



Grad Labin

**Strategija održivog razvoja
turizma Grada Labina
za razdoblje od 2016. do
2020. godine**



Voditelji projekta:

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

Suradnici:

- Roberta Kontošić, mag. oec
- Adriana Galant, mag. oec.
- doc. dr.sc. Nikola Vojnović
- dr.sc. Iva Slivar
- prof.dr.sc. Lorena Mošnjja Škare
- mr.sc. Barbara Unković

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Projektna svrha, ciljevi i rezultati	1
1.2. Metodologija projekta.....	4
1.2.1. Metodološke pretpostavke i pristupi	4
1.2.2. Metode istraživanja	6
1.2.3. Organizacija rada na projektu	13
1.3. Vizija održivog razvoja turizma Grada Labina	13
1.4. Misija održivog razvoja turizma Grada Labina	16
1.5. Pretpostavke održivog razvoja turizma Grada Labina	16
1.6. Prioriteti razvoja održivog turizma Grada Labina	20
1.7. TTM prezentacija	21
2. USUSRET GLOBALNIM TURISTIČKIM TRENDOVIMA.....	22
3. SITUACIJSKA ANALIZA	25
3.1. Izazovi održivosti razvoja turizma Grada Labina.....	25
3.2. Analiza turističkih pokazatelja	32
3.2.1. Ukupna noćenja i dolasci u Gradu Labinu od 2007. do 2015. godine	32
3.2.2. Struktura noćenja i dolazaka u Gradu Labinu prema emitivnim tržištima	39
3.2.3. Struktura noćenja i dolazaka u Gradu Labinu prema dobnim skupinama	44
3.2.4. Struktura noćenja i dolazaka prema vstama smještaja	47
3.3. Financijska analiza gospodarstva Grada Labina	55
3.3.1. Gospodarska struktura Grada Labina	55
3.3.2. Analiza financijskih pokazatelja poslovanja gospodarstva Grada Labina	59
3.3.3. Analiza financijskih pokazatelja djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (djelatnost „I“) u razdoblju od 2008. do 2011. godine	71
3.3.4. Analiza djelatnosti turizma i ugostiteljstva po subdjelatnostima	76
3.3.5. Analiza djelatnosti smještaja	77
3.3.6. Analiza djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića	82
3.3.7. Analiza djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja (turoperatora) i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima	88
3.3.8. Analiza prihoda od boravišne pristojbe.....	93
3.3.9. Analiza prihoda od članarine turističkim zajednicama	98
3.3.10. Procjena ukupnih prihoda od turizma i ugostiteljstva Grada Labina na osnovi turističke članarine	102

3.3.11. Investicije u novu dugotrajnu imovinu u turizmu i ugostiteljstvu Grada Labina.....	106
3.4. Lokalna zajednica – stavovi i mišljenja.....	108
3.5. SWOT.....	114
4. PROCIJENJENI FINACIJSKI UČINCI RAZVOJA TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA	115
4.1. Učinci produljenja sezone na kretanje broja noćenja i ukupnih prihoda.....	116
djelatnosti turizma i ugostiteljstva na području grada labina do 2020. godine	116
4.2. Procjena kumulativnog efekta kretanja ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva na području grada Labina do 2020. godine	121
4.3. Učinci porasta kapaciteta i prosječne dnevne potrošnje turista.....	123
5. STRATEŠKO POZICIONIRANJE DESTINACIJE	124
5.1. Stateški ciljevi.....	125
5.2. Akcijski plan.....	129
5.3. Projektna matrica.....	160
6. OPERATIVNI MARKETINŠKI PLAN 2016. – 2020.....	171
POPIS TABLICA.....	193
POPIS SLIKA.....	196
POPIS SHEMA	196

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 2016. – 2020. strateški je izbor Gradonačelnika Grada Labina koji je želio doći do odgovora na dolje navedena pitanja:



Svrha je projekta izraditi *Strategiju održivog razvoja turizma Grada Labina od 2016. – 2020. godine* koja će se temeljiti na osnovnim načelima takvog razvoja – *ekonomskim, ekološkim i socio-kulturnim*, a ujedno će biti usklađena sa temeljnim strateškim dokumentima od vitalnog značaja za razvoj turizma destinacije. Radi se prije svega o strateškim dokumentima lokalnog, regionalnog, nacionalnog i međunarodnog dosega. Ova je Strategija usklađena s Master planom razvoja Istarskog turizma do 2025. godine, Marketing planom Istre do 2025. godine, 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, načela i 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 temeljenog na održivosti i dugoročnom razvoju.

Na turizam je potrebno gledati kao na sektor koji doprinosi novom zapošljavanju i regionalnom razvoju, održivom razvoju, očuvanju prirodne i kulturne baštine, ali i definiranju

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.

identiteta neke destinacije. Utjecaji su turizma direktni, indirektni i inducirani.⁵ Uvažavajući činjenicu da svaki dolar utrošen u turizmu generira dodatnih novih 3 dolara kroz gospodarstvo, pravilno upravljanje je temelj prepoznavanja i multipliciranja pozitivnih učinaka turizma na cijelo gospodarstvo.

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

Projektni rezultati polučili su novi model upravljanja destinacijom kroz sinergiju i proaktivno djelovanje Turističke zajednice Grada Labina odnosno destinacijske menadžment organizacije i ostalih interesnih dionika u turizmu, a posebice Grada Labina i poduzeća u vlasništvu Grada Labina. Provođenjem aktivnosti (projekata) definiranih akcijskim planom omogućit 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. Akcijski plan je „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. Strategija razvoja održivog turizma usmjerava razvoj ove destinacije.

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 i ostvarive ciljeve.

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

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> radio je tim stručnjaka iz područja opće ekonomije, turizma, menadžmenta u turizmu, kulturnog menadžmenta, menadžmenta ljudskih resursa, statistike, i računovodstva.
OSIGURANJE TRANSPARENTNOSTI	Kako bi se osigurala transparentnost izrade <i>Strategije održivog razvoja turizma Grada Labina</i> definirane su radne skupine koje su bile aktivno angažirane u konstruktivnoj raspravi na definiranu temu.
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,, anketni upitnici, prezentiranje planiranog i 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 proizašli iz razvojnih radionica i intervjuova mogli što uspješnije podijeliti sa ostalim interesnim dionicima, bilo je nužno osigurati odgovarajući način prenošenja informacija. Iz tog razloga, rezultati su se objavljivali na službenim stranicama Fakulteta ekonomije i turizma Grada Labina, web stranici Grada Labina, a bilo je omogućeno i slanje prijedloga elektroničkom poštom. Na taj su način priliku da izlože prijedloge, sugestije, mišljenja imali svi zainteresirani, a i time se ukazalo 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 INSTRUMENATA I INSTITUCIONALNIH TIJELA ZADUŽENIH ZA PROVEDBU DEFINIRANIH PLANOVA	Iznijet je prijedlog organizacijskih i poslovno-upravljačkih pretpostavki nužnih za provedbu usvojenih rješenja, što je jedina efikasna osnova za implementaciju planova.

Izrada projekta odvijala se u tri faze:

FAZA 1 – ANALIZA TRENUTNOG STANJA	FAZA 2 - STRATEŠKI OKVIR POZICIONIRANJA I PROCJENE UČINAKA	FAZA 3 – STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA
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
Marketinški plan	Marketinške smjernice pozicioniranja	Prijedlog uspostave tijela za provođenje monitoringa (prijedlog: Gospodarsko vijeće)

1.2.2. Metode istraživanja

Izvori podataka korištenih u izradi Strategije razvoja održivog turizma Grada Labina 2016. – 2020. prikazani su slikom u nastavku.

Slika 1: Izvori podataka



U nastavku se navode primarni izvori istraživanja.

AD.1. PRIMARNA ISTRAŽIVANJA:

KVANTITATIVNA ISTRAŽIVANJA:

Kako bi se što uspješnije odradio projektni zadatak pristupilo se provedbi sljedećih primarnih kvantitativnih istraživanja (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 na uzorku)*
- 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
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 htjelo se doći do sljedećih spoznaja: <ul style="list-style-type: none">- Kakav je značaj turizma u zajednici, ali i koji je osobni značaj turizma?- Kakva je percepciju učinaka turizma u zajednici?- Koja vrsta turističke ponude nedostaje, a koje ima možda previše?- Koji je postotak prihoda od turizma kućanstva, koliki bi prihod od turizma bio zadovoljavajući, te koliko se godišnjoj razini reinvestira u razvoj proizvoda?- Koliko se turizma još želi, koliki je stupanj razvoja prihvatljiv za građane?- Što zabrinjava građane u vezi razvoja turizma u njihovoj zajednici?- Što svatko osobno može učiniti za razvojno unaprjeđenje turizma?- Kako bi se trebao razvijati turizam u gradu Labinu, te kako svatko osobno može doprinijeti kvalitativnom unapređenju razvoja turizma u zajednici?
Obrada	Kvantitativna i kvalitativna analiza.
Namjena rezultata istraživanja	Izrada Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina.

Tablica 3: Primarno istraživanje – Ispitivanje stavova javnog sektora

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 sve dionike. 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 Grada Labina.
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 anketiranih.
Vrijeme provođenja	travanj/svibanj 2013.
Način prikupljanja podataka	Anketni upitnik koji se provodi <i>online</i> .
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">- Kakav je značaj turizma u zajednici, a i koji je osobni stav o značaju turizma?- Kakva je percepcija učinaka turizma u zajednici?- Koja vrsta turističke ponude nedostaje, a koje ima ponude ima možda previše?- Koliki je postotak prihoda od turizma?- Koliko se turizma još želi, a koliki stupanj razvoja je društveno-prihvatljiv?- Što zabrinjava zajednicu u pogledu razvoja turizma?- Što svatko osobno može učiniti za kvalitativno unaprjeđenje turizma u zajednici?- Kako bi se trebao razvijati turizam u gradu Labinu, te kako svatko osobno može doprinijeti kvalitativnom unaprjeđenju razvoja turizma u zajednici?
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, područje Grada Labina i razvoja turizma na tom području. Razvojne radionice omogućuju identifikaciju tematskog potencijala sudionika kao i detekciju mogućih scenarija razvoja. Prisutnost vanjskog (Fakultet za ekonomiju i turizma „Dr.Mijo Mirković) i unutarnjeg (Turistička zajednica Grada Labina i Grad Labin) partnera na svakoj radionici jamči potrebnu razinu objektivnosti i vjerodostojnosti izesenih informacija, prijedloga i zajedničkog promišljanja. Uzimaju se u obzir sadašnje potrebe i projekcije budućih situacija u ovisnosti o globalnim turističkim i inim trendovima. Razvojna radionica je dvosatna aktivnost za sudionike i partnere.

Organizirano je 5 radionica o 5 različitih tema:

- *smještajni kapaciteti*
- *ugostiteljstvo*
- *priroda, kultura i sport*
- *razvojno-prostorni planovi i razvojni projekti Grada Labina*
- *predstavnici Turističkog vijeća Grada Labina.*

Radionice se provode s 5 do 8 sudionika. Posebne radionice provodile su se i u suradnji s predstavnicima Mediteranskog laboratorija za arhitekturu i urbane strategije (MLAUS).

Nakon konzultacija s Naručiteljem, obzirom na metodu i ciljeve razvojnih radionica, zajednički su odabrani sudionici radionica. Sve radionice, osim radionice na temu „Razvojno-prostornih planova i razvojnih projekata Grada Labina“ imaju isti sadržaj, dinamiku razvoja i cilj. Svi sudionici se postepeno usmjeravaju u promišljanje o posebnostima grada, vanjskim i unutarnjim izazovima ciljnoj skupini turista, varijantama turističkog fokusa, te misiji i viziji Grada Labina kroz prizmu razvoja turizma i jasnog razlučivanja strateških projekata/inicijativa koje bi se mogle pokrenuti kako bi se ostvario postavljeni cilj. Na svakoj radionici predstavljaju se primjeri najbolje prakse o kojima se sa sudionicima razgovaralo.

Organizirana je i konačna radionica s predstavnicima svake razvojne skupine 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 učinci koje turizam ima na području grada Labina, te razabrale ključne mogućnosti razvoja turizma u budućnosti kao i izazovi, potrebno je provesti osobne intervjue s predstavnicima Grada Labina.

AD.2. SEKUNDARNI IZVORI

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

- Svjetska turistička organizacija (UNWTO)
- Europska Komisija (EC)
- 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*
- *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 (2015.) Travel and Tourism Competitiveness Report 2015*
- *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 koristit će se podaci različitih institucija uključenih u sustav statistike turizma u Republici Hrvatskoj. To su sljedeće institucije:

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

U procesu izrade Strategije razvoja održivog turizma Grada Labina 2016. – 2020. koristili su se brojni drugi značajni dokumenti i publikacije, kao što su:

- Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020.
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.
- Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.
- Marketing plan razvoja istarskog turizma do 2025.
- Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama u Istarskoj županiji (2015.)

- Nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža (2014.)
- Strategija razvoja Grada Labina 2016. – 2020.
- Plan upravljanja Parkom skulptura Dubrova 2016. – 2020.
- Akcijski plan razvoja kulturnog turizma Republike Hrvatske
- 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.
- dokumenti i programi svih ministarstava RH koji su strateški važni i koji imaju utjecaj na turističko privređivanje u RH,
- zakonski akti i provedbeni propisi koji utječu na poslovanje poduzeća i fizičkih osoba u turizmu

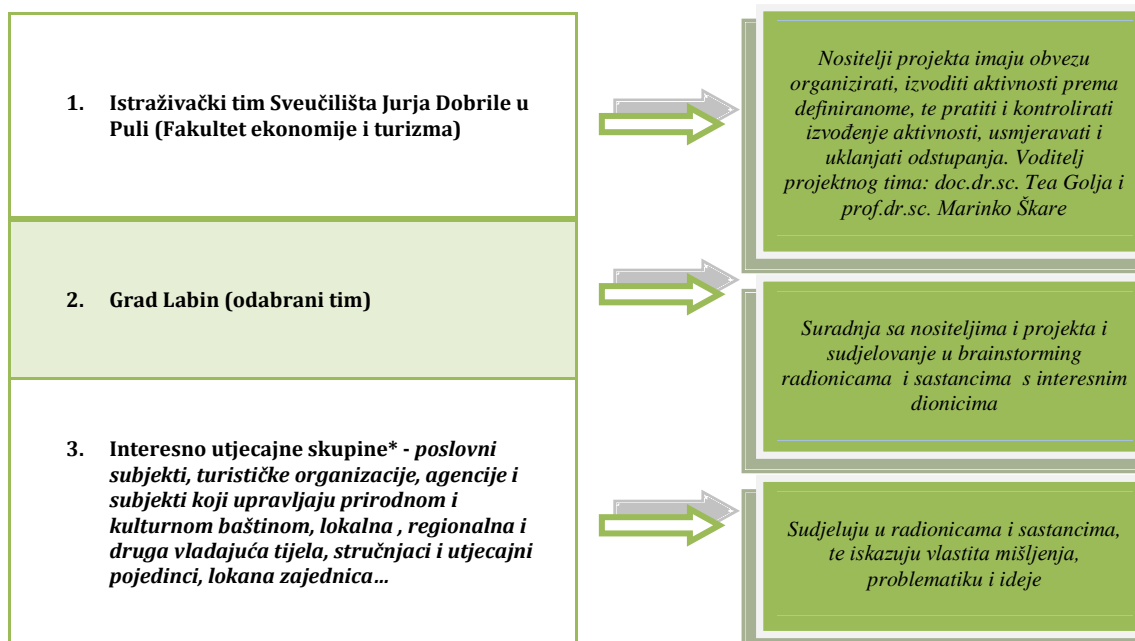
Predloženi projekti usklađeni su s strateškim ciljevima, smjernicama i projektima gore navedenih strateških dokumenata kojima se usmjerava razvoj turizma u Republici Hrvatskoj.

Metode analize sekundarnih podataka pretpostavljaju uobičajene analitičke i statističke metode obrade podataka:

- *SWOT (snage, slabosti, prilike, prijetnje) analiza*
- *snimka gospodarskog i financijskog stanja sa posebnim osvrtom na turizam i važnost turizma za gospodarstvo Labina koja 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.
- *Prognoističke metode i analize scenarija (tehnike dinamičkog programiranja i Vensim) koju ističemo kao posebnost u izradi same Strategije.*

1.2.3. 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 k **zelenom rastu i razvoju** kao najboljoj strategiji kojom će se moći odgovoriti na ekonomsku stagnaciju, klimatske promjene, iscrpljivanje resursa, demografske promjene i siromaštvo.

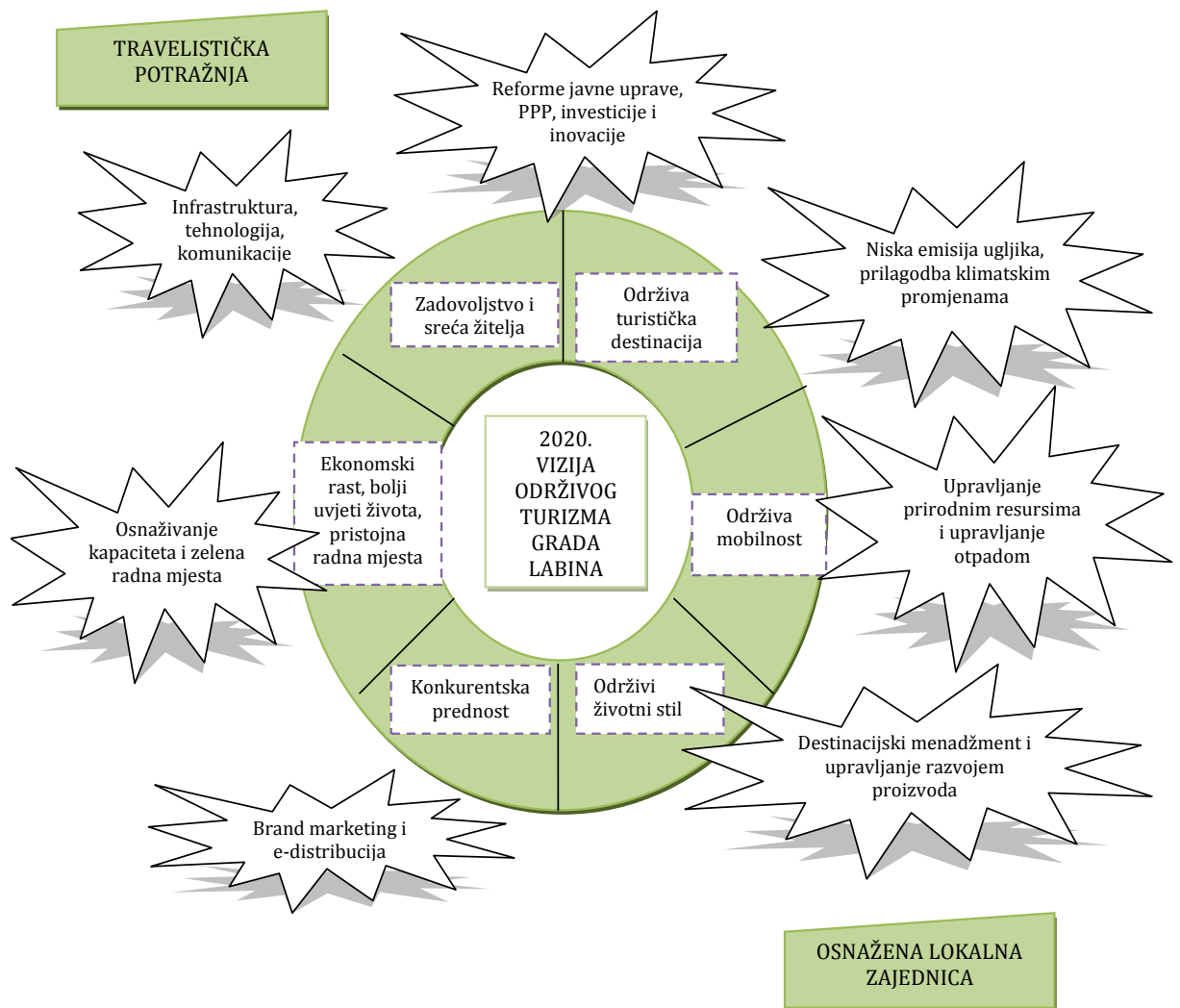
Grad Labin stremi razvijanju održivog rasta i razvoja turizma temeljenog na očuvanju biološke raznolikosti, kulturne baštine i identiteta zajednice, poticanju ekološke učinkovitosti, kvalitetnijem suživotu lokalne zajednice i posjetitelja, društvenoj inkluziji. Time će turizam doprinositi sretnijem i zadovoljnijem društvu.

Do 2020. godine Labin će se tržišno pozicionirati kao poznata odmorišna destinacija s atraktivnom paletom proizvoda kulturnog turizma i aktivnog odmora. Bit će primjer uspješnog destinacijskog menadžmenta koji pretpostavlja snažno uključivanje privatnog sektora, lokalne uprave, konzervatora, lokalnog stanovništva, civilnog društva i ostalih interesnih dionika. To je odmorišna destinacija koju svake godine posjećuje sve više turista, posebice onih koji to čine izvan glavne sezone ponukani kulturom i aktivnim odmorom. Visoka je kvaliteta ponude ove odmorišne destinacije rezultat rada i angažmana svih interesnih dionika kao i značajnih investicija u podizanje razine kvalitete cjelokupnog doživljaja.

Poslovanje poduzetnika u turizmu je unaprijeđeno, a neki su postali i međunarodno prepoznatljivi po implementiranim standardima kvalitete, ekološkoj i društvenoj odgovornosti. Brojna turistička poduzeća uvela su sustave upravljanja okolišem. Turistima se nude iskustvene prilike za uživanje u prirodnom bogatstvu i bogatoj kulturnoj baštini destinacije.

Destinacija je dobitnik brojnih prestižnih ekoloških standarda kojima se ponosi.

Slika 2: 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 prirodnih 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 njenoj tržišnoj prepoznatljivosti.*
5. *Reinvestiranje koristi iz turizma u zajednicu kroz društveno-poželjne projekte.*
6. *Uvažavanje kriterija funkcionalno integriranog sustava turizma što pretpostavlja gledanje na turizam kao na socioekonomski sektor.*

1.5. Pretpostavke održivog razvoja turizma Grada Labina

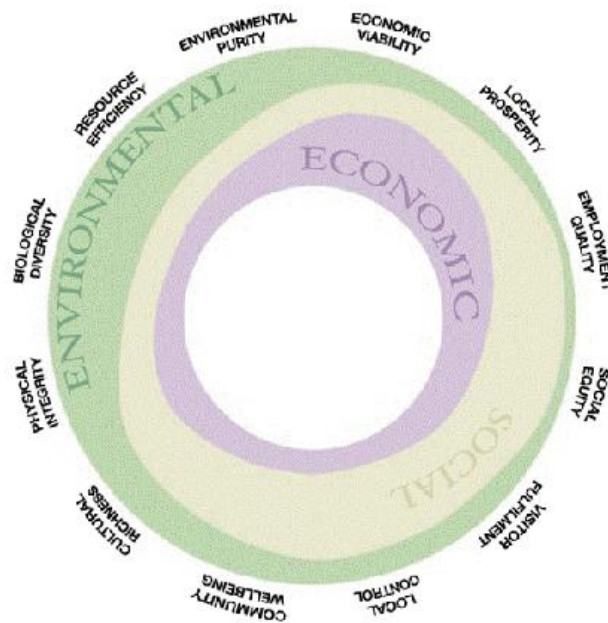
Ključni koncept uspješnosti razvoja turizma u određenoj destinaciji je pronalazak ravnoteže između **turističkog tržišta** i **turističkog proizvoda** u kombinaciji s **uspješnim upravljanjem destinacijom**. Time se osigurava ostvarenje konkurentske prednosti turističke destinacije na koju se gleda kao na sposobnost menadžmenta destinacije da na svim razinama razvija i optimalno kombinira izvedene i prirodne elemente turističke ponude.⁶ Turistički 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 turist dođe u destinaciju i „iskusi“ proizvod-uslugu koju je

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

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. Tome 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 3: 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/>

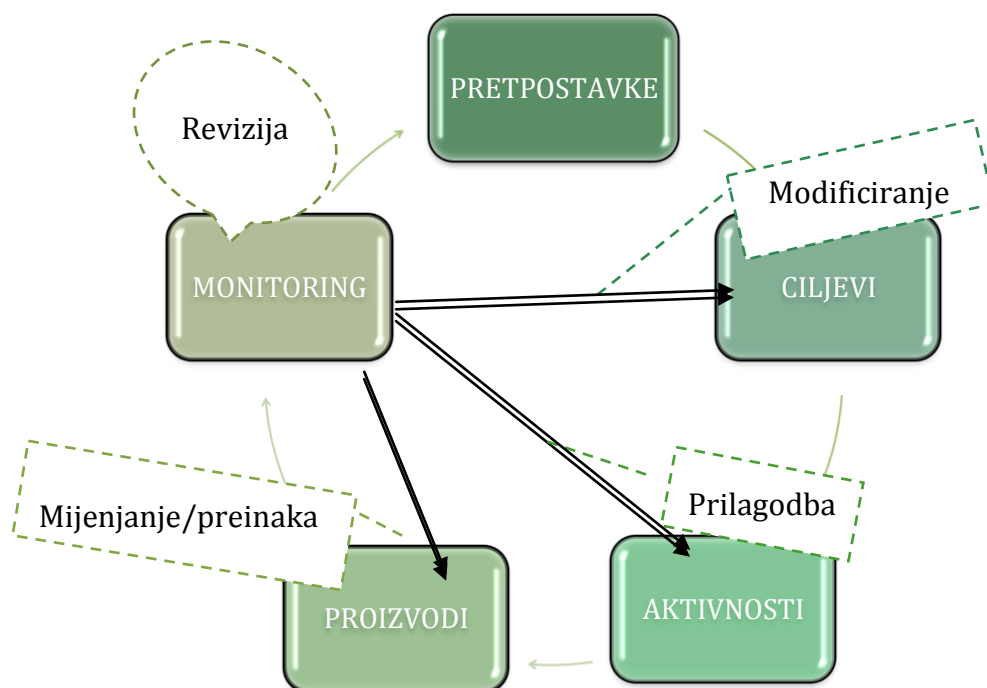
Ključni čimbenik održivog razvoja turizma jesu ljudi u svojim različitim ulogama i aktivnostima – od turista, zaposlenika u turizmu, zaposlenika javnih službi, zaposlenika u

civilnom sektoru 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, uživanja 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 je potrebno 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.

Slika 4: Integrirani model upravljanja biološkom raznolikošću



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

Društvena okolina sagledava se pod socio-kulturnim načelom. **Sociokulturna 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 takva 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 na 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 znači političke okvire i procese upravljanja koji se nalaze u pozadini svega, te osiguravaju dugoročnu visoku kvalitetu ponude i turističko iskustvo. Viša kvaliteta podrazumijeva višu razinu usluge u svim segmentima i personalizirani pristup.

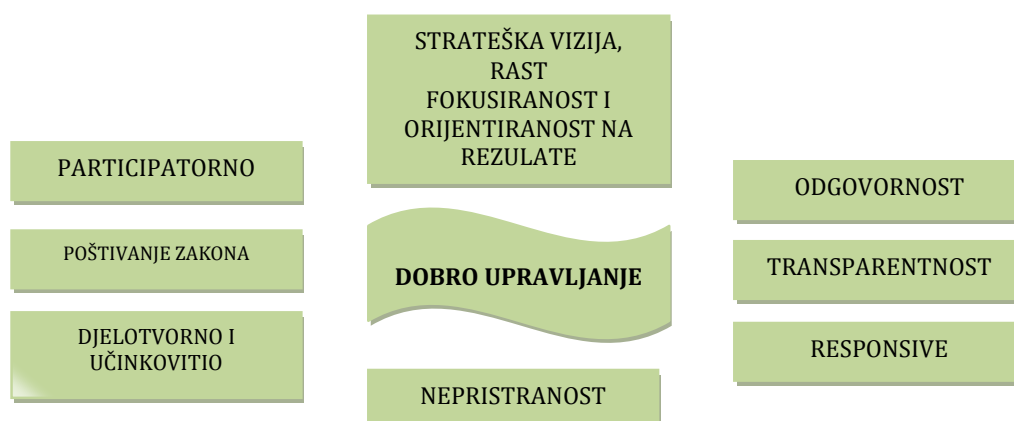
Održivi se turizam mora temeljiti na održivim, dugoročnim gospodarskim aktivnostima koje osiguravaju da su **socioekonomske koristi** pravedno raspodijeljene među svim interesnim dionicima, uz otvaranje novih radnih mjesta i novih mogućnosti povećanja dohotka.

Održivi turizam pretpostavlja i drugačije upravljanje turističkom destinacijom.

