Pokazatelj zaduženosti	0,8374	0,7829	0,8599	0,8730
Pokazatelj vl. financiranja	0,1626	0,2171	0,1401	0,1270
Pokazatelj financiranja	5,1515	3,6053	6,1381	6,8761
Stupanj pokrića I.	0,3297	0,4192	0,1977	0,1943
Stupanj pokrića II.	1,0581	1,1815	1,0567	1,0178
Pokazatelj financijske poluge	12,0437	8,6785	9,4355	7,9982
POKAZATELJI AKTIVNOSTI				
Pokazatelj obrta ukupne imovine	0,5270	0,4110	0,4531	0,5736
Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine	1,2070	0,9733	1,3257	1,8131
Pokazatelj obrta dugotrajne imovine	1,0689	0,8179	0,7319	0,8391
POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI				
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,0004	0,9879	0,9351	0,9780
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,0084	0,9639	0,9153	0,9778
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	0,7908	1,2617	1,5787	0,7663
Ekonomičnost redovnih aktivnosti	1,0008	0,9697	0,9277	0,9716
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	0,9727	5,1495	7,5359	31,6040
POKAZATELJI PROFITABILNOSTI				
Neto profitna marža ²	0,0238	0,0006	-0,0529	0,0015
Bruto profitna marža ²	0,0349	0,0073	-0,0493	0,0076
Operativna profitna marža	0,0080	-0,0357	-0,0888	-0,0220

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Neto rentabilnost imovine ROA ²	0,0125	0,0002	-0,0240	0,0008
Bruto rentabilnost imovine ²	0,0184	0,0030	-0,0224	0,0043
Rentabilnost glavnice ROE	-0,0347	-0,0426	-0,1876	-0,1222
Rentabilnost obične glavnice ROCE	-0.0679	-0.0820	-0.2997	-0.1431
¹ u brojniku korišteni podaci o kratkotrajnoj finan. imovini umjesto utrživih vrijednosnica				
² u brojniku korišteni podaci o financijskim rashodima, umjesto rashoda za kamate				

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

Prethodna tablica prikazuje izračunate financijske pokazatelje za djelatnost putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima.

Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost djelatnosti u promatranom razdoblju nije na optimalnoj razini, s obzirom da je pokazatelj trenutne likvidnosti manji od 1, te pokazatelj tekuće likvidnosti manji od 2. Ročna neusklađenost imovine i izvora financiranja prisutna je samo 2008. godine (radni kapital negativan), dok preostalih godina postoji ročna usklađenost.

Pokazatelji zaduženosti

Prema pokazateljima zaduženosti djelatnost je visoko zadužena u analiziranom razdoblju. Preko 80% imovine financira se iz tuđih izvora financiranja, iznimka je 2009. godina kada je pokazatelj nešto niži.

Pokazatelji aktivnosti

Analizirana djelatnost na jednu kunu imovine ostvaruje između 41 i 57 lipa ukupnih prihoda. Na jednu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje između 97 lipa i 1,81 kune ukupnih prihoda, dok na jednu kunu dugotrajne imovine ostvaruje između 73 lipa i 1,07 kune ukupnih prihoda.

Pokazatelji ekonomičnosti

Ukupno poslovanje djelatnosti ekonomično je samo prve, 2008. godine, dok ostalih godina nije. Poput ukupnog poslovanja, poslovne aktivnosti te redovite aktivnosti ekonomične su samo 2008. godine. Financijske aktivnosti ekonomične su 2009. i 2010. godine, dok ostalih godina nisu.

Pokazatelji profitabilnosti

Analizirana djelatnost ostvaruje negativnu neto dobit svih godina. Dobit prije poreza (bruto dobit) pozitivna je vrijednost 2008. godine, dok je preostalih godina i ona negativna. Ostvarivanje neto i bruto gubitka rezultira negativnom vrijednošću nekih pokazatelja, međutim vrijednost financijskih rashoda (uzeti umjesto rashoda za kamate) veća je od vrijednosti neto (2008., 2009. i 2011. godine) i bruto (2009. i 2011. godine) gubitka pa su pokazatelji pozitivne vrijednosti iako je tih godina ostvaren neto/bruto gubitak.

3.3.8. Analiza prihoda od boravišne pristojbe

Boravišna pristojba predstavlja prihod turističke zajednice. Sredstva prikupljena po osnovi boravišne pristojbe dijele se između turističke zajednice općine ili grada, turističke zajednice županije te hrvatske turističke zajednice. Podjela se vrši na osnovi odredbi Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, NN 59/09).

Boravišna pristojba plaća se na osnovi noćenja, a obveznici njezina plaćanja jesu (Zakon o boravišnoj pristojbi, NN 152/08, 59/09, čl.3, st.1):

1. osobe koje u turističkoj općini ili gradu u kojem nemaju prebivalište koriste uslugu smještaja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost,
2. putnici koji koriste uslugu noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma (charter, cruising),
3. osobe koje pružaju usluge smještaja u domaćinstvu ili seljačkom domaćinstvu,
4. vlasnik kuće ili stana za odmor u turističkoj općini ili gradu, koji nije smještajni objekt u smislu ovoga Zakona, za sebe i sve osobe koje noće u toj kući ili stanu,
5. vlasnik plovila koje nije plovni objekt nautičkog turizma u smislu ovoga Zakona, za sebe i sve osobe koje noće na tom plovilu u turističke svrhe.

Visina boravišne pristojbe ovisi o turističkom razredu u koji spada turističko mjesto gdje je ostvareno noćenje te o razdoblju sezone kada je ostvareno noćenje.

Na području Grada Labina, turistička mjesta raspoređena su u dva razreda, tako Grad Labin i Sveta Nedelja spadaju u turistički razred D, a turističko mjesto Rabac u razred A. Tablica u nastavku

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

prikazuje visine boravišnih pristojba u kunama po osobi i po jednom noćenju ovisno o turističkom razredu mjesta i vremenu noćenja.

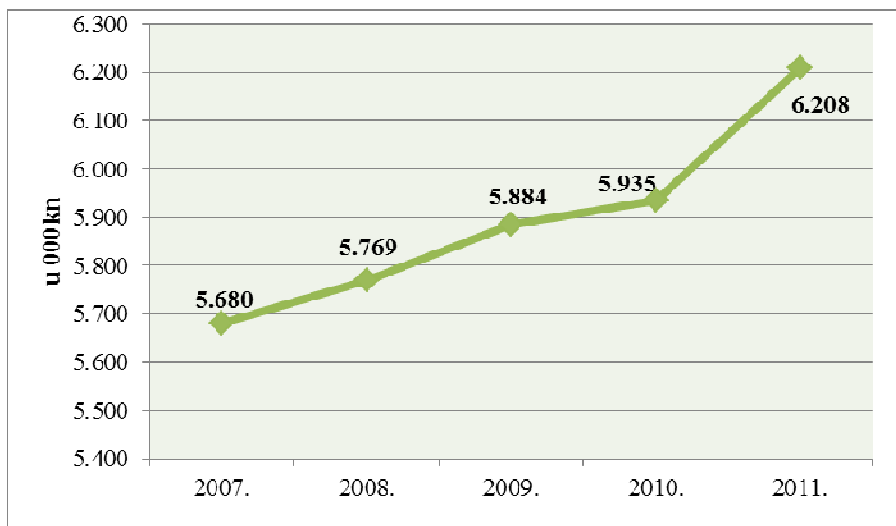
Tablica 50: Visina boravišnih pristojbi u razdoblju od 2007. do 2011. godine

Razred/razdoblje	I. glavna sezona	II. predsezona i posezona	III. izvan sezone
A (Rabac)	7,00	5,50	4,50
D (Labin i Sv. Nedelja)	4,00	2,50	2,00

Izvor: Izrada autora prema podacima Uredbe o utvrđivanju visine boravišne pristojbe 2007. (NN 67/06), 2008. (NN 73/07), 2009. (NN 81/08,053/09), 2010. (NN 139/09, 38/10) i 2011. (NN 96/10) godine

U razdoblju od 2007. do 2011. godine po osnovi boravišne pristojbe uplaćeno je ukupno 29.477.201 kuna. Navedeni iznos potom se raspoređuje na turističku zajednicu Grada Labina, turističku zajednicu Istarske županije i Hrvatsku turističku zajednicu. Grafikon u nastavku prikazuje iznose ukupno uplaćene boravišne pristojbe po godinama u razdoblju od 2007. do 2011. godine. Iz grafikona je vidljivo da se iznos uplaćene boravišne pristojbe povećava iz godine u godinu, a to je posljedica rasta broja noćenja.

Slika 9: Kretanje ukupno uplaćene boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Tablica u nastavku prikazuje ukupne iznose uplaćenih boravišnih pristojbi po godinama u analiziranom razdoblju. Najveći iznos uplaćen je 2011. godine kada je iznosio 6.208.364 kune, dok je najmanji iznos uplaćen 2007. godine kada je iznosio 5.680.355 kuna. Kao što je prethodno navedeno tokom razdoblja povećavao se uplaćeni iznos po osnovi boravišnih pristojbi, povećanje 2011. godine u odnosu na 2007. godinu iznosilo je 9,3%. Najveći rast iz godine u godinu ostvaren je 2011. godine, kada je ostvareno povećanje od 4,6% u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 51: Ukupno uplaćena boravišna pristojba u razdoblju od 2007. do 2011. godine

	2007.	2008.	Indeks 08/07	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Uplaćeni iznos BP	5.680.355	5.769.035	1,0156	5.883.968	1,0199	5.935.480	1,0088	6.208.364	1,0460

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Boravišna pristojba plaća se na osnovi ostvarenih noćenja. Tablica u nastavku prikazuje ukupni iznos boravišne pristojbe koji bi trebao biti uplaćen prema broju ostvarenih noćenja. Iz tablice je također vidljivo da je veći dio boravišne pristojbe i naplaćen, dok manji dio nije naplaćen u tekućoj godini. Neuplaćeni iznos boravišne pristojbe bio je najviši 2009. godine, a najmanji 2007. godine. Svih godina uplaćeni iznos boravišne pristojbe je iznad 98% ukupnog iznosa.

Tablica 52: Uplaćena boravišna pristojba i potraživanja po osnovi boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Uplaćeni iznos BP	5.680.355	5.769.035	5.883.968	5.935.480	6.208.364
Neuplaćeni iznos BP	1.703	12.424	42.640	13.387	1.883
Ukupni iznos BP prema noćenjima	5.682.058	5.781.458	5.956.608	5.948.867	6.210.247

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Boravišnu pristojbu uplaćuju pravne i fizičke osobe koje pružaju usluge smještaja, odnosno u čijim je objektima ostvareno noćenje. Noćenja mogu biti ostvarena kod gospodarskih subjekata te kod fizičkih osoba registriranih za pružanje usluga smještaja. Tablica u nastavku prikazuje strukturu

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

uplaćene boravišne pristojbe prema uplatitelju u analiziranom razdoblju. Veći dio uplaćene boravišne pristojbe dolazi od gospodarskih subjekata kojima pripada veći dio smještajnog kapaciteta na području Grada.

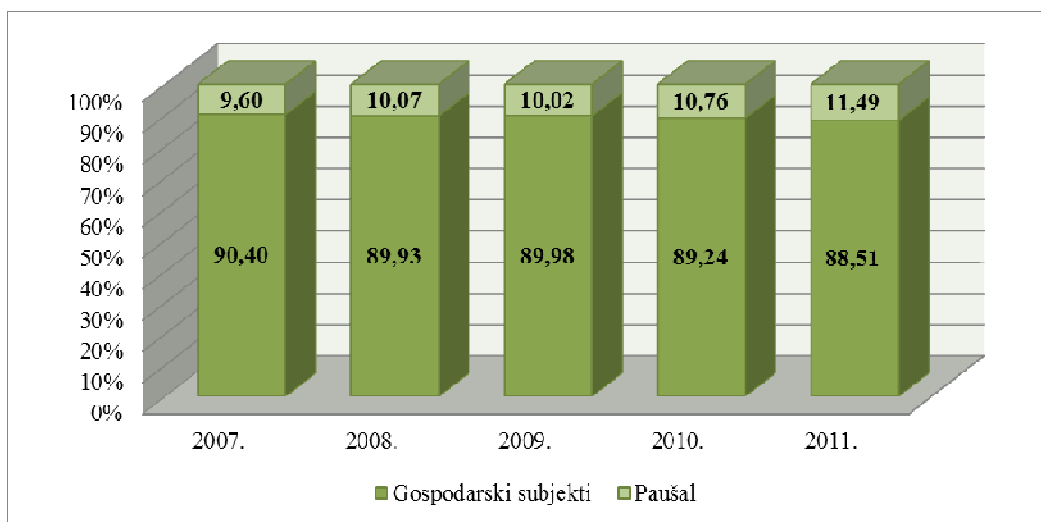
Tablica 53: Struktura uplaćene BP prema uplatitelju u razdoblju od 2007. do 2011. godine

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Gospodarski subjekti	5.134.805	5.188.335	5.294.518	5.296.640	5.495.104
Paušal	545.550	580.700	589.450	638.840	713.260
UKUPNO UPLAĆENA BP	5.680.355	5.769.035	5.883.968	5.935.480	6.208.364

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Udio koji pripada pojedinoj skupini uplatitelja prikazan je grafikonom u nastavku. Kao što je prethodno navedeno veći dio boravišne pristojbe uplatili su gospodarski subjekti čiji udio 2007. godine iznosi 90,4%, 2008. 89,93%, 2009. 89,98%, 2010. 89,24%, te 2011. godine 88,51%. Preostali iznos uplaćen je od strane paušalnih obveznika uplate boravišne pristojbe.

Slika 10: Struktura uplaćene BP prema uplatitelju od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Ukupno uplaćeni iznos boravišne pristojbe nije u cijelosti prihod turističke zajednice na čijem su području ostvarena noćenja na osnovi kojih se ista i plaća. Ukupni iznos boravišne pristojbe (bruto iznos) raspoređuje se između Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice županije na čijem

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

je području ostvareno noćenje te turističke zajednice grada ili općine na čijem je području ostvareno noćenje. Podjela se vrši sukladno odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, 59/09), Zakonu o crvenom križu (NN 71/10, 92/01) te Uredbi o utvrđivanju visine boravišne pristojbe (NN 96/10, 139/09, 38/10).

Iz ukupno uplaćenog iznosa boravišne pristojbe (bruto iznos) izdvaja se 1% koji se uplaćuje Hrvatskom Crvenom križu za službu spašavanja života na vodi i ekološku zaštitu priobalja (sukladno Zakonu o Hrvatskom crvenom križu NN 71/10, članak 28 i NN 92/01, članak 17). Osim toga izdvajanja od 2010. godine iz bruto iznosa uplaćene boravišne pristojbe izdvaja se i 2,5% iznosa koji se uplaćuje na poseban račun Hrvatske turističke zajednice i koji se namjenski koristi za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa u turistički nerazvijenim područjima (sukladno Uredbi o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2010. godinu, NN 139/09, članak 5 te Uredbi o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2011. godinu, NN 96/10, članak 5). Preostali iznos, nakon izdvajanja za Crveni križ i za razvojne projekte, raspodjeljuje se Turističkoj zajednici Grada Labina, Turističkoj zajednici Istarske županije te Hrvatskoj turističkoj zajednici. Raspodjela preostalog iznosa, između turističkih zajednica, je sljedeća (podjela sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi, NN 152/08, 59/09, članak 20, stavak 3):

- 65% Turističkoj zajednici Grada Labina, od čega 30% sredstava turistička zajednica doznačuje Gradu Labinu, koja se namjenski koriste za poboljšanje uvjeta boravka turista na području Grada Labina,
- 10% Turističkoj zajednici istarske županije,
- 25% Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Raspodjela ukupno uplaćenog iznosa boravišne pristojbe za Grad Labin u razdoblju od 2007. do 2011. godine prikazana je tablicom u nastavku.

Tablica 54: Raspodjela boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupno uplaćena BP - bruto iznos	5.680.355	5.769.035	5.883.968	5.935.480	6.208.364
- Za razvojne projekte HTZ-a(2.5%)	-	-	-	148.387	155.209
- Hrvatskom crvenom križu (1%)	56.804	57.690	58,840	59.355	62.084
IZNOS ZA RASPODJELU	5.623.551	5.711.344	5.825.128	5.727.738	5.991.071
TZ Grada Labina 65%	3.655.308	3.712.374	3.786.333	3.723.030	3.894.196

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

- Grad Labin 30%	1.096.593	1.113.712	1.135.900	1.116.909	1.168.259
- Turistička zajednica Grada Labina	2.558.716	2.598.662	2.650.433	2.606.121	2.725.937
TZ Istarske županije 10%	562.355	571.134	582.513	572.774	599.107
TZ Republike Hrvatske 25%	1.405.888	1.427.836	1.456.282	1.431.935	1.497.768

Izvor: Vlastita izrada prema podacima TZ Grada Labina

3.3.9. Analiza prihoda od članarine turističkim zajednicama

Članarina, kao prihod turističkih zajednica, raspoređuje se između turističke zajednice općine ili grada, turističke zajednice županije te Hrvatske turističke zajednice. Djelatnosti obveznici plaćanja članarine turističkim zajednicama prikazane su prilogom 1.

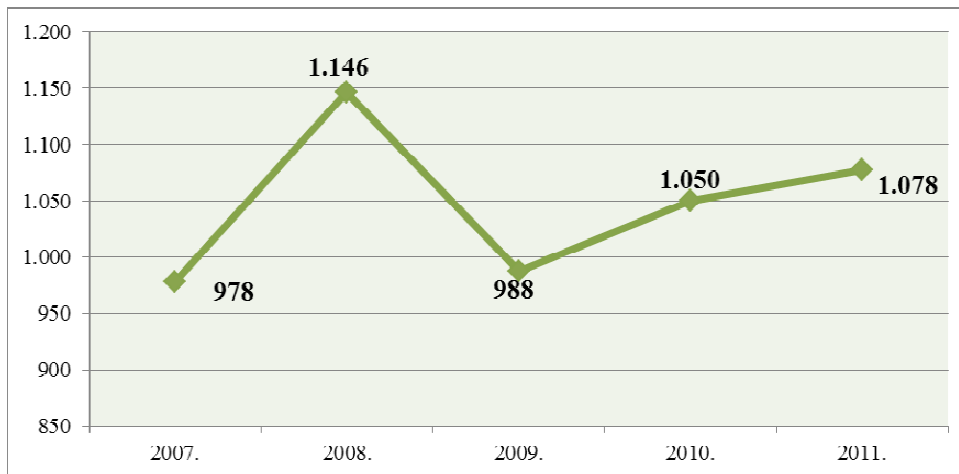
Tablica i grafikon u nastavku prikazuju kretanje ukupno uplaćene članarine turističkoj zajednici na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine. Najveći iznos članarine uplaćen je 2008. godine (1.146 mil. kn), što predstavlja rast od 17% u odnosu na prethodnu godinu kada je uplaćen najmanji iznos (978 mil. kn) u analiziranom razdoblju. Rast ostvaren 2008. godine ujedno je i najveći rast tijekom analiziranog razdoblja. Godine 2009. dolazi do smanjenja uplaćene članarine za 14%, a od 2010. godine uplaćena članarina ponovno raste (2010. godine rast 6%, 2011. godine rast 3%), no i dalje ne dostiže vrijednosti uplaćene članarine 2008. godine.

Tablica 55: Ukupno uplaćena članarina Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (u tisućama kuna)

	2007.	2008.	Indeks 08/07	2009.	Indeks 09/08	2010.	Indeks 10/09	2011.	Indeks 11/10
Ukupno uplaćeno	977,82	1.146,21	1,172	987,64	0,862	1.050,06	1,063	1.077,58	1,026

Izvor: Izrada autora prema podacima Turističke zajednice Grada Labina

Slika 11: Kretanje uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (u tisućama kuna)

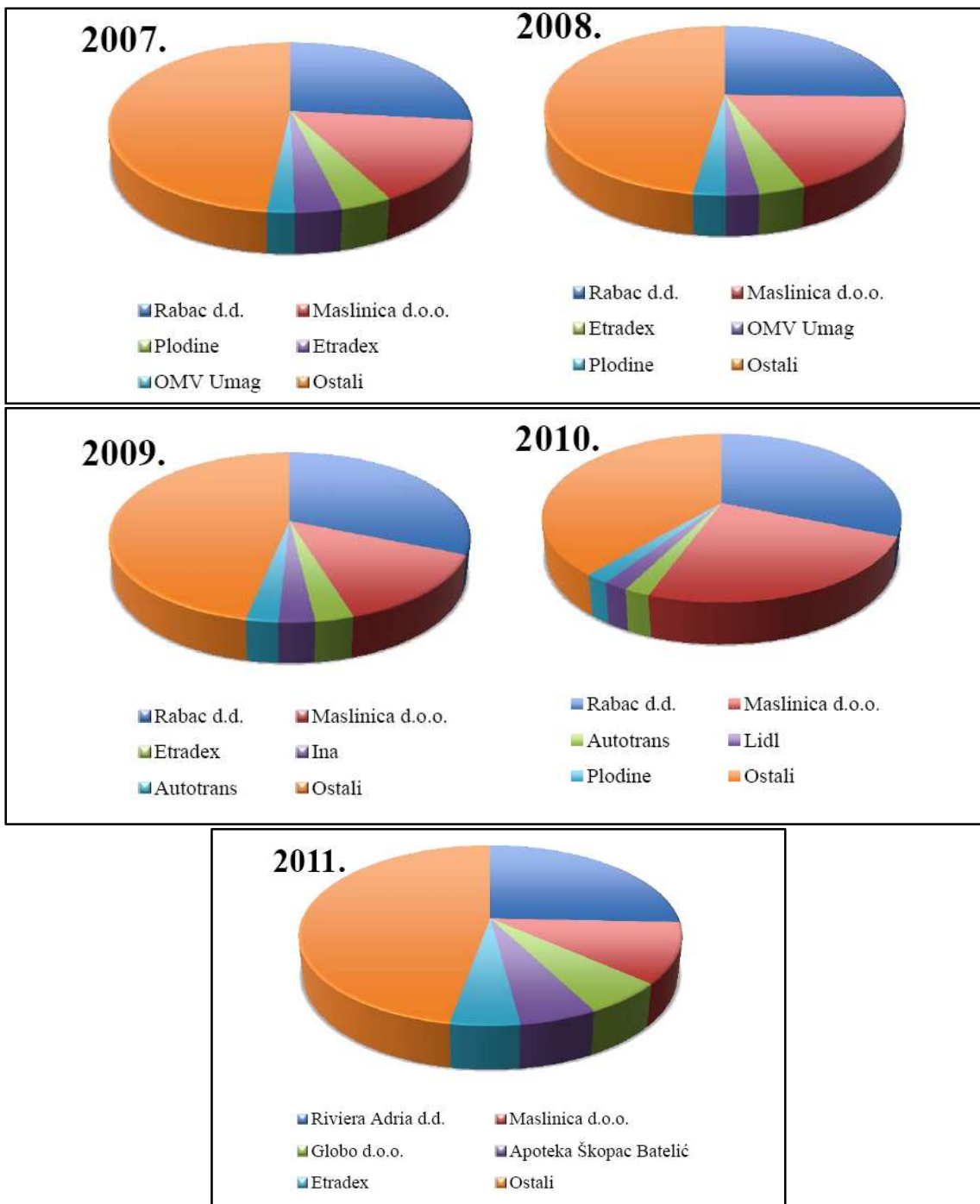


Izvor: Izrada autora prema podacima Turističke zajednice Grada Labina

Sukladno članku 3. Zakona o članarinama turističkim zajednicama (NN 152/08, 88/10), članarinu turističkim zajednicama plaća svaka pravna i fizička osoba koja u turističkoj općini ili gradu ima svoje sjedište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, a koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti.

Grafikonom u nastavku prikazana je struktura uplaćene članarine turističkoj zajednici prema obvezniku uplate na području Grada Labina, za razdoblje od 2007. do 2011. godine. Najveći pojedinačni uplatitelj u razdoblju od 2007. do 2010. godine bilo je poduzeće Rabac d.d. sa udjelom od preko 25% cjelokupno uplaćene članarine. Posljednje analizirane 2011. godine najveći pojedinačni uplatitelj je poduzeće Riviera Adria d.d. sa udjelom od 26% cjelokupno uplaćene članarine. Poduzeće Riviera Adria d.d. nastalo je kao rezultat pripajanja Rapca d.d. i Zlatnog otoka d.d. Rivieri Poreč d.d. Drugi obveznik uplate članarine prema veličini uplaćene iste je poduzeće Maslinica d.o.o sa udjelom od 11% 2011. g. do 24% 2010. godine.

Slika 12: Struktura uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina prema uplatitelju u razdoblju od 2007. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima Turističke zajednice Grada Labina

Ukupni iznos uplaćene članarine turističkim zajednicama nije u cijelosti prihod Turističke zajednice Grada Labina. Sukladno Zakonu o članarinama turističkim zajednicama (NN 35/95,

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

52/95, 152/08, 88/10) ukupni iznos turističke članarine dijeli se između turističke zajednice općine ili grada, turističke zajednice županije te Hrvatske turističke zajednice. Od 2011. godine od ukupnog iznosa naplaćene članarine izdvaja se 7,5% na poseban račun Hrvatske turističke zajednice u svrhu turističkog razvoja nerazvijenih područja (Zakon o izmjenama Zakona o članarinama turističkim zajednicama, NN 88/10, članak 4). Preostali iznos raspoređuje se na sljedeći način (Zakon o članarinama turističkim zajednicama NN 35/95, članak 18):

65% sredstava turističkoj zajednici općine ili grada,

10% turističkoj zajednici županije, te

25% turističkoj zajednici Republike Hrvatske.

Raspodjela ukupno uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine prikazana je tablicom u nastavku.

Tablica 56: Raspodjela ukupno uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Uplaćena članarina bruto iznos	977.821	1.146.213	987.635	1.050.058	1.077.575
Turistički razvoj nerazvijenih područja 7,5%	-	-	-	-	80.818
IZNOS ZA RASPODJELU	977.821	1.146.213	987.635	1.050.058	996.757
TZ Grada Labina 65%	635.584	745.038	641.963	682.538	647.892
TZ Istarske županije 10%	97.782	114.621	98.764	105.006	99.676
TZ Republike Hrvatske 25%	244.455	286.553	246.909	262.515	249.189

Izvor: Izrada autora prema podacima Turističke zajednice Grada Labina i sukladno odredbama Zakona o članarinama turističkim zajednicama, NN 35/95, 52/95, 152/08, 88/10, članak 14.

3.3.10. Procjena ukupnih prihoda od turizma i ugostiteljstva Grada Labina na osnovi turističke članarine

Za prethodnu analizu financijskih pokazatelja korišteni su podaci FINE, koji obuhvaćaju samo podatke obveznika predaja financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina. Međutim, nisu svi subjekti turističko-ugostiteljske djelatnosti obveznici predaje financijskih izvještaja FINI. Stoga, u ovom poglavlju je prikazana procjena ukupnih prihoda od djelatnosti turizma i ugostiteljstva izvedena na osnovi podataka o prihodima od uplaćene članarine turističkim zajednicama. Iz podataka o ukupno uplaćenoj članarini turističkim zajednicama izuzete su članarine uplaćene od strane poduzeća koja nemaju sjedište na području Grada Labina, a čine pet najvećih pojedinačnih uplatitelja, kako bi se postigla usklađenost obuhvata s obuhvatom FINA-e.

Za potrebu procjene ukupnih prihoda korištena je prosječna ponderirana stopa članarine turističkim zajednicama za turistički razred A (Rabac) i turistički razred D (Labin i Sveta Nedelja), koja iznosi 0,11%. Tablicom u nastavku prikazane su stope članarina turističkim zajednicama za turističke razrede A i D, koje su korištene za izračun ponderirane stope.

Tablica 57: Stope turističke članarine po skupina djelatnosti za turističke razrede A i D

Skupine djelatnosti	Stopa razred A	Stopa razred D	Skupine djelatnosti trgovine	Stopa razred A	Stopa razred D
I skupina	0,2000	0,1440	I skupina	0,0400	0,0320
II skupina	0,1600	0,1040	II skupina	0,0320	0,0264
III skupina	0,1200	0,0640	III skupina	0,0240	0,0184
			IV skupina	0,0160	0,0080

Izvor: Zakon o članarinama turističkim zajednicama, NN 35/95, 52/95, 152/08 i 88/10, članak 9 i 10

Procjena ukupnih prihoda na osnovi članarine turističkim zajednicama, korištenjem prosječne ponderirane stope članarine turističkim zajednicama, prikazana je tablicom u nastavku.

Tablica 58: Procjena ukupnih prihoda svih djelatnosti obveznika plaćanja turističke članarine na području Grada Labina na osnovi prihoda od članarine turističkim zajednicama u razdoblju od 2007. do 2011. godine (tisuće kn)

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Uplaćena članarina	885,75	1049,51	908,58	990,58	747,66
Prosječna ponderirana stopa članarine	0.0010623004				
Ukupni prihod	833.799	987.955	855.297	932.490	703.816

Izvor: Izračun autora na osnovi podataka Turističke zajednice Grada Labina

Prethodno izračunati ukupni prihodi obuhvaćaju i prihode obveznika predaje financijskih izvještaja te ukupne prihode poslovnih subjekata koji nisu obveznici predaje. Tablicom u nastavku prikazana je procjena ukupnih prihoda poslovnih subjekata obveznika plaćanja turističke članarine koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja (primjerice privatni iznajmljivači i mali poslovni subjekti – obrtnici).

Tablica 59: Procjena ukupnih prihoda obveznika plaćanja turističke članarine Grada Labina koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupni prihodi svih djelatnosti obveznika plaćanja članarine TZ izračunati na osnovi turističke članarine	987.955	855.297	932.490	703.816
Ukupni prihodi svih djelatnosti obveznika članarine TZ prema podacima FINE	802.393	716.357	669.045	553.770
Ukupni prihodi svih obveznika članarine TZ koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja	185.562	138.939	263.445	150.046

Izvor: Izračun autora na osnovi podataka Turističke zajednice Grada Labina i FINE

U prethodnoj tablici korišteni su podaci FINE o ukupnim prihodima svih djelatnosti obveznika članarine turističkim zajednicama, a njihov obuhvat prikazan je tablicom u nastavku.

Tablica 60: Ukupni prihodi svih djelatnosti obveznika turističke članarine na području Grada Labina prema podacima FINE u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupni prihodi svih djelatnosti prema podacima FINE	2.026.762	1.872.468	1,819.281	1.934.680
Ukupni prihodi djelatnosti koje nisu	1.224.369	1.156.111	1,150.236	1.380.910

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

obveznici članarine TZ				
A Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	7.799	8.196	5.870	6.773
B Rudarstvo i vađenje	1.483	1.066	1.108	429
C Prerađivačka industrija	993.508	950.085	950.704	1.164.335
E Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	42.677	41.106	41.669	42.374
F Građevinarstvo	131.970	108.130	108.893	120.553
M Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	43.062	38.031	37.376	39.415
O Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	2.382	2.872	2.546	2.922
P Obrazovanje	758	769	783	855
Q Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	728	5.855	1.288	3.254
Ukupni prihodi obveznika članarine TZ	802.393	716.357	669.045	553.770

Izvor: Izrada autora na osnovi podataka FINE

Kako bi se procijenio dio ukupnih prihoda obveznika plaćanja članarine turističkim zajednicama, a koji nisu istovremeno i obveznici predaje financijskih izvještaja, koji otpada na djelatnosti turizma i ugostiteljstva, tablicom u nastavku prikazan je izračun udjela ukupnih prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva u ukupnim приходima svih djelatnosti obveznika članarine turističkim zajednicama (prema podacima FINE).

Tablica 61: Udio ukupnih prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva (podaci FINE) u ukupnim приходima svih djelatnosti obveznika članarine turističkim zajednicama (podaci FINE) Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva (podaci FINE)	228.905	232.376	236.115	117.116
Ukupni prihodi svih djelatnosti obveznika članarine TZ (podaci FINE)	802.393	716.357	669.045	553.770
Udio prihoda turizma i ugostiteljstva	28,53	32,44	35,29	21,15

Izvor: Izrada autora na osnovi podataka FINE

Udio ukupnih prihoda obveznika članarine turističkim zajednicama, koji pripada djelatnosti turizma i ugostiteljstva prema podacima FINE primijenjen je na ukupne prihode svih obveznika članarine TZ, koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja pri procjeni ukupnih prihoda

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

poslovnih subjekata koji se bave djelatnošću turizma i ugostiteljstva, a koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja.

Tablica 62: Procjena ukupnih prihoda poslovnih subjekata djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupni prihodi svih obveznika članarine TZ koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja	185.562	138.939	263.445	150.046
Udio prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva	28,53	32,44	35,29	21,15
Ukupni prihodi obveznika članarine TZ djelatnosti turizma i ugostiteljstva koji nisu obveznici predaje fin. Izvještaja	52.937	45.070	92.973	31.733

Izvor: Procjena autora na osnovi podataka FINE i TZ Grada Labina

Ukupni procijenjeni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva obuhvaćaju i obveznike predaje financijskih izvještaja te one koji to nisu (primjerice mali iznajmljivači i obrtnici).

Tablica 63: Ukupni procijenjeni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)

	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva (podaci FINE)	228.905	232.376	236.115	117.116
Ukupni prihodi obveznika članarine TZ djelatnosti turizma i ugostiteljstva koji nisu obveznici predaje fin. Izvještaja	52.937	45.070	92.973	31.733
Ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva	281.841	277.446	329.088	148.850

Izvor: Procjena autora na osnovi podataka FINE i TZ Grada Labina

3.3.11. Investicije u novu dugotrajnu imovinu u turizmu i ugostiteljstvu Grada Labina

Investicije u novu dugotrajnu imovinu važne su za razvoj cjelokupnog gospodarstva, pa tako i djelatnosti turizma i ugostiteljstva. Tablicom u nastavku prikazane su investicije u novu dugotrajnu imovinu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.

Tablica 64: Investicije u novu dugotrajnu imovinu gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama kuna)

	2008.	2009.	2010.	2011.
UKUPNO GOSPODARSTVO	65.399	71.050	113.409	92.917
DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA	12.392	11.670	6.561	703
Udio djelatnosti turizma i ugostiteljstva u ukupnim investicijama	18,95	16,42	5,79	0,76
DJELATNOST I	9.308	11.358	4.894	438
Udio djelatnosti I u ukupnom gospodarstvu	14,23	15,99	4,32	0,47
Subdjelatnosti turizma i ugostiteljstva:				
Smještaj	9.094	11.277	4.815	303
Djelat. pripreme i usluživanja hrane i pića	213	81	80	134
PA ¹ , OP ² i ostale rezervacijske usluge te povezane djelatnosti	3.085	311	1.667	265
¹ Putničke agencije, ² Organizatori putovanja (turoperatori)				

Izvor: Obrada autora prema podacima FINE

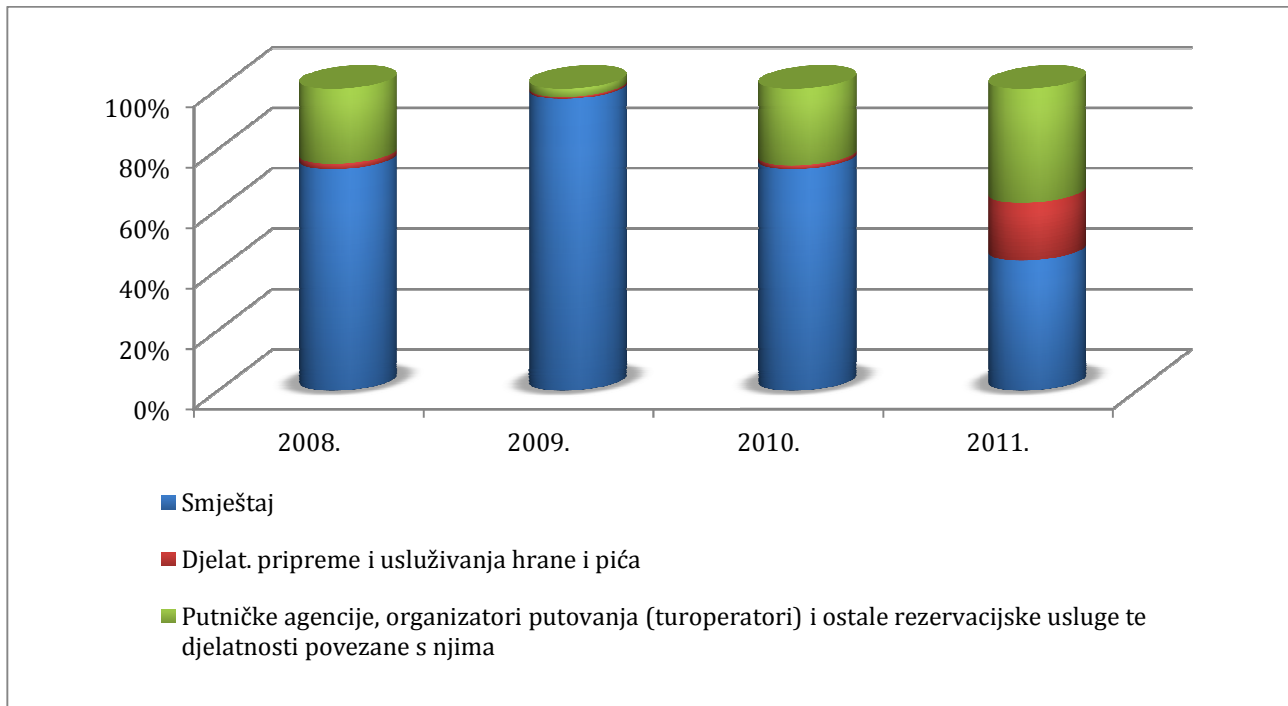
Prema podacima iz prethodne tablice najveće investicije u dugotrajnu imovinu djelatnosti turizma i ugostiteljstva (djelatnost I + putničke agencije, organizatori putovanja, ostale rezervacijske usluge i povezane djelatnosti) bile su 2008. godine, kada čine gotovo 19% investicija cijelog gospodarstva, a nakon toga su svake godine sve manje. Posljednje analizirane godine investicije u novu dugotrajnu imovinu djelatnosti turizma i ugostiteljstva čine manje od jedan posto ukupnih investicija gospodarstva.

Grafikonom u nastavku prikazana je struktura investicija djelatnosti turizma i ugostiteljstva u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema subdjelatnostima koje ju sačinjavaju. Do 2010. godine investicije u subdjelatnost smještaja čine preko 50% investicija u turizmu i ugostiteljstvu, slijedi subdjelatnost putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatori) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezane s njima, dok je najmanje investicija usmjereno u subdjelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića. Posljednje analizirane godine, investicije u subdjelatnost

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

smještaja su značajno smanjene te je smanjen i njihov udio u ukupnim investicijama turizma i ugostiteljstva.

Grafikon 30: Struktura investicija u dugotrajnu imovinu djelatnosti turizma i ugostiteljstva prema subjelatnostima u Gradu Labinu u razdoblju od 2008. do 2011. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima FINE

3.4. Lokalna zajednica – stavovi i viđenja

Rezultati analize sadašnjeg stanja u destinaciji Labin - Rabac, provedenih terenskih istraživanja (na uzorku od 50 stanovnika), rezultati istraživanja provedenog na javnoj upravi, te rezultati radionica prikazani su u nastavku.

Rezultati istraživanja provedeni na lokalnoj zajednici prikazuju kako **lokalnu zajednicu najviše brine sljedeće**: onečišćenje okoliša, održivi razvoj, izoliranost destinacije, gužve u prometu, nedostatak ponude za mlađe generacije, radna mjesta za mlade, nedostatka različitih ponuda, upitne dobrobiti za lokalno stanovništvo, nedostatak investicija, ponuda domaćih proizvoda, itd.

S druge strane, žitelji smatraju da se puno problematičnih situacija i kritičnih točki, može riješiti kroz povećanja turističke ponude, ponudu domaćih proizvoda, povećanje kvalitete usluga,

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

edukaciju, nove oblike turizma, inovacije, investicije, uključivanja mladih ljudi u turizam, uključenosti lokalne zajednice, privlačenja mladih ljudi u destinaciju, atrakcije i kulturna događanja, itd. Priupitani o ponudi u destinaciji, lokalno stanovništvo izdvaja **previše sljedećeg**: štandova, suvenirnica, trgovina kineskih proizvoda, te ponude standardnih jela i jela brze hrane. Pitanja u nastavku procjenjuju značajnost turizma za lokalnu zajednicu, te se posebno izdvajaju odgovori lokalne zajednice (žitelja) i javne uprave. Redoslijedom se navode izjave o kojima su ispitanici morali promišljati.

TURIZAM JE ZNAČAJAN ZA MOJU ZAJEDNICU

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	80	100
Djelomično se slažem	18	-
Nisam siguran/na	2	-
Djelomično se ne slažem	-	-
Nikako se ne slažem	-	-

OSOBNIM KORISTIM OD TURIZMA

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	44	33
Djelomično se slažem	32	50
Nisam siguran/na	4	-
Djelomično se ne slažem	14	17
Nikako se ne slažem	6	-

TURIZAM STVARA NOVA RADNA MJESTA

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	76	100
Djelomično se slažem	20	-
Nisam siguran/na	4	-
Djelomično se ne slažem	-	-
Nikako se ne slažem	-	-

TURIZAM ZAPOŠLJAVA MLADE IZ LOKALNE ZAJEDNICE

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	48	66
Djelomično se slažem	40	17
Nisam siguran/na	8	17
Djelomično se ne slažem	4	-
Nikako se ne slažem	-	-

TURIZAM UTJEČE NA PODIZANJE CIJENA DOBARA I USLUGA

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	34	17
Djelomično se slažem	44	83
Nisam siguran/na	16	-
Djelomično se ne slažem	4	-
Nikako se ne slažem	2	-

TURIZAM POMAŽE DA ZAJEDNICA DOBIJE USLUGE

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	24	50
Djelomično se slažem	40	50
Nisam siguran/na	22	-
Djelomično se ne slažem	12	-
Nikako se ne slažem	2	-

TURIZAM UTJEČE NA PODIZANJE STOPE KRIMINALITETA

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	8	-
Djelomično se slažem	16	33
Nisam siguran/na	26	33
Djelomično se ne slažem	24	17
Nikako se ne slažem	26	17

TURIZAM ŠTETI MORALNIM STANDARDIMA

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	2	-
Djelomično se slažem	6	-
Nisam siguran/na	26	-
Djelomično se ne slažem	24	-
Nikako se ne slažem	42	100

TURIZAM REMETI LOKALNE AKTIVNOSTI

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	2	-
Djelomično se slažem	18	-
Nisam siguran/na	22	-
Djelomično se ne slažem	28	17
Nikako se ne slažem	30	83

TURIZAM NEGATIVNO UTJEČE NA OKOLIŠ

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	8	-
Djelomično se slažem	16	83
Nisam siguran/na	24	-
Djelomično se ne slažem	26	17
Nikako se ne slažem	26	-

TURIZAM ONEMOGUĆUJE LOKLANOM STANOVNIŠTVU PRISTUP MJESTIMA (npr. plaže, pješačke staze i sl.)