Destinacijski menadžment podrazumijeva učinkovito koordiniranje svih čimbenika 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 I, Prklog II, Lovronci, Šikuli i dr.). 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 5: Uspješan destinacijski menadžment



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 cilj biti svim korisnicima osigurati visokokvalitetno iskustvo uz uravnoteženje odnosa cijene i kvalitete, a ujedno će turizam biti sektor čije će pozitivno

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

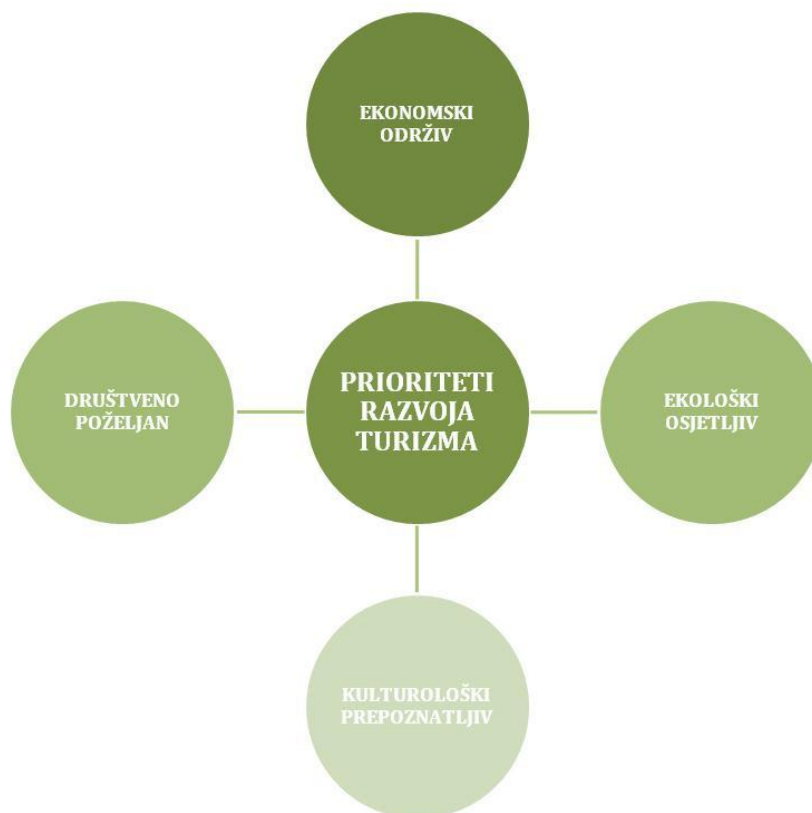
prelijevanje multiplikativnih efekata osjetiti svi interesni dionici, a ponajprije žitelji Grada Labina.

Strategija razvoja održivog turizma Grada Labina 2016. – 2020. godine prikazuje dostizanje održivosti sektora promatrano kroz načela ekonomskog, ekološkog i sociokulturnog 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 je utabanim putem potrebno nastaviti razvijati turizam Grada Labina.

1.7. TTM prezentacija

Ova je Strategija nastala kao rezultat analize turističkih, ekonomskih i financijskih pokazatelja Grada Labina u posljednjih 5-9 godina (9 godina turističkih pokazatelja, 5 godina financijskih) u kombinaciji s razvojnim radionicama na kojima su sudjelovali glavni interesni dionici iz Grada Labina.

Slika 6: Temeljna načela održivog razvoja



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 2016.-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 promijenjivom okruženju.

Promatrano kroz temeljna načela održivog razvoja, ekonomskog, ekološkog i sociokulturnog 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 nabrojenih 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:** Obilježava ih 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 imat će dramatičan utjecaj na turizam u nadolazećim desetljećima. Utjecat 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 uživat 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 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.
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 :

- traže iskustvo
- bogati, ali nemaju puno slobodnog vremena
- fleksibilniji u odabiru perioda godišnjeg odmora
- putuju češće, ali kraće
- hedonisti
- pronicljivi
- svjesni važnosti kvalitete
- individualisti
- traže samounapređenje
- kritičari
- manje odani brendovima
- traže vrijednost za novac, a ne nužno jeftino
- 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 je potrebno 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. Iako za postoje zagovornici novog bloka termoelektrane u Plominu – Plomin C na ugljen s 95% odsumporavanjem dok bi takva elektrana trebala poštivati sve stroge europske propise glede zagađenja okoliša, lokalna se zajednica zalaže za obnovljive izvore energije. U ovome momentu je još uvijek sporna izgradnja novog bloka C. 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 konkurentima kako u Istri, tako i na Kvarneru jer navedeno uvelike onemogućuje natjecateljsku sposobnost ove destinacije.

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske, 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 destinaciji. U skladu s Europskom inicijativom o resursnoj učinkovitosti, povećanje resursne učinkovitosti bit 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

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

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, industrijskih, poljoprivrednih i prijevoznih 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 Unaprijeđenjem 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). 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 rekonstrukcije odlagališta komunalnog otpada Cere su završene. 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

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

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 o biološkoj 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. Zaštićeni dio prirode obuhvaća 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 treba upravljati svojim specifičnim prirodnim resursima.

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015., rangira Hrvatsku na 33. mjesto po turističkoj konkurentnosti od ukupno 141 zemalja, dok je po poslovnom okruženju na 125. mjesto, cjenovnoj konkurentnosti u turizmu na 101., a po konkurentnosti ljudskih resursa ili radne snage pozicionirana na 80. mjesto. 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

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

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

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 online 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 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. Društveno poduzetništvo predstavlja skup

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

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

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 društvenog 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. Društvena 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 društvenom poduzetništvu i koristima koje ono nosi za sve uključene. Zbog toga je ovdje naročito važna promocija društvenog 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 interesnim dionicima 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
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. omogućavanje razvoja 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 određena destinacija, bit će potrebno uložiti dodatan napor zbog izazova sa kojima se destinacija suočava.

3.2. Analiza turističkih pokazatelja

U nastavku se analizira turistički promet Grada Labina, od 2007., pa sve do 2015. godine, sukladno dostavljenim podacima Turističke zajednice Grada Labina.

3.2.1. Ukupna noćenja i dolasci u Gradu Labinu od 2007. do 2015. godine

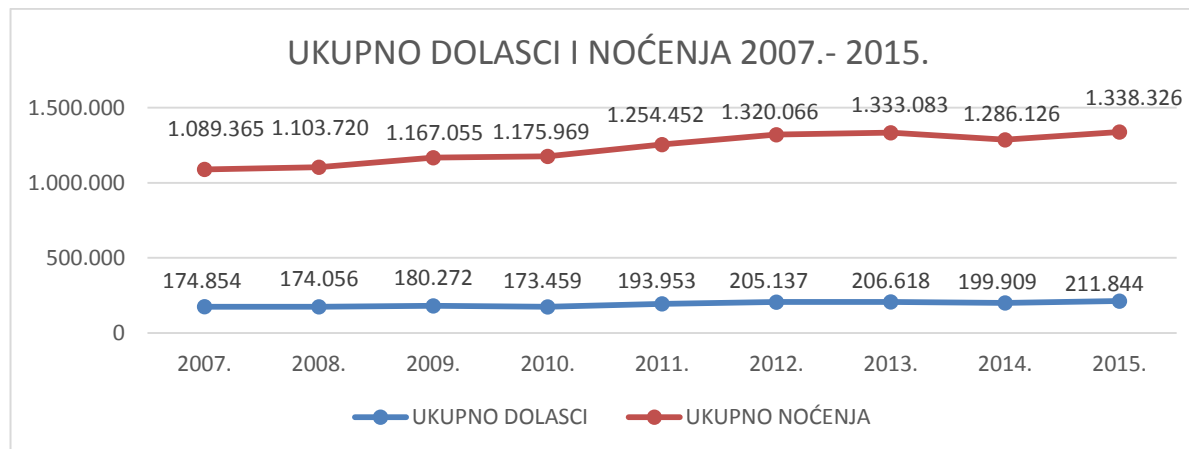
Kao što je vidljivo iz tablice, u promatranom razdoblju zabilježen je trend rasta broja dolazaka s najvećom stopom zabilježenom 2011. godine, dok jedino 2008., 2010. i 2014. Grad Labin bilježi manji pad broja dolazaka. **Prosječna godišnja stopa rasta dolazaka** za osmogodišnje razdoblje je **2,3%**. Ukoliko se izdvojeno promotre noćenja, jasne su pozitivne stope raste u svakoj godini, sa izuzetkom 2014. (-3,52%). **Prosječne stopa rasta noćenja** iznosi **2,5%**. Ukoliko usporedimo dolaske 2010. i 2015. uočava se porast dolazaka od 18,12% 2015. godine, te noćenja 12,62% u odnosu na 2010. godinu.

Tablica 4: Ukupna noćenja i dolasci 2007. – 2015. godine

GODINA	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
UKUPNO DOLASCI	174.854	174.056	180.272	173.459	193.953	205.137	206.618	199.909	211.844
GODIŠNJA STOPA RASTA (%)		-0,5	3,45%	-3,9%	10,57%	5,5%	0,7%	-3,4%	6%
UKUPNO NOĆENJA	1.089.365	1.103.720	1.167.055	1.175.969	1.254.452	1.320.066	1.333.083	1.286.126	1.338.326
GODIŠNJA STOPA RASTA (%)		1,30%	5,43%	0,76%	6,3%	4,97%	0,98%	-3,65%	4%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

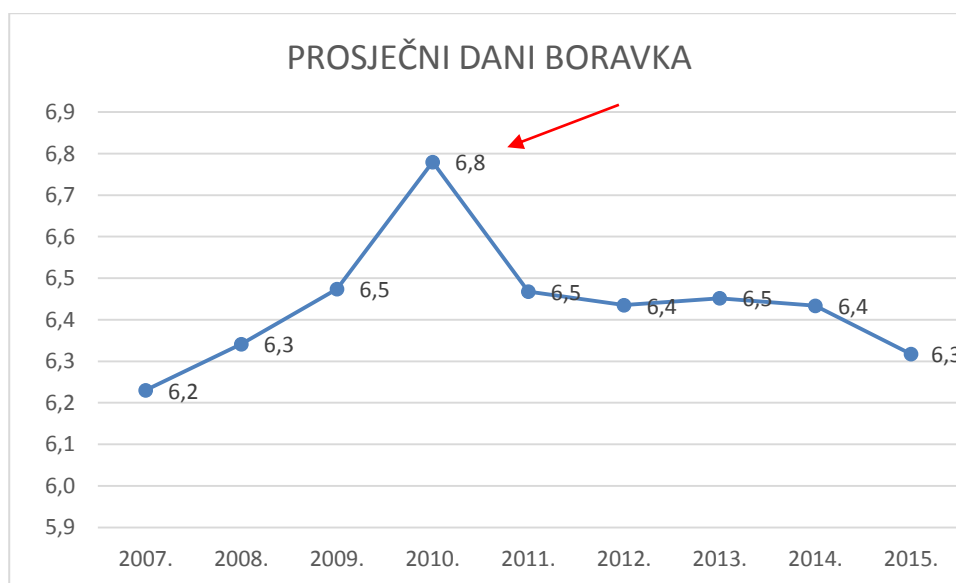
Grafikon 1: Ukupno dolasci i noćenja u Gradu Labinu od 2007. do 2015.



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Iz gornjeg grafikona vidljiva su kretanja noćenja i dolazaka u Gradu Labinu, koji je, kako je već prethodno rečeno u 2015. godini ostvario 1.338.326 noćenja i 211.844 dolazaka. U Istarskoj županiji u 2015. godini ostvareno je ukupno 23.668.568 noćenja, te 3.570.668 dolazaka¹⁵, a u Republici Hrvatskoj 71.605.315 noćenja i 14.343.323 dolazaka¹⁶. Od 2010. do 2014. broj dolazaka turista na Jadran (primorske županije) povećao se za oko 28%, a broj noćenja za više od 30%¹⁷.

Grafikon 2: Kretanje prosječnih dana boravka turista u Gradu Labinu od 2007. do 2015.



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Prema podacima iz gornjeg grafa, turisti u Gradu Labinu borave prosječno **6 dana**, najduže su se zadržavali 2010. (6,8) dana, a najmanje 2007. 6,2 dana. Usporedbe radi, turisti se u Puli zadržavaju manje nego u Labinu i to 5,3 dana¹⁸, što je ponovno više od hrvatskog prosjeka od 5 dana¹⁹, no manje od prosjeka Istarske županije sa 6,6 dana²⁰.

¹⁵ Turistička zajednica Istarske županije (2015.) Dolasci i noćenja turista u Istri. Poreč: TZ Istarske županije.

¹⁶ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2016.) DZS: U 2015. zabilježeno 9,3% više dolazaka i 7,7% više noćenja u odnosu na lani. Dostupno na: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=30725> Preuzeto: 19.travnja 2016.

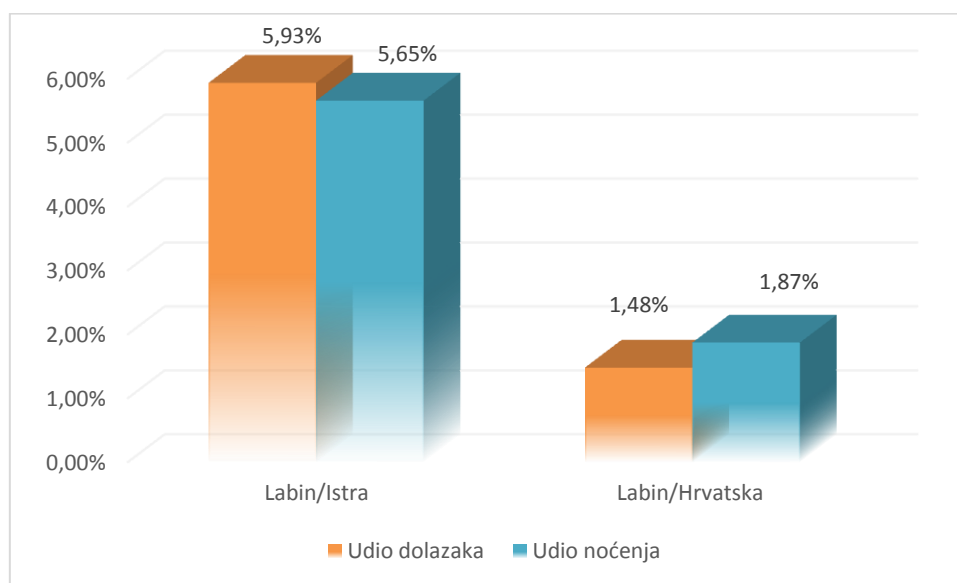
¹⁷ Poslovni dnevnik (2015.) Porast prosječne dnevne turističke potrošnje u 2014. Dostupno na: <http://www.poslovni.hr/hrvatska/porast-prosjecne-dnevne-turisticke-potrosnje-u-2014-289158> Preuzeto: 20. listopada 2015.

¹⁸ Sveučilište Jurja Dobrile u Puli (2015). Strategija razvoja turizma Grada Pule 2015. – 2020. Pula:UNIPU

¹⁹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2016.) DZS: U 2015. zabilježeno 9,3% više dolazaka i 7,7% više noćenja u odnosu na lani. Dostupno na: <http://www.mint.hr/default.aspx?id=30725> Preuzeto: 19.travnja 2016.

²⁰ Turistička zajednica Istarske županije (2015.) Dolasci i noćenja turista u Istri. Poreč: TZ Istarske županije.

Grafikon 3: Udio noćenja i dolazaka u Gradu Labinu u ukupnim dolascima i noćenjima Republike Hrvatske i Istarske županije 2015. godine



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, TZ Istarske županije i DZS

Promatrano s aspekta udjela u noćenjima i dolascima Istarske županije i Republike Hrvatske, ukupni dolasci u Grad Labin 2015. godine doprinose ukupnim **dolascima Istre sa 5,93%, Hrvatske sa 1,48%**. Noćenjima Labin pridonosi noćenjima **Istre sa 5,65%, Hrvatske sa 1,87%**.

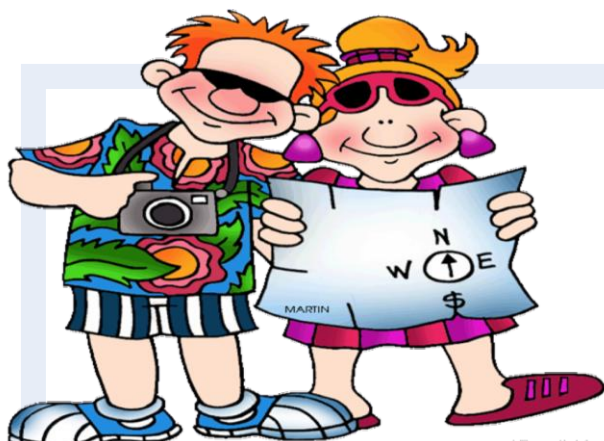
Tablica 5: Dolasci, noćenja i prosječni dani boravka turista u Gradu Labinu od 2007. do 2015.

RAZDOBLJE	2007. - 2015.	PROSJEČNI DANI BORAVKA
UKUPNO DOLASCI	1.720.102	6
UKUPNO NOĆENJA	11.068.162	

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Uzevši u obzir ukupna noćenja i dolaske na promatranoj destinaciji u razdoblju od **2007. do 2015.** godine dobivaju se značajne brojke, odnosno kako je destinaciju posjetilo **1.720.102 turista**, te ostvarilo **11.068.162 noćenja**. Prosječno vrijeme boravka turista u destinaciji u tom razdoblju je **6 dana**.

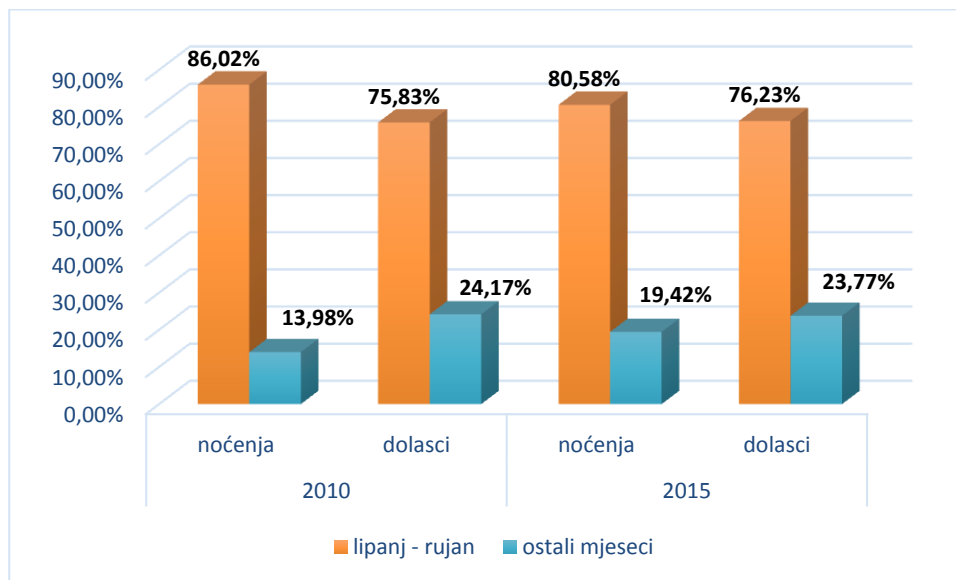
Shema 1: Dolasci i noćenja turista u Gradu Labinu od 2007. do 2015.



2007.- 2015.: 1.720.102 dolazaka;
11.068.162 noćenja

U Republici Hrvatskoj, bez izuzetka Istre, svaka destinacija se nosi sa sezonalnošću. Način na koji se ona manifestira u Gradu Labinu prikazana je u nastavku.

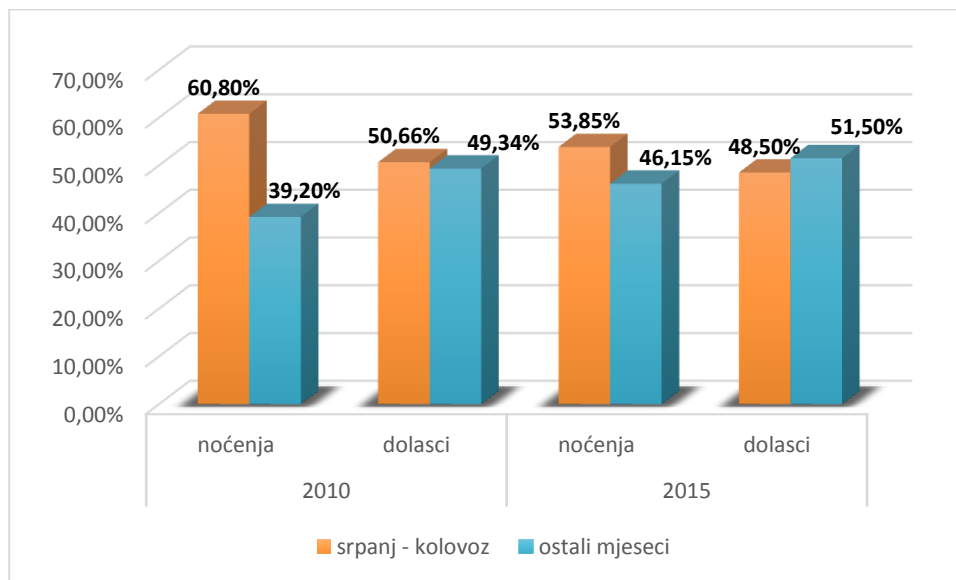
Grafikon 4: Usporedba sezonalnosti u Gradu Labinu 2010. i 2015. godine za razdoblje od lipnja do rujna promatranih godina (udio noćenja i dolazaka u ukupnim noćenjima i dolascima)



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Usporedbom sezonalnosti 2010. i 2015. godine vidljivo je kako znatnih pomaka nema, kako se 2015., kao i 2010. najviše dolazaka i noćenja ostvaruje u **četiri ljetna mjeseca**, odnosno lipnju, srpnju, kolovozu i rujnu (**više od 80% noćenja i 75% dolazaka**).

Grafikon 5: Usporedba sezonalnosti u Gradu Labinu 2010. i 2015. godine za razdoblje od srpnja do kolovoza promatranih godina (udio noćenja i dolazaka u ukupnim noćenjima i dolascima)



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Gornji graf također pokazuje sezonalnost, s fokusom na **srpanj i kolovoz**, tzv. špicu sezone. U 2010. godini i noćenja i dolasci u srpnju i kolovozu premašuju one iz ostalih mjeseci. U 2015. godini udio noćenja je smanjen u odnosu na 2010. godinu (60,80%) na 53,85%, dolasci su također smanjeni, no što je zanimljivo dolasci su u 2015. (48,50%) manji nego li ostalih mjeseci (51,50%) iste promatrane godine.

U nastavku su isti podaci sumarno prikazani u tablici.

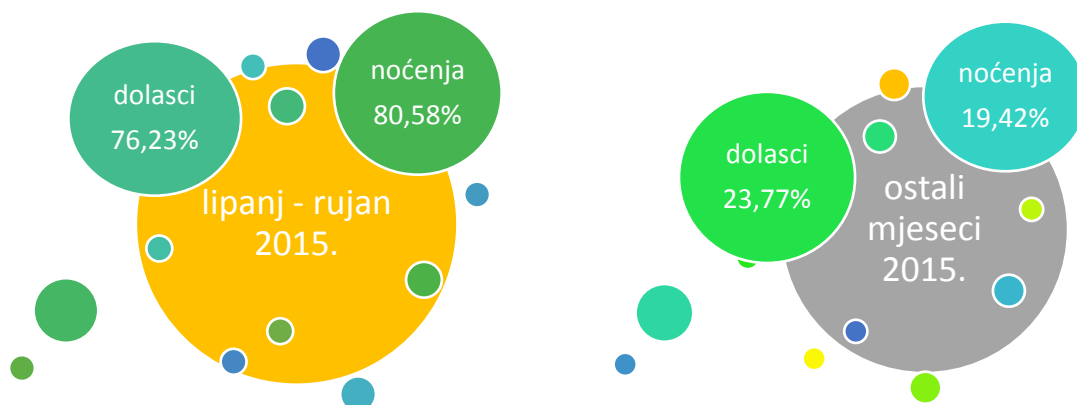
Tablica 6: Sezonalnost u Gradu Labinu – usporedba 2010. i 2015. godine

2010		2015	
Noćenja lipanj -rujan	Ostali mjeseci	Noćenja lipanj -rujan	Ostali mjeseci
86,02%	13,98%	80,58%	19,42%
Dolasci lipanj - rujan	Ostali mjeseci	Dolasci lipanj - rujan	Ostali mjeseci
75,83%	24,17%	76,23%	23,77%
Noćenja srpanj - kolovoz	Ostali mjeseci	Noćenja srpanj - kolovoz	Ostali mjeseci
60,80%	39,20%	53,85%	46,15%
Dolasci srpanj - kolovoz	Ostali mjeseci	Dolasci srpanj - kolovoz	Ostali mjeseci
50,66%	49,34%	48,50%	51,50%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U nastavku se prikazuje ukupna izvedba sezonalnog karaktera labinskog turizma.

Shema 2: Sezonalnost u Gradu Labinu lipanj – rujan 2015.



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Tablica koja slijedi prikazuje **sezonalnost na razini županije**, odnosno kako se u Istri **87,26% svih noćenja ostvaruje od lipnja do rujna, a od srpnja do kolovoza 60,73%**, što je veoma blizu Labinu koji od lipnja do rujna ostvaruje 80,58% svih noćenja, a u srpnju i kolovozu 53,85%. Slična situacija je i u Gradu Puli koji većinu dolazaka i noćenja ostvaruje u četiri ljetna mjeseca.

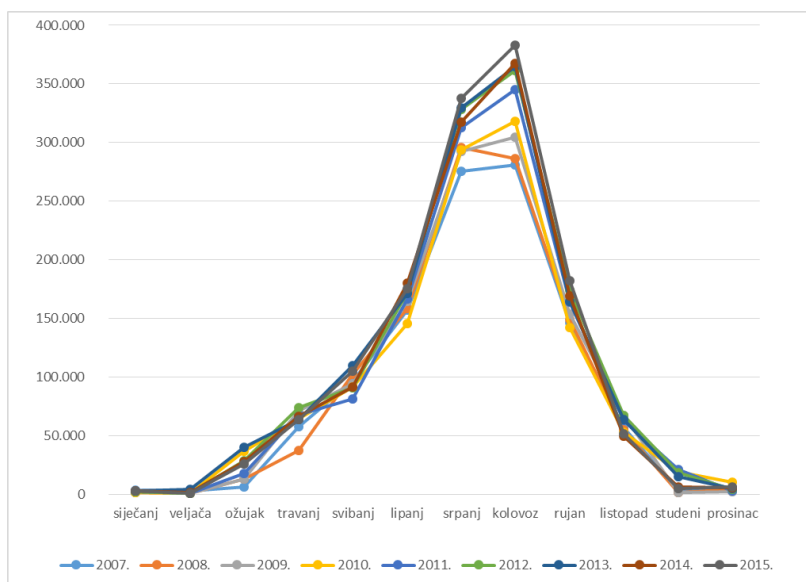
Tablica 7: Sezonalnost u Istarskoj županiji 2015. godine

2015. godina	
dolasci lipanj-rujan	ostali mjeseci
78,47%	21,53%
noćenja lipanj-rujan	ostali mjeseci
87,26%	12,74%
dolasci srpanj-kolovoz	ostali mjeseci
52,38%	47,62%
noćenja srpanj-kolovoz	ostali mjeseci
60,73%	39,27%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Istarske županije, 2016.

U destinacija Labin - Rabac sezonalni karakter je dugog vijeka, odnosno **sezonalnost je bila prisutna još 2007. godine, nastavno sve do 2015.**, te se u svim prikazanim godinama najveći dio noćenja ostvarivao u lipnju, srpnju, kolovozu i rujnu, doljnji graf.

Grafikon 6: Noćenja po mjesecima u razdoblju od 2007. – 2015. godine



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

3.2.2. Struktura noćenja i dolazaka u Gradu Labinu prema emitivnim tržištima

U nastavku se donosi pregled **potražnje** za destinacijom Labin i okolica **prema emitivnim tržištima**.

Prva tablica prikazuje ostvarena noćenja prema zemljama dolaska od 2012., pa do 2015. godine. Njemačka u cijelom promatranom razdoblju zauzima prvo mjesto, a slijedi je Austrija. Na trećem mjestu, ovisno o godini, izmjenjuju se Češka i Italija. Važno je napomenuti kako sve zemlje bilježe porast udjela s izuzetkom Češke i Nizozemske.

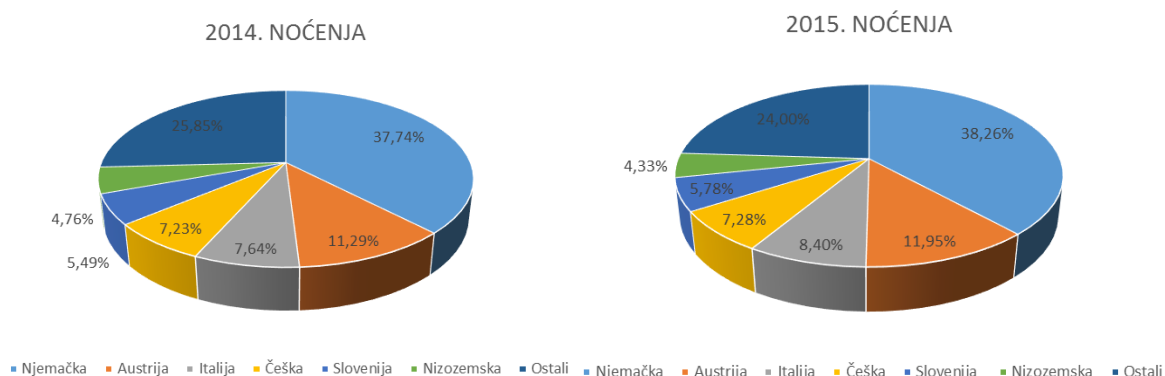
Tablica 8: Struktura potražnje prema emitivnim tržištima (noćenja od 2012 do 2015. godine)

2012.		2013.		2014.		2015.		RAST/PAD 2012. - 2015.	
ZEMLJA	NOĆENJA	ZEMLJA	NOĆENJA	ZEMLJA	NOĆENJA	ZEMLJA	NOĆENJA	ZEMLJA	POSTOTAK
Njemačka	498.260	Njemačka	509.058	Njemačka	485.445	Njemačka	512.085	Njemačka	2,70%
Austrija	139.764	Austrija	154829	Austrija	145.157	Austrija	159.907	Austrija	12,60%
Češka	113.526	Italija	94.360	Italija	98.249	Italija	112.405	Češka	-16,50%
Italija	112.269	Češka	93.793	Češka	93.029	Češka	97.446	Italija	0,12%
Slovenija	73.084	Slovenija	77.476	Slovenija	70.586	Slovenija	77.357	Slovenija	5,52%
Nizozemska	68.393	Nizozemska	58.935	Nizozemska	61.208	Nizozemska	57.928	Nizozemska	-18,07%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Iz gornje tablice, a i donjih grafova raspoznaje se koja država prednjači prema broju ostvarenih noćenja u ukupnim noćenjima. U obje promatrane godine na prvom mjestu nalaze se Nijemci sa 37,74% noćenja u ukupnim noćenjima 2014., odnosno 38,26% 2015., Austrija na drugom mjestu sa 11,29% 2014., 11,95% 2015. U 2014. Italija je bila na trećem mjestu sa 7,64%, a 2015. Češka sa 8,40%. U 2015. godini **domaći gosti** zauzeli su svega 2,61% ukupnim noćenjima, što je manje nego li 2014. godine kada je udio iznosio 3,29%.