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	10	-
Djelomično se slažem	34	33
Nisam siguran/na	16	-
Djelomično se ne slažem	12	17
Nikako se ne slažem	28	50

TURIZAM STIMULIRA LOKLANE VJEŠTINE/ZANATE I KULTURU

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	20	50
Djelomično se slažem	60	50
Nisam siguran/na	12	-
Djelomično se ne slažem	6	-
Nikako se ne slažem	2	-

TURIZAM KORISTI PRIRODNE RESURSE

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	24	-
Djelomično se slažem	52	17
Nisam siguran/na	18	50
Djelomično se ne slažem	4	33
Nikako se ne slažem	2	-

ZAJEDNICA IMA KONTROLU NAD RAZVOJEM TURIZMA

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	12	-
Djelomično se slažem	26	50
Nisam siguran/na	42	33
Djelomično se ne slažem	8	17
Nikako se ne slažem	12	-

NOVAC KOJI TURISTI TROŠE OSTAJE U LOKALNOJ ZAJEDNICI

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	14	-
Djelomično se slažem	20	67
Nisam siguran/na	42	-
Djelomično se ne slažem	14	33
Nikako se ne slažem	10	-

LOKALNO STANOVNIŠTVO IMA NESMETAN PRISTUP PODRUČJIMA KOJA KORISTE TURISTI

	LOKALNA ZAJEDNICA (%)	JAVNA UPRAVA (%)
U potpunosti se slažem	20	30
Djelomično se slažem	48	50
Nisam siguran/na	20	-
Djelomično se ne slažem	8	20
Nikako se ne slažem	4	-

U nastavku se sažimaju snage, slabosti, prilike i prijetnje destinacije Labin - Rabac prikazane kroz SWOT matricu.

3.5. SWOT

Tablica 65: Swot matrica destinacije Labin Rabac

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Dobra geografska pozicija (blizina emitivnih tržišta i Jadranskog mora) • Iznimno bogatstvo i specifičnost prirodnih resursa (i zaštićenih) – izniman resursni potencijal • Povoljni klimatski uvjeti • Razvedena obala • Blizina raznovrsne ponude u drugim destinacijama u Istri • Turizam kao značajna gospodarska djelatnost Grada Labina • Daljnja mogućnost razvoja turizma - nezasićenost i prisutnost nedovoljno valoriziranih lokacija • Značajna ulaganja u uređenje mjesta • Visoka zastupljenost stalnih ležajeva u komercijalnim vrstama smještajnih kapaciteta (hotelima) u ukupnom broju kapaciteta (ležajeva) u destinaciji (više od 30%) • Povoljna struktura hotelskih kapaciteta • Sigurnost destinacije 	<ul style="list-style-type: none"> • Visoki udio kapaciteta u nekomercijalnom smještaju (kućanstva ili tzv. privatni smještaj) u ukupnom broju kapaciteta (ležajeva) u destinaciji i to više od 34% • Niska iskorištenost kapaciteta u kućanstvima • Niska kvaliteta usluge smještaja u kućanstvima • Nedostatna educiranost pružatelja usluge u kućanstvima • Prostorno ograničenje segmenta razvoja ponude u kućanstvima (teža mogućnost izgradnje bazena ili popratnih sadržaja radi ograničenosti parcela u Rapcu) • Nesrazmjer u popunjenosti različitih vrsta smještajnih kapaciteta (kućanstva vs. hoteli) • Neadekvatna pripremljenost objekata u komercijalnom smještaju za produljenje sezone izvan glavnih ljetnih mjeseci (veliki broj hotela nema grijanja) • Receptivna narav postojećih turističkih agencija • Niska integracija kulturne baštine u turistički proizvod • Neiskorištenost selektivnih oblika turizma • Ponuda hrane i pića u segmentu kvalitete i vrijednosti za novac ispod je standarda konkurencije • Nedostatak autohtone ponude • Slaba i niskokvalitetna ponuda sadržaja u destinaciji • Statični sustav marketinga • Zastarjela internetska stranica • Nedovoljna ulaganja u marketinške aktivnosti destinacije • Neodgovarajuća primjena promotivnog miksa

	<ul style="list-style-type: none"> • Percepcija manje kvalitetne ljetne destinacije • Nedostatak zajedničkog duha žitelja • Neprimjereni vizualni identitet posebice rabačke šetnice • Neadekvatna mikroinfrastruktura (parkirališta) • Loša prometna signalizacija s glavnih pristupnih čvorišta • Nedovoljno iskorišten potencijal za razvoj eko turizma na potencijalno izazovnim lokacijama
<p style="text-align: center;">PRIlike</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekoturizam turizam/kulturni turizam/zdravstveni i wellness turizam • Eco-friendly koncept i flagship kao nositelj imidža destinacije • Razvoj novih turističkih proizvoda usmjerenih prema ciljnim skupinama i vođenjem računa o 6E konceptu razvoja modernog turizma (Entertainment, Excitement, Environment, Education, Exploration) • Iznimna mogućnost produljenja sezone • Razvoj ponude potaknut razvojem ponude u bliskoj okolini (revitalizacija i buđenje sela u neposrednoj blizini Grada Labina) • Revitalizacija starogradske jezgre i tržišno pozicioniranje Labina • Povoljne projekcije rasta turizma u Hrvatskoj do 2020. • Novi turistički trendovi – putovanja vezana uz specijalne interese i aktivnosti • Potrebe, očekivanja i navike (njihovo zadovoljavanje) novog turista • Razvoj IT-a i njegov značaj u turizmu • Veća popularnost auto-destinacija i kraćih putovanja • Nisko-budžetni letovi i sve bolja povezanost Istre i emitivnih zemalja • Obogaćivanje ugostiteljske ponude (kvalitetni restorani), razvoj kulinarstva i gastro scene • Podizanje razine kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta (značajne investicije u unapređenje kvalitete hotela Maslinica d.o.o. i Rivijera Adria d.d.) • Poticanje ekološke poljoprivrede i razvoja OPG-a (organska hrana) • Podizanje razine ekološke svijesti (diferenciranje ponuđača u kategoriji: sleep, eat, see&do) • Akcijski plan energetske održivog razvitka Grada Labina-Albona • Sustav gospodarenja otpadom „o otpada“ • Priprema hotelskih sadržaja za cikloturizam • Poticanje socijalnog poduzetništva u turizmu • Razvoj zadrugarstva u receptivnoj ponudi (ponuda 	<p style="text-align: center;">PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stanje na svjetskom turističkom tržištu (i oporavak nama najznačajnijih emitivnih tržišta) • Promotivne kampanje zadržavanja gostiju u zemljama njihova boravka • Porast destinacija sa specifičnom ponudom (profilacija turističkih destinacija prema interesnim grupama) • Snažna industrija u okolinu (istovremeno se može smatrati i izazovom za razvoj eko turističke destinacije) • Gubitak identiteta (istarski) • Gubitak kulturnog identiteta • Zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije • Zakon o poljoprivrednom zemljištu • Nepoštivanje urbanističkih planova • Novi zakon o pružanju usluga u turizmu i Zakon o ugostiteljstvu (koji su u pripremi) • Novi Zakon o turističkim zajednicama (u pripremi) • „Masovni“ pristup u pružanju turističkih usluga • Cjenovno podcjenjivanje ili precjenjivanje

<p>kapaciteta u kućanstvima kroz udruživanje postojećih turističkih agencija izrazito isključivo receptivne naravi)</p> <ul style="list-style-type: none">• Razvoj destinacijskih menadžment kompanija (DMK) i destinacijskog menadžmenta• Deregulacija pravno-legislativnog okvira• Povećani interes za ulaganja nakon ulaska u EU• Potencijal razvoja turizma u smjeru održivog razvoja - poticanje obnovljivih izvora energije i ekoloških principa upravljanja destinacijom• Ulaganja u informiranje i edukaciju izravno i neizravno zaposlenih u turizmu• Veći fokus na e-marketing• Mogućnost korištenja fondova EU i ostalih poticajnih programa• Valoriziranje kulturne (materijalne i nematerijalne) baštine posebice rudarske tradicije• Partnerstva (javno – privatna, s bliskim destinacijama i destinacijama slične resursne osnove i kulturne baštine)• Uspostava jačih mehanizama kontrole nad arhitektonskim karakteristikama budućih građevinskih investicija vođenjem o arhitektonskim načelima održivosti gradnje• Iznimni ekonomski učinci i multiplikativni efekt turizma• Iznimna podrška lokalnih vlasti razvoju turizma destinacije	
--	--

Izvor: Izrada autora

4. PROCIJENJENI FINACIJSKI UČINCI RAZVOJA TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA

Ulaganja u razvoj turizma na području Grada Labina rezultirat će rastom ukupnih prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva te će polučiti izravne i neizravne financijske učinke temeljem ostvarenja postavljenih strateških ciljeva, prvenstveno kroz produljenje sezone u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, ali i kroz porast kapaciteta te povećanje prosječne dnevne potrošnje turista. Procjena financijskih učinaka razvoja turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina izvršena je na osnovi procjene različitih scenarija porasta broja noćenja. Porast broja noćenja posljedično dovodi do rasta prihoda od smještaja, ali i do rasta prihoda od usluživanja hrane i pića te rasta prihoda putničkih agencija, organizatora putovanja te povezanih djelatnosti (uz pretpostavku zadržavanja trenutnih cijena), odnosno do rasta prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva.

4.1. UČINCI PRODULJENJA SEZONE NA KRETANJE BROJA NOĆENJA I UKUPNIH PRIHODA DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA NA PODRUČJU GRADA LABINA DO 2020. GODINE

Učinci produljenja sezone, sagledani su kroz nastavak rasta noćenja po dosadašnjoj stopi rasta (u razdoblju od 2007. do 2012. godine), zatim kroz rast prema procijenjenim stopama Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine te kroz potreban rast da se dostigne željena razina popunjenosti. Navedeni učinci analizirani su posebno za nekomercijalni/privatni smještaj (cilj 1) i posebno za komercijalni smještaj (cilj 2), ali i za cjelokupnu djelatnost turizma i ugostiteljstva, uz pretpostavku nepromijenjenog smještajnog kapaciteta.

CILJ 1: Procjena kretanja u nekomercijalnom (privatnom) smještaju na području Grada Labina do 2020. godine

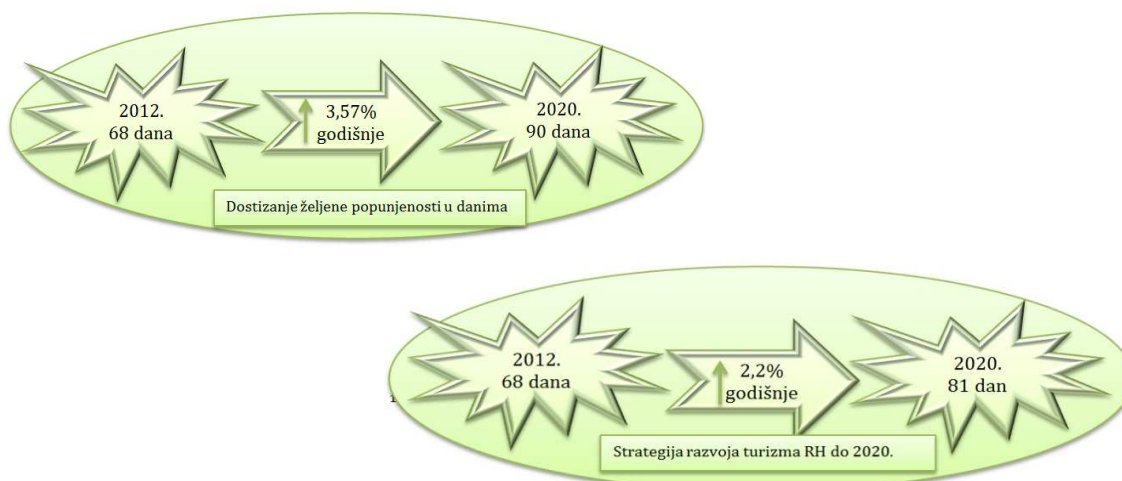
Nekomercijalni smještaj na području Grada Labina ostvaruje najmanju godišnju popunjenost, odnosno broji najmanji broj dana popunjenosti u odnosu na druge oblike smještaja. Zbog toga jedan od ciljeva razvoja turizma na području Grada Labina je i produljenje sezone u privatnom smještaju, sa 18,5% (68 dana), koliko iznosi 2012. g. na cca 25% , odnosno 90 dana 2020. g. Navedeno znači produljenje sezone od ukupno 32%, odnosno 3,57%¹⁹ godišnje. Za isto razdoblje na razini Republike Hrvatske predviđa se rast noćenja u nekomercijalnom smještaju od 2,2% godišnje (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine²⁰).

Slika 13: Ciljevi produljenja sezone u nekomercijalnom smještaju na području Grada Labina u razdoblju od 2012. do 2020. godine

¹⁹Izračun: Prosječna godišnja stopa rasta = $\sqrt[8]{\frac{Brojdana_{2020}}{Brojdana_{2012}}} - 1 = \sqrt[8]{\frac{90}{68}} - 1 = 0,0357$

²⁰<http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>

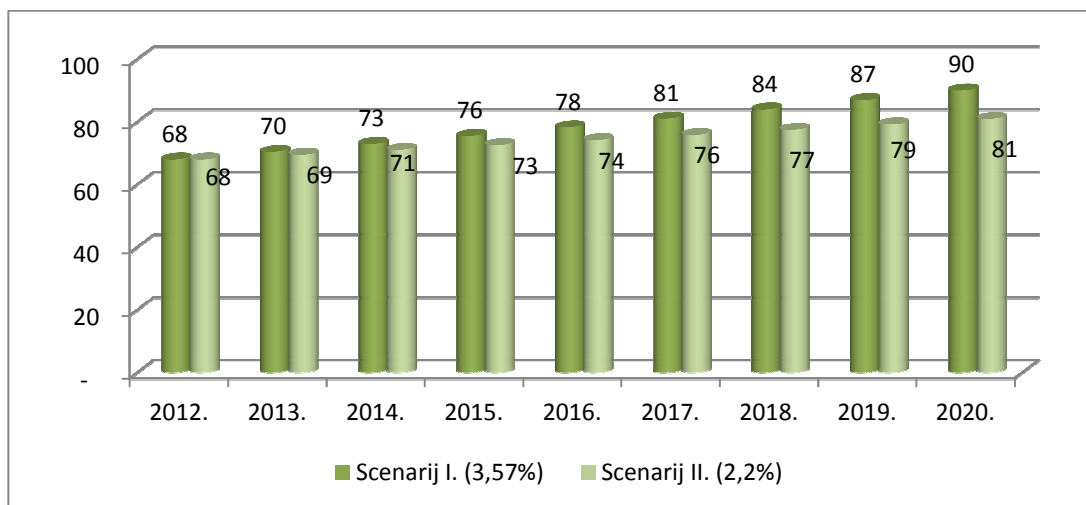
Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine

Produljenje sezone nekomercijalnog smještaja (prikazano brojem dana popunjenosti u godini) u cilju dostizanja željene popunjenosti te rast po stopi predviđenoj prema Strategiji razvoja turizma RH po godinama vidljivi su iz grafikona u nastavku. Scenarij I prikazuje godišnji rast dana popunjenosti nekomercijalnog smještaja po prosječnoj godišnjoj stopi rasta od 3,57%, što predstavlja stopu rasta potrebnu da se 2020. godine dostigne popunjenost od 90 dana, cca. 3 mjeseca. S druge strane Scenarij II prikazuje produljenje sezone po pojedinim godinama slijedom prosječne stope rasta od 2,2%, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u nekomercijalnom smještaju prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020.g. Ostvarivanjem prosječne godišnje stope rasta od 2,2%, 2020. godine dostići će se 81 dan popunjenosti kapaciteta.

Grafikon 31: Produljenje sezone u nekomercijalnom smještaju na području Grada Labina u razdoblju od 2013. do 2020. godine



Izvor: Obrada autora prema podacima TZ Grada Labina i Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine

Produljenje sezone nekomercijalnog smještaja značilo bi veće prihode privatnih iznajmljivača. Očekivano povećanje prihoda po toj osnovi izvedeno je primjenom prosječne cijene smještaja tijekom ljetnih mjeseci u privatnom smještaju koja je 2010. godine iznosila oko 20 EUR²¹, što prema prosječnom srednjem tečaju Hrvatske narodne banke u razdoblju od lipnja do kolovoza 2010. godine iznosi 144,58 kuna²². Tablica u nastavku prikazuje procjenu ukupnih prihoda privatnih iznajmljivača za 2012. godinu.

Tablica 66: Procjena ukupnih prihoda privatnih iznajmljivača na području Grada Labina za 2012. godinu

Broj noćenja kod privatnih iznajmljivača (2012.godina)	Prosječna cijena privatnog smještaja (2010. godina) u kunama	Procijenjeni ukupni prihodi privatnih iznajmljivača (2012. godina) u kunama
300.845	144,58	43.496.170

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i podacima Instituta za turizam u publikaciji: Hrvatski turizam u brojkama, Vol. 6, 2/2012

²¹ Hrvatski turizam u brojkama, Vol. 6, 2/2012, Institut za turizma, dostupno na:

<http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Projekti/Informacije/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2012-Broj-02.pdf>

²² 1 EUR=7,229009 KUN, izračun prema: Godišnji i mjesečni prosjeci srednjih deviznih tečajeva HNB-a (dostupno na: <http://www.hnb.hr/tečajn/>)

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Tablicom u nastavku prikazani su procijenjeni ukupni prihodi nekomercijalnog smještaja (privatnog smještaja) za 2020. godinu. Procjena kretanja prihoda je izvršena u stalnim prosječnim cijenama privatnog smještaja iz 2010. godine.

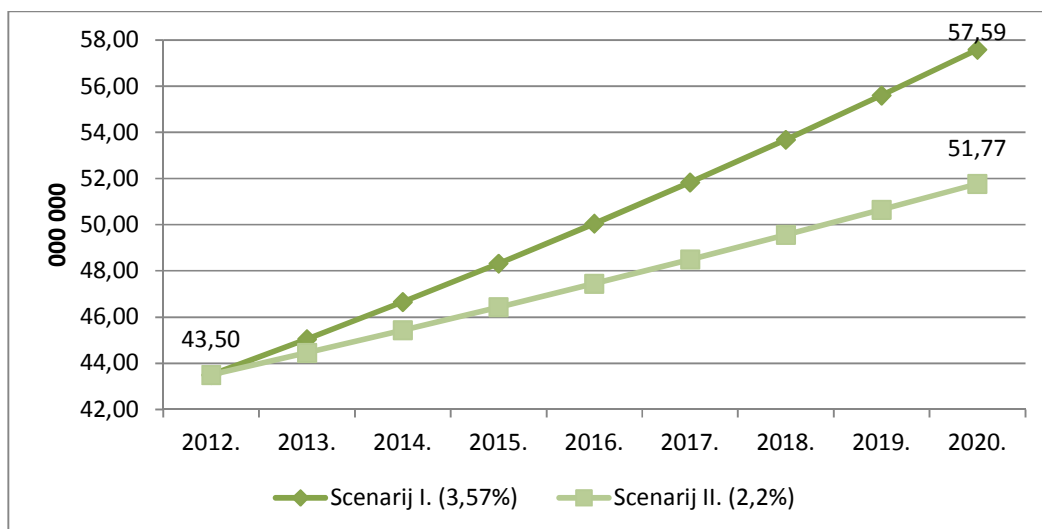
Tablica 67: Procjena noćenja i ukupnih prihoda nekomercijalnog smještaja na području grada Labina 2020. godine u stalnim cijenama

	Broj noćenja (2020.godina) ²³	Prosječna cijena privatnog smještaja (2010. godina) u HRK	Procijenjeni ukupni prihodi (2020. godina) u HRK
Scenarij I (3,57%)	398.304 ²⁴	144,58	57.586.792
Scenarij II (2,2%)	358.055 ²⁵	144,58	51.767.592

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ grada Labina, HNB-a i Instituta za turizam

Rast procijenjenih ukupnih prihoda nekomercijalnog smještaja (privatnih iznajmljivača) po godinama u razdoblju od 2012. do 2020. godine, uz prethodno utvrđene prosječne godišnje stope rasta broja noćenja od 3,57% i 2,2%, prikazan je grafikonom u nastavku.

Grafikon 32: Procjena kretanja ukupnih prihoda privatnih iznajmljivača u stalnim cijenama po godinama u razdoblju od 2012. do 2020. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ grada Labina, HNB-a i Instituta za turizam

²³Izračun: Broj noćenja₂₀₁₂ x (1+ prosječna godišnja stopa rasta)⁸ = broj noćenja₂₀₂₀

²⁴ Izračun 300.845 x (1+0,0357)⁸=398.304

²⁵ Izračun 300.845 x (1+0,022)⁸=358.055

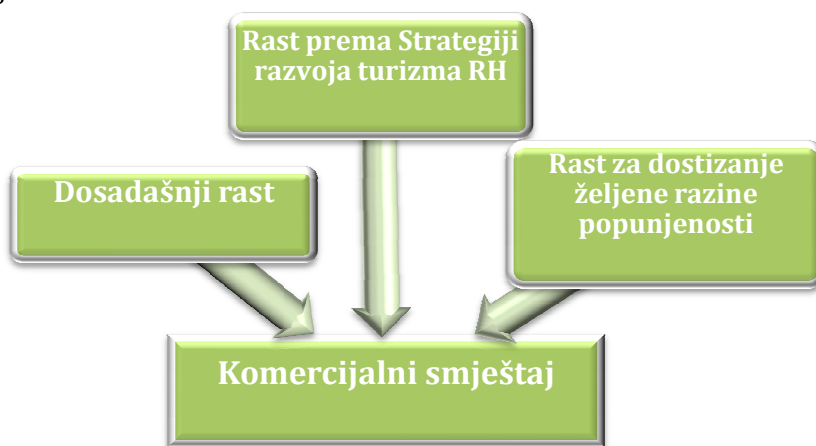
CILJ 2: Procjena kretanja u komercijalnom smještaju (obveznika predaje financijskih izvještaja FINI) na području Grada Labina do 2020. godine

Komercijalni smještaj sastoji se od hotela, hotelskih apartmana, malih hotela i pansiona te kampova. Prosječna godišnja popunjenost komercijalnog smještaja na području grada Labina iznosi 38%, odnosno 139 dana.