Grafikon 7: Glavna emitivna tržišta prema ostvarenim noćenjima u 2014. i 2015. god. (udio u ukupnim noćenjima)



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

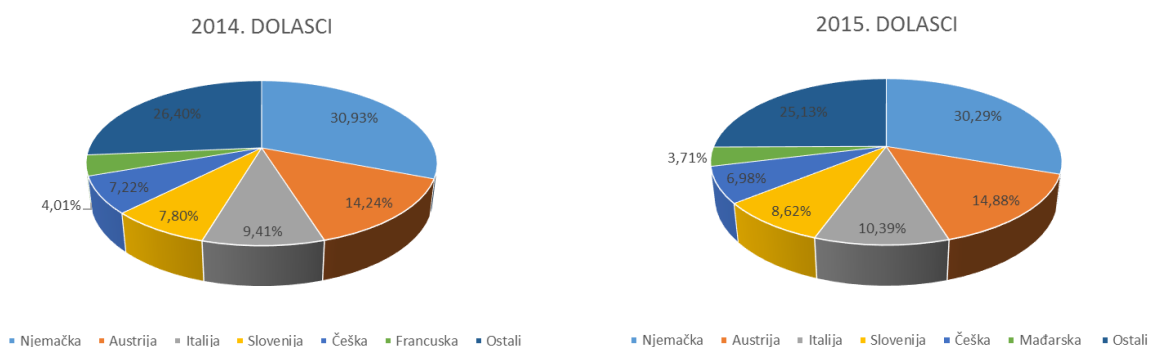
Dolasci prikazuju jednaku situaciju za prva dva mjesta, odnosno Njemačku i Austriju, no na treće mjesto izbija Slovenija zajedno s Italijom, ovisno o promatranoj godini. I ovdje sve zemlje bilježe porast u razdoblju od 2010. – 2015., s izuzetkom Slovenije.

Tablica 9: Struktura potražnje prema emitivnim tržištima (dolasci od 2012. do 2015. godine)

2012.		2013.		2014.		2015.		RAST/PAD 2012. - 2015.	
ZEMLJA	DOLASCI	ZEMLJA	DOLASCI	ZEMLJA	DOLASCI	ZEMLJA	DOLASCI	ZEMLJA	POSTOTAK
Njemačka	62.885	Njemačka	63.101	Njemačka	61.824	Njemačka	64.176	Njemačka	2,01%
Austrija	27.260	Austrija	30.274	Austrija	28.467	Austrija	31.525	Austrija	13,53%
Italija	20.078	Slovenija	18.273	Italija	18.811	Italija	22.001	Italija	9,58%
Češka	17.061	Italija	17.729	Slovenija	15.585	Slovenija	18.265	Češka	6,59%
Slovenija	15.436	Češka	14.334	Češka	14.433	Češka	14.791	Slovenija	-4,36%
Francuska	9.987	Francuska	7.212	Francuska	8.020	Mađarska	7.855	Mađarska	25,21%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Grafikon 8: Glavna emitivna tržišta prema ostvarenim dolascima u 2014. i 2015. god. (udio u ukupnim dolascima)

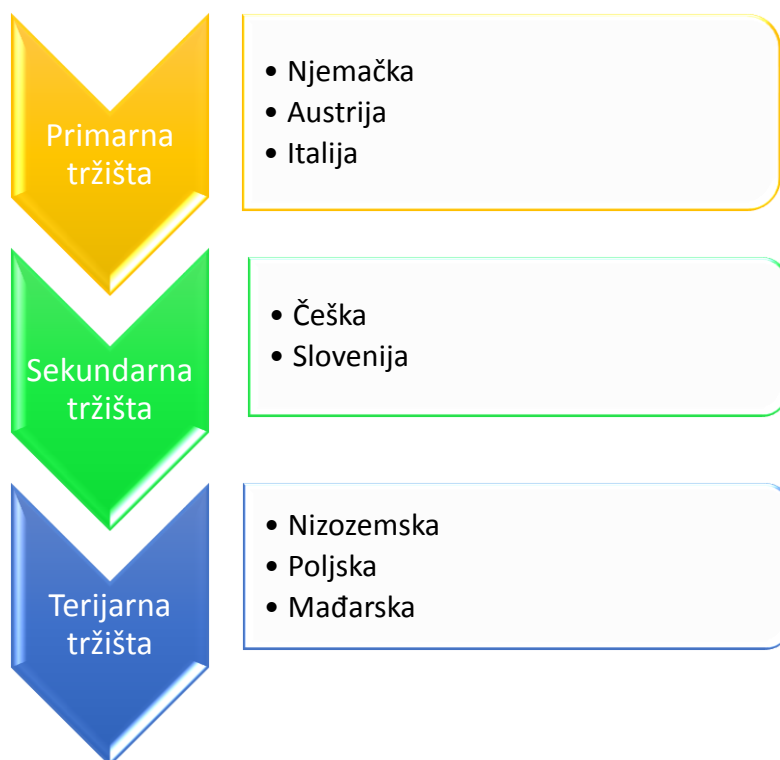


Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

I prema podacima o dolascima najveća emitivna tržišta čine Njemačka (s 30,93% dolazaka u ukupnim dolascima Labina 2014., odnosno 30,29% 2015.) i Austrija sa 14,24% 2014. i 14,88% 2015. 2014. i 2015. godine Italija je bila na trećem mjestu sa 9,41% (2014.) i 10,39% (2015.). **Hrvatska** je ovdje bila veoma slabo zastupljena sa svega 3,90% dolazaka u ukupnim dolascima, što je više nego li u 2014. sa 3,59%.

U nastavku su prikazana primarna (>100.000), sekundarna (od 70.000 do 100.000) i tercijarna tržišta (40.000 – 70.000) Grada Labina s obzirom na broj ostvarenih noćenja.

Shema 3: Prikaz primarnog, sekundarnog i tercijarnog tržišta Grada Labina u 2015. godini



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U Istarskoj županiji 2015. godini na prvom mjestu prema broju ostvarenih noćenja nalazi se **Njemačka** sa 7.231.597 noćenja, slijede **Slovenija** sa 3.250.430, **Austrija** 2.879.187, **Italija** 2.175.948 i **Nizozemska** sa 1.453.724 noćenja²¹. Za prva tri mjesta situacija je jednaka i u **Hrvatskoj**, dok se na četvrtom mjestu nalazi **Češka**²², prikaz u tablici u nastavku.

Tablica 10: Potražnja prema emitivnim zemljama u 2015. godini za Grad Labin, Istarsku županiju i Republiku Hrvatsku

RANG POTRAŽNJE PREMA EMITIVNIM ZEMLJAMA 2015.	LABIN	ISTARSKA ŽUPANIJA	REPUBLIKA HRVATSKA
1.	Njemačka	Njemačka	Njemačka
2.	Austrija	Slovenija	Slovenija
3.	Italija	Austrija	Austrija
4.	Češka	Italija	Češka

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, DZS, TZ Istarske županije

²¹ Turistička zajednica Istarske županije (2015.) Dolasci i noćenja turista u Istri. Poreč: TZ Istarske županije.

²² DZS (2016): Dolasci i noćenja turista u 2015. Zagreb: DZS

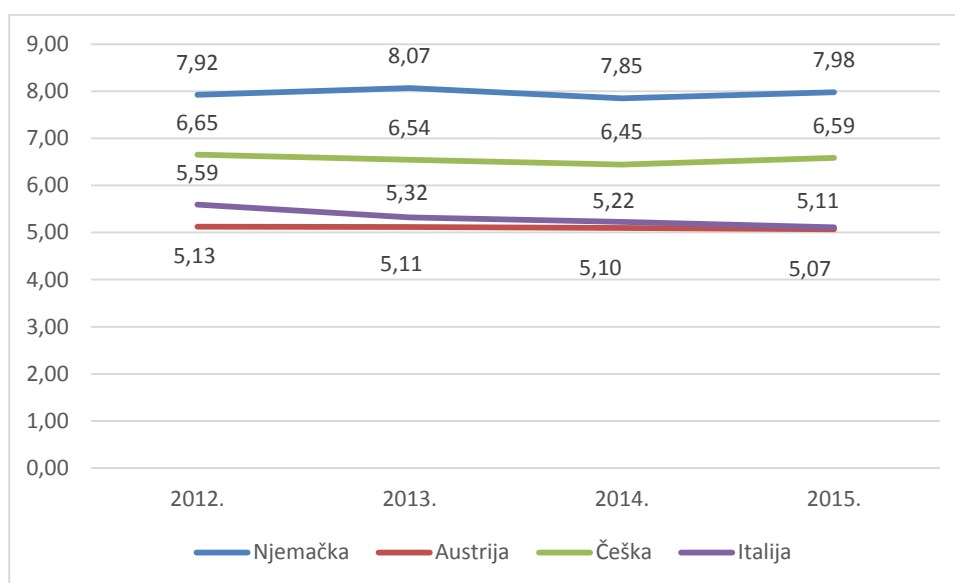
Od 2012. – 2015. najduže su u Gradu Labinu boravili Nijemci prosječno 7,96 dana, slijede Česi sa 6,56 dana, Talijani sa 5,31 danom, te na kraju Austrijanci sa najkraćim boravkom kod primarnog tržišta sa 5,10 dana.

Tablica 11: Prosječni dani boravka turista u Gradu Labinu 2012. – 2015. prema emitivnim tržištima

Tržište/godina	2012.	2013.	2014.	2015.
Njemačka	7,92	8,07	7,85	7,98
Austrija	5,13	5,11	5,10	5,07
Češka	6,65	6,54	6,45	6,59
Italija	5,59	5,32	5,22	5,11

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Grafikon 9: Prosječni dani boravka turista u Gradu Labinu od 2012. do 2015.



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Tablica 12: Usporedba prosječnih dana boravka gostiju glavnih emitivnih tržišta u Gradu Labinu, Istarskoj županiji i Republici Hrvatskoj u 2015. godini

ZEMLJE	GRAD LABIN	ISTARSKA ŽUPANIJA	REPUBLIKA HRVATSKA
Njemačka	7,98	8,66	7,42
Austrija	5,07	5,46	5,27
Češka	6,59	6,05	6,91
Italija	5,11	5,01	4,32
Slovenija	4,23	6,48	5,6

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, DZS, TZ Istarske županije

Gornja tablica jasno prikazuje kako se u **Labinu Nijemci (7,98) zadržavaju dulje nego na razini Hrvatske (7,42)**, a **manje nego na razini Istre (8,66)**. Austrijanci se u destinaciji zadržavaju manje nego li na razini županije (5,46) i države (5,27). Česi borave u Labinu nešto duže nego na razini županije (6,05), manje nego na državnoj razini (6,91). Talijani u Labinu borave dulje nego u Istri (5,01), odnosno Hrvatskoj (4,32). Dok Slovenci manje nego u ostatku županije (6,48) i države (5,6).

3.2.3. Struktura noćenja i dolazaka u Gradu Labinu prema dobnim skupinama

U nastavku se analiziraju dolasci i noćenja **prema dobnim skupinama**.

Odmah prva donja tablica definira izgled turista prema dobnim skupinama, jasno dajući naslutiti kako je **većina gostiju u destinaciji Labin u razdoblju od 2013. – 2015. godine spadala u skupinu preko 60 godina (22,43%)**, za njima slijedi dobna skupina od 41 – 50 godina (17, 38%), te ona od 51 – 60 (14, 03%). Najmanje turista pripadalo je skupini između 13 – 18 godina (8, 85%).

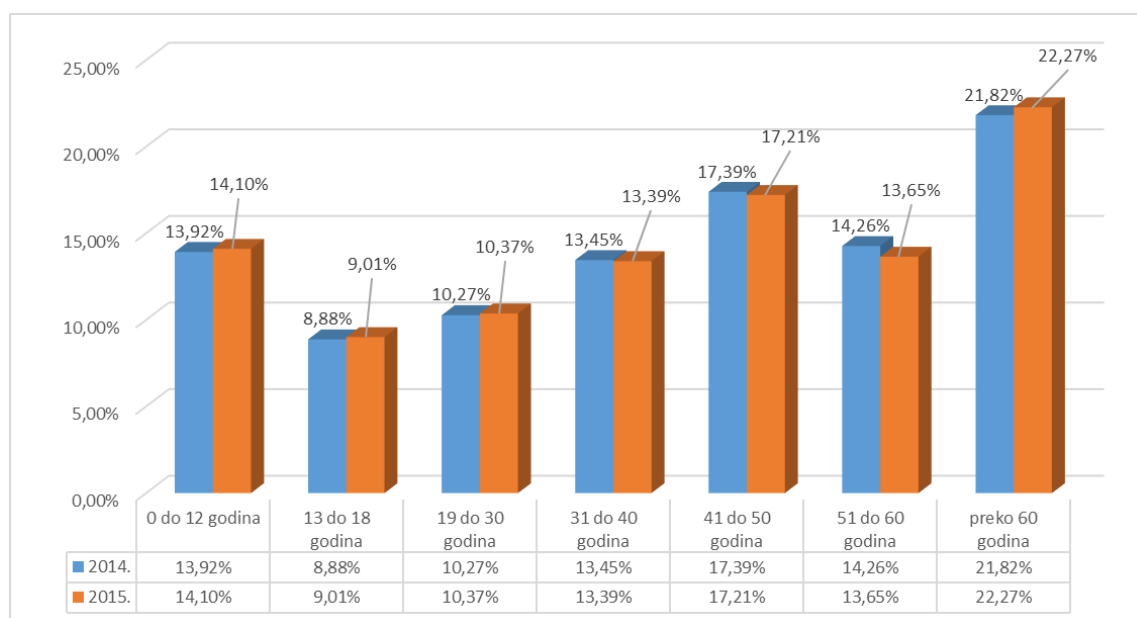
Tablica 13: Ostvarena noćenja i udio ostvarenih noćenja prema dobnim skupinama od 2013. do 2015. godine

DOBNA SKUPINA	UKUPNA NOĆENJA 2013. - 2015.	UDIO NOĆENJA PREMA DOBNIM SKUPINAMA U UKUPNIM NOĆENJIMA (2013. - 2015.)
0 do 12 godina	544.612	13,76%
13 do 18 godina	350.359	8,85%
19 do 30 godina	407.178	10,29%
31 do 40 godina	524.616	13,26%
41 do 50 godina	687.916	17,38%
51 do 60 godina	555.304	14,03%
preko 60 godina	887.550	22,43%
UKUPNO	3.957.535	100,00%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Usporedbom noćenja prema dobnim skupinama u 2014. i 2015. godini ne vide se značajnije promjene strukture. Odnosno na prvom mjestu u obje godine su skupina preko 60 godina, dok je skupina sa najmanjim udjelom noćenja u ukupnim noćenjima ona od 13 – 18 godina.

Grafikon 10: Usporedba noćenja prema dobnim skupinama 2014. i 2015. godina



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Tablica 14: Ostvareni dolasci i udio ostvarenih dolazaka prema dobnim skupinama od 2013. do 2015. godine u ukupnim dolascima

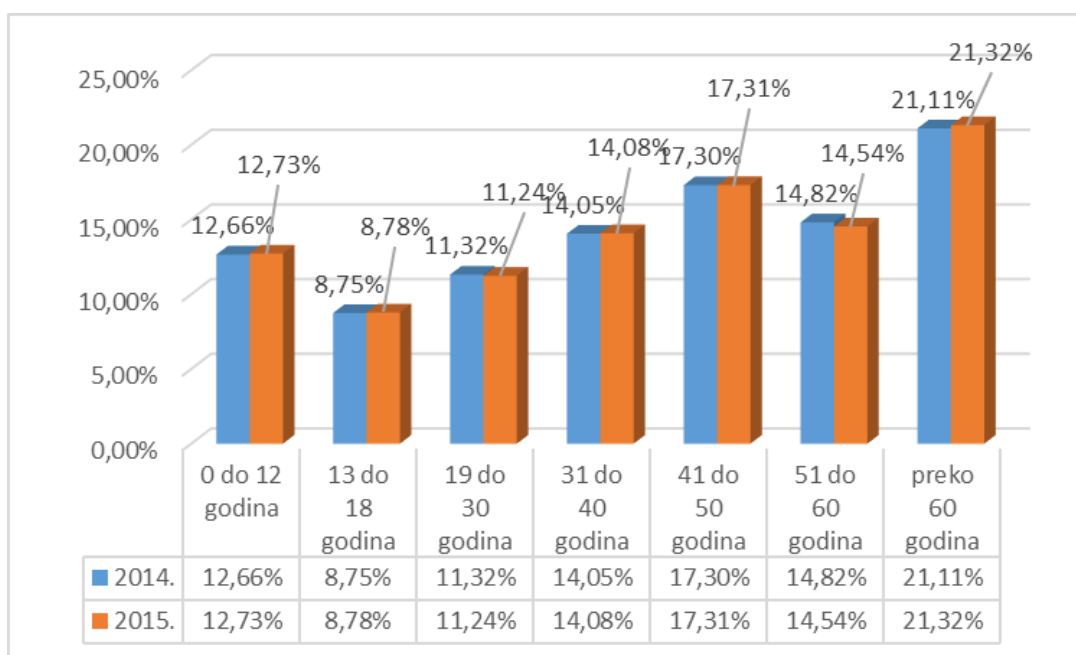
DOBNA SKUPINA	UKUPNO DOLASCI 2013. - 2015.	UDIO DOLAZAKA PREMA DOBNIM SKUPINAMA U UKUPNIM DOLASCIMA (2013. - 2015.)
0 do 12 godina	77.635	12,55%
13 do 18 godina	53.753	8,69%
19 do 30 godina	69.754	11,28%
31 do 40 godina	86.763	14,03%
41 do 50 godina	107.716	17,42%
51 do 60 godina	90.926	14,70%
preko 60 godina	131.824	21,32%
UKUPNO	618.371	100,00%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Struktura dolazaka prema dobnim skupinama jednaka je onoj dolazaka, odnosno **najveći udio dolazaka u ukupnim dolascima imaju turisti preko 60 godina (21,32%)**, slijede oni od 41 – 50 godina (17,42%), te oni od 51 – 60 godina (14,03%). I dalje zadnje mjesto, s najmanjim udjelom pripada skupini od 13 – 18 godina (8,69%).

Donji graf uspoređuje strukturu dolazaka u 2014. i 2015. godini, te se jasno da iščitat kako su kretanja u promatranim godinama jednaka.

Grafikon 11: Usporedba dolazaka prema dobnim skupinama 2014. i 2015. godine



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U Hrvatskoj nešto više od polovice gostiju koji su boravili tijekom ljeta 2014. godine u hrvatskim primorskim destinacijama bili su srednje životne dobi, od 30 do 49 godina (51%), što ne odgovara situaciji na području Grada Labina. U primorskim hrvatskim destinacijama na drugom mjestu 2014. godine bili su gosti stariji od 50 godina (28%), dok su se u Labinu na tom mjestu našli turisti iz skupine od 41 – 50 godina.

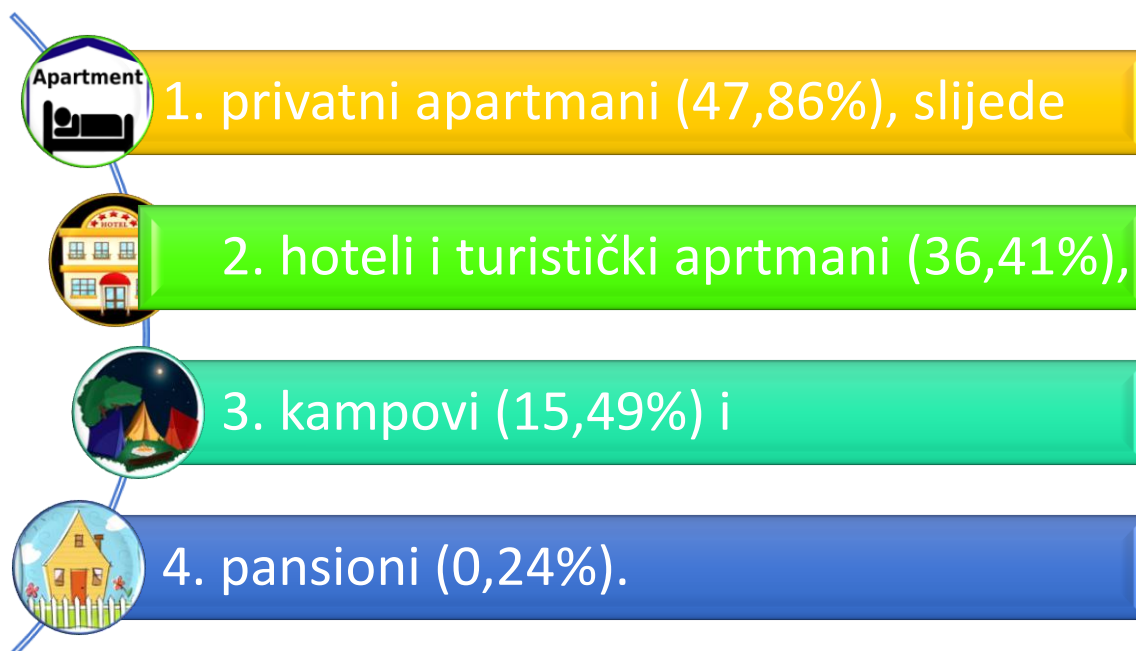
Usporedba strukture dolazaka i noćenja prema dobnim skupinama promatranog razdoblja sa 2010. godinom nije moguća zbog drugačijeg statističkog praćenja.

3.2.4. Struktura noćenja i dolazaka prema vstama smještaja

Tablice i grafovi u nastavku donose situacijsku analizu turističke ponude, odnosno **analizu strukture smještajnih kapaciteta u destinaciji Labin - Rabac.**

Destinacija ima ukupno 13.135 ležaja od čega najveći broj u privatnom smještaju (47,86%). U nastavku shematski prikaza distribucije.

Shema 4: Udio ležajeva prema vrsti smještaja u ukupnim ležajevima destinacije, 2015. godina



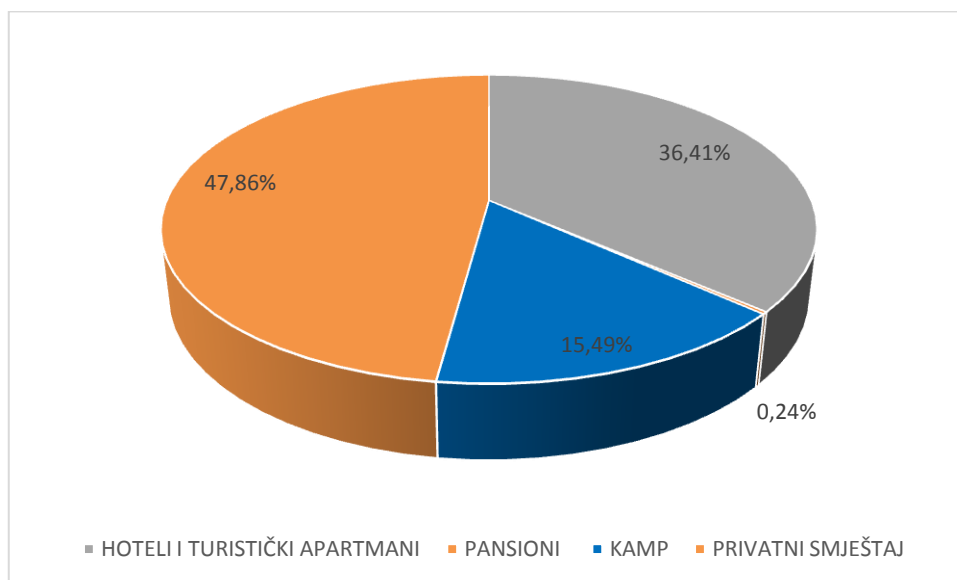
Donja tablica i graf prikazuje vrstu smještajnih kapaciteta i ukupan broj ležajeva u destinaciji 2015. godine. Vidljivo je kako je na području Labina - Rapca najviše ležajeva u privatnom smještaju (47,86%), slijede hoteli i turistički apartmani (36,41%), kampovi sa 15,49% i pansioni sa 0,24%. Također, u istoj destinaciji registriran je najveći broj privatnih apartmana, slijede hoteli i turistički apartmani, pansioni i na kraju kampovi.

Tablica 15: Struktura smještajnih kapaciteta u Gradu Labinu 2015. godine

VRSTE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA 2015. GODINE	BROJ OBJEKATA	UKUPAN BROJ LEŽAJEVA	UDIO LEŽAJEVA U UKUPNIM LEŽAJEVIMA
HOTELI I TURISTIČKI APARTMANI	16	4.783	36,41%
PANSIONI	2	31	0,24%
KAMP	1	2.034	15,49%
PRIVATNI SMJEŠTAJ	-	6.287	47,86%
UKUPNO		13.135	100,00%

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Grafikon 12: Prikaz udjela broja ležajeva po kategorijama u ukupnom broju ležajeva u 2015. godini



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Tablica 16: Kategorizacija smještajnih kapaciteta u Gradu Labinu u 2015. godini

VRSTA OBJEKTA	*****	****	***	**	*	NERAZVRSTANI
HOTELI	0	6	6	3	0	0
TURISTIČKA NASELJA	0	0	0	1	0	0
PANSIONI	0	1	0	0	0	1
KAMPOVI	0	0	1	0	0	0
UKUPNO	0	7	7	4	0	1

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U destinaciji Labin –Rabac najveći broj objekata kategoriziran je sa 3 i 4 zvjezdice (7), npr. Mimososa, Narcis, Adoral (4*), Miramar Hotel, Hedera, kamp Oliva, itd. (3*), slijede 2 zvjezdice (4) gdje se ubrajaju naselje Girandella, Marina Hotel, Mediteran Residence, Sunrise Girandella Ville.

Tablica 17: Kategorizacija hotela i turističkih apartmana u Gradu Labinu 2015. godine

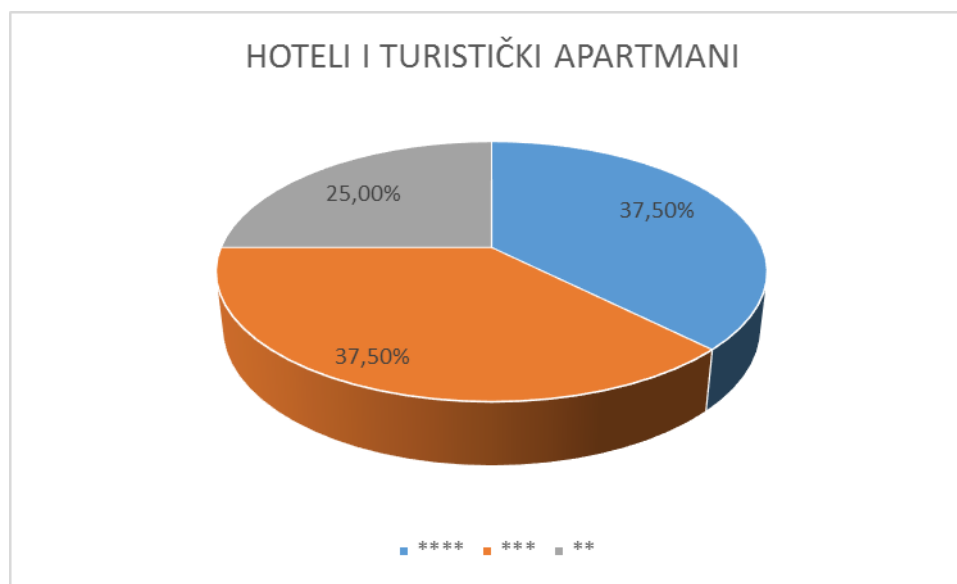
VRSTA OBJEKTA	****	***	**
HOTELI I TURISTIČKI APARTMANI	6	6	4

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Iz sumarne tablice kategorizacije objekata, **najveći broj hotela u destinaciji ima 4 (6), odnosno 3 zvjezdice (6),** te 4 hotela, odnosno 3 hotela i jedno turističko naselje 2 zvjezdice.

Gledajući udjele 37,50% pripada objektima sa 3 i 4 zvjezdice, dok ostatak od 25% objektima sa 2 zvjezdice.

Grafikon 13: Kategorizacija hotela i turističkih apartmana na području Grada Labina u 2015. godini



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U Republici Hrvatskoj najveći broj hotela ima tri zvjezdice (48%), nakon čega slijede hoteli s četiri zvjezdice (35%) te oni s dvije zvjezdice (njih 12% ili 77 hotela). Na području Istarske županije najviše hotela kategorizirano je s tri zvjezdice ili 52%, nakon čega slijede oni s četiri zvjezdice (34%) te oni s dvije zvjezdice (10%). Labin sa podjednakim brojem hotela s 3 i 4 zvjezdice ima specifičnu situaciju.

U dijelu koji slijedi sagledat će se udio ostvarenih dolazaka i noćenja prema različitim vrstama smještajnih objekata u razdoblju od 2010. – 2015. godine.

Tablica 18: Noćenja prema vrstama smještaja od 2010. do 2015. u Gradu Labinu

TIP KAPACITETA	UKUPNO NOĆENJA 2010. - 2015.	UDIO U %	UKUPNO DOLASCI 2010. - 2015.	UDIO %	PROSJEČNI DANI BORAVKA
HOTELI	4.878.399	63,29%	822.955	69,10%	5,93
MALI HOTELI/PANSIONI RABAC	67.010	0,87%	17.609	1,48%	3,81
PANSIONI LABIN	19.119	0,25%	5.831	0,49%	3,28
KAMP	942.882	12,23%	131.649	11,05%	7,16
PRIV.SMJEŠ.RABAC	959.450	12,45%	122.103	10,25%	7,86
PRIV.SMJEŠ.LABIN	574.441	7,45%	62.147	5,22%	9,24
PRIV.SMJEŠ.NEDEŠČINA	267.055	3,46%	28.640	2,40%	9,32
UKUPNO	7.708.356	100,00%	1.190.934	100,00%	6,47

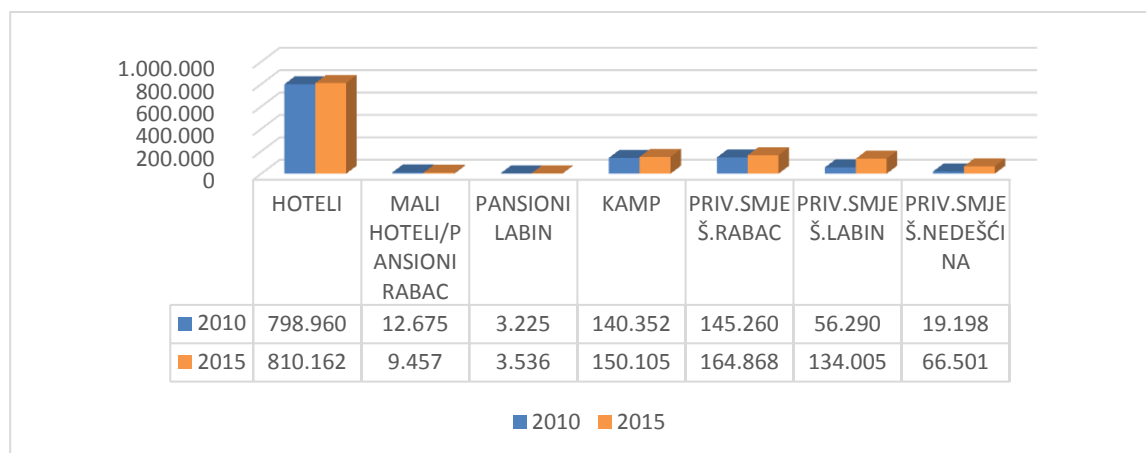
Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U promatranom petogodišnjem razdoblju Grad Labin je ostvario **ukupno 7.708.356 noćenja i 1.190.934 dolazaka, dok su prosječni dani boravka iznosili 6,47 dana.**

Najviše noćenja ostvareno je u hotelima (4.878.399), odnosno 63,29%, slijedi privatni smještaj Rabac (959.450), 12,45%, na posljednjem mjestu nalaze se pansioni Labin sa

ostvarenih 19.119 noćenja (0,25%). U pogledu dolazaka, situacija je jednaka za prvo i posljednje mjesto, odnosno hotele sa 822.955 dolazaka (69,10%), slijede kampovi sa 131.649 dolazaka (11,05%), Na posljednjem mjestu ponovno su pansioni u Labinu sa 5.831 dolazaka (0,49%).

Grafikon 14: Usporedba noćenja prema vrsti smještajnih kapaciteta 2010. i 2015.



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Tablica 19: Prosječni dani boravka turista u pojedinim vrstama smještajnih kapaciteta na području Grada Labina u 2015. godini

VRSTA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA	PROSJEČNI DANI BORAVKA 2015.
HOTELI	5,6
MALI HOTELI/PANSIONI RABAC	3,6
PANSIONI LABIN	3,5
KAMP	7,0
PRIV.SMJEŠ.RABAC	7,7
PRIV.SMJEŠ.LABIN	9,0
PRIV.SMJEŠ.NEDEŠĆINA	9,6

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

U destinaciji Labin-Rabac turisti su najduže boravili u privatnom smještaju Labin (9 dana), slijedi privatni smještaj u Rapcu (7,7 dana), kamp (7 dana), hoteli (5,6 dana), mali hoteli sa 3,6 dana i pansioni Labin sa najkraćim boravkom od 3,5 dana. Zanimljivo je kako su u Puli turisti najduže boravili u marini (7,1 dana), a najkraće u hotelima i hostelima (3,4

dana)²³. Ukupna prosječna duljina boravka iznosi 6,7 dana, što je u prosjeku Hrvatske, ali i Istre.

Tablica u nastavku prikazuje **prosječnu popunjenost u Gradu Labinu od 27,92% ili 101.91 dana** sa ukupno 13.135 ležajeva i 1.338.634 noćenja.

Tablica 20: Prosječna popunjenost u Gradu Labinu 2015. godine

UKUPNO KAPACITETA	UKUPNO NOĆENJA 2015.	PROSJEČNA POPUNJENOST	PROSJEČNA POPUNJENOST U DANIMA
13.135	1.338.634	27,92%	101,91

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Tablica 21: Prosječna popunjenost i prosječni dani boravka u pojedinim vrstama smještajnih kapaciteta na području Grada Labina u 2010. i 2015. godini

VRSTA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA	PROSJEČNA POPUNJENOST		PROSJEČNA POPUNJENOST U DANIMA		PROSJEČNI DANI BORAVKA	
	2010.	2015.	2010.	2015.	2010.	2015.
HOTELI i PANSIONI i TURISTIČKA NASELJA	43,60%	46,85%	159,15	171	6,39	5,59
KAMP	21,36%	20,22%	77,97	74	7,22	7,02
PRIVATNI SMJEŠTAJ	18,19%	15,92%	66,39	58,12	8,31	8,46

Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016.

Prosječna popunjenost s obzir na vrstu smještaja najveća je **u sumarnoj kategoriji hotela, pansiona i turističkih apartmana** (drugačije nije moglo biti prikazano zbog statističkih vođenja), s iznosom od **43,60% u 2010. godini** (159,15 dana) ili **46,85% u 2015. godini** (171 dan). U 2010. veću prosječnu popunjenost imali su kampovi sa 77,97 dana, dok su 2015. pali na 74 dana. Najveći pad u petogodišnjem razdoblju bilježi privatni smještaj koji je sa 66,39 dana u 2010. godini došao na 58,12 dana u 2015.

Zanimljivo je kako je **broj ležajeva privatnom smještaju** u petogodišnjem razdoblju porastao za **47,11%**, u Rapcu najmanje i to za 20,66%, Labinu za 63,98%, a najviše u

²³ Sveučilište Jurja Dobrile u Puli (2015). Strategija razvoja turizma Grada Pule 2015. – 2020. Pula:UNIPU

Nedešćini za 71,65%. Uzorak najmanjeg porasta u Rapcu definiran je njegovom već ionako velikom izgrađenošću, dok je porast u Labinu i Nedešćini jasna manifestacija popularnosti vila, kuća za odmor u ruralnim dijelovima.

Kamp Oliva bilježi porast u broju ležajeva u odnosu na 2010. godinu za 11,5%, dok hotelski smještaj pad od 6,36%.

Prosječni dani boravka u 2015. godini smanjili su se u kategoriji hotela, pansiona i turističkih apartmana, kampova, a povećali kod privatnog smještaja. Usporedbe radi u Puli u privatnom smještaju turisti se najčešće zadržavaju oko 6,7 dana, te je prosječna popunjenost oko 58 dana, što je mnogo manje nego u promatranoj destinaciji.

Shema 5: Prosječna popunjenost i prosječni dani boravka u pojedinim vrstama smještajnih kapaciteta na području Grada Labina u 2015. godini



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina, 2016

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.

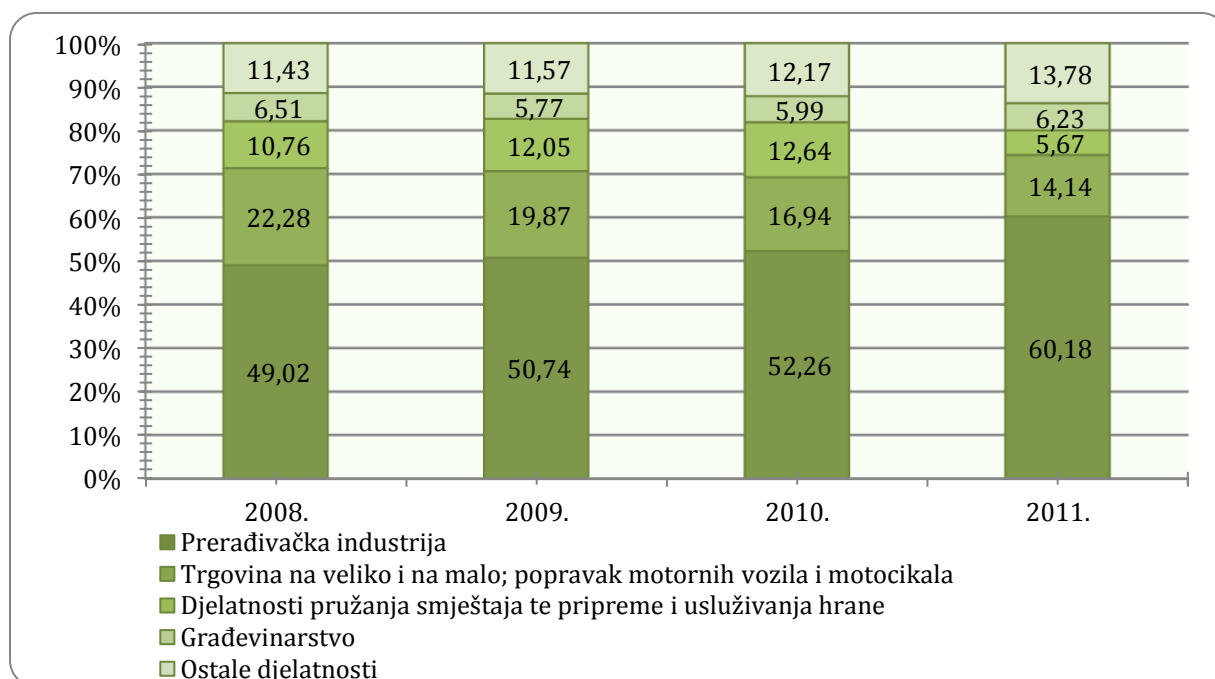
S obzirom na ukupne prihode, najznačajnija djelatnost na području Grada Labina je prerađivačka industrija, koja ostvaruje preko polovice ukupnih prihoda cjelokupnog gospodarstva svih analiziranih godina, osim nešto manje 2008. godine kada je udio prerađivačke industrije u ukupnim prihodima gospodarstva 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 analizu 2011. godine. Tablica i grafikon u nastavku prikazuju značaj pojedinih djelatnosti za cjelokupno gospodarstvo Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine.

Tablica 22: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Grafikon 15: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema ukupnim prihodima



Izvor: izrada autora prema podacima FINA-e

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

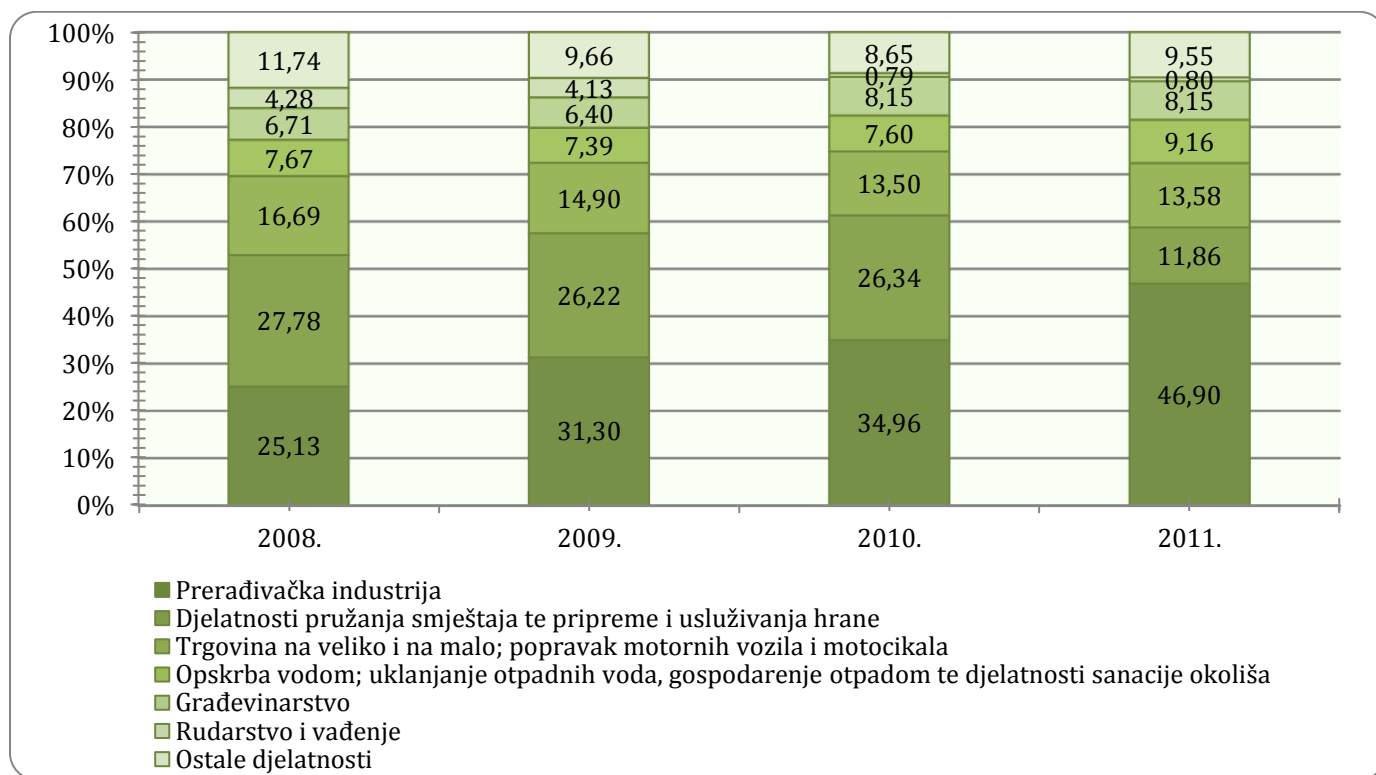
raste tijekom analiziranog razdoblja). Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, prema ovom kriteriju, druga je po značenju djelatnost za gospodarstvo u razdoblju od 2008. do 2010. godine, dok je 2011. godina treća po značenju zbog pripajanja poduzeća Rabac d.d. Struktura gospodarstva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

Tablica 23: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Grafikon 16: Struktura gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema ukupnoj imovini



Izvor: izrada autora prema podacima FINA-e

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, 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 24: 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: izrada autora prema podacima

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika - obveznika predaje financijskih izvještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine, te broj djelatnika koje ista zapošljavaju. Broj poduzetnika raste tijekom 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 25: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 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 26: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 27: 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	
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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. 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.

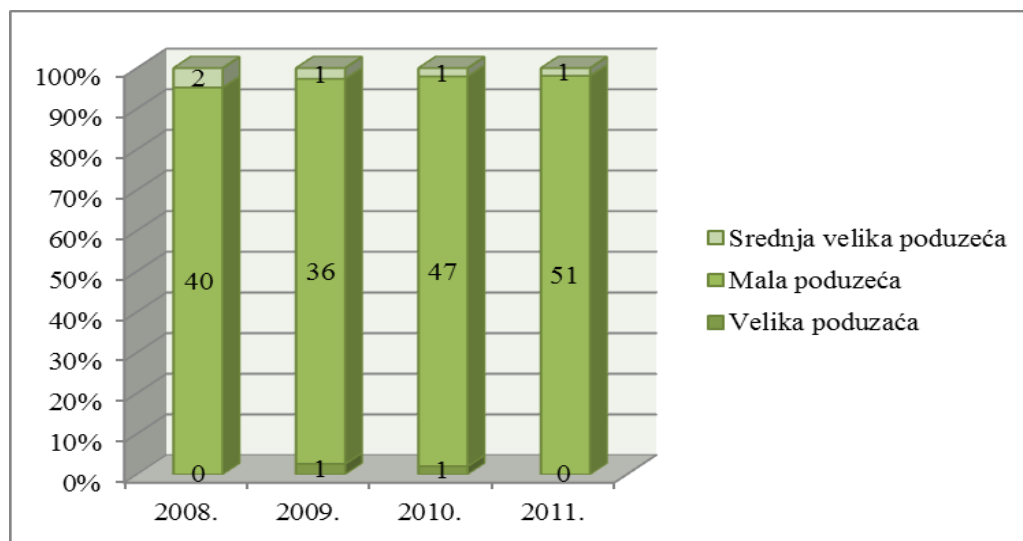
Tablica 28: Broj poduzetnika i broj zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine

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

Izvor: izrada autora prema podacima FINA-e

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.

Grafikon 17: Struktura poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu na području Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine prema veličini poduzetnika



Izvor: izrada autora prema podacima FINA-e

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 29: 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
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 30: 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
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 31: 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
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 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 lipe neto dobiti. Prema pokazatelju rentabilnosti glavnice (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 32: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika djelatnosti «I» (hotelijsko-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 33: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 34: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 35: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 jedan, te pokazatelj tekuće likvidnosti koji je veći od dva. 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 tri lipe neto dobiti 2008., 2009. i 2010. godine te četiri lipe 2011. godine. Prema pokazatelju rentabilnosti glavnice (ROE) djelatnost „I“ na jednu kunu uloženog kapitala ostvaruje dvije lipe neto dobiti 2008., tri lipe 2009., jednu lipu 2010. te četiri 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 36: Subdjelatnosti turizma i ugostiteljstva sukladno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine

ŠIFRA	NAZIV
55	Smještaj
56	Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića

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 subdjelatnostima.

3.3.5. Analiza djelatnosti smještaja

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

Tablica 37: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Broj poduzetnika obveznika predaje financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina koji se bave djelatnošću pružanja smještaja, u razdoblju od 2008. do 2011. godine kreće se od devet (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 38: Kretanje i struktura pozicija izvještaja o dobiti poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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	
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 2009. godine povećana, 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 39: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti smještaja Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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	
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 40: 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
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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

Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost subdjelatnosti smještaja je optimalna svih analiziranih godina. Navedeno potvrđuje pokazatelj trenutne likvidnosti koji je veći od jedan, te pokazatelj tekuće likvidnosti koji je veći od dva. 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

Prema pokazateljima zaduženosti analizirana subdjelatnost 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 ona 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.

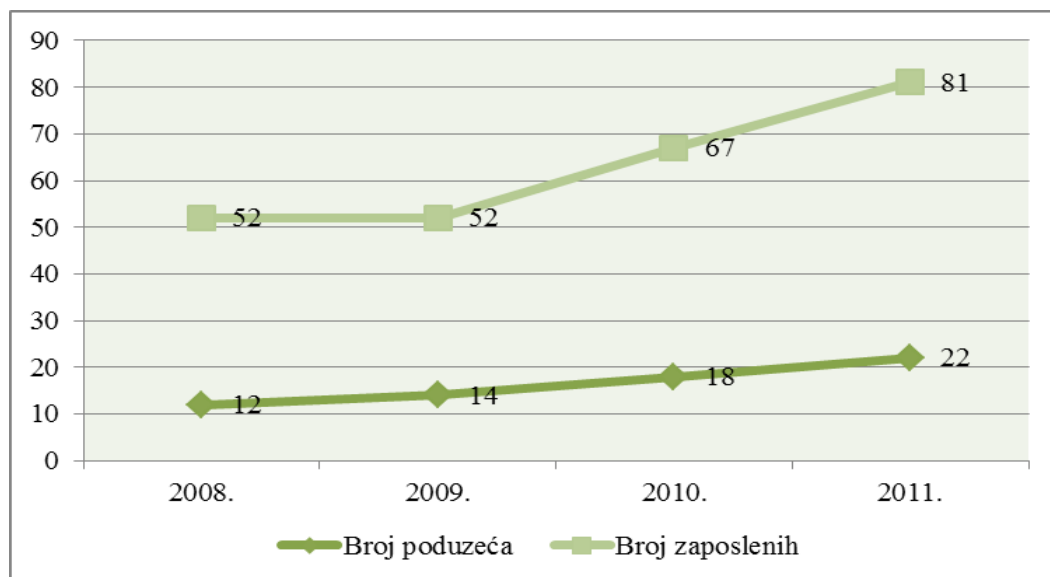
Pokazatelji profitabilnosti

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 tri, odnosno četiri lipe neto dobiti. Pokazatelj rentabilnosti glavnice (ROE) pokazuje da djelatnost na jednu kunu temeljnog kapitala ostvaruje dvije 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.

Grafikon 18: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Tablica 41: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 42: 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 (u tisućama 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 43: Kretanje i struktura pozicija bilance poduzetnika u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 44: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 jedan, a pokazatelj tekuće likvidnosti manji od dva. 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 jedan jer su ukupne obveze veće od vrijednosti ukupne imovine (kapital i rezerve su negativna vrijednost²⁴).

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 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 tri lipa neto dobiti 2008. godine, odnosno pet lipa 2009. godine (neto rentabilnost imovine – ROA). Prema pokazatelju rentabilnosti glavnice (ROE), djelatnost na jednu kunu glavnice ostvaruje 12 lipa neto dobiti

²⁴Od 2010. godine gubitak iznad visine kapitala ne iskazuje se u aktivi bilance, već pozicija kapitala i rezervi ima negativni predznak.

2008. godine, odnosno deset 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.

Grafikon 19: 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Tablica 45: 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

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

Izvor: izrada autora prema podacima FINA-e

Prethodna tablica prikazuje broj poduzetnika obveznika predaje financijskih izvještaja sa sjedištem na području Grada Labina u analiziranoj subjelatnosti 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 46: 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 (u tisućama 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Subdjelatnost putničkih agencija, organizatora putovanja i ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima ostvaruje konsolidirani neto gubitak tijekom 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 47: 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 (u tisućama 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: izrada autora prema podacima FINA-e

Prethodna tablica prikazuje kretanje i strukturu bilance obveznika predaje financijskih izvještaja analizirane subjelatnosti, 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 48: 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
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: izrada autora prema podacima FINA-e

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 jedan, te pokazatelj tekuće likvidnosti manji od dva. 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 prikazuje visine boravišnih pristojba u kunama po osobi i po jednom noćenju ovisno o turističkom razredu mjesta i vremenu noćenja.

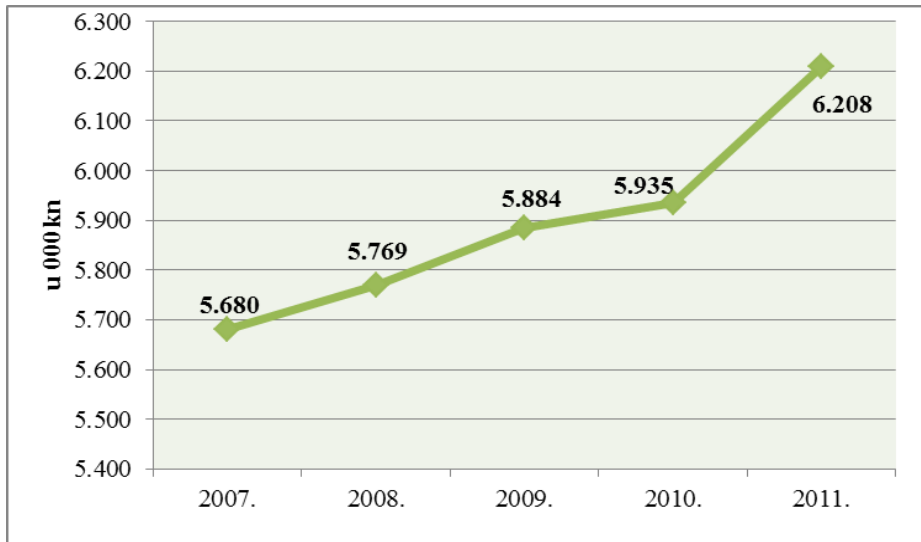
Tablica 49: Visina boravišnih pristojbi u razdoblju od 2007. do 2011. godine

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 (u nastavku: TZ Grada Labina), turističku zajednicu Istarske županije i Hrvatsku turističku zajednicu. Slika u nastavku prikazuje iznose ukupno uplaćene boravišne pristojbe po godinama u razdoblju od 2007. do 2011. godine. Iz slike je vidljivo da se iznos uplaćene boravišne pristojbe povećava iz godine u godinu, a to je posljedica rasta broja noćenja.

Grafikon 20: Kretanje ukupno uplaćene boravišne pristojbe u razdoblju od 2007. do 2011. godine



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

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 50: 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 51: 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 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.

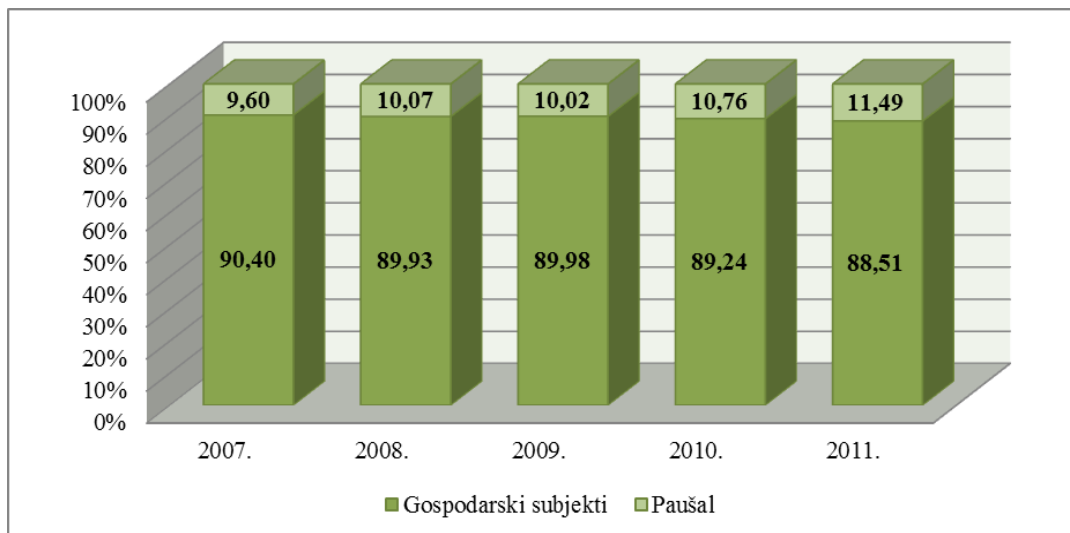
Tablica 52: Struktura uplaćene boravišne pristojbe prema uplatitelju u razdoblju od 2007. do 2011. godine

	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 slikom 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.

Grafikon 21: Struktura uplaćene boravišne pristojbe 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 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 jedan posto 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 53: 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
- 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: izrada autora 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.

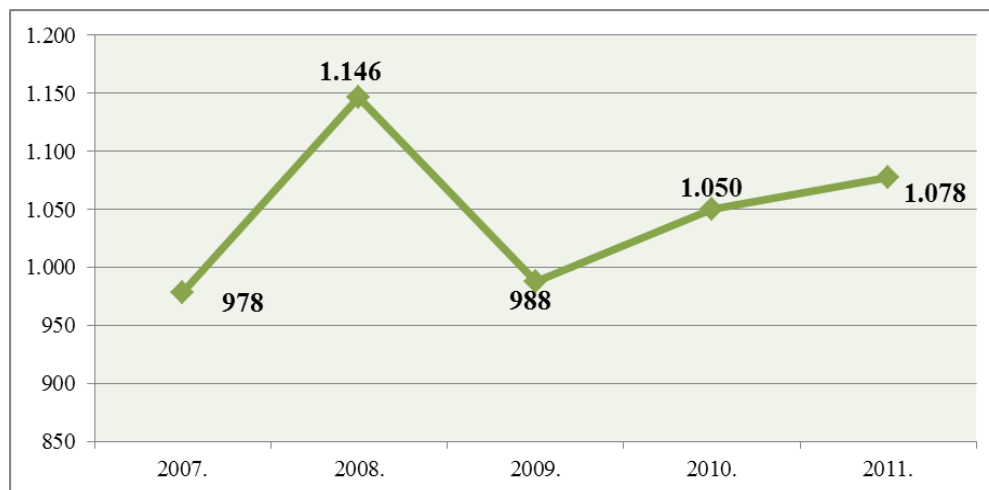
Tablica i grafikon u nastavku prikazuju kretanje ukupno uplaćene članarine turističkoj zajednici na području Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine. Najveći iznos članarine uplaćen je 2008. godine (1.146 mil. kn), što predstavlja rast od 17% u odnosu na prethodnu godinu kada je uplaćen najmanji 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 šest %, 2011. godine rast tri %), no i dalje ne dostiže vrijednosti uplaćene članarine 2008. godine.