Za procjenu produljenja sezone u komercijalnom smještaju razvijena su tri moguća scenarija:

- **Scenarij I** - prosječna godišnja stopa rasta **2,3%**²⁶, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u komercijalnom smještaju u razdoblju od 2007. do 2012. godine
- **Scenarij II** - prosječna godišnja stopa rasta **4,8%**, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u registriranim komercijalnim kapacitetima na razini RH prema Strategiji razvoja turizma RH²⁷ do 2020. godine
- **Scenarij III** - prosječna godišnja stopa rasta **3,28%**²⁸, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja kako bi se dostigla željena popunjenost od 180 dana godišnje, cca. 6 mjeseci.

Slika 14: Ciljevi produljenja sezone u komercijalnom smještaju Grada Labina u razdoblju od 2012. do 2020. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i Strategiji razvoja turizma RH u razdoblju od 2013. do 2020. godine

²⁶Izračun: Prosječna godišnja stopa rasta = $\sqrt[5]{\frac{\text{Brojnocenja}_{2012}}{\text{Brojnocenja}_{2007}}} - 1 = \sqrt[5]{\frac{1.019.221}{909.768}} - 1 = 0,023$

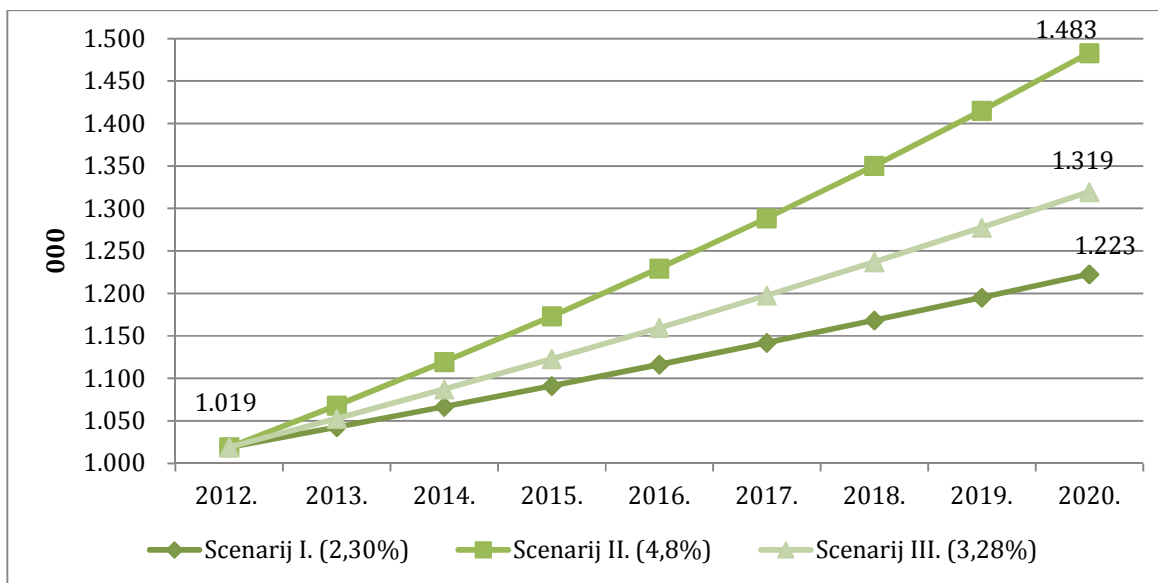
²⁷<http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>

²⁸Izračun: Prosječna godišnja stopa rasta = $\sqrt[8]{\frac{\text{Brojdana}_{2020}}{\text{Brojdana}_{2012}}} - 1 = \sqrt[8]{\frac{180}{139}} - 1 = 0,0328$

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

Grafikon u nastavku prikazuje procjenu kretanja broja noćenja po godinama u razdoblju 2012. do 2020. godine na području Grada Labina sukladno prethodno navedenim scenarijima. Prema Scenariju I 2020. godine ostvarit će se 1,22 mil noćenja, što će (uz postojeći kapacitet) značiti popunjenost od 45,58%²⁹, odnosno 166 dana. Ako se ostvari prosječna stopa rasta predviđena Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine (Scenarij II) tada bi broj noćenja 2020. godine iznosio 1,48 mil, što bi (uz postojeći kapacitet) značilo popunjenost od 55,29%³⁰, odnosno 202 dana. Rast po prosječnoj godišnjoj stopi od 4,8% (Scenarij II) doveo bi do produljenja sezone većeg od onog ciljanog, 180 dana (Scenarij III). Posljednji procijenjeni scenarij (Scenarij III) definiran je kao dostizanje željene popunjenosti od 180 dana. Da bi se ostvarila navedena popunjenost, broj noćenja (uz postojeći kapacitet) treba iznositi 1,32 mil.

Grafikon 33: Procjena rasta broja noćenja kod obveznika predaje financijskih izvještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2013. do 2020. godine (u tisućama)



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i Strategiji razvoja turizma RH u razdoblju od 2013. do 2020. godine

Porast broja noćenja rezultirat će i povećanjem ukupnih prihoda od turizma i ugostiteljstva te je u nastavku prikazan rast ukupnih prihoda od turizma i ugostiteljstva sukladno procijenjenim godišnjim stopama rasta. Planirano produljenje sezone odnosi se na predsezonu i posezonu kada su cijene cca. 50% niže u odnosu na glavnu sezonu. Iz tog razloga procijenjene stope rasta noćenja

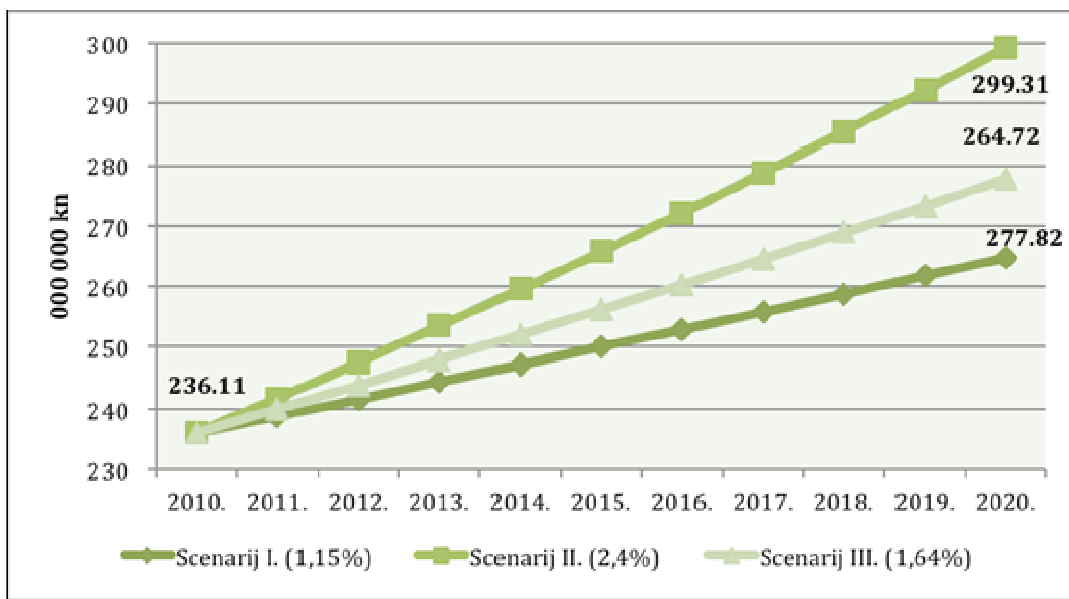
²⁹ Prosječna popunjenost = Broj noćenja / (Kapacitet x 365) x 100 = 1.222.569 / (7.349 x 365) x 100 = 45,58%

³⁰ Prosječna popunjenost = Broj noćenja / (Kapacitet x 365) x 100 = 1.483.060 / (7.349 x 365) x 100 = 55,29%

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

umanjene su za 50%, te primijenjene na ukupne prihode, kako bi se procijenili ukupni prihodi do 2020. godine. Kao referentna godina za procjenu ukupnih prihoda korištena je 2010. godina, iz razloga što podaci FINE (koji su korišteni u ovoj procjeni) za 2011. godinu ne sadrže podatke o poslovanju pravnog sljedbenika poduzeća Rabac d.d..³¹

Grafikon34: Procjena rasta ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva obveznika predaje financijskih izvještaja FINI na području Grada Labina u razdoblju od 2010. do 2020. godine, uslijed rasta broja noćenja



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i Strategiji razvoja turizma RH u razdoblju od 2013. do 2020. godine

Procjena kumulativnog efekta kretanja ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva na području grada Labina do 2020. godine

Produljenje sezone kod nekomercijalnog i komercijalnog smještaja rezultirat će porastom noćenja turista na području Grada Labina, ali i na ukupne prihode djelatnosti turizma i ugostiteljstva.³²

³¹ Poduzeće Rabac d.d. 2011. godine postaje sastavni dio novog poduzeća Riviera Adria d.d., koje nema sjedište na području Grada Labina, što je razlog zbog kojeg njegovi rezultati poslovanja nisu uključeni u podatke FINE

³² S obzirom na kompleksnost metodološke obrade, a uzimajući u obzir važnost nekomercijalnog smještaja, iz procjene su izuzeti obrtnici i ostala poduzeća koja nisu obveznici predaje financijskih izvještaja što direktno pretpostavlja i snažniji pozitivan učinak na kretanje ukupnih prihoda iz turizma i ugostiteljstva ukoliko bi se isti uključili u procjenu.

Za procjenu kumulativnog efekta kretanja ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva razvijena su tri različita scenarija:

- **Scenarij I** – prosječna godišnja stopa rasta **3,95%**³³, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u razdoblju od 2007. do 2012. godine (podaci o noćenjima za 2007. godinu umanjeni su za noćenja ostvarena na području Pićna, iz razloga što ni podaci za 2012. godinu ne uključuju područje Pićna)
- **Scenarij II** – prosječna godišnja stopa rasta **3,91%**³⁴, što predstavlja prosječnu ponderiranu godišnju stopu rasta nekomercijalnog i komercijalnog smještaja prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine.
- **Scenarij III** – prosječna godišnja stopa rasta **3,35%**³⁵, što predstavlja prosječnu ponderiranu godišnju stopu rasta noćenja potrebnu da se dostigne željena popunjenost nekomercijalnog i komercijalnog smještaja; prema izračunatoj prosječnoj godišnjoj stopi rasta, 2020. godine na području Grada Labina dostići će se popunjenost od 146³⁶ dana (2012. g. 112 dana)

³³Izračun: Prosječna godišnja stopa rasta = $\sqrt[5]{\frac{\text{Brojnocenja}_{2012}}{\text{Brojnocenja}_{2007}}} - 1 = \sqrt[5]{\frac{1.320.066}{1.087.851}} - 1 = 0,0395$

³⁴ Izračun: Prosječna godišnja ponderirana stopa rasta = $(0,6589 \times 0,048) + (0,3411 \times 0,022) = 0,0391$, gdje je udio noćenja komercijalnog smještaja na razini RH 2012. jednak 65,89%, a udio noćenja nekomercijalnog smještaja na razini RH 2012. jednak 34,11% (Izvor: Hrvatska gospodarstva komora, http://www.hgk.hr/wp-content/blogs.dir/1/files/mf/dolasci_i_nocenja_turista_prema_vrstama_objekata_za_smjestaj_2012.pdf); stopa rasta noćenja komercijalnog smještaja prema Strategiji razvoja turizma RH. do 2020. 4,8% te stopa rasta noćenja nekomercijalnog smještaja prema istoj strategiji 2,2%.

³⁵ Izračun: Prosječna godišnja ponderirana stopa rasta = $(0,7721 \times 0,0328) + (0,2279 \times 0,0357) = 0,0335$, gdje je udio noćenja komercijalnog sektora 2012. g. Grada Labina 77,21%, a udio nekomercijalnog sektora iste godine 22,79%, te procijenjena stopa rasta da se dostigne željena popunjenost komercijalnog smještaja 3,28%, odnosno 3,57% za nekomercijalni smještaj.

³⁶ Izračun: Broj dana₂₀₁₂ x (1 + prosječna stopa rasta)⁸ = 112 x (1 + 0,0335)⁸ = 146 dana

Slika 15: Ciljevi turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2012. do 2020. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, Hrvatske gospodarske komore i Strategije razvoja turizma RH u razdoblju do 2020. godine

Tablica u nastavku prikazuje procjenu kretanja noćenja prema prethodno opisanim scenarijima. Ukoliko se broj noćenja nastavi povećavati istim trendom kao u prethodnih godina (Scenarij I), tada će broj noćenja 2020. godine (uz postojeći kapacitet) iznositi 1,8 mil noćenja što će značiti popunjenost od 41,76%³⁷, odnosno 152 dana. S druge strane, ako se ostvari rast od 3,91% (Scenarij II) što predstavlja ponderiranu prosječnu godišnju stopu rasta prema Strategiji razvoja turizma RH, tada će se 2020. godine ostvariti 1,79 mil noćenja, što znači prosječnu popunjenost od 41,63%³⁸, odnosno 152 dana. Prva dva moguća scenarija rezultirat će identičnim brojem dana popunjenosti (152), što je više od željene razine popunjenosti od 146 dana (Scenarij III).

Tablica 68: Procjena rasta broja noćenja na području Grada Labina u razdoblju od 2013. do 2020. godine (u tisućama)

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Scenarij I (3,95%)	1.320	1.372	1.426	1.483	1.541	1.602	1.665	1.731	1.800
Scenarij II (3,91%)		1.372	1.425	1.481	1.539	1.599	1.662	1.727	1.794
Scenarij III (3,35%)		1.364	1.410	1.457	1.506	1.556	1.609	1.663	1.718

³⁷ Izračun: Prosječna popunjenost = Broj noćenja/(Kapacitet x 365) x 100 = 1.799.665/(11.807x365)x100 = 41,76%

³⁸ Izračun: Prosječna popunjenost = Broj noćenja/(Kapacitet x 365) x 100 = 1.794.132/(11.807x365)x100 = 41,63%

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, Hrvatske gospodarske komore i Strategije razvoja turizma RH u razdoblju do 2020. godine

Prikazani rast noćenja dovest će i do rasta ukupnih prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva, koja uključuje i komercijalni i nekomercijalni smještaj, odnosno privatne iznajmljivače i obveznike predaje financijskih izvještaja FINI. Planirano produljenje sezone odnosi se na predsezonu i posezonu kada su cijene za cca. 50% niže u odnosu na glavnu sezonu. Iz tog razloga procijenjene stope rasta noćenja umanjene su za 50%, te primijenjene na ukupne prihode, kako bi se procijenili ukupni prihodi do 2020. godine. Kao referentna godina za procjenu korištena je 2010. godina, iz razloga što podaci FINE za 2011. godinu ne uključuju financijske rezultate pravnog nasljednika poduzeća Rabac d.d.³⁹ Procjena rasta ukupnih prihoda po godinama prikazana je tablicom u nastavku.

Tablica 69: Procjena rasta ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina u razdoblju od 2010. do 2020. godine, uslijed rasta broja noćenja (mil. kn)

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Scenarij I (1,98%)		273,3	278,6	284,1	289,7	295,3	301,1	307,0	313,1	319,2	325,4
Scenarij II (1,96%)	268,03 ⁴⁰	273,3	278,6	284,1	289,7	295,3	301,1	307,0	313,1	319,2	325,4
Scenarij III (1,68%)		272,5	277,1	281,8	286,5	291,3	296,2	301,2	306,2	311,4	316,6

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, Hrvatske gospodarske komore, FINE i Strategije razvoja turizma RH u razdoblju do 2020. godine

4.2. UČINCI PORASTA KAPACITETA I PROSJEČNE DNEVNE POTROŠNJE TURISTA

Osim prethodno spomenutih učinaka, očekuje se i porast kapaciteta te rast prosječne dnevne potrošnje turista koji će također imati utjecaj na ukupne prihode djelatnosti turizma i ugostiteljstva. Osim toga opisani su i kumulativni učinci ostvarivanja i porasta kapaciteta (koji

³⁹ Poduzeće Rabac d.d. 2011. godine postaje sastavni dio novog poduzeća Riviera Adria d.d., koje nema sjedište na području Grada Labina, što je razlog zbog kojeg njegovi rezultati poslovanja nisu uključeni u podatke FINE

⁴⁰ Ukupni prihodi turizma i ugostiteljstva (2010.) = ukupni prihodi nekomercijalnog smještaja (privatnog smještaja) + ukupni prihodi komercijalnog smještaja (obveznici predaje financijskih izvještaja FINI = 31,92 mil + 236,11 mil = 268,03 mil kn

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

uključuje produljenje sezone) i porasta prosječne dnevne potrošnje. U nastavku su prikazani navedeni učinci.

Porast kapaciteta

Izgradnjom planiranih dodatnih kapaciteta do 2020. godine Grad Labin raspolagat će sa 14.930⁴¹ ležajeva, što predstavlja povećanje od 26,45% u odnosu na 11.807 ležajeva 2012. godine. Da bi se sa novim kapacitetima 2020. godine ostvarila planirana popunjenost od 40% ili 146 dana godišnje (broj dana popunjenosti 2012. iznosi 112), tada bi broj noćenja turista 2020. godine trebao iznositi 2.179.780, što bi predstavljalo povećanje noćenja za ukupno 65,13%, odnosno za 6,47% prosječno godišnje.

Povećanje broja noćenja, uslijed rasta kapaciteta i ostvarivanja željene razine popunjenosti od 146 dana, dovelo bi i do povećanja prihoda od turizma i ugostiteljstva. S obzirom da se produljenje sezone odnosi na razdoblje predsezone i posezone kada su cijene niže, tada će rast prihoda, kao posljedica rasta noćenja, biti manji za 50% od rasta noćenja, odnosno iznositi će 3,24% godišnje. Uz pretpostavku prosječne godišnje stope rasta od **3,24%** ukupni prihodi turizma i ugostiteljstva 2020. godine iznosili bi **368,69 mil kuna**⁴².

Osim povećanje kapaciteta sukladno odredbama Prostornog plana, u Gradu Labinu željeli bi dostići ukupni kapacitet od 18.650⁴³ ležajeva, što predstavlja povećanje od 57,96% u odnosu na 2012. godinu. Ako se zajedno sa dodatnim ležajevima želi ostvariti planirana popunjenost od 40% ili 146 dana godišnje, tada se broj noćenja treba povećati na 2.722.900 noćenja, što bi značilo povećanje noćenja za ukupno 106,27%, odnosno za 9,47% godišnje.

Porast prosječne dnevne potrošnje turista

Unaprijeđenjem turističke ponude, prvenstveno kroz ponudu novih sadržaja za turiste očekuje se i porast prosječne dnevne potrošnje turista. Prosječna dnevna potrošnja turista u Istarskoj županiji

⁴¹ Izmjene i dopune prostornog plana uređenja Grada Labina – 2011., Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet, Zavod za urbanizam, prostorno planiranje i pejzažnu arhitekturu

⁴² Izračun: Procjenjeni ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva 2020. godine = ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva 2010. x (1 + prosječna godišnja stopa rasta)¹⁰ = 268,03 x (1+0,0324)¹⁰ = 368,69

⁴³ Izvor: Prezentacija Grada Labina, Rabac, rujan 2012.

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

2010. godine iznosila je 67 eura⁴⁴, a 2007. godine 60 eura⁴⁵. Prosječna dnevna potrošnja turista u razdoblju od 2007. do 2010. godine porasla je ukupno za 11,67%, odnosno za **3,75%** godišnje.

Porast prosječne turističke potrošnje pridonio bi ostvarivanju većih ukupnih prihoda, sve i uz nepromijenjenu kvantitativnu komponentu kretanja ukupnih prihoda. Implementacijom godišnje stope rasta prosječne dnevne potrošnje turista u Istri (3,75%) na ukupne prihode djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina, dobili bi se ukupni prihodi za 2020. godinu u iznosu od **387,32 mil kuna**⁴⁶.

Kumulativni učinak porasta kapaciteta i porasta prosječne dnevne potrošnje turista

Kumuliranjem prethodno procijenjenih učinaka rasta kapaciteta i prosječne dnevne potrošnje turista, moguće je postići prosječno godišnje povećanje prihoda i do **7,11%**⁴⁷ te bi do 2020. godine oni mogli narasti do **532,70 mil kuna**⁴⁸.

Međutim, ostvarivanje ovakvog optimističnog scenarija (porast kapaciteta i prosječne dnevne potrošnje turista) iziskuje značajne napore, prije svega financijska ulaganja, svih dionika te ostvarivanje svih predviđenih mjere za razvoj turizma na području Grada Labina.

⁴⁴ Hrvatski turizam u brojkama, Vol. 6, br. 2, Institut za turizam, 2012. (dostupno na:

<http://www.iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Projekti/Informacije/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2012-Broj-02.pdf>)

⁴⁵ Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, TOMAS ljetno 2007., Institut za turizam, 2008. (dostupno na:

http://www.iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2007_Tomas-Ljetno_2007.pdf)

⁴⁶ Izračun: Procijenjeni ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva 2020. godine = ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva 2010. x (1 + prosječna godišnja stopa rasta)¹⁰ = 268,03 x (1+0,0375)¹⁰ = 387,32

⁴⁷ Izračun: Kumulativna prosječna stopa rasta = 1,0375 x 1,0324 = 1,0711 – 1 = 0,0711

⁴⁸ Izračun: Procijenjeni ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva 2020. godine = ukupni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva 2010. x (1 + prosječna godišnja stopa rasta)¹⁰ = 268,03 x (1+0,0711)¹⁰ = 532,70

5. STRATEŠKO POZICIONIRANJE DESTINACIJE

U ovome dijelu prezentiraju se strateške smjernice razvoja turizma u Gradu Labinu. Ovaj je dio usko povezan sa prethodnim u kojem su iznijete analize i zaključci o sadašnjem stanju u destinaciji. Temeljna pretpostavka ovoga dijela je usklađenost sa temeljnim strateškim dokumentima vezanima uz razvoj održivog turizma.