Tablica 54: 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 TZ Grada Labina

Grafikon 22: Kretanje uplaćene članarine Turističkoj zajednici Grada Labina u razdoblju od 2007. do 2011. godine (u tisućama kuna)



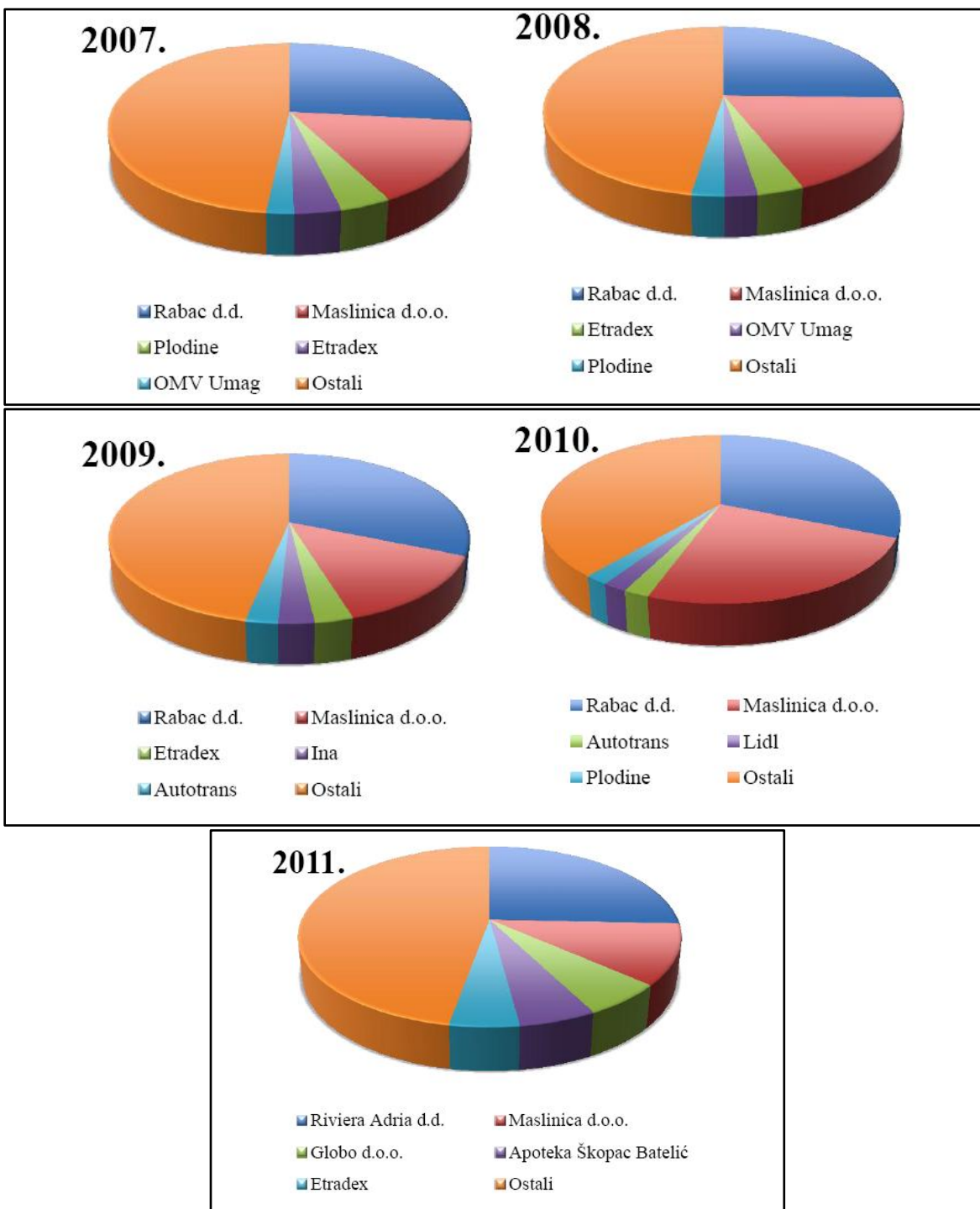
Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina

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. s udjelom od preko 25% cjelokupno uplaćene članarine. Posljednje analizirane 2011. godine najveći pojedinačni uplatitelj je poduzeće Riviera Adria d.d. s 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 s udjelom od 11% 2011. g. do 24% 2010. godine.

Grafikon 23: Struktura uplaćene članarine TZ Grada Labina prema uplatitelju u razdoblju od 2007. do 2011. godine



Izvor: izrada autora prema podacima TZ 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, 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 55: 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 predaje 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 56: 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 57: 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: izrada autora prema podacima TZ 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 58: Procjena ukupnih prihoda obveznika plaćanja turističke članarine Grada Labina koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i FINE

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

Tablica 59: Ukupni prihodi svih djelatnosti obveznika turističke članarine na području Grada Labina prema podacima FINE u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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 obveznici članarine TZ	1.224.369	1.156.111	1,150.236	1.380.910
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 prihodima svih djelatnosti obveznika članarine turističkim zajednicama (prema podacima FINE).

Tablica 60: 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 (u tisućama 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 poslovnih subjekata koji se bave djelatnošću turizma i ugostiteljstva, a koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja.

Tablica 61: Procjena ukupnih prihoda poslovnih subjekata djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina koji nisu obveznici predaje financijskih izvještaja u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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 62: Ukupni procijenjeni prihodi djelatnosti turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama 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.

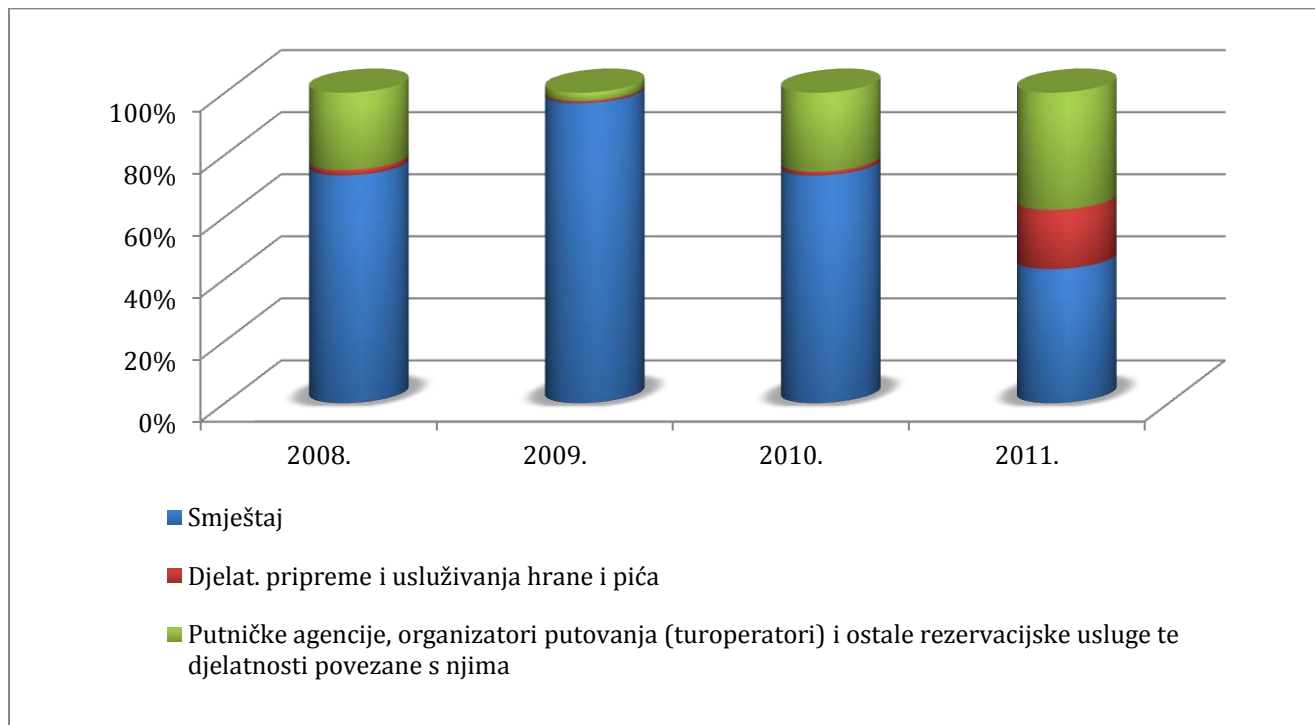
Tablica 63: Investicije u novu dugotrajnu imovinu gospodarstva Grada Labina u razdoblju od 2008. do 2011. godine (u tisućama kuna)

	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
Djelatnost 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 (turooperatori)				

Izvor: izrada 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 (turooperatori) 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 smještaja su značajno smanjene te je smanjen i njihov udio u ukupnim investicijama turizma i ugostiteljstva.

Grafikon 24: Struktura investicija u dugotrajnu imovinu djelatnosti turizma i ugostiteljstva prema subdjelatnostima u Gradu Labinu u razdoblju od 2008. do 2011. godine



Izvor: izrada autora prema podacima FINE

3.4. Lokalna zajednica – stavovi i mišljenja

Rezultati analize sadašnjeg stanja u destinaciji Labin - Rabac, provedenih terenskih istraživanja tijekom rujna 2012. godine (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, edukaciju, nove oblike turizma, inovacije, investicije, uključivanja mladih ljudi u turizam, uključenosti lokalne zajednice, privlačenja mlađih ljudi u destinaciju, atrakcije i kulturna događanja, itd. Priupitani o ponudi u destinaciji, lokalno stanovništvo procjenjuje da postoji **previše**: 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. Redom 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 ZAPOSŁJAVA 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 LOKALNOM 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 LOKALNE 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 64: 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 36%) • 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 47% • 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 grijanje) • 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 • percepcija manje kvalitetne ljetne destinacije • nedostatak zajedničkog duha lokalnog stanovništva • neadekvatna mikroinfrastruktura (parkirališta) • loša prometna signalizacija s glavnih pristupnih čvorišta • nedovoljno iskorišten potencijal za razvoj eko-turizma na potencijalno izazovnim lokacijama
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • eko-turizam/kulturni turizam/aktivni odmor/ zdravstveni i <i>wellness</i> turizam • <i>Eco-friendly</i> koncept i <i>flagship</i> 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 	<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 okolini (istovremeno se može smatrati i izazovom za razvoj odmorišne destinacije) • gubitak identiteta (istarski) • gubitak kulturnog identiteta • zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije • zakon o poljoprivrednom zemljištu

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 Valamara)
- poticanje ekološke poljoprivrede i razvoja OPG-a (organska hrana)
- podizanje razine ekološke svijesti (diferenciranje ponuđača u kategoriji: sleep, eat, see&do)
- akcijski plan energetske održivosti razvitka Grada Labina-Albona
- sustav gospodarenja otpadom „o otpada“
- priprema hotelskih sadržaja za cikloturizam
- poticanje socijalnog poduzetništva u turizmu
- 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 učinci turizma
- iznimna podrška lokalnih vlasti razvoju turizma destinacije

- 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
- porezna politika

4. PROCIJENJENI FINANCIJSKI 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 2010. do 2015. 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

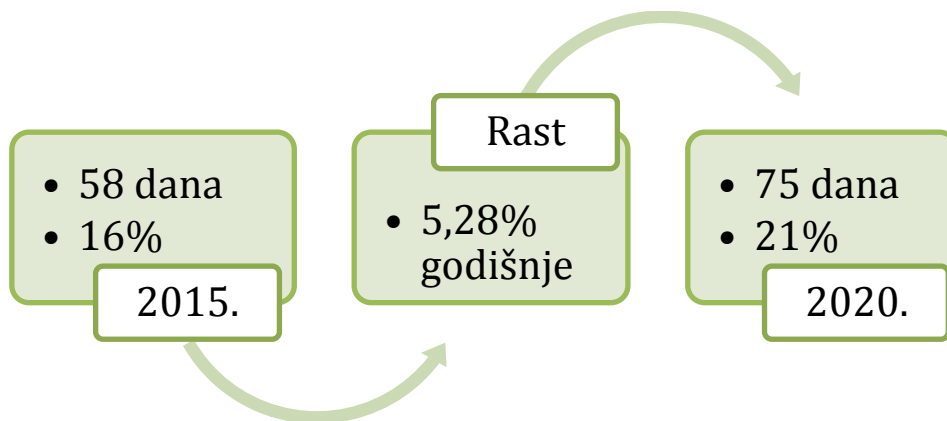
Nekomercijalni smještaj na području Grada Labina ostvaruje najmanju godišnju popunjenost, odnosno broji najmanji broj dana popunjenosti u odnosu na druge oblike smještaja. Zbog toga jedan od ciljeva razvoja turizma na području Grada Labina je i produljenje sezone u privatnom smještaju, sa 15,92% (58 dana), koliko iznosi 2015. g. na cca 21% , odnosno 75 dana 2020. g. Navedeno znači produljenje sezone od ukupno 29%, odnosno 5,28% prosječno 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. godine²⁵).

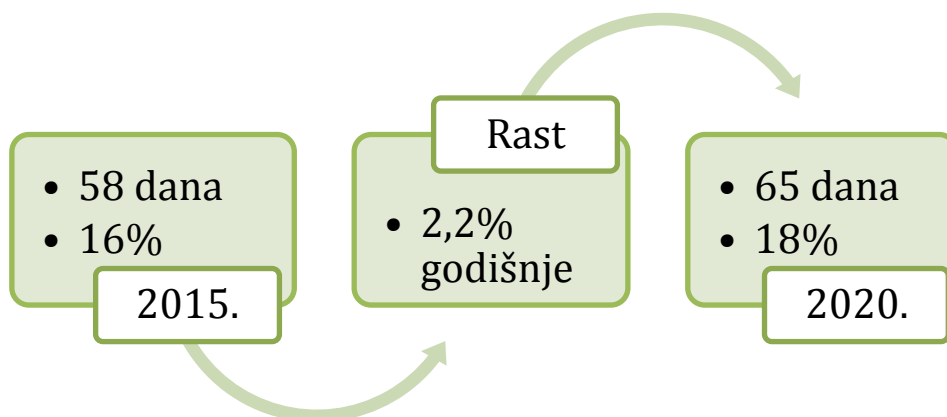
²⁵<http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>

Slika 7: Ciljevi produljenja sezone u nekomercijalnom smještaju na području Grada Labina u razdoblju od 2015. do 2020. godine

Scenarij 1: Rast za dostizanje željene razine popunjenosti



Scenarij 2: Rast prema Strategiji razvoja turizma RH



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

Scenarij I prikazuje godišnji rast dana popunjenosti nekomercijalnog smještaja po prosječnoj godišnjoj stopi rasta od 5,28%, što predstavlja stopu rasta potrebnu da se 2020. godine dostigne popunjenost od 75 dana, cca. dva i pola mjeseca. S druge strane Scenarij II prikazuje produljenje sezone 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 doći će se 65 dana popunjenosti kapaciteta.

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 za 2015. godinu iznosi 39%, odnosno 142 dana.

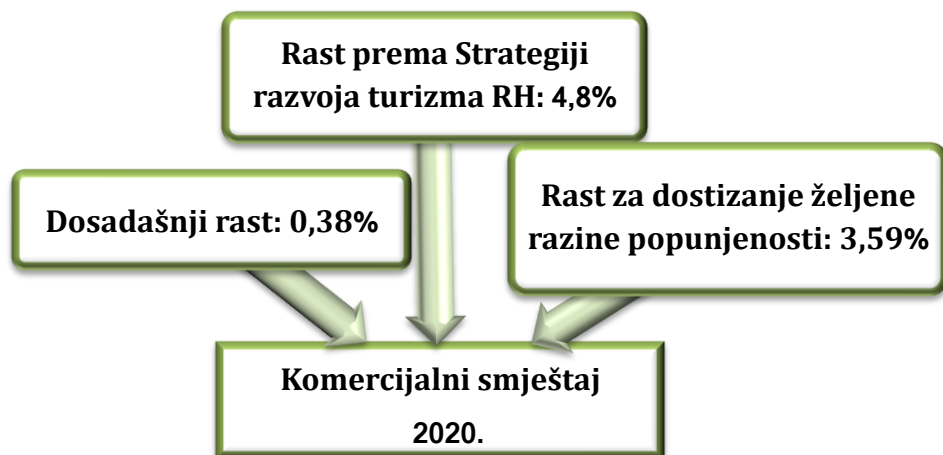
Za procjenu produljenja sezone u komercijalnom smještaju razvijena su tri moguća scenarija:

- ✓ **Scenarij I** - prosječna godišnja stopa rasta **0,38%**, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u komercijalnom smještaju u razdoblju od 2010. do 2015. 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 RH²⁶ do 2020. godine
- ✓ **Scenarij III** – prosječna godišnja stopa rasta **3,59%**, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja kako bi se dostigla željena popunjenost od 170²⁷ dana godišnje.

Slika 8: Ciljevi produljenja sezone u komercijalnom smještaju Grada Labina u razdoblju od 2015. do 2020. godine

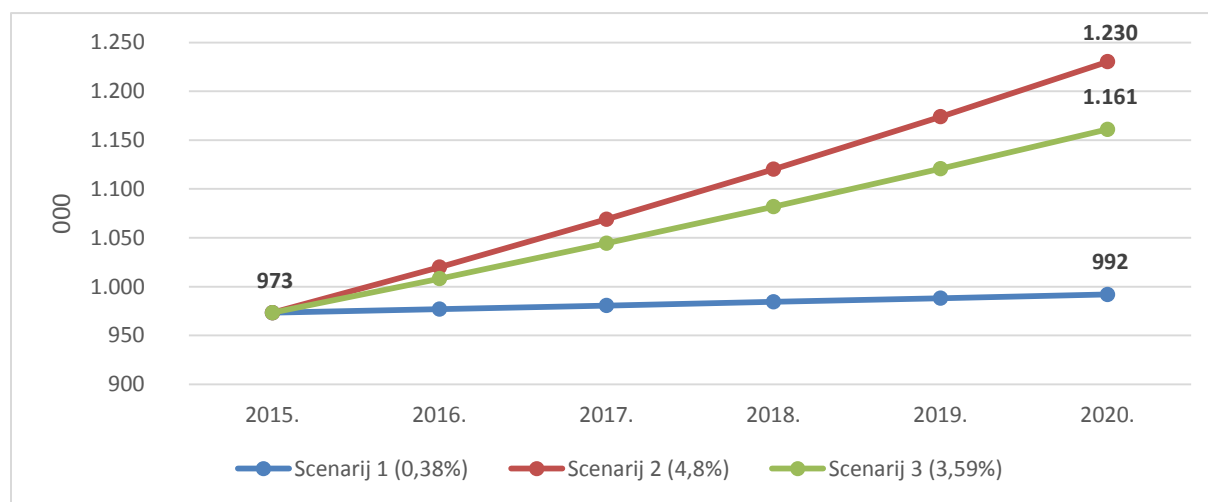
²⁶<http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>

²⁷ Popunjenost od 170 dana godišnje (uz zadržavanje kapaciteta na razini 2015. godine) zahtijevat će ostvarenje 1.164.276 noćenja



Grafikon u nastavku prikazuje procjenu kretanja broja noćenja po godinama u razdoblju od 2015. do 2020. godine na području Grada Labina sukladno prethodno navedenim scenarijima. Prema Scenariju I 2020. godine ostvarit će se 0,99 mil noćenja, što će (uz postojeći kapacitet) značiti popunjenost od 39,7%, odnosno 145 dana. Ako se ostvari prosječna stopa rasta predviđena Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine (Scenarij II) tada bi broj noćenja 2020. godine iznosio 1,23 mil, što bi (uz postojeći kapacitet) značilo popunjenost od 49,22%, odnosno 180 dana. Posljednji procijenjeni scenarij (Scenarij III) definiran je kao dostizanje željene popunjenosti od 170 dana, ili prosječne godišnje popunjenosti od 46,5%. Da bi se ostvarila navedena popunjenost, broj noćenja mora rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,59%, što znači broj noćenja 2020. godine (uz postojeći kapacitet) treba iznositi 1,16 mil.

Grafikon 25: Procjena rasta broja noćenja kod obveznika predaje financijskih izvještaja na području Grada Labina u razdoblju od 2016. do 2020. godine (u tisućama)



Izvor: izrada autora prema podacima TZ Grada Labina i Strategiji razvoja turizma RH u razdoblju od 2015. do 2020. godine

4.2. 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.²⁸

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

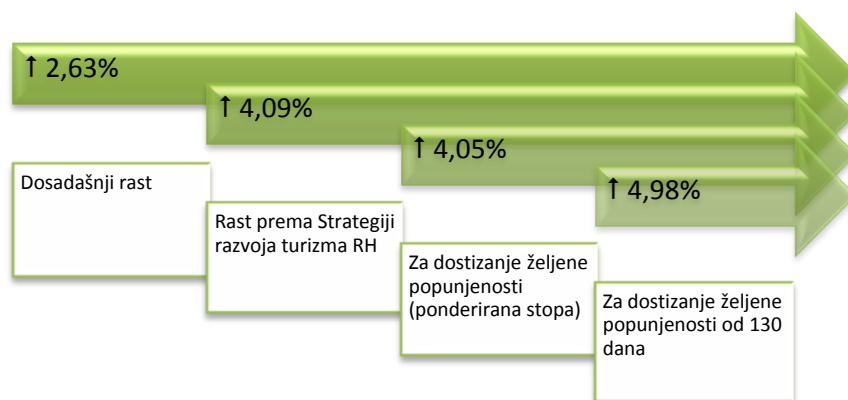
- **Scenarij I** – prosječna godišnja stopa rasta **2,63%**, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u razdoblju od 2010. do 2015. godine
- **Scenarij II** – prosječna godišnja stopa rasta **4,09%**²⁹, što predstavlja prosječnu ponderiranu godišnju stopu rasta nekomercijalnog i komercijalnog smještaja prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine.
- **Scenarij III** – prosječna godišnja stopa rasta **4,05%**³⁰, što predstavlja prosječnu ponderiranu godišnju stopu rasta noćenja potrebnu da se dostigne željena popunjenost nekomercijalnog i komercijalnog smještaja; prema izračunatoj prosječnoj godišnjoj stopi rasta (te uz zadržavanje kapaciteta iz 2015. godine), 2020. godine na području Grada Labina dostići će se popunjenost od 124 dana (2015. g. 102 dana)
- **Scenarij IV** – prosječna godišnja stopa rasta od **4,98%**, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta potrebnu da se dostigne strateški cilj od **130** ukupne popunjenosti (2015. g. 102 dana)

Slika 9: Ciljevi turizma i ugostiteljstva Grada Labina u razdoblju od 2015. do 2020. godine

²⁸ 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 izvješća što direktno pretpostavlja i snažniji pozitivan učinak na kretanje ukupnih prihoda iz turizma i ugostiteljstva ukoliko bi se isti uključili u procjenu.

²⁹ Izračun: Prosječna godišnja ponderirana stopa rasta $(0,2729*0,022)+(0,7271*0,048)=0,0409$, gdje je udio noćenja komercijalnog smještaja na području Grada Labina 2015. jednak 72,71%, a udio noćenja nekomercijalnog smještaja na području Grada Labina 2015. jednak 27,29%, 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%.

³⁰ Izračun: Prosječna godišnja ponderirana stopa rasta $= (0,2729*0,0528)+(0,7271*0,0359)= 0,0405$, gdje je udio noćenja komercijalnog sektora 2015. g. Grada Labina 72,71%, a udio nekomercijalnog sektora iste godine 27,29%, te procijenjena stopa rasta da se dostigne željena popunjenost komercijalnog smještaja 3,59%, odnosno 5,28% za nekomercijalni smještaj.



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 1,52 mil noćenja što će značiti popunjenost od 31,79%, odnosno 116 dana. S druge strane, ako se ostvari rast od 4,09% (Scenarij II) što predstavlja ponderiranu prosječnu godišnju stopu rasta prema Strategiji razvoja turizma RH, tada će se 2020. godine ostvariti 1,63 mil noćenja, što znači prosječnu popunjenost od 34,12%, odnosno 125 dana.

Tablica 65: Procjena rasta broja noćenja na području Grada Labina u razdoblju od 2015. do 2020. godine (u tisućama)

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Scenarij 1. (2,63%)	1.339	1.374	1.410	1.447	1.485	1.524
Scenarij 2. (4,09%)		1.393	1.450	1.510	1.571	1.636
Scenarij 3. (4,05%)		1.393	1.449	1.508	1.569	1.633
Scenarij 4. (4,98%)		1.405	1.475	1.549	1.626	1.707

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

Rast prosječne dnevne potrošnje turista na 81 EUR, sukladno Master planu razvoja turizma Istarske županije, rezultirat će povećanjem prihoda sektora turizma i ugostiteljstva. Tablica u nastavku prikazuje procijenjene ukupne prihode sektora turizma i ugostiteljstava za 2020. godinu.

Tablica 66: Procjena rasta ukupnih prihoda turizma i ugostiteljstva na području Grada Labina za 2020. godinu, uslijed rasta broja noćenja (mil. kn)

	Procjenjeni broj noćenja 2020. godine	Prosječna potrošnja 2020.	Procjenjeni ukupni prihodi sektora 2020. Godine EUR
Scenarij 1. (2,63%)	1.524.170	81 EUR	123.457.795
Scenarij 2. (4,09%)	1.635.712		132.492.689
Scenarij 3. (4,05%)	1.632.572		132.238.311
Scenarij 4. (4,98%)	1.706.847		138.254.639

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

4.3. Učinci porasta kapaciteta i prosječne dnevne potrošnje turista

Povećanje prosječne dnevne potrošnje turista utjecat će na povećanje prihoda sektora turizma. Prosječna dnevna potrošnja turista 2014. godine u Istarskoj Županiji iznosila je 63,79 EUR. Master plan istarskog turizma 2015. – 2025. predviđa da će 2025. jedinična potrošnja turista u Istarskoj Županiji iznositi 103 EUR. Navedeno predstavlja povećanje potrošnje od 61% u odnosu na 2014. godinu, odnosno prosječni godišnji rast od 4,91%. Korištenjem izračunate prosječne godišnje stope rasta jedinična potrošnja turista 2020. godine trebala bi iznositi **81 EUR, a za 2015. godinu 67 EUR.**

Korištenjem jedinične potrošnje moguće je procijeniti ukupnu potrošnju turista. Tablicom u nastavku prikazani su financijski učinci različitih scenarija povećanja broja noćenja, uz zadržavanje postojećeg kapaciteta (13.135 ležajeva) te uz ostvarivanje dodatnih 3.000 ležajeva (16.135 ležajeva).

Tablica 67: Procjena ukupne potrošnje turista 2020. godine kroz različite scenarije povećanja noćenja

GODINA	KAPACITETI	PROSJEČNA POPUNJENOST	Broj dana popunjenosti	NOĆENJA	Jedinična Potrošnja (EUR)	UKUPNA POTROŠNJA (EUR)
2015.	13.135	28%	102	1.338.634	67	89.688.478
2020.	13.135	34%	124	1.630.054	81 EUR	132.034.374
		36%	130	1.725.939		139.801.059
		41%	150	1.965.653		159.217.873
	16.135	28%	102	1.955.597		158.403.357

		34%	124	2.002.354		162.190.634
		36%	130	2.120.139		171.731.259
		41%	150	2.414.603		195.582.823

5. STRATEŠKO POZICIONIRANJE DESTINACIJE

U ovome dijelu prezentiraju se strateške smjernice razvoja turizma u Gradu Labinu. Strateško pozicioniranje destinacije bazira se na detaljnoj situacijskoj analizi koja rezultira zaključcima o sadašnjem stanju u destinaciji, temeljnim snagama i slabostima destinacije, te prilikama i prijetnjama iz okruženja o kojima valja voditi računa prilikom upravljanja razvojem destinacije. Temeljna pretpostavka strateškog pozicioniranja je usklađenost sa temeljnim strateškim dokumentima vezanima uz razvoj održivog turizma na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj razini, uzimajući u obzir strateške prioritete i smjernice europskih dokumenata razvoja. Važno je napomenuti da strateške smjernice i definirani projektima integriraju aktivnosti koje se smatraju potpornima u svrhu razvoja održivog turizma (infrastrukturni projekti, ekološki projekti jedinice lokalne uprave, integrirani projekti razvoja jedinice lokalne uprave). Određeni važni razvojni projekti Grada Labina se napose moraju uzeti u obzir no s obzirom na interdisciplinarnost fenomena turizma, njegove multiplikativne učinke po ostale sektore gospodarstva i njegov utjecaj na ukupni razvoj Grada Labina.

Da bi ova destinacija uistinu zaživjela kao održiva turistička destinacija, mora se slijediti interdisciplinarni, holistički i integrirani pristup koji uključuje:

1. *održivo upravljanje destinacijom*
2. *maksimalizacija društvenih i ekonomskih koristi i minimalizacija negativnih utjecaja turističkih aktivnosti*
3. *maksimalizacija koristi za lokalnu zajednicu, posjetitelje, kulturnu baštinu i minimalizacija negativnog utjecaja turističkih aktivnosti*
4. *zaštita i briga o visokoj kvaliteti okoliša i minimalizacija negativnih utjecaja turističkih aktivnosti na okoliš.*

STARI TURIZAM U GRADU LABINU činile su:

- turistička industrija

- atrakcije bez dodatnog iskustva i stvaranja doživljaja.

Karakteristike turističkih kretanja prošlih desetljeća bi bile: plaćeni godišnji odmor, brzo postizanje ekonomskog rasta koje isključuju održivost takvog rasta na dugi rok, jeftini *charter* letovi, masovna kretanja turista, putovanja radi sunca i mora i dokolica.

NOVI TURIZAM U GRADU LABINU čine:

- potrošači u fokusu interesa turističke ponude
- iskustvo
- emocije
- posebni doživljaji
- *priča koju je potrebno ispričati po povratku!*

5.1. Stateški ciljevi

Strateški ciljevi razvoja održivog turizma grada Labina jesu:

1. Povećati razinu prosječne zauzetosti smještajnih kapaciteta s današnjih 101 dan ili 28% na **130 dana ili 35% u 2020.**
2. Produljiti sezonu povećanjem broja noćenja u predsezoni i posezoni (posebno u svibnju, lipnju, rujnu i listopadu) u objektima visoke kategorije.³¹
3. Povećati prosječnu potrošnju po noćenju u skladu s ciljevima razvoja istarskog turizma s današnjih **64 Eur na minimum 81 Eur³² ili 26% povećanje.**
4. Unaprediti tržišnu prepoznatljivost destinacije.

³¹ Usklađeno s marketinškom vizijom Istre, a više dostupno u: THR (2015.) *Marketing plan for Istria 2016. – 2020.* Poreč: Turistička zajednica Istarske županije

³² Ibidem

Okosnicu održivog razvoja turizma u budućnosti čini uvažavanje 4 temeljna prioriteta. Isti su shematski prikazani u nastavku.

EKONOMSKA ODRŽIVOST TURIZMA



EKOLOŠKA ODRŽIVOST - ZAŠTITA PRIRODNE BAŠTINE I BIOLOŠKE RAZNOLIKOSTI



DRUŠTVENA ODGOVORNOST



OČUVANJE KULTUROLOŠKE AUTENTIČNOSTI I ODRŽIVO UPRAVLJANJE KULTURNOM BAŠTINOM



Nastavno na navedena četiri prioriteta, definirano je i 21 mjera kako bi prioriteti postali „opipljiviji“, shvatljivi i u konačnici mjerljivi, kao i nulti korak s 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 vizualnog identiteta destinacije. Ciljevi su kroz akcijski plan upotpunjeni projektima koje predstavljaju okvir kako bi javni sektor i svi ostali interesni dionici mogli zajednički djelovati prema dostizanju postavljenih ciljeva.