Da bi destinacija uistinu zaživjela kao održiva turistička destinacija, mora se slijediti interdisciplinarni, holistički i integrativni pristup koji uključuje 4 osnovna cilja:

1. Održivo upravljanje destinacijom,
2. Maksimalizacija društvenih i ekonomskih koristi i minimalizacija negativnih utjecaja,
3. Maksimalizacija koristi po lokalnu zajednicu, posjetitelje, kulturnu baštinu i minimalizacija negativnog utjecaja,
4. Maksimalizacija koristi po okoliš i minimalizacija negativnih utjecaja.

STARI TURIZAM U GRADU LABINU činile su:

- Turistička industrija
- Atrakcije

(karakteristike bi bile: plaćeni godišnji odmor, ekonomski rast, jeftini charter letovi, masovni turizam, turisti putuju radi sunca i mora, ulazak multinacionalnih korporacija?)

NOVI TURIZAM U GRADU LABINU čine:

- Potrošači
- Iskustvo
- *Priča koju valja ispričati po povratku!*

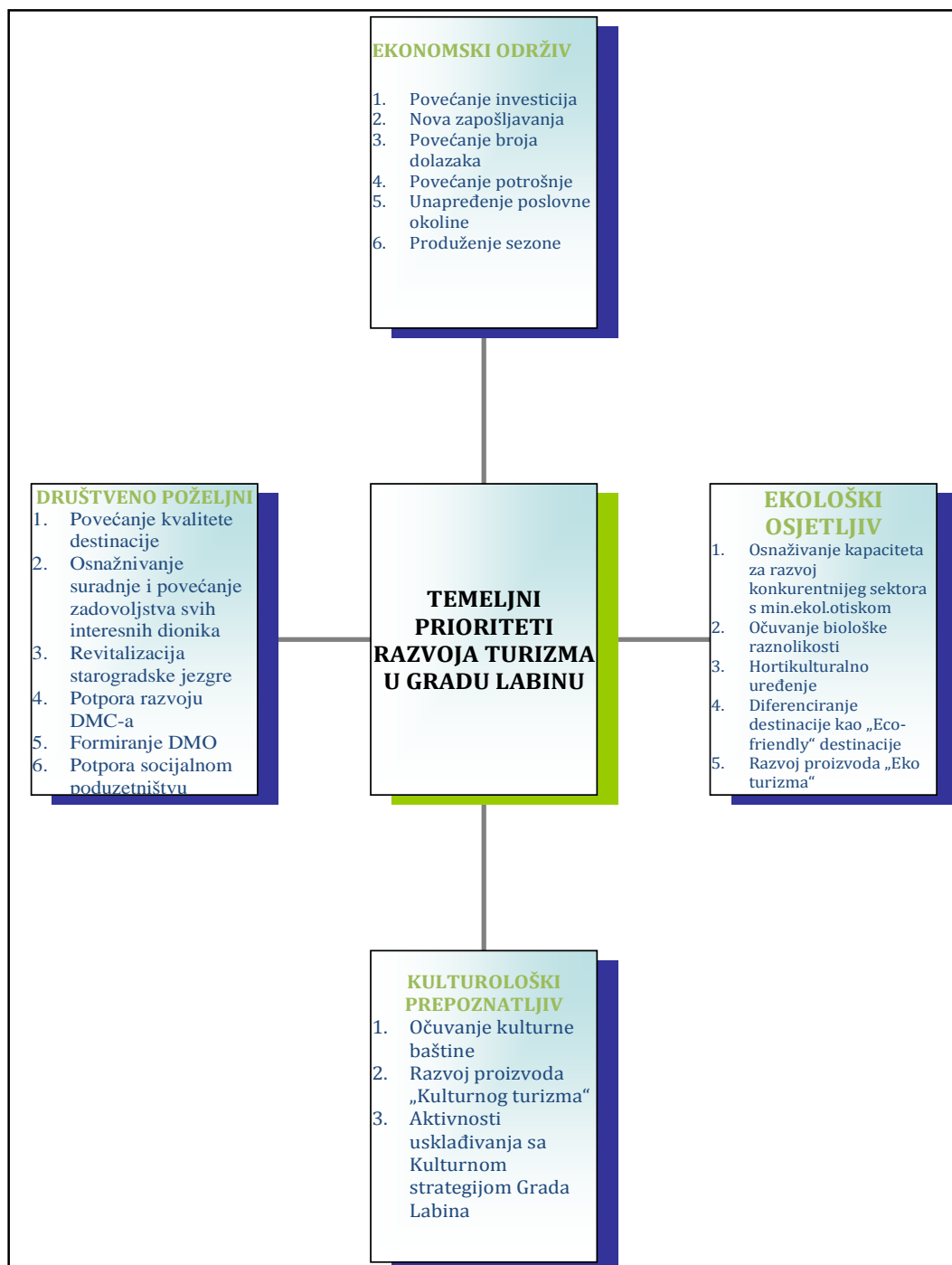
5.1. Strateški ciljevi razvoja

Nastavno na navedena 4 prioriteta, definirano je i 20 strateških ciljeva kako bi prioriteti postali „opipljiviji“, shvatljivi i u konačnici mjerljivi, kao i nulti korak sa kojim bi destinacija trebala započeti, a to je **IZGRADNJA PREPOZNATLJIVOSTI DESTINACIJE** kroz određivanje identiteta destinacije (po čemu će destinacija biti prepoznatljiva), brendiranje destinacije i određivanje

Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina 2014. – 2020.

vizualnog identiteta destinacije. Ciljevi su kroz akcijski plan upotpunjeni inicijativama koje predstavljaju okvir kako bi Gradske vlasti i svi interesni dionici mogli osnažiti napore prema njihovu dostizanju.

Slika 16: Temeljni prioriteti razvoja turizma u Gradu Labinu



Izvor: Izrada autora

Kako bi se osiguralo provođenje Strategije predložen je i snažan i **učinkovit sustav upravljanja turističkom destinacijom.**

5.2. Akcijski plan

PRIORITET 1 – EKONOMSKI ODRŽIV TURIZAM GRADA LABINA	
CILJ 1: POVEĆANJE INVESTICIJA	
INICIJATIVE – OPIS	
Nove investicije u izgradnju podrazumijevaju ulaganja u podizanje razine kvalitete postojećih smještajnih objekata, posebice smještaja u kućanstvima i hotela. Naglasak se daje na:	
<ol style="list-style-type: none">1. Dodatne investicije u male hotele i kampove visoke kategorije(posebno u starom gradu Labinu i novoj zoni Gondolići), pansione, B&B objekti i postepena ulaganja u difuzne hotela2. Greenfield investicije u manje objekte, vile s bazenima i pansione, kampove visoke kategorije, a prema temeljnom turističkom profilu destinacije u zonama u kojima još ne postoje izgrađeni kapaciteti za smještaj gostiju3. Prenamjena objekata u vlasništvu Grada Labina u turističke svrhe– posebice ulaganje u difuzne hotele u starogradskoj jezgri. Objekti trebaju biti tematizirani (obiteljski, sportski, zdravstveni) kako bi se udovoljilo preporukama Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, ali i mora biti poštivana arhitektonska specifičnost mjesta, ali i ispoštovana načela održive gradnje. Iskoristivost fondova EU4. Investicije u infrastrukturu – ulaganja u unapređenje cestovne povezanosti destinacije i rješavanje problema parkirališta u Rapcu potencijalno kroz model montažne garaže (parkinga), te izgradnja žičare Rabac-Labin	
VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:	
<ol style="list-style-type: none">1. 2013. – 2020.2. 2013. – 2020.3. 2013. – 2015.4. 2013. – 2020.	
INDIKATORI: broj novo-otvorenih difuznih hotela u starom Gradu Labinu, broj otvorenih novih malih hotela/pansiona na području destinacije, broj novih parkirnih mjesta u Rapcu i Labinu, izgradnja žičare, broj projektnih prijava prema EC za unapređenje infrastrukture	
CILJ 2: NOVA ZAPOŠLJAVANJA	
INICIJATIVE – OPIS	
U novim turističkim punktovima u skladu s ekonomskim procjenama i modelima kao i normativima rada i kategorijama smještajnih objekata	
VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:	
Usklađen s dinamikom provođenja investicija	

INDIKATORI: statističke evidencije zaposlenih u turizmu, zaposleni po mjestu stanovanja i stručnoj spremi

CILJ 3: POVEĆANJE BROJA DOLAZAKA

INICIJATIVE – OPIS

Kako bi se strateški destinacija uspješno pozicionirala, pored kvalitete ponude, posebno je važno agresivnijim marketingom privatnog i javnog sektora, nove DMO i promocije DMC-a privući tržišne segmente prema definiranim turističkim proizvodima. Europa, kao najznačajnija emitivna regija, bilježi sve veći porast putnika koji pored tradicionalnog odmora na suncu i moru, navode i druge motive putova (sport, priroda, kultura).

Predlaže se povećanje broja ležajeva za maksimalno 3.000 ležajeva do 2020. prema definiranim novim investicijama na strateški važnim turističkim punktovima.

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

INDIKATORI: statistička izvješća o broju dolazaka i noćenja, statistička izvješća o ukupnom broju kapaciteta na godišnjoj razini i definirani planovi za narednu godinu

CILJ 4: POVEĆANJE POTROŠNJE

INICIJATIVE – OPIS

Uz kontinuirano povećanje kvalitete smještajnih objekata, jačanje kvalitete ponude destinacije, te targetirani marketing tržišnim segmentima više platežne moći utjecati će na ukupno povećanje potrošnje turista u destinaciji. Marketinške aktivnosti definirane su Marketing planom, dok se ulaganje u kvalitetu ističe pod prioritetom 4, cilj 1.

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI: kontinuirano

INDIKATORI: /

CILJ 5: UNAPREĐENJE POSLOVNE OKOLINE

INICIJATIVE – OPIS

Treba osigurati kvalitetne, ohrabrujuće i motivirajuće uvjete poslovanja u turizmu, kao i potporu investicijama u turizam. Većina predloženih aktivnosti u ovome dijelu odnose se na komunikaciju sa poduzetnicima u turizmu kao i ostalim interesnim dionicima koji mogu utjecati na prirodu i definirati buduće investicije u turizmu.

Predložene aktivnosti:

1. ***O snažiti svijest i razumijevanje turističke problematike, kao i doprinos turizma zajednici*** kroz: a) osmišljavanje PR kampanja za medije i lokalne novine kako bi se prenijela pozitivna poruka o značaju turizma za zajednicu; b) lokalnu zajednicu kontinuirano informirati o turističkim rezultatima u zajednici, o novim idejama i razvojnim prijedlozima; c) sakupljati i objavljivati zanimljive priče o pozitivnim učincima turizma
2. ***Potporna investicijama u nove smještajne kapacitete ili obnovu kapaciteta kako bi se išlo ususret novim tržišnim zahtjevima*** kroz: istraživanje mogućnosti izgradnje i dizajna kapaciteta s visokom energetsom učinkovitošću, potpore u vidu unapređenja kvalitete definirane prioritetom 4, ciljem 1 i prioritet 2, ciljem 2, potpora izgradnji hostela za mlade kojima se definiraju novi turistički proizvodi za produljenje sezone
3. ***Ulaganje u razvoj ljudskih potencijala i posebna ulaganja u obrazovanje i***

trening ugostitelja kroz: a) izradu procjene potrebe za ljudskim resursima u turizmu; b) trening i specijalne radionice za pružatelje usluga u turizmu (o kvaliteti, uspješnosti obavljanja vrhunske ugostiteljske usluge, stručna usavršavanja kuhara kako bi se upoznalo sa novim trendovima u svjetskoj kuhinji, obrada hrvatske gastronomske baštine, edukacije za barmene i sommeliere, upoznavanje biološke raznolikosti); c) uspostavljanje suradnje sa Srednjom školom Mate Blažina u Labinu i Sveučilištem u Puli.

4. **Raditi na poboljšanju dostupnosti i kvalitete širokopojsnog mobilnog signalaz** zbog prilagođavanja suvremenim trendovima koji zahtijevaju mobilni Internet uvijek i svugdje, a i radi mobilnog surfanja, pristupanja društvenim mrežama i razvijenim turističkim aplikacijama destinacije

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Započeti krajem prve godine provođenja aktivnosti
2. Započeti početkom prve godine provođenja i provoditi kontinuirano
3. Započeti sredinom prve godine provođenja aktivnosti

INDIKATORI:

1. broj provedenih PR kampanja za medije i lokalne novine s ciljem isticanja važnosti turizma i ulaganja u turizam, evidencija modela izvještavanja lokalne zajednice o turističkim rezultatima i doprinosu turizma lokalnoj zajednici, web sekcija o sakupljenim pričama i izvještajima o doprinosu turizma lokalnoj zajednici;
2. Izrađena arhitektonska podloga o mogućnostima buduće izgradnje objekata visoke energetske učinkovitosti i skladnog vizualnog identitet, objavljen model potpore izgradnji hostela;
3. Studija procjene potreba za ljudskih resursima u turizmu; broj održanih treninga i radionica za pružanje usluga u turizmu (na godišnjoj razini); sporazumi o suradnji s visokoobrazovnim institucijama;
4. Izvještaji o razvoju mreže mobilnog signala (polugodišnji) s točno evidentiranim novim zonama pokrivenosti.

CILJ 6: PRODUŽENJE SEZONE

INICIJATIVE – OPIS

Produljenje sezone ide u skladu s prosječnom popunjenošću kapaciteta, gdje je važno zamijetiti visoku popunjenost hotelskih kapaciteta i iznimno nisku popunjenost kapaciteta u obiteljskom vlasništvu (12%).

Produženje sezone je isključivo moguće uz razvoj novih proizvoda ekoturističke destinacije (prioritet 2, cilj 4) i destinacije kulture (prioritet 3, cilj 2), te slijeđenjem aktivnosti iz marketing plana, kao i slijeđenjem aktivnosti iz akcijskog plana u smislu povećanja kvalitete smještajnih kapaciteta.

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI: kontinuirano

INDIKATORI: broj dolazaka i noćenja u pred i podsezoni

PRIORITET 2 – EKOLOŠKI OSJETLJIV TURIZAM GRADA LABINA

CILJ 1: OSNAŽIVANJE KAPACITETA ZA RAZVOJ KONKURENTNIJEG SEKTORA S MINIMALNIM EKOLOŠKIM OTISKOM

INICIJATIVE – OPIS

Sugerira se „portfeljni pristup“ koji pretpostavlja kombinaciju inicijativa uz uključivanje različitih izvora poput novčanih sredstava, ljudskih resursa i znanja, potpore javne uprave i sl. Predložene aktivnosti:

1. Odluka o smanjenju emisije stakleničkih plinova za 23,71% (nadovezivanje na Akcijski plan energetske održivog razvitka Grada Labina – Albona⁴⁹)

2. Definiranje mjera uštede energije u turizmu

3. Izrada plana upravljanja otpadom na razini lokalne zajednice – njime bi se definirao tip, kvantiteta, izvor otpada i sustav prikupljanja otpada. Unaprijeđen sustav upravljanja otpadom može uvelike donijeti do smanjenja emisije stakleničkih plinova, no ono što je još važnije – do stvaranja novih radnih mjesta.⁵⁰

4. Podizanje razine svijesti među građanima i poduzetnicima o važnosti odvajanja otpada i recikliranja, ali i ekoloških inicijativama poput eko certifikata i certifikata o održivom poslovanju kroz: a) periodične radionice⁵¹; b) posebne web sekcije o pozitivnim učincima energetske učinkovitosti. Potrebno je mjeriti frekvenciju pristupa informacijama (po osobi), stupanj zadovoljstva lokalne zajednice sa kvalitetom i kvantitetom dostupnih informacija (anketiranje – online/offline), kao i zadovoljstvo partnera pristupu potrebnim informacijama (anketiranje – online/offline), evidentiranje broja izdanih brošura, letaka, objave informacija i sl.

5. Podupiranje investicija u čiste tehnologije i diseminacija informacija o tome kroz:

a) subvencijama za efikasnu uporabu energije i ostalih resursa Grad Labin može utjecati na ponašanje koje može dovesti do smanjenja ovisnosti o neobnovljivim izvorima i efikasnije potrošnje, kao i racionalnije uporabe resursa; b) mjerenje uspješnosti takvih projekata – broj mogućih prijava, broj brošura, letaka, posjeta web sekcijama o tome (Internet statistika), pozitivni primjeri

6. Započeti s primjenom koncepta „3R“ (Reduce-Reuse-Recycle politike) od strane samoga Grada i svih gradskih poduzeća pozitivan su primjer pomaka i doprinosa energetske učinkovitosti i

7. „Kružno gospodarstvo“ – temelji se na društvu koje reciklira s ciljem smanjenja generiranja otpada i korištenja otpada kao resursa nove proizvodnje. U svrhu doprinosa predlaže **sustav gospodarenja otpadom „0 otpada“**.

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Nadovezivanje na politiku energetske učinkovitosti i zaštite okoliša Grada Labina 2008. godine
2. Prva godina
3. Prva godina
4. Započeti krajem prve godine i provoditi kontinuirano
5. Planiranje započeti krajem prve godine, od druge godine započeti s projektima potpore
6. Započeti krajem prve godine
7. Započeti u drugoj godini

⁴⁹ Grad Labin, IDA, City SEC (2013.) Akcijski plan energetske održivog razvitka grada Labina – Albona. Rijeka: Sensus d.o.o.

⁵⁰Otprilike bi se 500.000 novih radnih mjesta moglo otvoriti u EU da se recikliralo 70% otpada.

⁵¹ Radionice mogu biti i upoznavanje sa eko standardima, eko certifikatima i sl. kao npr. o EU Eco Label, Bio Hotels certifikaciji, ANAB, Earth Check i sl.

INDIKATORI:

1. Javno objavljena odluka o smanjenju emisije stakleničkih plinova (web sekcija grada i DMO-a); izrada posebne web sekcije na web stranicama Grada Labina na kojoj će se prikazivati sve ekološke inicijative Grada, te koja će biti povezana sa web stranicama DMO destinacije u dijelu povezanosti ekoloških inicijativa s razvojem turizma; nadovezivanje na Akcijski plan energetske održivosti razvitka Grada Labina – Albona
2. Razrada i objava mjera uštede energije u turizmu na web stranicama Grada i DMO-a
3. Izrađen i javno objavljen plan upravljanja otpadom na razini lokalne zajednice
4. Broj odrađenih radionica, kontinuirano osvježavanje web site-a, izvještaji o frekvenciji pristupa web site-ovima, analiza i javna objava zadovoljstva lokalne zajednice sa kvalitetom i kvantitetom dostupnih informacija (anketiranje – online/offline), kao i zadovoljstvo partnera pristupu potrebnim informacijama (anketiranje – online/offline), evidentiranje broja izdanih brošura, letaka, objave informacija
5. Prikupljanje sredstava putem fondova EU kroz projektne prijave, kanaliziranje sredstava za subvencije i javna objava istih, te mjerenje uspješnosti projekata – broj prijava, broj brošura, letaka, posjeta web sekcijama o tome (Internet statistika), objava pozitivnih primjera
6. Javna objava predanosti Grada „3R“ i kvartalne javne objave rezultata putem web stranica Grada
7. Mjerenje i objava napredovanja projekta „0 otpada“

CILJ 2: OČUVANJE BIOLOŠKE RAZNOLIKOSTI

INICIJATIVE – OPIS

Predlaže se integrirano upravljanje biološkom raznolikošću i turizmom uz participativni proces planiranja (uključivanje interesnih dionika) i adaptivni menadžment.

Predložene aktivnosti:

1. Popisivanje biološke raznolikosti

2. Promocija ekonomske vrijednosti očuvanja biološke raznolikosti i održive uporabe kroz stimulaciju turizma – posebno u segmentu gdje se radi o novom zapošljavanju i uporabi lokalnih proizvoda i usluga što će uvelike doprinijeti smanjenju neodržive eksploatacije prirodnih resursa (podrazumijeva razvoj novih turističkih proizvoda)

3. Konzervacije biološke raznolikosti kroz podizanje svijestimeđu građanima kroz: a) kontinuirano uključivanje građana u projekte očuvanja biološke raznolikosti; b) diseminaciju informacija; c) radionice, radionice; d) novinske isječke; e) društvene mreže i portale, audiovizualni medije; f) pozivanje građana na volonterske aktivnosti s ciljem poticanja očuvanja biološke raznolikosti.

Potrebno je mjeriti frekvenciju pristupa informacijama (po osobi), stupanj zadovoljstva lokalne zajednice sa kvalitetom i kvantitetom dostupnih informacija, kao i zadovoljstvo partnera pristupu potrebnim informacijama.

4. Razvoj komunikacijskih kanala za podizanje svijestimeđu posjetiteljima uz: a) izadavne brošura; b) posebne web sekcije o zaštićenim područjima i područjima od posebnog značaja. Mjerenje putem evidentiranja broja brošura, letaka, Internet materijala, ispitivanje stavova (anketiranje).

5. Ostvarivanje dodatnog prihoda za očuvanje iz turizma (u dogovoru s interesnim dionicima – turističkim agencijama, hotelskim poduzećima, može se raditi na izradi novih turističkih proizvoda čija cijena bi uključivala i dio doprinosa zaštiti biološke raznolikosti u destinaciji – povezanost sa DMC)

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Prva godina
2. Intenzivno prva godina i provoditi kontinuirano
3. Kontinuirano
4. Kontinuirano
5. Započeti sredinom druge godine

INDIKATORI:

1. Izrada popisa biološke raznolikosti i javna objava istog
2. Broj osmišljenih novih eko turističkih proizvoda
3. Broj uključenih građana u projekte biološke raznolikosti (broj volontera); uključivanje partnera – učenika i studenata u projekte očuvanja biološke raznolikosti i javna objava svih aktivnosti; evidentiranje načina diseminacije informacija; broj održanih radionica i radionica na temu; broj evidentiranih novinskih isječaka; analiza aktivnosti društvenih mreža; broj novih volontera na godišnjoj razini
4. Evidencija razvijenih komunikacijskih kanala. Mjerenje putem evidentiranja broja brošura, letaka, Internet materijala, ispitivanje stavova (anketiranje i javna objava rezultata).
5. Broj razvijenih turističkih proizvoda čija finalna cijena uključuje i % prihoda za očuvanje biološke raznolikosti zajednice – ulazi u poseban fond za očuvanje biološke raznolikosti

CILJ 3: HORTIKULTURALNO UREĐENJE

INICIJATIVE – OPIS

1. Uređenje i održavanje glavnih turističkih pravaca
2. Poticanje uređenja okućnica – privatnih posjeda kroz sustav nagrađivanja, olakšice itd.