Temeljni prioriteti razvoja turizma u Gradu Labinu prikazani su slikom u nastavku.

Shema 6: Temeljni prioriteti razvoja turizma i mjere njihova postizanja



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

MJERA 1: ULAGANJE U KONTINUIRANI RAZVOJ PRIMARNOG PROIZVODA „SUNCE I MORE“

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske 2013. – 2020.³³ definira temeljni portfelj turističkih proizvoda prema najvažnijim turističkim regijama Hrvatske. Taj razvojni dokument definira „Sunce i more“ kao primarni turistički proizvod na Jadranu, a tako i u Istri. Nedavno doneseni Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.³⁴ također navodi proizvod „Sunce i more“ kao prioritetni turistički proizvod. Upravo zbog toga ga je nužno kontinuirano razvijati i unapređivati. Unapređenje proizvoda „Sunca i mora“ pretpostavlja uvažavanje osnovnih vrijednosti i karakteristika koje vrednuje potencijalni korisnik toga proizvoda, odnosno gosti koji destinaciju posjećuju, a to su ljepota krajolika, autentičnost i zaštita okoliša. Više od 70% gostiju uživa u moru i kupanju. Kao i ostale jadranske destinacije, turistički pokazatelji ukazuju na visoku sezonalnost ove destinacije, što za sobom vuče zaključak o primarnom motivu odabira ova destinacije za odmor, a to je sunce i more.

Rezultati istraživanja Tomas 2014.³⁵ ukazali su da su plaže na Jadranu nedovoljno uređene i opremljene, pa je u skladu s time i donesen Nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža i Akcijski plan uređenja morskih plaža.³⁶ Tomas 2014. također otkriva da naše destinacije nisu dovoljno prilagođene osobama s posebnim potrebama, što uključuje i osiguravanje pristupa osobama u invalidskim kolicima, starijim osobama i obiteljima s manjom djecom (u kolicima). Gosti su danas sve zahtjevniji i traže vlastiti komfor, a to implicitno utječe na nužnost uređenja i prilagođavanja plaža očekivanjima i zahtjevima gostiju. Tu se prvenstveno misli na one plaže koje se nalaze u neposrednoj blizini smještajnih kapaciteta.

U Rapcu se kontinuirano radi na uređenju i dodatnom opremanju plaža. Dio plaža dan je u koncesiju. Nedavno je Valamar Rivieri d.d. dana koncesija na rok od 20 godina i to na pomorskom dobru u svrhu gospodarskog korištenja morskih plaža u sklopu TN Girandella u Rapcu na području Grada Labina.³⁷ Ukupna površina koncesije iznosi 18. 535 m² odnosno ukupno 3 lokacije i to:

- plaža Casa u TN Girandella (Grad Labin) – ukupna površina morske plaže: 8.991 m²
- plaža Girandella u TN Girandella (Grad Labin)-ukupna površina morske plaže: 4.573 m²
- plaža Bellevue u TN Girandella (Grad Labin) - ukupna površina morske plaže: 4.971 m².

Valamar Riviera d.d. iskazuje interes za buduću tematizaciju plaže u skladu s svojim razvojnim smjernicama i kriterijima. Važno je napomenuti da Valamar Riviera u svojim poslovnim strategijama zagovara brigu i očuvanje okoliša, dobar sustav

³³ Institut za turizam (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.

³⁴ Horwath HTL (2016.) Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025. Finalni izvještaj Master plana. Poreč: Turistička zajednica Istarske županije.

³⁵ Institut za turizam (2015.) *Tomas 2014*. Zagreb: Institut za turizam

³⁶ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2014.) *Nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža. Akcijski plan*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

³⁷ Republika Hrvatska, Istarska županija, Upravni odjel za održivi razvoj, Odsjek za pomorstvo, promet i infrastrukturu (2015.) Prijedlog obavijesti o namjeri davanja koncesije na pomorskom dobru u svrhu gospodarskog korištenja morskih plaža u sklopu TN Girandella u Rapcu. (4. prosinca 2015.). Dostupno na: https://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/novosti/sjednice_skupstine_2013/27/27-22-Koncesije_plaze_Girandela_Rabac.pdf)

gospodarenje obalnim područjem i zalaže se održivi razvoj turizma u destinacijama u kojima djeluje.

Grad Labin je u veljači 2016. godine donio Odluku o donošenju izmjena Standarda plaža pod plavom zastavom.³⁸ Standarda definiranih u Odluci moraju se pridržavati i koncesionari. Rabac krasi i prirodna šljunčana plaža u Maslinici koja je duga 300m. Koncesija na plaži Maslinica je dana Gradu Labinu koji je izdao koncesijskog odobrenje za iznajmljivanje ležaljki, suncobrana i plažnih rekvizita. Plaže nisu tematizirane. Nužno je sustavno i održivo pristupiti uređenju i upravljanju plažama, njihovoj tematizaciji, ali i brendiranju.

Jedan od izraženijih problema u Rapcu je i nedostatak parkinga. Zbog toga se kontinuirano kroz godine dodatno uređuju parkirališta i to posebno u zoni Girandella. Parkirališta se tijekom ljetne sezone naplaćuju i to u zoni Girandella 10kn/dan, a Obala M.Tita 7kn/sat. U Gradu Labinu dosada je uređeno parkiralište u starom gradu, a novije i ono uz gradsko groblje sa 70-ak parkirnih mjesta s kojega je u ljetnim mjesecima organiziran prijevoz vlakom do starog grada. Parking je besplatan, a parking u Starom Gradu se naplaćuje³⁹ po cijeni od 7kn/sat

Pored osiguranja parkinga, potrebno je učinkovito upravljati prometnim sustavom, a posebice prometnom signalizacijom i osiguranjem preglednosti u prometnom sustavu.

Temeljem sadašnjeg stanja i suvremenih trendova u okruženju kao i budućih očekivanja turističkih kretanja, predlaže se kontinuirano ulaganje u unapređenje proizvoda „Sunca i mora“ kroz više različitih inicijativa koje se odnose na:

1. uređenje plaža
2. ulaganje u osiguranje potrebne infrastrukture (ulaz u Rabac, osiguranje dodatnih parkirališta, osiguranje prilaza plažama i šetnici, unificiranje i ulaganje u sustav prometne signalizacije, putokaza, plana Rapca/Labina, uređenje šetnica i postavljanje komunalne opreme - postavljanje ograda, zamjena ograda, postavljanje koševa za smeće i dr.), osiguravanja siječe stabala i raslinja u svrhu osiguranja preglednosti u prometu)
3. ulaganje u podizanje razine kvalitete kompletne ponude destinacije (što je dalje razrađeno kroz ostale prioritete, mjere odnosno projekte koji se specifično odnose na kvalitetu, te hortikulturalno uređenje).

Željeno stanje u budućnosti.

Uređene i tematizirane plaže prema prijedlozima iz Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama u Istarskoj županiji,⁴⁰ a koji su predstavljene tablicom u nastavku i prema Valamarovu odabranom modelu brendiranja kao i dozvoljenom obimu intervencije i to prema navedenom:⁴¹

- *Plaža Casa* – Izrađeni novi platoi za sunčanje i izvršena rekonstrukcija postojećih platoa za sunčanje. U gornjoj zoni izradili bi se pošljunčani platoi. U zoni na udaru valova izradili bi se platoi popločeni kamenom, te kontinuirano uređivale prirodne šljunčane plaže. Izrađeni pješčanik, postavljeni tuševi i svlačionice, izrađene dodatne stepenice, staze na plaži, postavljene ograde i uređen ulazak na more. Kompletna zona opremljena kantama za selektivno prikupljanje otpada.
- *Plaža Girandella* – Uređene postojeće šljunčane plaže, izrađeni dodatni platoi za sunčanje, postavljeni novi tuševi i svlačionice, uređene dodatne stepenice, staze na plaži, ograda i ulazak u more. Kompletna zona opremljena kantama za selektivno prikupljanje otpada. Planira se i rekonstrukcija postojećeg mola i školjera u svrhu zaštite plaže od utjecaja mora, kao i tematizacija iste.
- *Plaža Bellevue* – Preuređeni postojeći sanitarni čvor, uređene postojeće šljunčane plaže i izrađeni dodatni platoi za

³⁸ Republika Hrvatska, Istarska županija, Grad Labin (2016.) Odluka o donošenju izmjena Standarda plaža pod plavom zastavom. URBROJ: 2144-01-01-16-1.

³⁹ Grad Labin (2011.). Odluka o uređenju prometa Grada Labina. Dostupno na: http://www.labin.hr/sites/default/files/ODLUKA%20o%20ure%20enju%20prometa%20na%20podru%20C4%8Dju%20Grada%20Labina_0.pdf

⁴⁰ Istarska županija (2015.) *Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama u Istarskoj županiji*. Zagreb: Institut za turizam.

⁴¹ Republika Hrvatska, Istarska županija, Upravni odjel za održivi razvoj, Odsjek za pomorstvo, promet i infrastrukturu (2015.) Prijedlog obavijesti o namjeri davanja koncesije na pomorskom dobru u svrhu gospodarskog korištenja morskih plaža u sklopu TN Girandella u Rapcu. (4. prosinca 2015.). Dostupno na: https://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/novosti/sjednice_skupstine_2013/27/27-22-Koncesije_plaze_Girandela_Rabac.pdf

sunčanje, postavljeni tuševi i svlačionice, sanirane i izrađene dodatne stepenice i staze na plaži, ograda i uređen ulazak na more. Kompletan zona opremljena kantama za selektivno prikupljanje otpada.

Upravo brendiranim i tematiziranim plažama omogućiti će se dodatna promocija ova destinacije na turističkom tržištu, ali se potiče i ukupna potrošnja i pozitivno utječe na zadovoljstvo turista. Prijedlog tematizacije plaža slijedi u nastavku.⁴²

	Vrsta plaže	Tema	Orijentacijska površina plaže (m ²)	Minimalni prostor po kupaču (m ²)	Fizički prihvatni kapacitet
Grad Labin					
Maslinica	Uređena - mjesna	Obitelji s djecom	5.800	8	725
Sv. Andrea	Uređena - mjesna	Promenadna plaža	2.997	5	599
Lanterna	Uređena - mjesna	Resort plaža	8.061	10	806
Girandella	Uređena - mjesna	Obitelji s djecom	9.640	8	1.205
Prižinja	Prirodna - ruralna	Romantična	750	15	47
Remac	Prirodna - udaljena	Eko	950	20	50
Šeničina (Duga Luka)	Prirodna - ruralna	Romantična	700	15	48

Uređen sustav prometne signalizacije u destinaciji osigurava lakše snalaženje turista koji u destinaciju dolaze, a ujedno se ukazuje i na razinu kvalitete upravljanja destinacijom, čime se turistima odašilje pozitivna poruka već prilikom samog dolaska u destinaciju. Pored same prometne signalizacije u destinaciji, važno je voditi računa o tome da se i na glavnim prometnim čvorištima, prilaznim prometnicama i glavnih graničnih prijelaza osigurana jasna vidljivost ove destinacije. Prometna signalizacija osim jasne prometne uloge, mora imati i informativnu i marketinšku ulogu u destinaciji. Zbog toga će se u destinaciji postaviti informativni *smart* punktovi (dva u Rapcu i jedan u Starom gradu Labinu).

Što se mjerom postiže?

Ova mjera osigurava podizanje kvalitete temeljnog turističkog proizvoda destinacije – „Sunce i more“ i razine tržišne atraktivnosti i konkurentnosti destinacije na turističkom tržištu, a u skladu s temeljnim strateškim dokumentima razvoja turizma više razine (Istra i Republika Hrvatska).

Predloženi projekti:

- uređenje, tematizacija i brendiranje plaža
- rekonstrukcija postojećeg raskrižja i uređenje ulaza u stambeno-turističko naselje Rabac
- ulaganje u sustav prometne signalizacije
- uređenje i izgradnja (Rabac-Duga Luka) šetnica uz more i lungo mare
- unapređenje sustava prometne signalizacije
- postavljanje/održavanje komunalne opreme (ograde, koševi za smeće, siječa stabala i raslinja, ...)
- uređenje prilaza šetnici i plažama i osiguravanje dodatnih parkirališta
- izrada projektne dokumentacije za novo parkiralište, odnosno parkirne zgrade. Jedna se predviđa na lokaciji uz

⁴² Istarska županija (2015.) *Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama u Istarskoj županiji*. Zagreb: Institut za turizam.

- cestu prema groblju, a druga na lokaciji ispod postojećeg parkirališta za autobuse na putu prema St.Andrei*
- *rekonstrukcija ceste Rabac – Gornji Rabac – Labin*

INDIKATORI:

1. evidencija tematiziranih plaža (tematizacija prema Valamarovu konceptu i tematizacija prema planovima više razine) novi ulaz u stambeno-turističko naselje
2. praćenje unapređenja sustava prometne signalizacije prema definiranim odgovornostima iz matrice projekata proračunsko praćenje ulaganja u uređenje šetnica, broj e-info punktova

MJERA 2: POVEĆANJE INVESTICIJA I PODIZANJE RAZINE KVALITETE SMJEŠTAJNE PONUDE DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Na području Rapca smještajni kapaciteti iz kategorije hoteli i turistički apartmani kategorizirani su s dvije, tri i četiri zvjezdice. Najviše objekata ima s tri (6) i četiri (6)zvjezdice, i to u podjednakom udjelu od 36,5%.

Posljednjim izmjenama i dopunama Prostornog plana uređenja Grada Labina⁴³ i Urbanističkim planom uređenja Rapca⁴⁴ određuju se zone izgradnje turističkih objekata, objekata sporta i rekreacije te površine namijenjene turističkoj rekreaciji, šumske i druge površine. Prema trenutno važećem Prostornom planu uređenja Grada Labina na snazi su određeni uvjeti glede TRP-ova (turističko-razvojna područja) i TP-va (turistički punktovi) koji su prikazani u tablici koja slijedi.⁴⁵

⁴³ Istarska županija i Grad Labin (2011.) *Izmjene i dopune prostornog plana uređenja Grada Labina*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet Zagreb.

⁴⁴ Istarska županija i Grad Labin (2012.) *Urbanistički plan uređenja naselja Rabac*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet Zagreb.

⁴⁵ U skorom se roku očekuju Izmjene i dopune prostornog plana uređenja Grada Labina usklađene s Izmjenama i dopunama prostornog plana Istarske županije.

1. URBANA AGLOMERACIJA	STATISTIČKO NASELJE	NAZIV	TURISTIČKI KAPACITETI (max)		
			2001.	2010.	2020.
1. URBANA AGLOMERACIJA	LABIN	LABIN		500	500
		LABIN		500	500
	KAPELICA	KAPELICA		182	300
		TP-KAPELICA sjever		39	
		TP-KAPELICA istok		143	
1. UKUPNO				682	800
2. STAMBENO- TURISTIČKO NASELJE	RABAC	RABAC (naselje)	400	2.000	2.000
		TZ MASLINICA	3.400	3.600	3.600
		TZ ST. ANDREA	2.150	2.300	2.300
		TZ GIRANDELA	1.950	5.100	5.100
	2. UKUPNO			7.900	13.000
3. OSTALA NASELJA SA 100 I MAÑJE OD 100 STANOVIKA	SALAKOVCI	SALAKOVCI		85	85
		TP-SALAKOVCI zapad			
	KRANJCI	KRANJCI		25	25
		TP-SALAKOVCI istok		25	
	GORA GLUŠIĆI	GORA GLUŠIĆI		22	100
		TP-MARKETI		22	
	GONDOLIĆI	GONDOLIĆI		177	220
		TP-RUKLJI		60	
		TP-GONDOLIĆI		63	
		TP-LOVRANCI		54	
	RIPENDA VERBANCI	RIPENDA VERBANCI		90	90
		TP-KUNCI		50	
		TP-BREG		40	
	RIPENDA KRAS	RIPENDA KRAS		303	350
		TP-R. KRAS zapad		70	
		TP-R. KRAS istok		81	
		TP-R. KRAS jug		58	
DUGA LUKA	DUGA LUKA		50	50	
	TP-KALUŠOVO		94		
RIPENDA KOSI	RIPENDA KOSI		150	210	
3. UKUPNO				902	1.130
UKUPNO GRAD LABIN			7.900	14.584	14.930

U nastavku se tablično prikazuju turistički kapaciteti u izdvojenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene.

TURISTIČKA ZONA		OZNAKA*	GUSTOĆA (postelja/ha) max.	IZGRAĐENI DIO GP (ha)	NEIZGRAĐ. DIO GP (ha)	UKUPNO GP (ha)	TURISTIČKI KAPACITETI (max.)		
							2001.	2010.	2020.
MASLINICA	Maslinica - hoteli	T1	120,00	17,28	10,87	30,06	1.400	1.400	1.400
	Kamp Oliva	T3					2.000	2.200	2.200
	Sport i rekreacija	R6	-	-					
	MASLINICA_ukupno			17,28	12,78	30,06	3.400	3.600	3.600
	%			62%	38%	100%	-		
GIRANDELA	Girandela - izgrađeni dio	T1	postojeća	15,61	50,94	66,55	1.950	5.100	5.100
	Girandela - neizgrađeni dio	T1, T2	90,00						
	Sport i rekreacija	R6	-	-					
	GIRANDELA_ukupno			15,61	50,94	66,55	1.950	5.100	5.100
	%			22%	78%	100%	-		
ST. ANDREA	St. Andrea	T1, R	postojeća	13,12	0,00	13,12	2.150	2.300	2.300
	ST. ANDREA_ukupno			13,12	0,00	13,12	2.150	2.300	2.300
	%			100%	0%	100%	-		
MALI KOSI	Mali Kosi	T2	50,00	0,00	4,83	4,83	-	150	210
	MALI KOSI_ukupno			0,00	4,83	4,83	-	150	210
	%			0%	100%	100%	-		

OZNAKA: T1 - hotel, T2 - turističko naselje, T3 - kamp, T1 - pojedinačni hotel, R6 - polivalentni sportsko rekreacijski centar,
R - rekreacija

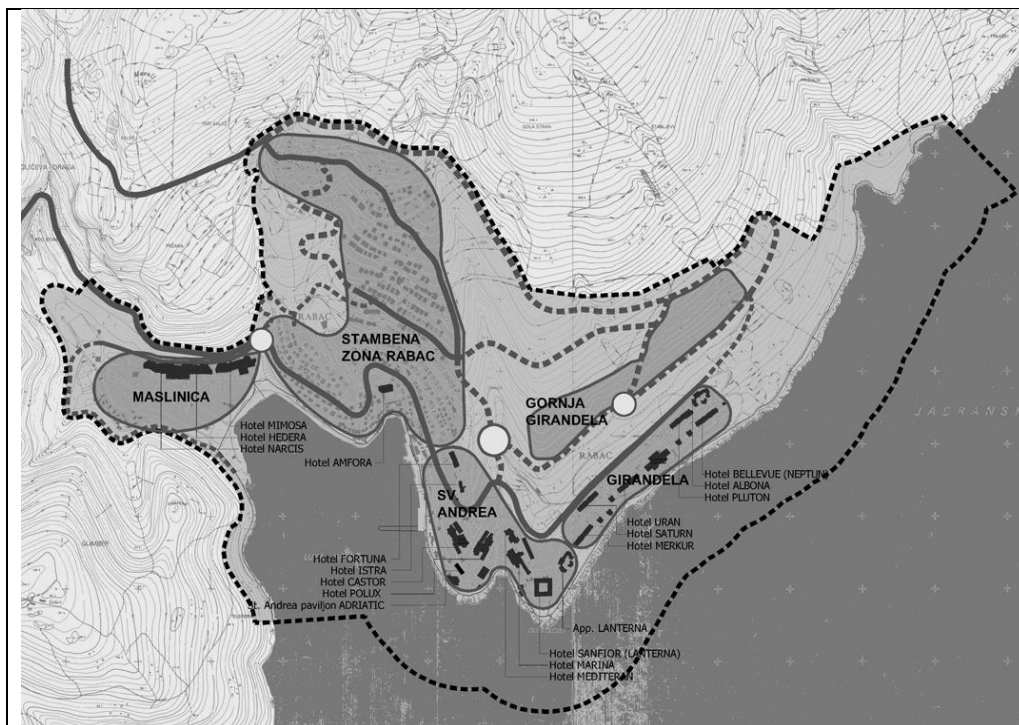
Iz gore navedenog, u stambeno-turističkom naselju Rabac moguće je povećanje od **1.600 postelja u pojedinačnim hotelima i obiteljskim pansionima unutar stambene zone**. U Maslinici je moguće **minimalno povećati postojeći turistički kapacitet**, a kao dopuna turističke ponude zadržava se sportsko-rekreacijska zona Maslinica. Girandella je najveća zona (obuhvaća i zonu Sv. Andrija) gdje je moguće povećanje turističkog kapaciteta Grada Labina u obalnom području i to od **3.150 postelja**⁴⁶ odnosno **5.950 postelja** ukoliko se usvoje izmjene Prostornog plana Istarske županije.⁴⁷ Radi podizanja kvalitete turističke ponude, Girandella završava turističkom zonom sporta i rekreacije smještenom uz morsku obalu. Sv. Andrea je potpuno izgrađena zona postojećih hotela gdje je moguće minimalno povećanje kapaciteta **do maksimalno 2.300 postelja**, a kao dopuna turističkoj ponudi zadržava se postojeća zona rekreacije sa izgrađenim teniskim terenima i uključuje se u dozvoljeno povećanje unutar naselja zone Girandella, a ne kao izdvojeno građevinsko područje.⁴⁸ U nastavku i grafički prikaz turističke zone prema PPUGL-a.⁴⁹

⁴⁶ Veći dio povećanja planira se u neizgrađenom dijelu Gornje Girandelle

⁴⁷ Tekst Odluke o izmjenama I dopuna PPIŽ dostupan na: http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/20121213_Izmjene_PPIZ.pdf

⁴⁸ Istarska županija i Grad Labin (2011.) Izmjene i dopune prostornog plana uređenja Grada Labina. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet Zagreb, str. 21.

⁴⁹ Istarska županija i Grad Labin (2012.) *Urbanistički plan uređenja naselja Rabac*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet Zagreb, str. 32.



Tablično se prikazuju i kapaciteti turističkih punktova na području Grada Labina.

1. URBANA AGLOMERACIJA	STATISTIČKO NASELJE	R.B. TP-a	GRAĐEVNA PODRUČJA I NAZIV TP-a	TURISTIČKI PUNK (ha)	GUSTOĆA (postelja/ha) max	TURISTIČKI KAPACITETI (max)	
						2010.	2020.
1. URBANA AGLOMERACIJA	KAPELICA		KAPELICA	2,10		179	300
		I.	TP-KAPELICA_sjever	0,70	55,00	39	
		III.	TP-KAPELICA_istok	1,40	100,00	140	
	1. UKUPNO				2,10		179
2. OSTALA NASELJA SA 100 I MANJE OD 100 STANOVNIKA	SALAKOVCI		SALAKOVCI	1,47		85	85
	KRANJCI	IV.	TP-SALAKOVCI_zapad	1,47	61,00		
		V.	TP-SALAKOVCI_istok	0,50	53,00	25	25
	GORA GLUŠIĆI		GORA GLUŠIĆI	0,81		22	100
		VI.	TP-MARKETI	0,81	31,00	22	
	GONDOLIĆI		GONDOLIĆI	4,83		177	220
		VII.	TP-RUKLJI	1,99	30,00	60	
		VIII.	TP-GONDOLIĆI	1,06	60,00	63	
	RIPENDA VERBANI	IX.	TP-LOVRANCI	1,78	30,00	54	
			RIPENDA VERBANI	2,46		90	90
		X.	TP-KUNCI	1,57	32,00	50	
	RIPENDA KRAS	XI.	TP-BREG	0,89	46,00	40	
			RIPENDA KRAS	4,30		303	350
		XII.	TP-R. KRAS_zapad	1,05	60,00	70	
		XIII.	TP-R. KRAS_istok	1,16	60,00	81	
XIV.		TP-R. KRAS_jug	1,01	60,00	58		
	XV.	TP-KALUŠOVO	1,08	60,00	94		
2. UKUPNO				14,37		702	870
UKUPNO TURISTIČKI PUNKTOVI				16,47		881	1.170

Na području starogradske jezgre Grada Labina primjetan je trend rasta registriranog broja smještajnih jedinica (soba i

apartmana za iznajmljivanje) u posljednjih pet godina, s tendencijom daljnjeg rasta, a posebno se ističe i gradnja novog objekta iz kategorije hotela na samoj prilaznoj cesti za stari grad Labin.

Što se tiče kampova, u tom smislu, podržati treba inicijative suvremenih kamp rješenja na području destinacije (tematizirani mali kampovi⁵⁰) i ulaganja u unapređenje kvalitete ponude u kampu prilagođeno ciljnom tržišnom segmentu. Na području Grada Labina postoji jedan tematizirani mali kamp i to romantični kamp na Kapelici.

Budući da su pred donošenjem **Izmjene i dopune Prostornog plana Istarske županije**⁵¹ i da se odmah po njegovom stupanju na snagu planira pristupiti **usklađenju Prostornog plana Grada Labina sa Prostornim planom Istarske županije** temeljem izvoda iz Konačnog prijedloga ID Prostornog plana Istarske županije koji se odnose na područje Grada Labina, najveći dozvoljeni turistički smještajni kapacitet na području Grada Labina iznositi će **18.500 ležajeva**.

U nastavku se prikazuje položaj, vrsta, veličina i kapacitet izdvojenih građevinskih područja izvan naselja ugostiteljsko-turističke namjene unutar turističkih razvojnih područja (unutar i van ZOP-a) i turističkih područja (unutar ZOP-a).

r.br.	Položaj	Grad/Općina	Status izgrađenosti područja	hotel i (T1)	turističko naselje (T2)	kamp - autokamp (T3)	turističko područje (TP)	max. veličina /ha/	max. kapacitet /postelja /
104	MASLINICA - OLIVA	Labin (zop)	Postojeće	x		x		30,0	3.600
105	GIRANDEL A	Labin (zop)	Postojeće	x	x			66,0	7.900
106	DUGA LUKA	Labin (zop)	Neizgrađeno				x	1,0	50
107	PRKLOG 1	Labin (zop)	Neizgrađeno	x	x			6,0	450
108	PRKLOG 2	Labin (zop)	Neizgrađeno	x	x			7,6	380
109	MALI KOSI	Labin (van zopa)	Neizgrađeno		x			4,7	210
110	ŠIKULI	Labin (van zopa)	Neizgrađeno	x	x			5,1	400

Pojašnjenja:

Turističko razvojno područje (TRP) – je izdvojeno građevinsko područje izvan naselja namijenjeno razvoju ugostiteljsko-turističke djelatnosti, fizički i infrastrukturno izdvojeno iz građevinskih cjelina naselja. Unutar TRP-a se u prostornim planovima lokalne razine mogu odrediti zone izgradnje smještajnih građevina, zone izgradnje pratećih ugostiteljsko-turističkih sadržaja, zone izgradnje servisnih i opskrbnih sadržaja u funkciji turizma, kao i površine namijenjene infrastrukturnim građevinama.

Turističko područje (TP) - je izdvojeno građevinsko područje izvan naselja ugostiteljsko-turističke namjene limitirano veličinom i smještajnim kapacitetom. Unutar TP-a može se planirati izgradnja pojedinačne zgrade ili kompleksa zgrada, koje čine zatvorene funkcionalne i tehnološke cjeline. TP-ovi se planiraju na lokacijama posebne vrijednosti i u ambijentu koji nije determiniran drugim vrstama izgradnje. TP-ovi prvenstveno trebaju poslužiti za valorizaciju izrazitih krajobraznih i drugih vrijednosti prostora. Njihova veličina se limitira najmanjom površinom 0,3 ha i **najvećom površinom 2 ha, odnosno najvećim kapacitetom 150 postelja**. (Turistički punkt, određen osnovnim Prostornim planom Istarske županije, kao i njegovim izmjenama i dopunama, ovim se Planom utvrđuje kao Turističko područje-TP).

⁵⁰ Mali kampovi = do najviše 200 osoba

⁵¹ Tekst Odluke dostupna na: http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/20121213_Izmjene_PPIZ.pdf

Turistička zona (TZ) - je dio građevinskog područja naselja ili dio građevinskog područja golf igrališta namijenjen ugostiteljsko-turističkoj djelatnosti. Unutar TZ-a se u prostornim planovima lokalne razine određuju površine za izgradnju smještajnih građevina, površine za izgradnju pratećih ugostiteljsko-turističkih sadržaja, površine za izgradnju servisnih i opskrbnih sadržaja u funkciji turizma, kao i površine namijenjene infrastrukturnim građevinama, a sve unutar jedinstvene prostorno-funkcionalne cjeline sa jedinstvenim upravljanjem.

U Rapcu se svake godine ulaže u obnovu hotela i podizanje razine kvalitete postojećih hotelskih kapaciteta. Maslinica je 2016. godine dovršila obnovu svojih hotela i to Narcisa i Mimososa Lido Palace. Ulaže se i u unapređenje kvalitete privatnog smještaja, mahom pod utjecajem dodatne izgradnje kuća za odmor s bazenima na području Grada Labina. Veći dio unapređenja kvalitete privatnog smještaja otpada na novoizgrađene objekte izvan stambene zone u Rapcu.

Željeno stanje u budućnosti.