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Kontinuirano
2. Započeti sredinom prve godine i provoditi kontinuirano

INDIKATORI:

1. Analiza projekata uređenja i javno objavljivanje istih
2. broj prijavljenih građana u natjecanjima za uređenje okućnice, inicijative koje dolaze od strane građana u smislu osviještenosti o izgledu okoline kroz MO

CILJ 4: DIFERENCIRANJE DESTINACIJE KAO „ECO-FRIENDLY“ DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

Gradu Labinu sugerira se djelovanje na principu: UKLJUČENJE – OSNAŽIVANJE – INSPIRACIJA

Kako bi Grad Labin bio tržišno prepoznat kao Eco-friendly, cijela destinacija bi trebala

voditi računa o potrebi za zaštitom okoliša i skladu s prirodom. Stoga, u drugoj fazi implementacije zelenih inicijativa u poslovne prakse trebalo bi uključiti čitav poslovni sektor, ne samo ponuđače iz sfere turizma, a zadnji korak predstavljalo bi uključivanje kućanstava – počevši od potpora za korištenje obnovljivih izvora energije, olakšica za zelenu gradnju, limitiranja dozvoljene količine otpada i sl. Uočava se povezanost sa prioritetom 2 i aktivnostima navedenim pod ciljem 1.

Kako bi se destinacija Labin-Rabac tržišno mogla pozicionirati kao „Eco-friendly“ turistička destinacija, potrebno je poduzeti aktivnosti kojima će se destinacija promovirati više od destinacije poželjne za obiteljski odmor i odmor umirovljenika. Potrebno je razraditi Strategiju ciljnog tržišta uz definirani sustav novih turističkih proizvoda ekoturističke destinacije, a prema predloženim aktivnostima iz Marketing plana. Potrebno je osigurati visoku kvalitetu informacija potencijalnom posjetitelju i to u tiskanom formatu, putem weba, društvenih medija i aplikacija na pametnim telefonima i televizijama.

Pored toga, predlaže se:

1. **Detaljna razrada standarda i kriterija certificiranja ekološki odgovornih hotela, kao i uvođenje posebnih standarda za obiteljski smještaj (kućanstva).** Time Grad Labin podupire uvođenje sustava certificiranja „zelenog“ poslovanja prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020.
2. **Posebno oglašavanje predviđeno za objekte s dobivenim certifikatima** (DMO aktivnosti i DMC)
3. **Uvođenje električnih bicikala kao jednog od prijevoznih sredstava u destinaciji.** Električne bicikle koje udovoljavaju zahtjevima za očuvanjem prirode, a ujedno su i ekonomičniji način prijevoza jer imaju i minimalne troškove održavanja. Započeti s inicijativom unajmljivanja takvih bicikala na punktovima diljem destinacije za turiste, ali i žitelje grada Labina.
4. **Rad na pridruživanju Grada Labina:**
 - DestiNet-u – portalu usmjerenom diseminaciji znanja, održivom i odgovornom turizmu.
 - Međunarodnoj zajednici za ekoturizam

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Prva polovica prve godine provođenja
2. Druga godina provođenja
3. Druga godina provođenja
4. Započeti s početkom provođenja aktivnosti i provoditi kontinuirano dok se destinacija ne pridruži organizacijama

INDIKATORI:

1. Objavljeni eko standardi i pozivi na angažman
2. Razrađena posebna sekcija za oglašavanje objekata kojima su standardi dodijeljeni na stranicama DMO-a
3. Razrada modela uvođenja električnih bicikala, broj električnih bicikala na godišnjoj razini
4. Kontinuirano evidentiranje i objava napredovanja u projektima pridruživanja

CILJ 5: RAZVOJ PROIZVODA EKOTURISTIČKE DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

Eco-friendly koncept treba se prožimati kroz sve osnovne aktivnosti turista u destinaciji: „sleep“, „eat“, „see“ i „do“ stoga je za svaki od ovih elemenata potrebno osmisliti adekvatan flagship koji će u pravoj fazi biti nositelj imidža destinacije (kasnije razrađeno u marketinškom planu).

Po principu „*Umbrella Branding-a*“ potrebno je definirati novu struktura turističkih proizvoda za specijalne tržišne niše, a u skladu i s novom Strategijom razvoja turizma RH do 2020⁵². To su prije svega proizvodi visoke atraktivnosti i visoke konkurentnosti (regija: Sjeverni Jadran): *cikloturizami ronilački turizam* (U Istri je to tercijarni proizvod), te proizvodi srednje atraktivnosti i visoke konkurentnosti: *odmor u ruralnim područjima* (primarni proizvod u Istri) i *kulturni turizam* (kulturni turizam u akcijskom planu razrađen pod prioritetom 3). Iz sekundarnih turističkih proizvoda izdvajaju se *medicinski* i *wellness turizam* (nova zona razvoja dodatnih kapaciteta).

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Kontinuirano

INDIKATORI: broj novo razvijenih eko turističkih proizvoda, stupanj uključenosti lokalne zajednice, broj modificiranih / prošireni proizvoda, broj privatnih iznajmljivača uključenih u turističke proizvode, broj ostvarenih suradnji, broj agencija koje su proizvode uvrstile u svoj asortiman, modalitet prodaje (online, broj punktova), prodaja (broj prodanih paketa/izleta/karata; prihod, dobit), zadovoljstvo gostiju isprobanim proizvodima, percepcije gostiju o samoj ponudi proizvoda (bogata vs. siromašna), percepcije gostiju o destinaciji (npr. koliko je eko-friendly, što nedostaje ekološkoj ponudi i sl.)

PRIORITET 3 – KULTUROLOŠKI PREPOZNATLJIV TURIZAM GRADA LABINA

CILJ 1: OČUVANJE KULTURNE BAŠTINE

INICIJATIVE – OPIS

1. Očuvanje i promocija tradicionalnih zanata i vještina
2. Očuvanje i promocija materijalne i nematerijalne kulturne baštine

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Kontinuirano
2. Kontinuirano

INDIKATORI: usklađeni sa Kulturnom strategijom Grada Labina

CILJ 2: RAZVOJ PROIZVODA KULTURNOG TURIZMA

INICIJATIVE – OPIS

⁵² Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2012.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb: Institut za turizam.

Nacionalnom strategijom razvoja turizma kulturni je turizam definiran kao primarni proizvod na području Istre. Stoga je potrebno razvijati nove proizvode iz segmenta kulturnog turizma i promovirati iste ciljnim skupinama. Predložene aktivnosti:

- 1. Identifikacija tema/područja koja imaju perspektivu razvoja u budućnosti iz sfere kulture i umjetnosti, kao i tematskih ruta kod kojih postoji mogućnost zajedničke promocije** kroz: uključivanje interesnih dionika (umjetnici, predstavnici agencija, predstavnici javne uprave, DMO i DMC)
- 2. Razvijanje partnerstva i sudjelovanje u zajedničkim međunarodnim projektima** kojima je cilj očuvanje i promocija kulturne baštine u turističke svrhe (posljednji projekt je: „Rudarsko naslijeđe: generator gospodarskog i turističkog razvoja“)
- 3. Organiziranje događanja na kojima se promovira lokalna hrana i lokalni proizvodi („Doručak u Gradu“ ili sl.) tokom cijele godine**
- 4. Slijeđenje aktivnosti definiranih marketing planom(kreiranje proizvoda) i osiguranje visoke kvalitete informacija potencijalnom posjetitelju i to u tiskanom formatu, putem weba, društvenih medija i aplikacija na pametnim telefonima i televizijama.**

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Prva godina provođenja, te periodično kroz cijeli period
2. Kontinuirano
3. Započeti s drugom godinom i na temelju povratnih informacija nastaviti tijekom cijelog perioda
4. Iz marketing plana

INDIKATORI:

1. Broj održanih sastanaka sa ključnim interesnim dionicima u pogledu kreiranja kulturološke ponude destinacije, broj uključenih dionika (privatnih iznajmljivača koji su uključili neke proizvode u svoju ponudu, turističke agencije ili DMC koje su uključile nove proizvode u svoju ponudu) i broj novo razvijenih kulturnih turističkih proizvoda
2. Broj projekata na kojima sudjeluje kako Grad Labina tako i TZ Grada Labina
3. Posjećenost događanja (broj prodanih paketa/izleta/karata; prihod, dobit)
4. Mjerenje dometa marketinških aktivnosti (objave, prilozi, ...);zadovoljstvo gostiju isprobanim proizvodima, percepcije gostiju o samoj ponudi proizvoda (bogata vs. siromašna), percepcije gostiju o destinaciji (npr. što nedostaje kulturološkoj ponudi i sl.)

CILJ 3: AKTIVNOSTI USKLAĐIVANJA S KULTURNOM STRATEGIJOM GRADA LABINA INICIJATIVE – OPIS

Usklađivanje sa navedenom Strategijom

PRIORITET 4: DRUŠTVENO POŽELJNI TURIZAM GRADA LABINA

CILJ 1: POVEĆANJE KVALITETE DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

Nemoguće je dostići održivost ukoliko se radi na kontinuiranom unapređenju kvalitete cjelokupne ponude destinacije. Interes za uvođenje sustava upravljanja kvalitetom iznimno je porastao posljednjih godina zbog sve većih očekivanja i zahtjeva od strane potražnje, kao i zaštite prava kupaca. Bitna je kvaliteta i garancija dostizanja najviših standarda. Prijedlozi u nastavku idu u smislu poticanja uvođenja kako sustava upravljanja kvalitetom, tako i investicija u smještajne kapacitete kako bi se osigurala viša kategorija istih, kao i poticanje više kvalitete ugostiteljske ponude (restorana, fast-food-ova, bistro-a). Time se direktno utječe na kvalitete ukupne ponude u destinaciji.

- 1. Promoviranje predanosti destinacije kvalitetom** kroz: a) izradu Povelje o kvaliteti u turizmu Grada Labina; b) definiranje standarda kvalitete za hotele, male hotele, pansionere, smještajne kapacitete u obiteljskom vlasništvu, kampove i restorane (*bronze, silver i gold* standard kvalitete u turizmu Grada Labina); c) informiranje interesnih dionika o standardima kvalitete kroz radionice, edukacije i slično; d) izrada *Kodeksa ponašanja ugostitelja*; e) certificiranje objekata koji udovolje standardima; e) promocija Travelife inicijative⁵³ sa kojom se već započelo u RH (uz pomoć Udruge hrvatskih putničkih agencija), pa se sugerira i formiranje partnerstva i podizanje razine svijesti hotelijera i turističkih agencija o važnosti pridruživanja projektu Travelife (posebno hotelijera) kroz web portal, u sklopu radionica o podizanju svijesti o važnosti kvalitete i povezanosti kvalitete i održivosti (vidi 1.c. unutar glavne aktivnosti).
- 2. Poticanje sudjelovanja u programima kvalitete i implementacije sustava upravljanja kvalitetom** kroz: a) posebnu promociju certificiranih objekata (newsletteri, brošure, izrada web sekcija za certificirane objekte i slično); b) Kod hotelijera se posebno preporuča *uvođenje standarda ISO 9001:2008*, a Grad Labina može pomoći edukacijama koje bi doprinijele snažnijem osvješćivanju hotelijera, kao i primjerima dobre prakse.
- 3. Suradnja s poduzetnicima u turizmu u svrhu unapređenja njihova znanja o destinaciji, informiranja o događanjima u destinaciji, poboljšanja brige o klijentu i srdačnosti dobrodošlice** kroz: a) treninge o kvaliteti u području pružanja dobrodošlice i brizi o klijentu kroz seriju programa poput „Welcome to Excellence“; b) treninge o osmišljavanju novih turističkih proizvoda i dodjelu priznanja polaznicima; c) distribuciju dovoljnog broja materijala poduzetnicima u turizmu na kojima se predstavljaju aktivnosti destinacije (npr. Ostanite još malo duže u ... i sl.)
- 4. Razvijanje sustava ispitivanja zadovoljstva turista različitim elementima ponude.**⁵⁴

⁵³ Travelife je vodeća inicijativa za osposobljavanje, upravljanje i certificiranje turističkih tvrtki koje su posvećene održivom razvoju. Više na: <http://www.travelife.info/index.php?lang=hr>

⁵⁴ Temeljna pitanja koja valja postaviti kako bi se ispitalo zadovoljstvo jesu ona koja naglašavaju stupanj zadovoljstva u usporedbi s očekivanim stupnjem zadovoljstva posjetom destinaciji i ponudom. Primjeri pitanja: A) Potpuno sam uživao ovdje. B) Ova je destinacija osigurala čitav niz pozitivnih iskustava. C) Ovdje sam dobio potpunu vrijednost za novac. D) Preporučio bih ovu destinaciju prijateljima.

5. *Provođenje inovativnog koncepta mjerenja kvalitete usluga* u destinaciji metodom tajnog gosta i to na kontinuiranoj bazi.
6. *Povećanje kategorije smještajnih objekata* sugerira se već u prioritetu 1 – cilj 1
7. *Kontinuirana praćenja kakvoće vode*
8. *Preporuča se rad na prihvaćanju GSTC za destinacije*⁵⁵

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Započeti s prvom godinom provođenja i provoditi kontinuirano
2. Prva godina provođenja (vezano s aktivnostima DMO i kreiranja novog web site-a)
3. Započeti polovinom prve godine provođenja i provoditi kontinuirano
4. Započeti odmah u prvoj godini provođenja i provoditi kontinuirano
5. Započeti početkom druge godine provođenja
6. 2013. – 2020.
7. Kontinuirano
8. Započeti u prvoj godini provođenja aktivnosti (u okviru DMO aktivnosti)

INDIKATORI: uspostava sustava podataka

CILJ 2: OSNAŽIVANJE SURADNJE INTERESNIH DIONIKA

INICIJATIVE – OPIS

Grad Labin bi trebao djelovati na principu „dobrog građanina“ i u sinergiji sa interesnim dionicima. Potrebno je kontinuirano uključivati interesne dionike u procese destinacijskog planiranja i odlučivanja. Predloženo se može ostvariti kroz:

1. *Periodične radionice i ispitivanja za interesno utjecajnim skupinama* - kako bi se ispitalo mišljenje, čule ideje i stavovi, a time moglo pozitivno utjecati na razvoj „dobrog osjećaja“ življenja u zajednici u kojoj se mišljenja uvažavaju. Ispitivanja se mogu provoditi putem bloga, online ispitivanja na portalu i sl.
2. *Javno objavljivanje rezultata ispitivanja, mjerenja i odrađenih radionica* – portal Grada, TZ-a, web sekcija o turizmu, društvene mreže, blogovi

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Započeti s drugom godinom provođenja aktivnosti
2. Od druge godine provođenje kontinuirano

INDIKATORI:

1. Promjena broja uključenih interesnih dionika kroz godine, broj provedenih online ispitivanja, broj blogova i promjena kroz vrijeme
2. Javna objava rezultata ispitivanja, analiza posjećenosti društvenih mreža posvećenih razvoju turizma

CILJ 3: REVITALIZACIJA STAROGRADSKJE JEZGRE

INICIJATIVE – OPIS

Inicijativa „Vratiti život u stari grad“ putem aktivnosti:

1. *Potporna mali obrti –postolari, bravari...(jeftiniji najam prostora)*
2. *Sufinanciranje obnove pročelja zgrada u starom gradu*

⁵⁵ Global Sustainable Tourism Council (2012.) Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations, dostupno na: <http://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/criteria-for-destinations.html>

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI: kontinuirano
<p>INDIKATORI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Broj novootvorenih obrta u Starom Gradu 2. Ukupni iznos potpora 3. Dostignuta razina obnovljenosti fasada, promjena zainteresiranosti za uključivanjem
CILJ 4: POTPORA RAZVOJU DMK-a
INICIJATIVE – OPIS
DMC se može osnovati i kao oblik socijalnog poduzetništva.
VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Započeti krajem prve godine provođenja
INDIKATORI: /
CILJ 5: FORMIRANJE LOKALNE DESTINACIJSKE MENADŽMENT ORGANIZACIJE (DMO)
INICIJATIVE – OPIS
<p>Osnovati se mora kao javno-privatno partnerstvo (hotelijeri, Grad Labin) kako bi se mogla provoditi prodaja turističkih proizvoda na razini destinacije. Uloga DMO očituje se u utjecaju na turističku politiku, planiranje u turizmu, upravljanje internim i eksternim okruženjem, brand-om i pozicioniranjem destinacije. Nadležna turistička zajednica trebala bi postati katalizator suradnje različitih dionika direktno zainteresiranih za turizam. Mogućnosti suradnje su različite – od stvaranja interesnih klastera po proizvodima, osmišljavanje paket aranžmana različitog opsega i cijene, edukacija i potpora novim poduzetničkim poduhvatima, zajednički marketing i promocija i slično.</p> <p>Aktivnosti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Formiranje DMO-a</i> 2. <i>Definiranje novog mjesta glavnog ureda turističke zajednice. Poželjno je da ured bude u Rapcu (moguća suradnja s DMC)</i>
VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prva godina – pronalazak zainteresiranih partnera za osnivanje d.o.o.-a; druga godina osnivanje DMO-a (formalno-pravno) i treća godina prodaja 2. Prva godina provođenja
INDIKATORI: /
CILJ 6: POTPORA SOCIJALNOM PODUZETNIŠTVU
INICIJATIVE – OPIS
U okviru socijalnog poduzetništva predlažu se sljedeće aktivnosti:
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Ulaganje u filantropske fondove i raspisivanje natječaja kojim se rješavaju problemi u zajednici</i>(Filantropski fond „Priatelj Istre“), putem kojih se može na

godišnjoj razini raspisivati natječaji i dati potpora 3-5 projekata od interesa za razvoj turizma zajednice, te snažna promocija ovakvih aktivnosti – radio emisije, društvene mreže, Internet, lokalne novine

2. Promocija ekološki uzgojenih proizvoda

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI:

1. Krajem prve godine provođenja i kontinuirano
2. Krajem prve godine provođenja i kontinuirano

INDIKATORI:

1. Provođenje natječaja i evidencija i objava projektnih rezultata i postignuća (broj eko proizvođača, hortikulture vrste, sklopljene suradnje s ugostiteljima i hotelijerima, ostali kanali distribucije)
2. Monitoring promocije (broj dobivenih mailova, kontakata, telefonskih poziva, predstavljanja na sajmovima, degustacije i drugi eventi) – zadužen TZ.

Ujedno, preporuča se formiranje Odbora koji će biti odgovoran za upravljanje ekološkim, ekonomskim, društvenim i kulturološkim izazovima. S obzirom na interdisciplinarnost područja odbor treba biti sastavljen od stručnjaka za pojedina područja kako bi se moglo profesionalno i transparentno upravljati navedenim izazovima. Odbor djeluje neovisno o DMO, te je ujedno i tijelo koje se bavi monitoringom., odnosno zadužen je za praćenje i provedbu strateških dokumenata i odluka.