Novo investicije u izgradnju podrazumijevaju ulaganja u podizanje razine kvalitete postojećih smještajnih objekata, posebice smještaja i ponude u kućanstvima i podizanje razine kvalitete hotela, kao i investicije u dodatnu izgradnju na područjima definiranim prostornim planom Istarske županije kao i njegovim izmjenama i dopunama, odnosno prostornim planom Grada Labina⁵² koji **predviđa maksimalno 18.500 ležajeva**, što predstavlja **dodatnih 6.600 ležajeva** (fiksna struktura po određenim turističkim punktovima). Do 2020. godine se može realno očekivati porast za dodatnih 3.000 ležajeva.⁵³

Podržavaju se inicijative prenamjene obiteljskog smještaja u kućanstvima na području Rapca (stambena zona) u pansionere, difuzne hotele i B&B objekte kako bi se na taj način unaprijedila ponuda i poboljšala kvalitete ove vrste smještaja. Privatni poduzetnici u turizmu će na ovaj način moći iskoristiti dostupna sredstva i potpore Ministarstva turizma, te Europskih fondova posebice Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj i dr. Podržavaju se zajedničke inicijative privatnih poduzetnika u turizmu (mali iznajmljivači) u obogaćivanje ponude koja pored smještaja u kućanstvima nuditi trebaju i dodatni sadržaj gostima (npr. ugovaranje ponude doručka u nekom od rabačkih restorana ili nuđenje kreativnih izleta u destinaciji).

Teži se podizanju kategorija hotela na razinu 4 zvjezdice i za očekivati je, a sukladno investicijskim planovima velikih hotelskih poduzeća, da će 2020. godine gotovo svi hoteli u Rapcu biti kategorizirani s 4 zvjezdice. Do 2020. godine izraditi će se projektna dokumentacija za novi flagship vodeći Valamarov objekt u Rapcu za 4+ ili 5 zvjezdica, a koji će uključivati lokaciju današnjih objekata Marina, Mediteran i nekadašnjeg disko-kluba St. Andrea.

Valamar Rivijera svojim strateškim investicijskim planovima obuhvatila je i investicije u objekte: Family Life Resort Bellevue i Girandella. Investicije ove hotelske kuće rezultirat će podizanjem kategorije dva kompleksa na četiri zvjezdice.

Prema planu investitora u nadolazećem se razdoblju očekuju ukupne investicije od procijenjenih 465 milijuna kuna do 2020. godine od strane Valamara i to 197 milijuna kuna u Family Life Resort Bellevue. Ovom se planiranom investicijom povećava broj smještajnih kapaciteta sadašnjih hotela Bellevue, Albona (na 377 smještajne jedinice), a ulaže u kreiranje dodatnih turističkih sadržaja (dodatni veliki bazen uz postojeća dva, *wellbeing* platform za vježbanje, odbojka na pješaku, *hangout* zone, tri dječja mala bazena, *kids* klubovi po uzrastima, multifunkcionalno igralište, mini-golf, zona zabave, 8 soba za swim-up bazenima, green and grill i dr.). Kako je Valamar potpisao ugovore o suradnji s TUI Northern Europe, TUI UK i TUI Nordic Holding, u tom smislu, Family Life Resort Bellevue u Rapcu 2017. godine postati će prvi *TUI Family Life* brend u Hrvatskoj (tematiziran hotel).

Očekuje se suvremenija i prilagođenija organizacija smještajnih kapaciteta u starogradskoj jezgri i to po principu funkcioniranja difuznih hotela gdje će se gostima, uz smještaj, nuditi i mogućnost doručka i/ili večere u obližnjim restoranima u starom gradu Labinu. Uz navedeno se očekuje porast broja malih i obiteljskih hotela na području starogradske jezgre (maksimalno 3). Objekti trebaju biti tematizirani (eko-hotel, *Family-friendly*, *Bike-friendly*, *Adults Only*, difuzni hotel, *boutique* hotel i sl.), a preporuke Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine jesu poštivanje arhitektonske specifičnosti mjesta i poštivana načela održive gradnje.

Podržavaju se inicijative otvaranja malih kampova u domaćinstvu kapaciteta max. 10 parcela odnosno ukupno do 30 osoba na građevinskom zemljištu. Investitor u ovakve manje kampove može biti fizička osoba. Također se podržavaju inicijative otvaranja malih kampova u seljačkom domaćinstvu do maksimalno 20 parcela odnosno 60 osoba. Takva vrsta ugostiteljskog

⁵² Koji će se u skorijem razdoblju uskladiti s izmijenjenim i dopunjenim Prostornim planom Istarske županije

⁵³ Ekonomski učinci porasta po scenarijima prikazani u poglavlju Procjena ekonomskih učinaka turizma.

objekta za smještaj mora djelovati u sklopu obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva i mora pružati usluge hrane i pića.

Što se ciljem postiže?

Podizanjem razine kvalitete osigurava se **konkurentna prednost destinacije**, a usklađuje se sa glavnim ciljem razvoja hrvatskog turizma 2020. godine, a to je povećanje atraktivnosti i konkurentnosti uz poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja, a nastavno uz strateški cilj 1 definiran na razini Europske Unije u temeljnom dokumentu „*Europe, The World's No.1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe*“ koji striktno navodi da Europa mora nuditi održiv i visoko kvalitetan turizam koji počiva na njezinim komparativnim prednostima, posebice raznolikosti ruralnih sredina i iznimnom kulturološkom bogatstvu. Ova mjera doprinosi repozicioniranju destinacije na turističkom tržištu, posebice na nacionalnoj razini u odnosu prema glavnim konkurentima na Jadranu, i to kroz ulaganje u podizanje opće kvalitete turističke destinacije. Time će se destinacija okrenuti gostima viših platežnih mogućnosti koji se odlučuju na kupovinu posebnog turističkog iskustva i očekivano visoke kvalitete proizvoda i usluga. Uz dodatne investicije i tematizaciju smještajnih kapaciteta utječe se na produljenje sezone i obraća onim tržišnim segmentima koji putuju izvan glavne sezone (posebno na proljeće i u jesen).

Predloženi projekti:

- *Dodatne investicije u male hotele, difuzne hotele i male tematizirane kampove u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu.*
- *Obnova i rekonstrukcija postojećih smještajnih kapaciteta s ciljem povećanja kvaliteta smještajnih kapaciteta (hoteli i turistički apartmani)*
- *Otvaranje novih turističkih zona sukladno važećim dokumentima prostornog uređenja (Rabac – Gornja Girandella, Šikuli, Prtlog) suradnjom Grada Labina s privatnim investitorima u dijelu pripreme za infrastrukturno opremanje navedenih zona.*
- *Tematizacija smještajnih kapaciteta.*
- *Ispitivanje interesa za moguću prenamjenu objekata u vlasništvu Grada Labina u turističke svrhe (zgrada nekadašnje apoteke, bivši RIŠ, gradska loža, nekadašnja tiskara u starom gradu i dr.).*

INDIKATORI:

1. broj novootvorenih difuznih hotela u starom Gradu Labinu
2. broj otvorenih novih malih hotela/pansiona/resorta na području destinacije
3. popis tematiranih hotela prema vrsti teme
4. infrastrukturno opremljene nove zone
5. objavljen poziv za iskaz interesa i evidencija iskazanih interesa kao preduvjeta mogućih budućih investicija u prenamjenu

MJERA 3: NOVA ZAPOSŁJAVANJA

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Usklađeno sa strateškim ciljem Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske, u gradu Labinu realizacijom navedenih investicija, doprinijeti će se novom zapošljavanju.

Navedeno je usklađeno s ekonomskim procjenama i modelima razvoja kao i normativima rada i kategorijama smještajnih objekata koji se predviđaju na definiranim turističkim punktovima (prethodno navedeni).

Željeno stanje u budućnosti.

Uz ulaganje u dodatne kapacitete do 3.000 fiksnih ležajeva do 2020. godine može se otvoriti dodatnih više od 400 novih radnih mjesta. Pored navedenoga, otvaraju se i nova radna mjesta inducirana turističkom aktivnošću (multiplikativni učinak turizma).

Što se ciljem postiže?

Postizanjem ovoga cilja pozitivno se utječe na zaposlenost na području grada Labina (smanjenjem stope nezaposlenosti), odnosno smanjuje registrirana nezaposlenost, a utječe se i na osobnu potrošnju građana, njihovu kupovnu moć, u konačnici i standard života u zajednici.

INDIKATORI: statističke evidencije zaposlenih u turizmu, zaposleni po mjestu stanovanja i stručnoj spremi (statistika dostupna u Zavodu za zapošljavanje –e-evidencije (*online*))

MJERA 4: POVEĆANJE BROJA DOLAZAKA I REALIZIRANIH NOĆENJA

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Kako bi se strateški destinacija **uspješno pozicionirala i time smanjila sezonalnost**, pored kvalitete ponude, posebno je važno agresivnijim marketingom privatnog i javnog sektora, marketinškim aktivnostima destinacijske menadžment organizacije (DMO),⁵⁴ inovativnim proizvodima destinacijske menadžment kompanije (DMC),⁵⁵ privući one tržišne segmente prema ključnim turističkim proizvodima (više u Marketing planu). Europa, kao najznačajnija emitivna regija, bilježi sve veći porast putnika koji pored tradicionalnog odmora na suncu i moru, navode i druge motive putovanja (kultura, priroda i sport). To su oni proizvodi kojima se ova destinacija želi dalje profilirati, a ujedno omogućavaju posizanje optimalnije ravnoteže između realiziranih dolazaka i noćenja izvan i u glavnoj sezoni.

Željeno stanje u budućnosti.

Ekonomski modeli procjene ukazuju da se uz dosadašnju prosječnu godišnju stopu rasta noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju **od 2,63%** može dostići maksimalno mogućih **1,52 milijuna noćenja 2020.** godine što bi uz postojeći kapacitet značilo prosječnu godišnju popunjenost od 31,79% ili 116 dana. Uz povećanje broja kapaciteta od 3.000 fiksnih ležajeva prosječna se godišnja stopa popunjenosti smanjuje na 22,73% uz zadržavanje broja noćenja od 1,34 milijuna (broj noćenja 2015. godine). Zbog toga se uz povećanje broja ležajeva za 3.000 očekuje i povećanje broja noćenja koje prati stopu rasta broja ležajeva.

2020. godine grad Labin teži ostvarenju **prosječne godišnje stope popunjenosti od 36 % ili 130 dana** godišnje (broj dana popunjenosti 2015. iznosi 101). Da bi se ostvarila navedena stopa popunjenosti, potrebno je ostvariti i veći broj noćenja. Uz zadržavanje kapaciteta na razini 2015. godine, to bi značilo da je potrebno ostvariti 1,73 milijuna noćenja. Realizacija dodatnih 3.000 fiksnih ležajeva i ostvarivanje prosječne godišnje popunjenosti od 36%, zahtjeva i ostvarivanje 2,12 milijuna noćenja.

Osim povećanje kapaciteta sukladno odredbama Prostornog plana, u gradu Labinu željeli bi dostići ukupni kapacitet od 18.500 ležajeva, što predstavlja povećanje od 41% u odnosu na 2015. godinu. Ako se zajedno sa dodatnim ležajevima želi ostvariti planirana popunjenost od 36% ili 130 dana godišnje, tada se broj noćenja treba povećati na 2,43 milijuna noćenja, što bi značilo povećanje noćenja za ukupno 82%, odnosno za 12,68% prosječno godišnje. Ovakvo se povećanje ne smatra realnim, te se zadržava na opciji prijedloga povećanja od 3.000 ležajeva maksimalno do 2020. godine.

Što se mjerom postiže?

Ova mjera omogućava usklađivanje razvoja destinacije prema strateškim ciljevima definiranim u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske, ali i onima definiranim u Master planu razvoja turizma Istre do 2025. godine, te Marketing planu istarskog turizma 2015. – 2018. S obzirom da okosnicu čine projekti kojima se potiču dolasci izvan glavne sezone, za očekivati je produljenje sezone uzrokovana porastom broja dolazaka i noćenja u proljeće i na jesen.

INDIKATORI: statistička izvješća o broju dolazaka i noćenja po mjesecima i po vrstama smještajnih kapaciteta

MJERA 5: POVEĆANJE POTROŠNJE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Povećanje potrošnje strateški je cilj razvoja turizma Republike Hrvatske definiran Strategijom razvoja turizma. To je ujedno i

⁵⁴ Očekuje se da će promjena dosadašnjeg Zakona o turističkim zajednicama definirati model njihove reorganizacije u destinacijske menadžment organizacije ili DMO.

⁵⁵ Nužna je prilagodba današnjih turističkih agencija čije je poslovanje isključivo receptivne naravi u destinacijske menadžment kompanije koje će svoju ponudu inovativnih turističkih proizvoda temeljiti na resursnoj osnovi turističke destinacije.

cilj razvoja turizma Istre do 2025. godine i kao takvog nije ga moguće izostaviti iz strateškog planiranja.

Veći dio procijenjen ukupne potrošnje otpadat će na strane turiste, a manji na domaće turiste, što je u skladu sa temeljnim profilom turista koji posjećuju ovu destinaciju.

Unaprjeđenjem turističke ponude, prvenstveno kroz ponudu novih sadržaja za turiste, očekuje se i porast prosječne dnevne potrošnje turista. Prosječna dnevna potrošnja turista u Istarskoj županiji 2014. godine iznosila je 63,79 eura⁵⁶, a 2007. godine 60 eura⁵⁷. Prosječna dnevna potrošnja turista u razdoblju od 2007. do 2014. godine porasla je ukupno za 6,31%, odnosno za 0,88% godišnje.

Željeno stanje u budućnosti.

Master plan istarskog turizma 2015. – 2025. predviđa da će 2025. jedinična potrošnja turista u Istarskoj županiji iznositi minimalno 101 EUR po noćenju. Navedeno predstavlja povećanje potrošnje od 56,76% u odnosu na 2014. godinu, odnosno prosječni godišnji rast od **4,16%**. Korištenjem izračunate prosječne godišnje stope rasta, jedinična potrošnja turista **2020. godine trebala bi iznositi 81EUR**. No, ukoliko se uzme u obzir godišnja stopa porasta prosječne dnevne potrošnje od 2007. do 2014. godine koja je iznosila 0,88%, tada se može očekivati da će prosječna dnevna potrošnja turista 2020. godine iznositi **67,23 EUR**. Ovo je pesimističan scenarij koji ne predviđa poduzimanje aktivnosti definiranih strateškim dokumentom.

Što se mjerom postiže?

Porast prosječne turističke potrošnje pridonio bi ostvarivanju većih ukupnih prihoda. Primjenom procjenjene prosječne dnevne potrošnje turista od 81 EUR, te ostvarivanje različitih scenarija porasta broja noćenja, ukupni prihodi od turizma iznosili bi između 132 milijuna EUR-a i 196 milijuna EUR-a (ovisno o scenariju). Navedeno se obrađuje u zasebnom poglavlju „Procjene ekonomskih učinaka turizma“.

Predloženi pojekti:

Uz kontinuirano povećanje kvalitete smještajnih objekata, jačanje kvalitete ponude destinacije, te marketing usmjeren ka definiranim specifičnim tržišnim segmentima – turistima 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, mjera 1. Za ove aktivnosti zadužen je lokalni DMO, Grad Labin i svi ostali interesni dionici u turizmu koji će uz unaprjeđenje vlastite ponude, a pritom vodeći računa o ključnim turističkim proizvodima destinacije (Sunce i more, aktivni odmor, eko-turizam, kulturni turizam, *wellness* turizam posebice u novouređenim objektima više kategorije) vlastitim doprinosom doprinijeti ostvarenju ovoga cilja.

INDIKATORI:

1. analiza prosječne cijene smještaja u komercijalnim objektima
2. računovodstvene evidencije prihoda i dobiti, te ostalih financijskih pokazatelja obveznika predaje financijskih izvještaja
3. procjene cijene noćenja u nekomercijalnim objektima (ponderiranje)
4. korištenje procjena Instituta za turizam Republike Hrvatske i Zavoda za statistiku Republike Hrvatske

MJERA 6: UNAPREĐENJE POSLOVNE OKOLINE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Okolinu čini skup vanjskih i unutarnjih čimbenika koji okružuju sustav i na njega utječu. Unaprjeđenje poslovne okoline u cilju je svake lokalne zajednice. Osiguranje kvalitetnih, poticajnih, ohrabrujućih i motivirajućih uvjete poslovanja u turizmu, kao i potpore investicijama u turizmu, većim je djelom u rukama upravljačkih struktura turističkih poduzeća (ulaganje u ljudske potencijale i odluke o investiranju), nadležnih ministarstava i lokalne zajednice (konkretno Grada Labina i Turističke zajednice Grada Labina). Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije raspisuje natječaje kojima se osiguravaju pa i do 100% potpore za projekte ulaganja u podizanje razine kvalitete,

⁵⁶ Institut za turizam (2015). Tomas ljeta 2014. Stavovi i potrošnja turista. Zagreb: Institut za turizam.

⁵⁷ Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, TOMAS ljeta 2007., Institut za turizam, 2008. (dostupno na: http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2007_Tomas-Ljeta_2007.pdf)

konkurentnost, ljudske potencijale. Hrvatska turistička zajednica odobrava posebne potpore za razvoj destinacijskih menadžment kompanija (DMC), odnosno razvoj tematskih jednostavnih i složenih turističkih proizvoda. Na Gradu Labinu je donošenje odluke o mogućem osiguravanju dodatnih potpora i poticaja poduzetnicima u turizmu. Isto tako, Turistička zajednica Grada Labina može donijeti godišnji plan poticanja razvoja turizma i mjera poticanja razvoja novih turističkih proizvoda, kao i osiguravanja kvalitete proizvoda i usluga u turizmu. Do sada na području grada Labina nije bilo prijava na natječaje Hrvatske turističke zajednice za poticanje proizvoda destinacijskih menadžment kompanija što je rezultat činjenice da na području grada Labina ne postoji formalno postavljena destinacijska menadžment kompanija. Temeljna linija poslovanja turističkih agencija na području grada Labina je posredovanje u pružanju usluga smještaja, a nisu zamjetne inicijative kreiranja inovativnog jednostavnog ili složenog tematskog turističkog proizvoda. S druge strane, na natječaje za dodjelu bespovratnih sredstava Ministarstva turizma, konkretno natječaj „Konkurentnost turističkog gospodarstva“, mogu se prijaviti, pored trgovačkih društava i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, i fizičke osobe – privatni iznajmljivači. Za dodjelu bespovratnih potpora temeljem Programa „Konkurentnost turističkog gospodarstva“ planirana su sredstva u proračunu Ministarstva turizma na proračunskoj aktivnosti A587055 u ukupnom iznosu od 23.700.000 kuna.⁵⁸ Poduzetnici u turizmu mogu se prijaviti i na Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske, mjeru Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja ili pak mjeru Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima.⁵⁹

Željeno stanje u budućnosti.

Na području grada Labina osigurava se kontinuirana potpora poduzetnicima u turizmu, usmjerava ih se na moguće pravce razvoja i mogućnosti dobivanja potpora uspješnim prijavama na raspisane natječaje nadležnih ministarstava u određenim vremenskim razdobljima tijekom godine i to *online* komunikacijom, organizacijom tematskih radionica i predavanja. Grad Labin komunicira s interesnim dionicima. Turistička zajednica Grada Labina na godišnjoj razini organizira edukativne radionice i seminare za sve zainteresirane interesne dionike u turizmu. Također, *online* komunikacijom osigurava interesnim dionicima mogućnost dobivanja pravovremenih informacija o svim mogućim izvorima financiranja njihovih projekta, te mogućnostima dobivanja bespovratnih sredstava. Time se stvara pozitivno okruženje, ukazuje na važnost poduzetnika u turizmu i potiče sve interesne dionike na promišljanje i djelovanje u smjeru dostizanja održivog i visokokvalitetnog turističkog proizvoda.

Što se mjerom postiže?

Ova mjera omogućava postizanje harmonije među interesnim dionicima u turizmu, olakšava djelovanje interesnih dionika u sinergiji s Gradom Labinom i Turističkom zajednicom Grada Labina i osigurava konkurentnost destinacije. Također, njome se potiče poslovna konkurentnost, kao i osigurava viša kvaliteta ponude jer se poticanjem kvalitativnih pomaka, osigurava viša kvaliteta ponude u destinaciji, a time i uspješnije tržišno pozicioniranje destinacije u budućnosti.

Predloženi projekti:

- *Oснаživanje 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
 - d) aktivnosti viralnog marketinga.
- *Osigurati kontinuiranu komunikaciju s interesnim dionicima i pružati im potpune i ispravne informacije o mogućnostima dobivanja potpora za unapređenje njihovih proizvoda iz raznih izvora, a prvenstveno fondova Europske unije (Strukturnih i kohezijskih fondova), ali i ostalih izvora (zaklade, natječaji poduzeća, banaka i dr.) i to na posebnim web sekcijama web stranica Grada Labina i Turističke zajednice Grada Labina.*

⁵⁸ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2016.) Program „Konkurentnost turističkog gospodarstva“. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/2_160427_KTG016_program.pdf

⁵⁹ Više na: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2015.) Turizam kroz fondove Europske unije u razdoblju 2014. – 2020. Dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/150316_Turizam_EUf.pdf

- *Potpora investicijama u nove smještajne kapacitete ili energetske obnovu kapaciteta, unapređenje ponude, inovacije u turizmu, a sve kako bi se išlo ususret novim tržišnim zahtjevima kroz:*
- a) istraživanje mogućnosti izgradnje i dizajna visoko energetske učinkovitih kapaciteta i diseminacija informacija interesnim dionicima kroz radionice, *web* objave i *newslettere* kako bi takve informacije postale dostupnije svim interesnim dionicima u turizmu. Grad Labin je, angažmanom MLAUS-a (paralelno uz izradu ovog strateškog dokumenta) dobio idejno projektno rješenje koje se može koristiti u svrhu definiranja mogućih promjena u prostoru i kvalitete zahvata u prostoru.
- *Osiguranje poboljšanja dostupnosti i kvalitete širokopojasne mreže zbog prilagođavanja suvremenim trendovima koji zahtijevaju mobilni Internet uvijek i svugdje, a i radi mobilnog surfanja, pristupanja društvenim mrežama i razvijenim turističkim aplikacijama destinacije.*
- *Implementacija sustava Business Friendly Certificate-a*

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. pregled objava na web stranicama o potporama poduzetnicima u turizmu
3. evidencije o ukupnom iznosu potpora raznim projektima u turizmu kojima je cilj unapređenje kvalitete ponude i prilagodba suvremenim tržišnim uvjetima
4. izvještaji o razvoju mreže mobilnog signala (polugodišnji) s točno evidentiranim novim zonama pokrivenosti.
5. uveden sustav *Business Friendly Certificate-a*

IZVRŠITELJI: Grad Labin, TZ Grada Labina, Udruga Alfa Albona, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

MJERA 7: PRODULJENJE SEZONE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Smanjenje sezonalnosti cilj je svake turističke destinacije i jedan je od strateških ciljeva definiranih Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske. Produljenje sezone moguće je **razvojem inovativnih, dinamičnih, emocionalnih turističkih proizvoda kojima se gostima nudi poseban i drugačiji doživljaj, drugačije iskustvo boravka u ovoj destinaciji.**

Trenutno se na području ove destinacije nudi relativno ograničen broj emotivnih i kreativnih turističkih aranžmana ili izleta. Na web stranicama Turističke zajednice Labin-Rabac nudi manji broj turističkih proizvoda kategorizirano prema sljedećim skupinama: gastro i eno, aktivni odmor (*outdoor*), a daje se mogućnost gostima da samostalno kreiraju svoje doživljaje kroz sugestije za 7 kreativnih iskustava u kojima mogu i samostalno sudjelovati, a u konačnici i pridonijeti samoj finalizaciji vlastitih doživljaja. Unatoč ponudi, proizvodi su vrlo statični, posebice s marketinškog aspekta, nisu finalizirani u smislu mogućnosti njihove ponude krajnjim korisnicima ili pak nekim specijaliziranim turističkim agencijama koje se bave prvenstveno aktivnim odmorom ili gastro i eno ponudom, a jednako tako nisu naglašene dodane vrijednosti konzumacije takvih proizvoda. Jedan dio proizvoda bazira se na ponudu usluge u nekom od objekata u Rapcu ili pak gastro ponudi u nekom od restorana. Ono što nedostaje je finalizacija proizvoda stvaranjem dodane vrijednosti i mogućnosti atraktivnog plasmana proizvoda. Najveća razina završenosti proizvoda ponuđena je u djelu proizvoda aktivnog odmora. Tu je potrebna suradnja više interesnih dionika kako bi se ovi proizvodi uspješno pozicionirali na tržištu posebnih interesa. Analizom poznatog svjetskog portala za recenzije – TripAdvisora – potvrđuje se iznimno siromašna ponuda dodatnih atrakcija na području Grada Labina. Tako se na stranici istoimenog portala, pod sekcijom „*Things To Do*“ mogu uočiti samo 2 ture koje uključuju isključivo ponudu ronjenja (Scuba centar SV Marina i Girandella Diving). Od navedenih samo je jedna na području analizirane destinacije Labin-Rabac. Što se tiče ponude jela i pića istaknuta je samo degustacija vina i ulja u Palači Negri. Od *outdoor* aktivnosti ponovno se ističu već prethodno navedeni aranžmani ronjenja. Zaključno, ponuda Grada Labina svodi se na ponudu degustacije vina i ulja i ronilačkog centra na Girandelli. Ako se posebno promotri Rabac, ističe se jedna brodska vožnja, ponuda ronjenja na Girandelli i jedna turistička agencija. Ono što je još izdvojeno jest zabava u noći, kroz dvije ponude. Iz navedenoga se zaključuje da osim jednog broskog izleta, ne postoji niti jedna ponuda posebnih izleta ili paket aranžmana koji bi činili dopunu osnovnoj ponudi ove destinaciji, stvarali dodanu vrijednosti i doprinosili njezinoj tržišnoj atraktivnosti. Croatian Travel Guide and Blog - „FrankAboutCroatia” - web stranica je na kojoj svoje blogove i preporuke za putovanje po Hrvatskoj ostavlja kanadsko-hrvatski bračni par. Tako oni destinaciju Labin-Rabac karakteriziraju kao destinaciju koja je još uvijek izrazito prepoznatljiva kao destinacija Sunca i mora i prelijepih plaža. Jednako tako napominju kako su plaže prepune u srpnju i kolovozu što vrlo često odbija kako lokalno stanovništvo, tako i turiste koji žele odmak od pretjeranih gužvi. Nadalje, ističu da je ovo izrazito povoljna destinacija za pješčenje i biciklizam, a također spominju i

kajaking. Na peto mjesto u smislu atrakcija ističu brodske vožnje, posebice, panoramske brodske vožnje rabačkom obalom. Posjeta starom gradu Labinu nalazi se na šestom mjestu, gdje posebno ističu besplatan noćni obilazak staroga grada. Ronjenje također preporučaju, kao i degustaciju vina i ulja (Belić i Negri).⁶⁰ Pregledavanjem web stranica vodećih hotelskih poduzeća na području Rapca (Valamar Hotels & Resorts i Maslinica d.o.o.) uočiti se može da se Rabac kao destinacija promovira kao destinacija prelijepih plaža, pogodna za obitelji s djecom, s a poznata po aktivnom odmoru i zdravstvenom turizmu, dobroj istarskoj kuhinji i izvrsnim lokacijama za ronjenje. Od aktivnosti se ističu klasični brodski izleti, ronjenje, biciklizam, pješačenje, tenis i adrenalinski sportovi na vodi. Ne postoji ponuda kreativnih aranžmana. Aktivni odmor se ističe kao važan turistički proizvod – razlikovna karakteristika ove destinacije. Kao takav proizvod, nužno ga je dalje razvijati s obzirom na pogodnu resursnu osnovu destinacije, ali ujedno i dopuniti sa proizvodima zdravstvenom i ekoturizma, te proizvodima kulturnog turizma za koje postoji izniman potencijal za dodatni snažniji razvoj.

Željeno stanje u budućnosti.

Grad Labin težiti će realizaciji prosječne godišnje stope popunjenosti od **36% ili 130 dana**. To se postiže razvojem **proizvoda kulturnog turizma** (kao izvrsna dopuna osnovnom proizvodu Sunca i mora koja uključuje događanja i touring/kulturu vezano uz posebna događanja u destinaciji) i specifičnih proizvoda aktivnog odmora prožetog elementima eko-turizma, zdravstvenog turizma i bike turizma. Razrada temeljnih turističkih proizvoda detaljnije je opisana u Marketinškom planu kao posebnog dopuni ove Strategije.

Što se ciljem postiže?

Ciljem se utječe na povećanje dolazaka, povećanje noćenja, potrošnje i ukupnih prihoda od turizma. Pojašnjenje detaljnih procjena nalazi se u poglavlju „Procjene ekonomskih učinaka turizma“.

INDIKATORI: broj dolazaka i noćenja u predsezoni i posezoni

PRIORITET 2 – EKOLOŠKI OSJETLJIV TURIZAM GRADA LABINA

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

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Grad Labin, u skladu s željenim profilom ekološki održive turističke destinacije, želi minimalizirati negativni učinak ne samo turizma, već i ostalih sektora na okoliš, a i time svoj **ekološki otisak svesti na najmanju moguću razinu** i doprinijeti željenom cilju pozicioniranja turističke destinacije kao **ekološki očuvane destinacije** i destinacije poželjne za ugodan odmor i izvan glavne sezone koja svojim turistima nudi puno više od samo proizvoda sunca i mora. Ekološki turizam uživa izniman razvojni potencijal s obzirom na sve veću ekološku osviještenost turista i njihova očekivanja u pogledu ekološke odgovornosti turističke industriju u kreiranju temeljnih turističkih proizvoda i usluga i njihovu pružanju krajnjem korisniku – gostu/turistu/posjetitelju. Jedno od deset razvojnih načela hrvatskog turizma uključuje i razvoj „zelenog turizma“.