6. MARKETINŠKI PLAN 2013. – 2018.

Tablica 70: Demografsko-socijalne karakteristike tržišnih segmenata

SKUPINA GOSTIJU	OBITELJI S MALOM DJECOM	OBITELJI S VEĆOM DJECOM	MLADI	WOOPIES	GOLDEN OLDIES
MOTIVI DOLASKA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odmor i opuštanje ▪ Sportske aktivnosti ▪ Edukacija (kultura, povijest, okoliš) ▪ Specifična iskustva (drugačija od uobičajenih) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odmor i opuštanje ▪ Sportske aktivnosti ▪ Edukacija (kultura, povijest, prirodni okoliš) ▪ Roditelji: relaksacija i mir, zdravlje i wellness, izlaganje djece novim iskustvima ▪ Djeca: akcija, sportovi, ostvarivanje kontakata s drugom djecom, neovisnost 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odmor i opuštanje ▪ Sportske aktivnosti ▪ Zabava ▪ Gastronomija ▪ Nova iskustva i doživljaji ▪ Zainteresirani za posjet lokalnim znamenitostima i kulturne događaje, prirodno okruženje, upoznavanje sa lokalnom kuhinjom, shopping 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odmor i opuštanje ▪ Sportske aktivnosti ▪ Zdravlje ▪ Gastronomija ▪ Kultura, umjetnost i povijest, edukacija 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odmor i opuštanje ▪ Zdravlje ▪ Gastronomija ▪ Kultura, umjetnost i povijest, edukacija ▪ Rekreacija, prirodno okruženje ▪ Traže relaksaciju i mir ▪ Očekuju od destinacije da „probudi“ u njima osjećaj tradicije i povijesti ▪ Očekuju fizički komfor, dobru zdravstvenu njegu, bogatu povijest, lokalna kuhinja
KARAKTERISTIKE SKUPINE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vjenčani ili nevjenčani parovi između 20-40 godina starosti, sa najmanje jednim djetetom. ▪ Smanjenje broja obitelji sa „tradicionalnom“ obiteljskom strukturom (učestalost razvoda, samohrani roditelji, „mješovite“ obitelji-djeca iz iste obitelji imaju jednog istog, a 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vjenčani ili nevjenčani parovi između 30-50 godina starosti, sa najmanje jednim djetetom. ▪ Smanjenje broja obitelji sa „tradicionalnom“ obiteljskom strukturom (učestalost razvoda, samohrani roditelji, „mješovite“ obitelji-djeca iz iste obitelji imaju jednog istog, a drugog 	<p>Karakteristike samaca:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Učenici, studenti, i pripravnici, mladi novozaposleni ljudi ▪ Želja za razmjenom zbog osjećaja samoće ▪ Zainteresirani za kulturni turizam i žele baveći se sportskim aktivnostima, aktivno provesti odmor ▪ Ne žele provoditi vrijeme sa parovima, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sve veća zdravstvena osviještenost, potreba za medicinskom njegom i svjesnost da će im aktivnost produjiti život ▪ Interesiraju ih luksuz i komfor u obliku kruzera i wellnessa ▪ Utemeljene i sigurne poslovne pozicije (onih koji 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umirovljeni samci ili bračni parovi iznad 65 godina čija su djeca već napustila obiteljsko gnijezdo ▪ Vlasnici kuće ili stana ▪ Visoke kupovne moći ▪ Izbjegavaju rizike i traže sklad i sigurnost

	<p>drugog različitog roditelja)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Smanjenje stope nataliteta, sigurnost i komfor su ljudima na prvom mjestu 	<p>različitog roditelja)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uživaju u zajedničkim avanturama, vole osjetiti koheziju u obitelji, roditelji žele povesti svoju djecu kada se upute u avanturu 	<p>ali žele sa samcima u grupama</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Otvoreni su za nova iskustva 	<p>su još uvijek u radnom odnosu)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Samci ili parovi čija su djeca već napustila obiteljsko „gnijezdo“ 	
KARAKTERISTIKE PUTOVANJA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Duljina boravka prosječno 1-2 tjedna ▪ Oblik prijevoza pretežno automobil ili avion ▪ Putuju u sezoni-od lipnja do kolovoza ▪ Odsjedaju u hotelima sa 4 zvjezdice, odmaralištima i kampovima ▪ Putuju u malim kampovima (često djeca i roditelji putuju zajedno s djedovima i bakama i ostalom rodbinom) ▪ Bookiraju odmor unaprijed putem tuoperatora, putem interneta ili direktno u hotelu u kojem žele odsjesti ▪ Traže okružje koje je naklonjeno djeci, sigurno je, te u ima dostupnih usluga za djecu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Duljina boravka prosječno 1-2 tjedna ▪ Oblik prijevoza pretežno automobil ili avion ▪ Putuju u sezoni-od lipnja do kolovoza ▪ Odsjedaju u hotelima s 3 do 4 zvjezdice, odmaralištima i kampovima ▪ Putuju u malim grupama (često djeca i roditelji putuju zajedno s djedovima i bakama i ostalom rodbinom) ▪ Bookiraju odmor unaprijed putem tuoperatora, putem interneta ili direktno u hotelu u kojem žele odsjesti ▪ Traže okružje koje je naklonjeno djeci, sigurno je, te u ima dostupnih usluga za djecu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karakteristike putovanja samaca: ▪ Kratka putovanja (1-3 dana, max. tjedan dana) ▪ Oblik prijevoza: avion ili vlak ▪ Izvan sezone ▪ Smještaj u hotelima, odmaralištima i kampovima ▪ Pouzdaju se u usmenu „predaju“ (ono što su čuli od nekoga) za odlazak u neku turističku destinaciju ▪ Booking putem interneta i tuoperatora ▪ Zainteresirani za last-minute ponude ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Duljina boravka oko 1-2 tjedna ili duže(npr. „Snježne ptice“ ostaju preko cijele zime) ▪ Uglavnom putuju autom/autobusom ili avionom ▪ Putuju izvan sezone ▪ Odsjedaju u hotelima sa 3-4 zvjezdice, odmaralištima ili kampovima sa visokim stupnjem komfora; imaju velika očekivanja glede kvalitete smještaja i kvalitete općenito ▪ Pouzdaju se u usmenu „predaju“ za odlazak u neku turističku destinaciju, i na iskustvo, te teže ponovnom odlasku u istu turističku destinaciju ako im se svidjela ▪ Rezervacije putem tuoperatora 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Duljina boravka oko 1-2 tjedna ili duže(npr. „Snježne ptice“ ostaju preko cijele zime) ▪ Uglavnom putuju autom/autobusom ili avionom ▪ Putuju izvan sezone ▪ Odsjedaju u hotelima sa 3-4 zvjezdice, odmaralištima ili kampovima sa visokim stupnjem komfora; imaju velika očekivanja glede kvalitete smještaja ▪ Pouzdaju se u usmenu „predaju“ za odlazak u neku turističku destinaciju, i na iskustvo, te teže ponovnom odlasku u istu turističku destinaciju ako im se svidjela ▪ Rezervacije putem tuoperatora

Ciljna tržišta

Prema kriteriju države, ovdje spadaju ključna emitivna tržišta Europe.

Primarna: Njemačka, Austrija, Italija.

Sekundarna: Češka, Slovenija, Francuska.

Tercijarna: Nizozemska, Poljska, Velika Britanija, Rusija i Hrvatska.

Tablica 71: Karakteristike ciljnih tržišta (geografski kriteriji)

NJEMAČKA	AUSTRIJA	ITALIJA	ČEŠKA	SLOVENIJA	FRANCUSKA
<ul style="list-style-type: none"> - Tradicionalno najpoznatiji svjetski putnici izvan zemlje (68% putuje u inozemstvo, jedna trećina ostaje u zemlji) - Prosječna potrošnja: 1012 eur po osobi na odmoru (64 eur/dan u Hrvatskoj) - Trajanje boravaka: 7,6 dana - Hrvatska u top 5-10 destinacija za odmor - Hotelski gosti (40%), apartmanski (20%) - Racionalni, tradicionalno osjetljivi na cijene. - Porast interesa za all-inclusive odmor - Motivi putovanja: odmor na plaži (39%), opuštanje (32%), uživanje u prirodi (23%) te obiteljski odmor (20%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Preko 50% Austrijanac ljetuje u zemlji - Prosječna potrošnja: 63 eur po osobi po danu - Trajanje boravaka: 5,6 dana - Hrvatska u top 5 destinacija za odmor uz Italiju, Njemačku, Španjolsku i Grčku - 50% hotelski smještaj, 20% privatni uz trend porasta ostalih vrsta smještaja (kampovi, pa apartmani, sobe, vile) pred hotelskim zbog povećanja cijena putovanja - Motivi putovanja su: plaža i more, aktivni odmor i regenerirajući odmor 	<ul style="list-style-type: none"> - 15-19 mil stanovnika putuje u inozemstvo (25-32%) a oko 60% ljetuje u zemlji - Prosječna potrošnja: 67 eur po osobi po danu - Trajanje boravaka: 4,6 dana - Hrvatska u top 5 omiljenih destinacija - 33,4% boravi kod prijatelja i rodbine, 32% u hotelima - Pretežito tržište individualaca (85%). U padu udio walk-in gostiju (bez rezevacije) 	<ul style="list-style-type: none"> - Preko 4,5 milijuna putuje u inozemstvo, od čega gotovo 1/5 u RH (omiljena destinacija) - Prosječna potrošnja: 42.49€/osoba - Trajanje boravka: 8,5dana - Dominira privatni smještaj i kampovi (naše hotele percipiraju kao preskupima u odnosu na Tunis, Bugarsku, Grčku) - Problem tretmana gostiju drugog reda - Tržište individualaca 	<ul style="list-style-type: none"> - Preko 75% provodi odmor u inozemstvu od čega preko polovice u Hrvatskoj, dok oko 20% provodi odmor u zemlji - Prosječna potrošnja: 700 eur po osobi na odmoru - Trajanje boravaka: 6,1 dana - Hrvatska omiljena destinacija za odmor. - Prvenstveno gosti apartmana, kampova (12%) i hotela (oko 20%). Visok udio onih koji borave kod prijatelja i rodbine te u vlastitim objektima sekundarnog stanovanja (20%). - Poduzimaju i kraće odmomore na Jadranu „prvomajske počitnice“ pogotovo u Istri - Pretežito tržište individualaca (oko 90%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Peto najsnažnije europsko emitivno tržište - Hrvatska se nalazi na 20. mjestu kao omiljena destinacija francuskih turista, na prvom mjestu je tradicionalno Francuska - Prosječna potrošnja: 106,84€/osoba - Trajanje boravka: 8,5dana - Prevladava smještaj u hotelima, zatim privatni smještaj

Tablica 72: Sustav turističkih proizvoda prema područjima i turističkim punktovima za Rabac

PRIORITET	PROIZVODNA GRUPA	PROIZVODI	RABAC	TZ MASLINICA	TZ SV.ANDRIJA	TZ GIRANDELLA (postojeća)	GORNJA GIRANDELLA
Primarni proizvod u Istri	Sunce i more	Sunce i more	x		x	x	x
Sekundarni proizvod u Istri	Nautički turizam	Yachting		x			
Sekundarni proizvod u Istri	Zdravstveni turizam	Wellness		x	x		x
		Lječilišni					
Primarni proizvod u Istri	Kulturni turizam	Turizam baštine					
Sekundarni proizvod u Istri		Događanja	x	x	x	x	x
Sekundarni proizvod u Istri		Kreativni turizam					
Primarni proizvod u Istri	Gastro i eno turizam	Gastro i eno turizam					
Sekundarni proizvod u Istri	Poslovni turizam	Incentive		x	x	x	x
		Team building					
Primarni proizvod u Istri	Cikloturizam	Cikloturizam	x	x	x	x	x
Primarni proizvod u Istri	Ruralni turizam	Ruralni turizam					
Sekundarni proizvod u Istri	Pustolovni i sportski turizam	Ronjenje	x	x	x	x	x
		Windsurfing			x	x	x
		Ribolov	x	x	x	x	x
		Sport pripreme		x	x	x	x
Tercijarni proizvod u Istri	Ostali proizvodi	Ekoturizam	x	x	x	x	x

6.1. Turistički proizvodi

Modificiranje postojećih i dodavanje novih proizvoda treba biti u skladu s eko-friendly imidžom koji se želi plasirati (sukladno konceptu umbrella branda). Tako primjerice, razvoj gastro i eno turizma uz ponudu lokalnih specijaliteta valja poticati i u hotelskom smještaju, a ne samo u restoranima, konobama i sl. Preporuča se da hotelski restorani, koji u zadnje vrijeme i doživljavaju svojevrsan revival, u svoju ponudu uvedu eko-punktove hrane pripremljene, uzgojene/ulovljene poštujući prirodu. Nepostojanje agroturizama na području grada Labina ističe se kao manjkavost za promicanje eko-koncepta. Agroturizam predstavlja upravo spoj poljoprivrede i turizma, a zeleni se koncept može jednostavno ugraditi kroz poticanje ekoefikasnosti pri obavljanju ugostiteljske i poljoprivredne djelatnosti te uz adekvatno označavanje poljoprivrednih proizvoda iz vlastitog uzgoja nekim od postojećih eko-certifikata (npr. „Ekoproizvod“, certifikati poljoprivrednih fakulteta i sl.). Predlaže se uvođenje poticaja za ekološki proizvedenu hranu, odnosno poticanje OPG-a (Obiteljskih Poljoprivrednih Gospodarstava) koji uzgajaju poljoprivredne proizvode na taj način, da za to dobiju adekvatne certifikate.

Kod cikloturizma valja istaknuti posebice hotelske smještajne objekte koji su opremljeni za prijem većih grupa gostiju ljubitelja bike-a, te predvidjeti više punktova za parkiranje bicikli u gradu Labinu i Rapcu. Uz šetnice i biciklističke staze predlaže se postavljanje edukativnih tablica na očuvanja okoliša, bioraznolikosti mjesta i sl.

Sportski turizam u okviru kojega potencirati pripreme sportaša poglavito u novim zonama koje se planiraju razviti u nadolazećim godinama. On je bitan za pred i podsezona. Sportska dvorana mora biti komplementarni proizvod kako bi u zimskim mjesecima mogla ugostiti sportaše i rekreativce kao i u vrijeme kišnih dana (Boot camp primjenjiv za grupe).

Posebno je bitno zdravstveni turizam (s fokusom na liječenje bubrežnih bolesnika) dislocirati od onog usmjerenog ka opuštanju i očuvanju ljepote i zdravlja, kao što je to prikazano u prethodnim tablicama koje predlažu poželjne lokacije za razvoj pojedinih proizvoda.

Obogaćivanje ponude događanja u Rapcu moguće je suradnjom hotelske animacije iz raznih smještajnih objekata pri čemu bi se zabavni program održavao jednom tjedno na rivi.

Zaključno, u fokusu interesa svakog gosta su četiri stvari: smještaj (sleep), hrana i piće (eat), razgledavanje (see) i aktivnosti (do). Za svaki od predstavljenih elemenata potrebno je u prvoj fazi brendiranja odabrati 2-3 adekvatna predstavnika koji će biti nositelj imidža odnosno flagship eko-friendly destinacije. Vizuali odabranih predstavnika uz prateći tekst koristit će se u imidž

Strategija razvoja turizma

oglašavanju, imidž brošuri i drugim promotivnim materijalima. U narednoj fazi potrebno je kroz poticaje povećati broj ponuđača u svakoj kategoriji.

a) SLEEP. U kategoriji smještaja predlaže se da se izdvoje hotelski smještaj i kamp koji su najviše postigli po pitanju eko-osviještenosti te jedan do dva predstavnika privatnog smještaja (po mogućnosti pasivne kuće ili održiva gradnja).

b) EAT. Kod hrane i pića valja u prvom redu istaknuti one ponuđače koji nude eko-uzgojene proizvode bez obzira na vrstu kuhinje, ugostitelje koji nude lokalne delicije po autohtonim receptima ali i hotelske restorane koji su učili odmak od očekivane ponude F&B-a.

c) SEE & DO. Što se tiče atrakcija od pasivnog razgledavanja do angažiranja u aktivnostima, prednost bi trebalo dati onima koje se vezuju uz prirodne ljepote poput – razgledavanja slapova, vidikovaca i sl. te šetnica i bike staza, trim staza, windsurfing itd. Nositelj ponude kulturoloških proizvoda je podzemni rudarski grad. Labin se ujedno želi profilirati kao grad umjetnosti, a kao uža specijalizacija predlaže se osnivanje likovne kolonije koja bi okupljala umjetnike koji crtaju s ugljenom.

Pri kreiranju proizvoda ideja vodilja trebao bi biti koncept 6E modernog turizma (*Entertainment, Excitement, Experience, Environment, Education, Exploration*) koji predstavlja čimbenike koje turisti očekuju od putovanja.

6.2. Detaljna razrada turističkih proizvoda prema tržišnim segmentima i predviđeni rokovi aktivacije kroz petogodišnje razdoblje

Rokovi plasmana pojedinih turističkih proizvoda na tržište definirani su na način da se kompleksniji proizvodi i financijski zahtjevniji proizvodi realiziraju u kasnijim fazama. Nositelj velike većine aktivnosti je privatni sektor s obzirom da je riječ o komercijalnim projektima, a uloga TZ i javnog sektora je uglavnom ona pokretača osim u slučaju npr. događanja, izgradnje sportske dvorane i sl.

Tablica 74: Turistički proizvodi po tržišnim segmentima (detaljni prikaz)

	Turistički proizvod	Obitelji s malom djecom	Obitelji s većom djecom	Mladi	Woopies	Golden oldies	Grupe	ROK
PRIRODNI ELJEPOTE	Safari od Rapca do Gondolića (džip ili eko vozilo)(od Maslinice)		x	x	x			I
	Izleti brodom	x	x	x	x	x	x	I
	Tematske edukativne staze kroz zaštićeni krajolik	x	x	x	x	x	x	II
AKTIVNI ODMOR	Avantura (npr. parasail, lov i sl.)		x	x	x		x	I
	Boot Camp (gradacija staza od onih za početnike sve do naprednih) i pripreme sportaša		x	x			x	III
	Pješačenje / Nordic walking, Bike staze	x	x	x	x	x	x	Kontinuirano
	Ostali <i>soft</i> sportovi na kopnu (npr. tenis, mini golf)	x	x	x	x	x	x	I
	<i>Soft</i> sportovi na moru (npr. najam pedalina, pecanje)	x	x	x	x	x		I
	<i>Hard</i> sportovi na moru (npr. windsurfing, ronjenje)		x	x				I
	Sportska dvorana kao podrška pripreme sportaša u novom dij		x	x	x	x	x	I-V
	Zabavni obiteljski centar sezonskog karaktera (trampolini, ringišpil itd.)	x	x	x				III-V
	Događanja i manifestacije	x	x	x	x	x	x	I

Izlet žičarom Rabac-Labin	x	x	x	x	x	x	IV-V
Omogućiti gostima da i sami sudjeluju u pošumljvanju/uređenju parka kroz eko radionice (uz npr. postavljanje vlastitog imena i datuma sadnje)							III-IV
Edukacije (usluživanje, škole održivog razvoja, gastro...)			x			x	Kontinuirano
Izleti u partnerstvu s bliskim destinacijama (posjet eko farmama i sl.)							I-II
Poticanje osmišljavanja izvornih suvenira ⁵⁶							II-III

⁵⁶Ne treba zaboraviti na suvenire koji su nositelji doživljaja destinacije nakon povratka s odmora te predstavnici svega onog autentičnog u njoj. Predlaže se poticanje izrade kreativnih suvenira npr. slikarski set s ugljenom sa skicama motiva Labina; sjeme, crvena zemlja i posuda za zasaditi neku mediteransku (začinsku) biljku i sl.

Tablica 75: Pregled ključnih marketinških aktivnosti

Marketinška aktivnost	Kratak opis	Vremenski period realizacije	Nositelj	
Brandiranje – definiranje branda i vizualnog identiteta te aplikacija	Razmotriti mogućnosti da se Sentona ugradi kao brand	I godina	TZ Labin	Imidž
Poticanje učlanjenja u hotelski konzorcij	Sufinancirati hotelijere koji su zainteresirani za uvrštenje objekata u jedan od međunarodnih hotelskih brandova poznat po zagovaranju ekološkog koncepta poslovanja npr. Best Western. Takvo članstvo dat će destinaciji novi zamah i pomoći u afirmaciji imižda eko-destinacije	II-III	TZ labin i privatni sektor	Imidž
Oglašavanje	Definiranje i provođenje plana promocije kako bi tematske kampanje doprle do ciljnih tržišnih segmenata. Na online marketinšku komunikaciju izdvaja se otprilike 30% budžeta, no preporuka je da se omjer prilagodi pojedinom tržištu odnosno segmentu ovisno o ulozi koju internet igra pri planiranju putovanja.	kontinuirano	TZ Labin	Oglašavanje
Promotivno-informativni tiskani materijali	Redizajn postojećih materijala s estetskog aspekta radi aplikacije novog imidža, a prvenstveno novi sadržani koncept koji će reflektirati novi imidž destinacije (Sentona). Prioritetna je nova imidž brošura s istaknutim flagshipovima destinacije. Brošura o cikloturizmu – sve što trebate znati za istražiti područje grada Labina na dva kotača. Dati pregled mape u praktičnom, ne suviše velikom formatu i informacije o stazama i pratećoj infrastrukturi.	Kontinuirano Redizajn imidže brošure u I godini	TZ Labin	Marketinška infrastruktura
Info tabele	Osmišljavanje i postavljanje tematskih edukativnih tabela uz šetnice i bike staze	II	TZ Labin, javni sektor	Signalizacija
Izrada press kita	Set unaprijed pripremljenih materijala o destinacijama – osnovne informacije (Meet the facts) te obrada po temama kako bi novinare inspiriralo na kreiranja novih priča o destinacijama (ulaz pomoću lozinke)	I	TZ Labin	PR
Promotivno-prodajna izlaganja, prezentacije i posjete	Sajmovi, burze, workshopovi, akvizicije novih partnera i prezentacije. Osim predstavljanja novog identiteta destinacije na tržište će se plasirati novi turistički proizvodi. Svrha posjeta mogu biti i pokretanje novih partnerstava s bliskim destinacijama.	Kontinuirano	TZ Labin i privatni sektor	PR
Ugošćavanje novinara i opinion makera (studijska putovanja u destinaciji)	Uz tradicionalne fam tripove novinara sve veću važnost dobivaju opinion makeri – odnosno kreatori mišljenja u virtualnim zajednicama. Prvo je potrebno identificirati ih te im ponuditi odmor u destinaciji u zamjenu za objave na njihovim profilima, blogovima itd.	Kontinuirano	TZ Labin, novinari. sustav TZ-a	PR

Izrada dinamička tematska interaktivna mapa	Objediniti ukupnu ponudu destinacije na način da se ona diversificira prema: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>receptivna ponuda</i> (hoteli, privatni apartmani, sobe, B&B, kampovi, kuće za odmor itd.), 2. <i>itinerari</i> (novi turistički proizvodi koje je potrebno razviti jer kao primarni turistički proizvodi koji nedostaju), 3. <i>pregled umjetničkih i kulturnih atrakcija</i> 4. <i>sportska ponuda</i> u smislu svega onoga što destinacija nudi osobama sportskog duha i osobama željnijim aktivnijeg i zdravog odmora (plaže, ronjenje, windsurf, biciklističke staze – povezati s itinerarima i biciklističkim servisima, i sl.), <p>Na taj se način potencijalnom gostiju daje pregled kompletne ponude destinacije kroz dinamičku kartu.</p>	II-III	TZ Labin	Online marketing
Izrada dviju mobilnih aplikacija: interaktivna mapa i aplikacija za cikloturiste	Digitalizacija dinamičke karte u obliku aplikacije i zasebna aplikacija za ljubitelje bike-a idealno su rješenje za imati uvijek pri ruci potrebne informacije bez obzira na pokrivenost internetske veze.	II-III	TZ Labin	Online marketing
Angažiranje u društvenim medijima	Cilj je kreiranje zajednica ljubitelja destinacije i olakšavanje komunikacije između korisnika koji su destinaciju posjetili. Društveni mediji daju dobru sliku o tržištu, pomažu u jačanju svijesti o brandu i izvrstan su alat za upravljanje odnosa s gostima.	kontinuirano	TZ Labin	Online marketing
Redizajn web site-a	Izrada nove arhitekture informacija i implementacija vizualnog identiteta uz optimizaciju svih kritičnih aspekata internetskih stranica: tehničke performanse, dostupnost, jednostavnost korištenja, SEO...	II	TZ Labin	Online marketing
Izrada mobilne verzije internetskih stranica	S obzirom na planove TZIŽ o besplatnom pristupu internetu po istarskim turističkim središtima i direktivi EU o progresivnom smanjenju cijena roaminga, mobile verzije internetskih stranica turističkih destinacija doživjet će eksploziju posjetitelja.	II-III	TZ Labin	Online marketing
Pokretanje programa lojalnosti	Kreiranje destinacijske kartice kako bi se mogla pratiti potrošnja pojedinog gosta u destinaciji, te ovisno o interesima istog informirati o novostima i akcijama ovisno o preferencijama (CRM based card). Jednostavnija varijanta realizacije uz zadržavanje mogućnosti monitoringa je da se umjesto izdavanja digitalne kartice tiskaju kuponi s jedinstvenim kodom kako bi se mogla ostvariti povratna informacija o potrošnji gostiju.	IV-V	TZ Labin, privatni sektor	Odnosi s gostima
Istraživanje tržišta	Otkup reporta, terenska istraživanja	kontinuirano	TZ Labin	Istraživanje tržišta
Interni marketing	Uključuje plan edukacije djelatnika TZ-a, uspostavljanja sustav nagrađivanja najboljih ponuđača u destinaciji	Prema definiranom planu	TZ Labin	Interni marketing

POPIS TABLICA

Tablica 1: Metodološki pristup i opis	5
Tablica 2: Primarno istraživanje - Ispitivanje stavova lokalnog stanovništva.....	8
Tablica 3: Primarno istraživanje – Ispitivanje stavova javnog sektora– Grada.....	9
Tablica 4: Broj dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (1).....	35
Tablica 4: Broj dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (2).....	35
Tablica 5: Rangiranje zemalja dolazaka stranih turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	38
Tablica 6: Dobna struktura turista koji dolaze na područje Grada Labina po godinama u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	39
Tablica 7: Dolasci turista na područje Grada Labina po mjesecima u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	40
Tablica 8: Rangiranje mjeseca prema broju ostvarenih dolazaka u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	41
Tablica 9: Broj noćenja turista prema porijeklu u razdoblju od 2007. do 2012. godine (1).....	43
Tablica 9: Broj noćenja turista prema porijeklu u razdoblju od 2007. do 2012. godine (2).....	43
Tablica 10: Rangiranje zemalja porijekla stranih turista koji su noćili na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	46
Tablica 11: Broj ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja u razdoblju od 2007. do 2012. godine	48
Tablica 12: Noćenja turista na području Grada Labina po mjesecima u razdoblju od 2007. do 2011. godine.....	49
Tablica 13: Rangiranje mjeseca prema broju ostvarenih noćenja u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	50
Tablica 14: Ukupni privatni smještajni kapaciteti na području Grada Labina.....	51
Tablica 15: Ukupan broj dolazaka i noćenja turista prema strukturi smještaja u Gradu Labinu u razdoblju od 2007. do 2012.	52

Tablica 16: Noćenja i dani punjenja prema vrsti kapaciteta u 2011. i 2012. godini.....	53
Tablica 17: Usporedba dolazaka u Grad Labin, Istarsku županiju i Republiku Hrvatsku od 2007. do 2011. godine.....	54
Tablica 18: Rang lista turista po zemlji dolaska.....	58
Tablica 19: Usporedba dolazaka u Grad Labin i Republiku Hrvatsku.....	59
Tablica 20: Usporedba noćenja u Gradu Labinu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj od 2007. do 2011. godine.....	60
Tablica 21: Usporedba ranga noćenja u Gradu Labinu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj 2007., 2009. i 2011. godine.....	64
Tablica 22: Usporedba noćenja u 2010. godini u Gradu Labinu i Republici Hrvatskoj.....	64
Tablica 23: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini ukupnih prihoda (u milijunima kuna).....	66
Tablica 24: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini ukupne imovine (u milijunima kuna).....	68
Tablica 25: Broj poduzetnika i broj zaposlenih na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	69
Tablica 26: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u gospodarstvu Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna).....	70
Tablica 27: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u gospodarstvu Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna).....	71
Tablica 28: Financijski pokazatelji poduzetnika u gospodarstvu Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	72
Tablica 29: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	75
Tablica 30: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna).....	76
Tablica 31: Kretanje i struktura pozicija bilance djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna).....	77
Tablica 32: Financijski pokazatelji za djelatnosti turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	78

- Tablica 33:** Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 81
- Tablica 34:** Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)..... 81
- Tablica 35:** Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u milijunima kuna)..... 82
- Tablica 36:** Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 83
- Tablica 37:** Subdjelatnosti turizma i ugostiteljstva sukladno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine..... 86
- Tablica 38:** Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti smještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 86
- Tablica 39:** Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 87
- Tablica 40:** Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 88
- Tablica 41:** Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 89
- Tablica 42:** Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 92
- Tablica 43:** Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 92
- Tablica 44:** Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 93
- Tablica 45:** Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 94
- Tablica 46:** Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njim na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 97

- Tablica 47:** Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 98
- Tablica 48:** Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 99
- Tablica 49:** Financijski pokazatelji poduzetnika u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine..... 100
- Tablica 50:** Visina boravišnih pristojbi u razdoblju od 2007. do 2011. godine..... 103
- Tablica 51:** Ukupno uplaćena boravišna pristojba u razdoblju od 2007. do 2011. godine..... 104
- Tablica 52:** Upaćena boravišna pristojba i potraživanja po osnovi boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine..... 104
- Tablica 53:** Struktura uplaćene BP prema uplatitelju u razdoblju od 2007. do 2011. godine..... 105
- Tablica 54:** Raspodjela boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine..... 106
- Tablica 55:** Ukupno uplaćena članarina Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (u tisućama kuna)..... 107
- Tablica 56:** Raspodjela ukupno uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine..... 110
- Tablica 57:** Stope turističke članarine po skupina djelatnosti za turističke razrede A i D..... 111
- Tablica 58:** Procjena ukupnih prihoda svih djelatnosti obveznika plaćanja turističke članarine na području Grada Labina na osnovi prihoda od članarina turističkim zajednicama u razdoblju od 2007. do 2011. godine (tisuće kn)..... 111
- Tablica 59:** Procjena ukupnih prihoda obveznika plaćanja turističke članarine Grada Labina koji nisu obveznici predaja financijskih izvještaja u razdoblju od 2008. do 2011. godine(tisuće kuna) 112
- Tablica 60:** Ukupni prihodi svih djelatnosti obveznika turističkih članarina na području Grada Labina prema podacima FINE u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna)..... 112
- Tablica 61:** Udio ukupnih prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva (podaci FINE) u ukupnim prihodima svih djelatnosti obveznika članarine turističkim zajednicama (podaci FINE) Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna).....113

Tablica 62: Procjena ukupnih prihoda poslovnih subjekata djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina koji nisu obveznici predaja financijskih izvještaja u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna).....	113
Tablica 63: Ukupni procijenjeni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (tisuće kuna).....	114
Tablica 64: Investicije u novu dugotrajnu imovinu gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama kuna).....	114
Tablica 65: Swot matrica destinacije Labin Rabac.....	121
Tablica 66: Procjena ukupnih prihoda privatnih iznajmljivača na području Grada Labina za 2012. godinu.....	124
Tablica 67: Procjena noćenja i ukupnih prihoda nekomercijalnog smještaja na području grada Labina 2020. godine u stalnim cijenama.....	125
Tablica 68: Procjena rasta broja noćenja na području Grada Labina u razdoblju od 2013. do 2020. godine (u tisućama).....	130
Tablica 69: Procjena rasta ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina u razdoblju od 2010. do 2020. godine, uslijed rasta broja noćenja (mil. kn).....	130
Tablica 70: Demografsko-socijalne karakteristike tržišnih segmenata.....	147
Tablica 71: Karakteristike ciljnih tržišta (geografski kriteriji).....	149
Tablica 72: Sustav turističkih proizvoda prema područjima i turističkim punktovima za Rabac.....	150
Tablica 73: Sustav turističkih proizvoda prema područjima i turističkim punktovima za Labin.....	151
Tablica 74: Turistički proizvodi po tržišnim segmentima (detaljni prikaz).....	154
Tablica 75: Pregled ključnih marketinških aktivnosti.....	157

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Kretanje broja dolazaka turista na područje grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	34
Grafikon 2: Kretanje broja dolazaka turista na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine prema porijeklu.....	36
Grafikon 3: Struktura dolazaka stranih gostiju na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	37
Grafikon 4: Ukupan broj dolazaka po dobnim skupinama na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	39
Grafikon 5: Struktura ostvarenih dolazaka prema mjesecima u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	41
Grafikon 6: Kretanje broja noćenja turista na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine (u tisućama)	42
Grafikon 7: Kretanje broja noćenja turista na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine prema porijeklu.....	44
Grafikon 8: Struktura noćenja stranih gostiju na područje Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	45
Grafikon 9: Ukupan broj noćenja prema dobnim skupinama na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine (tisuće 000)	47
Grafikon 10: Dobna struktura turista koji su noćili na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	47
Grafikon 11: Struktura ostvarenih noćenja prema vrsti smještaja u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	49
Grafikon 12: Struktura ostvarenih noćenja u razdoblju od 2007. do 2012. godine.....	51
Grafikon 13: Usporedba dolazaka u Grad Labin, Istarsku županiju i Republiku Hrvatsku od 2007. do 2011. godine.....	54
Grafikon 14: Udio dolazaka Grada Labina u dolascima u Istarskoj županiji.....	55
Grafikon 15: Udio dolazaka Grada Labina u dolascima u Republici Hrvatskoj.....	55
Grafikon 16: Usporedba dolazaka stranih gostiju u Grad Labin i Istarsku županiju od 2007. do 2011. godine.....	56

Grafikon 17: Usporedba dolazaka stranih gostiju u Gradu Labinu i Istarskoj županiju od 2007. do 2011. godine.....	57
Grafikon 18: Usporedba strukture stranih turista prema udjelima u ukupnim dolascima stranaca u Gradu Labinu i Istarskoj županiji.....	57
Grafikon 19: Usporedba strukture dolazaka u ljetnim mjesecima u Gradu Labinu i Republici Hrvatskoj, 2010. godina.....	59
Grafikon 20: Usporedba noćenja u Gradu Labinu, Istarskoj županiju i Republici Hrvatskoj od 2007. do 2011. godine.....	60
Grafikon 21: Udio noćenja Grada Labina u noćenjima u Istarskoj županiji.....	61
Grafikon 22: Udio noćenja Grada Labina u noćenjima u Republici Hrvatskoj.....	61
Grafikon 23: Usporedba noćenja stranih gostiju u Gradu Labinu i Istarskoj županiju od 2007. do 2011. godine.....	62
Grafikon 24: Usporedba noćenja domaćih gostiju u Gradu Labinu i Istarskoj županiju od 2007. do 2011. godine.....	62
Grafikon 25: Usporedba strukture stranih turista prema udjelima u ukupnim noćenjima stranaca u Gradu Labinu i Istarskoj županiju.....	63
Grafikon 26: Usporedba noćenja u Gradu Labinu i Republici Hrvatskoj po mjesecima 2010. godine.....	65
Grafikon 27: Noćenja i dolasci te duljina boravka (noćenja/dolazak) u Gradu Labinu od 2007. do 2012. godine.....	65
Grafikon 28: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema ukupnim prihodima.....	67
Grafikon 29: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema ukupnoj imovini.....	68
Grafikon 30: Struktura investicija u dugotrajnu imovinu djelatnosti turizma i ugostiteljstva prema subjelatnostima u Gradu Labinu u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	115
Grafikon 31: Produljenje sezone u nekomercijalnom smještaju na području Grada Labina u razdoblju od 2013. do 2020. godine.....	124
Grafikon 32: Procjena kretanja ukupnih prihoda privatnih iznajmljivača u stalnim cijenama po godinama u razdoblju od 2012. do 2020. godine.....	125

Grafikon 33: Procjena rasta broja noćenja kod obveznika predaje financijskih izvještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2013. do 2020. Godine (u tisućama)..... 127

Grafikon 34: Procjena rasta ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva obveznika predaje financijskih izvještaja FINI na području Grada Labina u razdoblju od 2010. do 2020. godine, uslijed rasta broja noćenja..... 128

POPIS SLIKA

Slika 1: Vizija održivog razvoja turizma Grada Labina.....	16
Slika 2: Koncept održivog razvoja turizma.....	18
Slika 3: Integrirani model upravljanja biološkom raznolikošću.....	20
Slika 4: Uspješan destinacijski menadžment.....	21
Slika 5: Temeljna načela održivog razvoja	23
Slika 6: Struktura poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini poduzetnika.....	75
Slika 7: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	91
Slika 8: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.....	97
Slika 9: Kretanje ukupno uplaćene boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine.....	103
Slika 10: Struktura uplaćene BP prema uplatitelju od 2007. do 2011. godine.....	105
Slika 11: Kretanje uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (u tisućama kuna).....	108
Slika 12: Struktura uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina prema uplatitelju u razdoblju od 2007. do 2011. godine.....	109
Slika 13: Ciljevi produljenja sezone u nekomercijalnom smještaju na području Grada Labina u razdoblju od 2012. do 2020. godine.....	123
Slika 14: Ciljevi produljenja sezone u komercijalnom smještaju Grada Labina u razdoblju od 2012. do 2020. godine.....	126
Slika 15: Ciljevi turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2012. do 2020. godine.....	129
Slika 16: Temeljni prioriteti razvoja turizma u Gradu Labinu.....	133

PRILOG

Turistička statistika 2013. godine

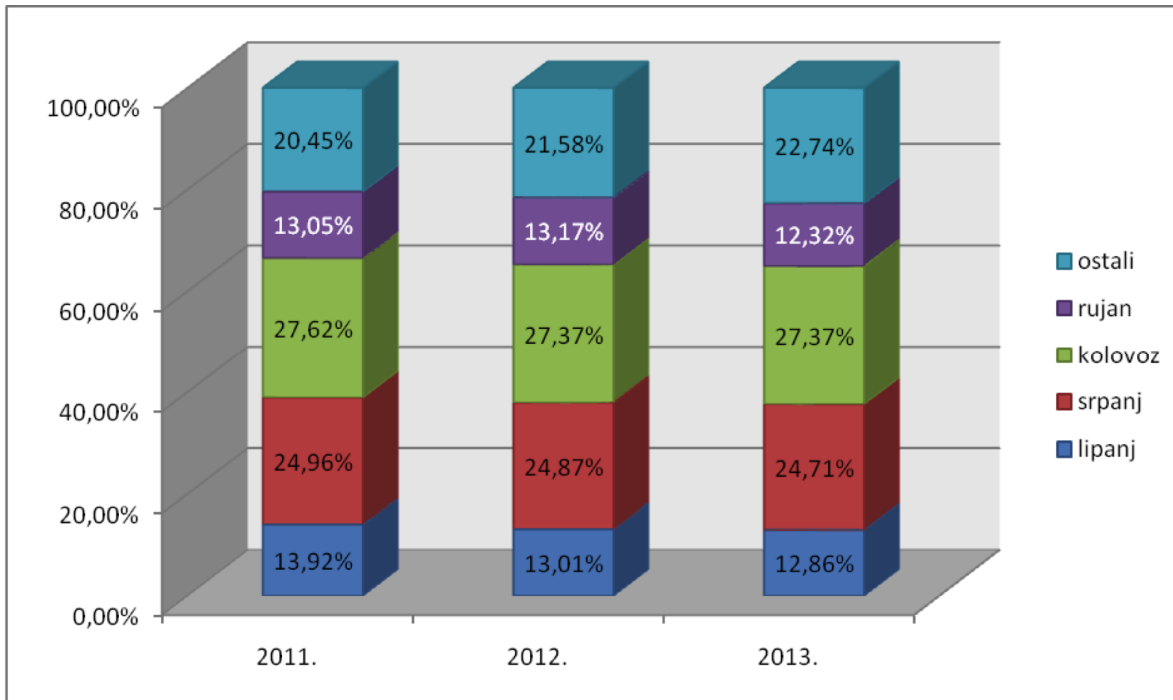
Grafikon u nastavku pokazuje kako je u 2014. godini destinacija Labin Rabac zabilježila 13.017 noćenja više nego u 2013., dok je dolazaka 1.418 više nego prethodne godine. Duljina boravka u destinaciji se nije promijenila. Turisti i dalje prosječno ostaju oko 6 dana.

Grafikon 1: Noćenja, dolasci od 2007. do 2013. i duljina boravka u destinaciji Labin Rabac



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Grafikon 2 koji slijedi prikazuje kako je u 2013. godini kao i prethodnih godina najveći dio noćenja ostvaren tijekom ljetnih mjeseci, i to gotovo 70% (lipanj, srpanj i kolovoz).

Grafikon 2: Noćenja po mjesecima od 2011. do 2013. godine

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

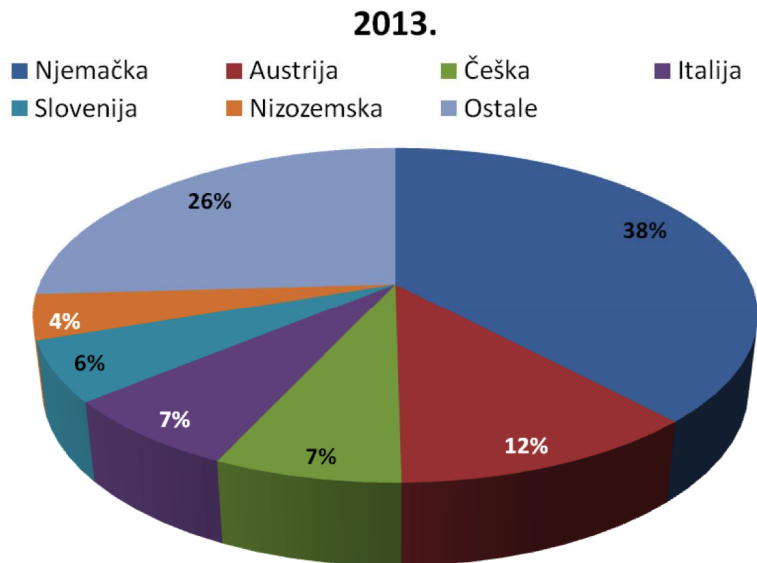
U 2013. godini najveći broj noćenja ponovno je ostvaren u hotelima (64%), odnosno 1 postotni bod više nego 2012., dok u šestogodišnjem razdoblju taj postotak iznosi 67%. Nakon hotela u šestogodišnjem razdoblju slijedi privatni smještaj (ukupno za Labin, Rabac i Nedešćinu) sa 19%, a nakon njega kampovi sa 13%. U 2013. u privatnom smještaju ostvareno je 25% ukupnih noćenja, što je porast od 2 postotna boda od 2012., a u kampovima 12% što je 1 postotni bod manje nego u 2012.

Tablica 1: Noćenja prema vrstama smještaja od 2007. do 2013. godine

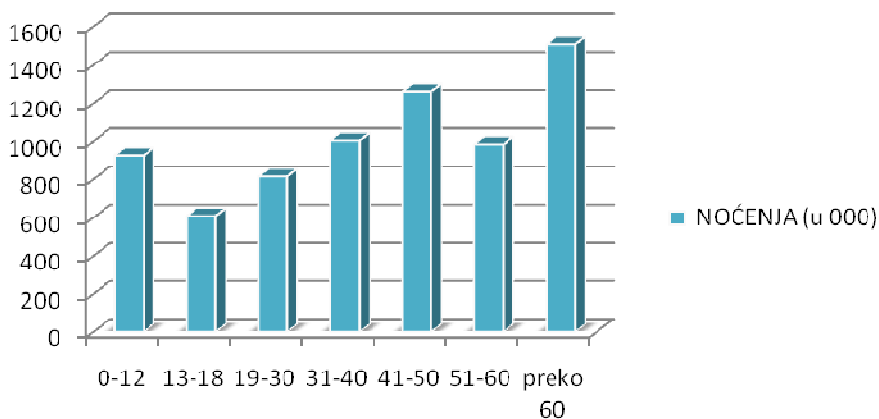
VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJA	Udio noćenja po S.O.
Hoteli	5.620.675	67%
Mali hoteli/ pansioni Rabac	82.440	1%
Pansioni Labin	21.251	0,3%
Kamp	1.059.981	13%
Privatni smještaj Rabac	1.039.015	12 %
Privatni smještaj Labin	441.989	5%
Privatni smještaj Nedešćina	176.845	2%
Privatni smještaj Pićan (promatrano samo u 2007.)	1.514	0,02%
SVEUKUPNO	8.430.693	100,00%

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Doljnji grafik 3 prikazuje kako su najveći postotak noćenja ostvarili turisti iz Njemačke (38%), slijedi oni iz Austrije (12%), Češke i Italije (7%). U 2012. Njemačka je bila na istoj poziciji sa istim postotkom (38%), Austrija također na istoj poziciji sa 11% i na trećem mjestu Češka sa 9%. U 2013. primjetan je rast od 1 postotnog boda kod Austrijanaca i pad od 2 postotna boda kod Čeha.

Grafikon 3: Noćenja prema zemlji dolaska u 2013.

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Grafikon 4: Noćenja prema dobnim skupinama od 2007. do 2013. godine

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

Kao što je vidljivo iz gornjeg grafikona u razdoblju od 2006. do 2013. godine najviše noćenja ostvarile su turisti preko 60 godina (1.400.000), slijedi turisti od 41 – 50 godina (1.200.000), te oni od 31 – 40 godina (900.000).