Danas ova destinacija obiluje prekrasnim zelenim okruženjem, bogatom biološkom raznolikošću i time velikim potencijalom daljnjeg tržišnog pozicioniranja u sferi ekološki održive turističke destinacije. Grada Labin se opredijelio za politiku energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije, kada se u u travnju 2008. godine pridružio projektu Sustavnog gospodarenja energijom u gradovima i županijama (SGE) u Republici Hrvatskoj pri Ministarstvu gospodarstva, rada i poduzetništva RH i Programu UN-a za razvoj (UNDP). Na području Grada Labina provodi se odvojeno prikupljanje otpada organizacijom zelenih otoka, reciklažnih dvorišta (fiksno i mobilno) i prikupljanjem otpada na kućnom pragu („od vrata do vrata“). Selektivni otpad, kao što je papir i karton, plastika, metali se balira, privremeno skladišti i predaje ovlaštenom

⁶⁰ Croatia Travel Guide and Blog (2015.) Things to do in Rabac, Croatia. Dostuono na: <http://www.frankaboutcroatia.com/things-to-do-in-rabac-croatia/> (15.05.2016.)

sakupljaču ili obrađivaču otpada na daljnju obradu. Na reciklažnom dvorištu omogućeno je građanima odlaganje posebnih kategorija otpada te problematičnog otpada nastalih u njihovim kućanstvima.⁶¹ Na području Grada Labina danas ima ukupno 71 zelenih otoka i 10 kontejnera za tekstil. Poduzeće 1. Maj Labin osiguralo je reciklažno dvorište Starci s posebno prilagođenim ljetnim radnim vremenom. Za udaljenija naselja osigurava se i mobilno reciklažno dvorište. 1. MAJ d.o.o. komunicira sa korisnicima na različite načine: preko mrežne stranice na kojoj su dostupni rasporedi postavljanja mobilnog reciklažnog dvorišta, raspored prikupljanja „na kućnom pragu“ (žuta kanta, vrećice), sve informacije o radnom vremenu reciklažnog dvorišta (Starci) zatim Vodič pravilnog odlaganja otpada. Također se koristi svaka moguća prilika za informiranje građana na Sajmu cvijeća čiji je 1. Maj organizator, sudjeluju u Europskom tjednu mobilnosti te u akcijama prikupljanja ilegalno odbačenog otpada. Pored toga sudionici su u projektu edukacije djece predškolskog i školskog uzrasta sufinanciranom od strane Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost. Jednom se mjesečno organizira emisija na Radio Labinu pod nazivom „Radio reciklaža“. U lokalnim novinama redovito (mjesečno) objavljuju sve novosti .

Mobilno reciklažno dvorište



Izvor: 1. Maj d.o.o. Labin (2016.) Mobilno reciklažno dvorište. Dostupno na: http://prvimaj.hr/?page_id=273 Pristupljeno: 20. lipnja 2016.

Željeno stanje u budućnosti.

Grad Labin je ekološki odgovorna eko-turistička destinacija koja je prešla s klasičnog linearnog sustava gospodarstva na kružno gospodarstvo kroz osiguravanje održivog gospodarenja resursima u destinaciji, poticanje visoke ekološke učinkovitosti, učinkovito gospodarenje otpadom i naglašavanje brige o zaštiti okoliša. Ovo je destinacija koja naglašava važnost eko-turističkih proizvoda i zajedničkog djelovanja i sinergije raznih interesnih dionika u stvaranju eko-proizvoda visoke dodane vrijednosti.

Sugerira se „portfeljni pristup“ koji pretpostavlja kombinaciju inicijativa uz uključivanje različitih izvora doprinosa realizaciji cilja poput osiguranja financijskih sredstava iz gradskog proračuna, ljudskih resursa i znanja, te drugih oblika potpore javne uprave i sl. Glavni dionik zadužen za provođenje ovih aktivnosti je Grad Labin i poduzeća u njegovu vlasništvu poput 1.Maja koje se vrlo aktivno zalaže za doprinos ekološkoj učinkovitosti i zaštiti okoliša na području Grada Labina uzimajući u obzir značaj koji turizam ima za ovaj Grad. Sugerira se da Odsjek za gospodarstvo i EU fondove, bude aktivno uključen u diseminaciju informacija o europskim projektima i prednostima iskorištavanja sredstava Europskih fondova, kao i ostalih fondova kojima se sufinanciranju aktivnosti poticanja energetske učinkovitosti i zaštite okoliša. Isti se Odsjek može baviti diseminacijom informacija o mogućim potporama iz strukturnog i kohezijskog fonda za sve poduzetnike u turizmu u ovoj destinaciji.

Što se mjerom postiže?

Ova mjera omogućava usklađivanje razvojnih prioriteta grada Labina s osnovnim prioritetima razvoja Europske unije, a ujedno je usklađena s strategijama na nacionalnoj i regionalnoj razini. Mjerom se omogućava postizanje održivog razvoja turizma koji se danas smatra jednim mogućim modelom razvoja turizma u budućnosti. Vodeći se činjenicom da su turisti sve osjetljiviji na kvalitetu okoliša i odabiru destinacije koje su tržišno prepoznate kao ekološki odgovorne, ovime se osigurava

⁶¹ 1. Maj d.o.o. Labin (2016.) Selektivno prikupljanje otpada. Dostupno na: http://prvimaj.hr/?page_id=271 Pristupljeno: 20. lipnja 2016.

uspješnije tržišno pozicioniranje destinacije jer se tržištu komunicira uspješna priča o ekološkoj odgovornosti destinacije i njenih dionika. Ovime se osigurava kohabitacija suvremenog turista i pružatelja usluga u turističkoj destinaciji.

Predloženi projekti:

- *Odluka o smanjenju emisije stakleničkih plinova za 23,71% (nadovezivanje na Akcijski plan energetske održivog razvitka Grada Labina – Albona⁶²)*
- *Definiranje mjera uštede energije u turizmu i distribucija informacija interesnim dionicima (posebno vlasnicima privatnih apartmana i kuća za odmor jer hotelska poduzeća u većoj mjeri već imaju razvijen sustav upravljanja okolišem i pridružuju se inicijativama strukovnih udruga u segmentu održivog poslovanja).*
- *Izrada brošura o recikliranju i odvajanju otpada za turiste i na stranim jezicima.*
- *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) *provođenje periodičnih radionica s interesnim dionicima.*⁶³
 - b) *izradu posebne web sekcije o pozitivnim učincima energetske učinkovitosti.*
 - c) *mjerenje frekvencije pristupa informacijama (po osobi), stupnja zadovoljstva lokalne zajednice sa kvalitetom i kvantitetom dostupnih informacija (anketiranje – online), kao i zadovoljstva partnera pristupom potrebnim informacijama (anketiranje – online), uz evidentiranje broja izdanih brošura, letaka, objave informacija i sl.*
 - d) *organizaciju posebnih radio-emisija ili pak učestalim sudjelovanjem u tematskim radio-emisijama.*
 - e) *organizaciju posebnih edukacija djece predškolskog i školskog uzrasta.*
- *Podupiranje investicija u čiste tehnologije i diseminacija informacija o tome kroz:*
 - a) *informiranje građana i interesnih dionika u turizmu o dostupnim javnim pozivima i natjecajima za projekte energetske učinkovitosti (npr. projekti IRENA-e, Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost i dr.)*
 - b) *subvencije 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 (u uskoj vezi s predloženim projektima iz mjere 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.*
- *Uvođenje sustava kompostiranja u vlastito vrtu.*
- *Izgradnja i opremanje reciklažnog dvorišta na odlagalištu Cere.*
- *Održavanje mobilnog reciklažnog dvorišta.*
- *Uključivanje proizvođača ekoloških proizvoda u kreiranje proizvoda eko-turizma kroz suradnju sa hotelskim poduzećima i restoranima u destinaciji (umrežavanje dionika) (projektna aktivnost u Marketing planu).*
- *Organiziranje događanja (evenata) na temu ekoloških proizvoda u suradnji s susjednim općinama (Projektna aktivnost u Marketing planu.)*

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;

⁶² Grad Labin, IDA, City SEC (2013.) Akcijski plan energetske održivog razvitka grada Labina – Albona. Rijeka: Sensum d.o.o.

⁶³ 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.

- nadovezivanje na Akcijski plan energetske održivosti razvika Grada Labina – Albona
2. razrada i objava mjera uštede energije u turizmu na web stranicama Grada i Turističke zajednice Grada Labina
 3. objavljena brošura o recikliranju i odvajanju otpada za turiste i na stranim jezicima
 4. broj odradenih radionica, kontinuirano osvježavanje mrežnih stranica, izvještaji o frekvenciji pristupa mrežnim stranicama, analiza i javna objava zadovoljstva lokalne zajednice sa kvalitetom i kvantitetom dostupnih informacija (anketiranje – *online*), kao i zadovoljstvo partnera pristupu potrebnim informacijama (anketiranje – *online*), evidentiranje broja izdanih brošura, letaka, objave informacija, broja radijskih emisija na temu, evidencija odradenih edukativnih radionica na temu, a prema definiranim odgovornostima iz Matrice projekata
 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 preko mrežnih stranica Grada Labina
 7. izgrađeno reciklažno dvorište Cere
 8. evidencija o uspjehu projekta mobilnog reciklažnog dvorišta (dostupnost, aktivnosti, učinci) prema odgovornostima definiranim u Matrici projekata
 9. mjerenje i objava napredovanja projekata prikupljanja i selektiranja otpada
 10. analiza dostupnosti ekoloških proizvoda u hotelskoj i ugostiteljskoj ponudi destinacije
 11. broj organiziranih događanja na temu ekoloških proizvoda

MJERA 2: OČUVANJE BIOLOŠKE RAZNOLIKOSTI

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Biološka je raznolikost, pored klime, jedan je od temeljnih resursa turizma. Posebni oblici turizma koji se mogu razvijati u određenoj turističkoj destinaciji vezuju se upravo uz biološku raznolikost turističke destinacije. Primjerice, *trekking*, biciklizam, ronjenje, geoturizam, ali i druge vrste aktivnog odmora uvelike ovise o kvaliteti biološke raznolikosti destinacije. Očuvanjem biološke raznolikosti doprinijeti će se realizaciji vizije očuvanja kvalitete okoliša destinacije na ponos destinaciji i razvoju koncepta ekološki odgovorne turističke destinacije unutar kojega je moguće razvijati razne posebne oblike turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa. Očuvanje biološke raznolikosti usklađeno je s Konvencijom o biološkoj raznolikosti potpisivanjem koje se i Republika Hrvatska obvezala očuvati biološku raznolikost i unaprijediti zaštitu prirode.⁶⁴

Željeno stanje u budućnosti.

U budućnosti se teži integriranom upravljanju biološkom raznolikošću i turizmom uz participativni proces planiranja (uključivanje interesnih dionika) i adaptivni menadžment. Očuvani prirodni prostor destinacije koji danas postaje luksuzom, karakterizira ovu destinaciju u budućnosti.

Što se mjerom postiže?

Konačni je cilj maksimiziranje pozitivnog učinka turizma na biološku raznolikost i ekosustav uz zadržavanje strukture i funkcioniranja ekosustava, očuvanje biološke raznolikosti i održivu uporabu resursa, prevenciju moguće trajne (dugoročne) štete po biološkoj raznolikosti i ekosustavu. Time će se ujedno prevenirati rizici poput: ekstrakcije prirodnih i korisnih resursa, nedozvoljeno uništavanje resursa u svrhu razvoja proizvoda turizma koji degradiraju okoliš, promjene staništa i ekosustava, požara (uzrokovano nepripremljenošću), zagađenje vode i negativan utjecaj na kvalitetu vode za piće i kvalitetu morske vode, ispuštanje kanalizacije u more i uvođenje patogenih organizama kako u vodu za piće tako i u morsku vodu, nakupljanja otpada, buke itd.

⁶⁴ Više na: Convention on Biological Diversity (1992.) About the Convention. Dostupno na: <https://www.cbd.int/> i Ministarstvo zaštite okoliša i prirode (2008.) Strategija i akcijski plan zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske. Dostupno na: http://www.mzoip.hr/doc/strategija_i_akcijski_plan_zastite_bioloske_i_krajobrazne_raznolikosti_republike_hrvatske_nn_14_308.pdf

Predloženi projekti:

- *Popisivanje biološke raznolikosti i izrada kataloga bioloških vrsta destinacije* (za cijelu destinaciju uz postojeće za Dubrovu). Izvedbu ove aktivnosti treba prepustiti vanjskim ekspertima iz područja (prvenstveno biologiji i inženjerima šumarstva) u suradnji sa Turističkom zajednicom i Komunalnim poduzećem 1.Maj Labin.
- *Pravilnik i elaborat o urbanom uređenju Grada Labina*
- *Upravljanje urbanim razvojem*
- *Promocija ekonomske vrijednosti očuvanja biološke raznolikosti i održive valorizacije stimulirane kroz turizam* – posebno u segmentu gdje se radi o novom zapošljavanju i uporabi lokalnih proizvoda i usluga što će uvelike doprinijeti smanjenju neodržive eksploatacije prirodnih resursa. Ovo podrazumijeva razvoj novih turističkih proizvoda (više u Marketing planu). Sugerira se poseban angažman DMC-a na kreiranju proizvoda čiji će temelj biti biološka raznolikost i kvaliteta prostora u suradnji sa Turističkom zajednicom Grada Labina.
- *Konzervacije biološke raznolikosti kroz podizanje svijesti među građanima kroz:*
 - a) kontinuirano uključivanje građana u projekte očuvanja biološke raznolikosti
 - b) diseminaciju informacija kroz radionice, novinske isječke, društvene mreže i portale, audiovizualni medije
 - c) pozivanje građana na volonterske aktivnosti s ciljem poticanja očuvanja biološke raznolikosti.

U tom smislu značajan je angažman Grada Labina u provođenju ovih aktivnosti.

- *Razvoj komunikacijskih kanala za podizanje svijesti posjetitelja o vrijednosti biološke raznolikosti među kroz:*
 - a) izdavanje brošura
 - b) posebne web sekcije o zaštićenim područjima i područjima od posebnog značaja
 - c) razvoj destinacijske aplikacije koja bi uz ostalu ponudu destinacije, objedinila i popisane biološke vrste koje postoje u ovoj destinaciji.

Sugerira se angažman Grada Labina u provođenju ove aktivnosti u suradnji s TZ-om odnosno budućim DMO-om.

INDIKATORI:

1. izrada popisa biološke raznolikosti i javna objava popisa
2. monitoring implementacije projekata iz Strategije ukupnog razvoja Grada Labina
3. broj osmišljenih novih eko-turističkih proizvoda
4. 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 odrađenih radionica i radionica na temu; broj evidentiranih novinskih isječaka; analiza aktivnosti društvenih mreža; broj novih volontera na godišnjoj razini
5. evidencija razvijenih komunikacijskih kanala. Mjerenje putem evidentiranja broja brošura, letaka, Internet materijala, ispitivanje stavova (anketiranje i javna objava rezultata).

MJERA 3: HORTIKULTURALNO UREĐENJE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Hortikulturalno uređenje čini bazu diverzifikacije kvalitete očuvanja prostora destinacije. Trgovačko društvo 1. MAJ d.o.o. Labin na području Grada Labina održava i oblikuje zelene površine ukupne površine 239.329 m², koje obuhvaćaju područja Katura, Podlabina, Novih zgrada, Starog grada, Kapelice, Rapca i Vineža. Kao posebne cjeline mogu se izdvojiti travnjaci, cvjetne grede, vaze i živice, kružni tokovi, šetnice u Rapcu, parkovi i groblja.⁶⁵

Željeno stanje u budućnosti.

Željeni je cilj očuvani turistički prostor, uređeni travnjaci, zeleni otoci, privatni vrtovi i okućnice usklađeno s

⁶⁵ 1. Maj d.o.o. Labin (2016.) Zelene površine. Dostupno na: http://prvimaj.hr/?page_id=372 Pristupljeno: 20. lipnja 2016.

konceptom razvoja ekološke turističke destinacije. Za većinu ovih aktivnosti zadužen je 1. Maj Labin, uz sinergiju djelovanja sa TZ-om, odnosno budućim DMO-om.

Što se mjerom postiže?

Ovom se mjerom osigurava kontinuirana briga o uređenju okoliša destinacije, poboljšava estetski izgled destinacije, odnosno kompletan dizajn turističke destinacije.

Predloženi projekti:

- *Hortikulturalno uređenje i održavanje glavnih turističkih pravaca* u rukama Grada Labina i Komunalnog poduzeća 1. Maj (navodnjavanje, nabavka jednogodišnjeg sadnog materijala, višegodišnjih stabala, investicije i dr.) i uređenje novih parkovnih i zelenih površina.
- *Razvoj sustava standarda uređenja okućnice.*
- *Definiranje kriterija za odabir najbolje uređene okućnice.*
- *Osiguravanje potpora za najbolje uređene okućnice* kojima se dodatno motivira građane na ulaganje u dizajn eksterijera i uređenje vlastitih površina. Može se primijeniti: sustav nagrađivanja, olakšice, posebna promocija najbolje uređenih okućnica i diseminacijom informacija o kvaliteti i važnosti projekta „*Plavi cvijet*“ kojim se ocjenjuje uređenost turističkih mjesta na području Republike Hrvatske. Diseminacija može ići preko mrežnih stranica, društvenih mreža, PR kampanja u suradnji Grada Labina i Turističke zajednice Grada Labina.

INDIKATORI:

1. analiza projekata uređenja i diseminacija informacija o projektima ovakve vrste
2. izrada prijedloga minimalnih standarda uređenja okućnice
3. definiranje kriterija kojima se ocjenjuje najbolje uređena okućnica
4. izrada najboljeg rješenja vizualnog identiteta najbolje uređene okućnice primjenjiva za javno postavljanje i promociju uz okućnicu i na vidljivom mjestu
5. broj potpora najbolje uređenim okućnicama na godišnjoj razini

MJERA 4: DIFERENCIJACIJA DESTINACIJE KAO „ECO-FRIENDLY“ I DRUŠTVENO ODGOVORNE DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

S obzirom na iznimno očuvana prirodna bogatstva i lokacije u kojima još nije evidentirana negativna intervencija u prostoru, posebno prirodno okruženje na definiranim turističkim područjima ova destinacija ima sve predispozicije da se na tržištu pozicionira kao „*Eco-friendly*“ turistička destinacija (npr. posebno Prklog 1, Prklog 2, Lovronci, Šikuli, Mali Kosi, Girandella i dr.). To je posebno važno s obzirom da se na taj način bitno izdvaja od destinacija na zapadnoj istarskoj obali koje se diverzificiraju temeljem drugih detektiranih komparativnih prednosti. *Eco-friendly* turističke destinacije sve su veći interes suvremenog turista koji je obrazovaniji, zahtjevniji u pogledu ukupne kvalitete doživljaja, ali i sve više ekološki osviješten. Suvremenog turistu zanimaju inicijative koje destinacija poduzima us vrhu zaštite okoliša, a i sami žele istome doprinijeti. Ekologija i zaštita okoliša u fokusu je njihova interesa. Oni su „*Persona Ecosystem*“ i odabiru turističku destinaciju koja je akreditirana kao odgovorna. 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 zaštite okoliša i života u skladu s prirodom. Važna je implementacija zelenih inicijativa navedenih pod prioritetom 2, mjerom 1 i 2, te podupiranje zelenih inicijativa realnog sektora. Vrijedno je napomenuti da je Valamar započeo s uvođenjem standarda *Sustainable Hotel*, a u svojim poslovnim strategijama ističu važnost društveno-odgovornog poslovanja. 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. Sugerira se slijeđenje aktivnosti definiranih Marketing planom u svrhu razrade sustava proizvoda eko-turizma. Potrebno je osigurati visoku kvalitetu informacija potencijalnom posjetitelju i to u tiskanom formatu, preko weba, društvenih medija i aplikacija na pametnim telefonima i televizijama. Glavnu zadaću ovdje ima Turistička zajednica u suradnji s DMC s obzirom da se kreiranje identiteta destinacije usko veže uz snagu pomno osmišljenih marketinških aktivnosti i *reverse* sistema marketinga.

Željeno stanje u budućnosti.

Tržišno prepoznata ekološka turistička destinacija koja je diferencirala svoju ponudu od konkurencije temeljem svojeg

portfelja ekoloških turističkih proizvoda i usmjerenih suvremenom turistu i njegovim očekivanjima i koju krasi epitet društveno-odgovorne destinacije zbog primjene prakse društveno-odgovornog poslovanja turističke industrije (primarno većih hotelskih poduzeća i manjih pružatelja usluga smještaja u destinaciji).

Što se mjerom postiže?

Konačni je cilj **stvoriti identitet destinacije koji počiva na načelima održivog turizma uz visoku razinu ekološke osviještenosti svih interesnih dionika u turizmu i budućih turista koji će destinaciju posjetiti.**

Predloženi projekti:

- *Promocija važnosti implementacije Travelife standarda u hotele.* S Travelife inicijativom se već započelo u Republici Hrvatskoj (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. Promocija Travelife inicijative treba biti podržana od strane Turističke zajednice i uz moguću suradnju s Udrugom hrvatskih putničkih agencija.
- *Uvođenje Travelife standarda u hotele i turističke agencije.* Iako nije u potpunosti moguće značajno utjecati na samo prihvaćanje uvođenja ovog standarda u poslovanje, nužno je podignuti razinu svijesti i upoznati interesne dionike s prednostima ovoga standarda.
- *Diseminacija informacija o projektu Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) o projektu certificiranja zelenih hotela.* UPUHH provodi projekt certificiranja zelenih hotela oznakom „Sustainable Hotel“ čime se potvrđuje njihovo zeleno poslovanje, zadovoljavanje svih uvjeta certifikata, među kojima su upravljanje održivošću, zaštita okoliša, energetska učinkovitost, educirano osoblje, uštede u potrošnji energije i vode, kontrolirana emisija CO2 i drugi.
- *Suradnja s Ministarstvom zaštite okoliša u promociji certifikata EU Ecolabel⁶⁶.* Za ovu aktivnost primarno treba biti odgovorna Turistička zajednica Grada Labina. Na ovaj način može se osnažiti tržišna vidljivost (na razini Europske Unije) ove eko-destinacije jer se certificirani smještajni kapaciteti (posebno hoteli i kampovi) mogu pronaći na posebnom katalogu - EU Ecolabel Tourist Accommodation Catalogue.⁶⁷
- *Posebno oglašavanje predviđeno za objekte s dobivenim certifikatima.* Kao jedan od oblika potpore i koristi uključivanja privatnog sektora u ovakve projekte je besplatno dodatno oglašavanje kako na web stranicama Turističke zajednice, tako i u imidž brošurama koje se definiraju marketing planom, ali i mobilnoj aplikaciji. Za ovu je aktivnost zadužena Turistička zajednica.
- *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 stanovnike grada Labina. Grad Labin zadužen je za nabavku električnih bicikala, aktivnosti koje trebaju biti u ingerenciji gradskog poduzeća Labin 2000. /privatnih investitora s ciljem promoviranja održive destinacije.
- *Rad na pridruživanju Grada Labina:*
 - *DestiNet-u⁶⁸* – portalu usmjerenom diseminaciji znanja, održivom i odgovornom turizmu.
 - *Međunarodnoj zajednici za ekoturizam⁶⁹*
 - Preporuča se rad na prihvaćanju *GSTC za destinacije⁷⁰*

⁶⁶ Više na: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

⁶⁷ Više na: <http://ec.europa.eu/ecat/services>

⁶⁸ Destinet (2016.) Knowledge Networking Portal for Sustainable and Responsible Tourism. Više na: <http://destinet.eu/>

⁶⁹ International Ecotourism Society (2016.) Više na: <http://www.ecotourism.org/>

⁷⁰ Više na: Global Sustainable Tourism Council (2013.) Global Sustainable Tourism Council Criteria. Version 1,1. And Suggested Performance Indicators for Destinations. Dostupno na: https://www.gstcouncil.org/images/Dest-CRITERIA_and_INDICATORS_6-9-14.pdf

Za ovu je aktivnost posebno zadužena Turistička zajednica Grada Labina koja u suradnji sa Gradom Labinom treba izraditi plan pridruživanja navedenim udruženjima i mrežama koje promoviraju održivi i zeleni turizam. Suradnja s Gradom Labinom ističe se u primjeni kriterija održivog poslovanja i suradnji u pridruživanju Destinet-u.

INDIKATORI:

1. identifikacija objava o važnosti uvođenja Travelife standarda na mrežnim stranicama Turističke zajednice Grada Labina, kao i društvenih mreža i drugih primjenjivanih oblika oglašavanja.
2. broj odrađenih radionica na temu društveno-odgovornog poslovanja u suradnji Turističke zajednice Grada Labina sa strukovnim udrugama u turizmu i Ministarstvom zaštite okoliša i prirode
3. razrađena posebna sekcija za oglašavanje objekata kojima su standardi dodijeljeni na mrežnim stranicama i imidž brošurama Turističke zajednice Grada Labina odnosno budućeg DMO-a
4. identifikacija punktova za električne bicikle.
5. evidencija pridruživanja Grada Labina DestiNet-u, Međunarodnoj zajednici za ekoturizam
6. prihvaćene GSTC

MJERA 5: RAZVOJ PROIZVODA EKOTURISTIČKE DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Eco-friendly koncept treba se prožimati kroz sve osnovne aktivnosti turista u destinaciji:

- „Sleep“
- „Eat“
- „See“
- „Do“.

Stoga je za svaki od ovih elemenata potrebno osmisliti adekvatan *flagship* koji će u pravoj fazi biti nositelj imidža destinacije (kasnije razrađeno u Marketing planu). Valja napomenuti da, kada se govori o turističkom proizvodu, u kontekstu istoga misli se i na nove kategorije hotela koji su certificirani kao npr. ekološki ili društveno-odgovorni jer oni njeguju koncept željenog diferenciranje kao ekološke destinacije. Nadalje, tu se misli i na visoko kvalitetne menije u restoranima koji bi trebali biti usklađeni s konceptom ekološke turističke destinacije (nude veći dio ekoloških proizvoda i proizvoda domaćih proizvođača), zatim novi turistički proizvodi u smislu kreativnih izleta koji u obzir uzimaju kvalitetu i prednosti prostora ove destinacije, te identifikaciju atrakcija i aktivnosti koje jesu usklađene s konceptom održivog turizma (npr. Sajam ekoloških proizvoda i druge ekološke manifestacije poput organiziranih manifestacija u sklopu programa „Proljeće u Labinu“). Što se tiče nekakvih posebnih aktivnosti u turizmu, u suradnji s LAG-om Istočna Istra u ovoj se destinaciji održava Sajam ekoloških proizvoda, a u neposrednoj blizini (Općini Kršan) svake se godine održava Sajam samoniklog bilja što predstavlja vrlo dobru bazu kreativnim eko-turističkim aranžmanima. Upravo ekološka proizvodnja dodatno će doprinijeti usmjeravanju ove destinacije jer ona simbolizira zdraviji i održiviji način življenja, drugačiji *lifestyle*. No ono što nedostaje je zajednička suradnja proizvođača ekoloških proizvoda i ponuđača takvih proizvoda u turizmu (posebno hoteli i restorani) jer bi se time potakla snažnija distribucija i plasman ekoloških proizvoda u ovoj destinaciji. Tako turistička industrija (hotelska posebno) može vrlo snažno pokrenuti spiralu pozitivnih ekonomskih učinaka u lokalnoj sredini.

Proizvodi su nabrojani u Marketing planu. Za razvoj strukture proizvoda odgovorna je Turistička zajednica koja bi, u suradnji s vanjskim suradnicima-ekspertima iz područja turizma, trebala raditi na osmišljavanju *flagship*-a, a u suradnji s privatnim sektorom raditi na razvoju novih proizvoda. Sugerira se i formiranje DMC.

Željeno stanje u budućnosti.

Razvijeni razni oblici ekoloških turističkih proizvoda (pojašnjenja u Marketing planu) i **razvijen *flagship* kao nositelj imidža destinacije i sustav turističkih proizvoda koji spadaju u posebne oblike turizma – ekološki odgovoran turizam.**

Što se mjerom postiže?

Tržišno pozicioniranje turističke destinacije kao ekološke i društveno-odgovorne turističke destinacije.

Predloženi projekti:

- *Osmisliti flagship („Sleep“, „Eat“, „See“ i „Do“) turističke destinacije kao nositelj imidža destinacije. Od flagshipa koristi će imati kompletan privatni sektor u turizmu.*
- Po principu „Umbrella Branding-a“ potrebno je definirati novu struktura turističkih proizvoda za specijalne tržišne niše “pod kapom” ekoloških proizvoda, a u skladu i s novom Strategijom razvoja turizma RH do 2020.⁷¹

To su prije svega proizvodi **visoke atraktivnosti i visoke konkurentnosti** (regija: Sjeverni Jadran):

- *cikloturizam, ronilački turizam, kajak* (U Istri je to tercijarni proizvod, ali u ovoj destinaciji spada u skupinu primarnih proizvoda),

te proizvodi **srednje atraktivnosti i visoke konkurentnosti**:

- *gastro i eno turizam* (U Istri je primarni proizvod)
- *odmor u ruralnim područjima* (U Istri je primarni proizvod)

Iz sekundarnih turističkih proizvoda izdvajaju se:

- *wellness turizam* (nova zona razvoja dodatnih kapaciteta).
 - uređenje i održavanje pješačko-biciklističkih staza (projekt pješačko-biciklističke staze Rabac – Duga Luka duljine 8 km)
 - formiranje biciklističkog centra na Girandelli (bike-centar), te organizacija biciklističkog parka u Rapcu (bike-park)
 - označavanje i mapiranje pješačko-biciklističkih staza

Naravno da je proizvod Sunca i mora i dalje primarni proizvod, ali je nužna njegova dopuna sa inovativnim, a i komplementarnim proizvodima u skladu s konceptom razvoja cijele destinacije. Proizvod kulturnog turizma obrađen je unutar posebnog strateškog prioriteta 3.

Za razvoj proizvoda odgovorna je Turistička zajednica u suradnji s privatnim sektorom i vanjskim suradnicima – ekspertima posebno iz područja marketinga.

INDIKATORI:

1. razrađen *flagship*
2. broj novorazvijenih eko turističkih proizvoda
3. stupanj uključenosti lokalne zajednice
4. broj modificiranih / proširenih proizvoda
5. broj privatnih iznajmljivača uključenih u turističke proizvode
6. broj ostvarenih suradnji, broj agencija koje su proizvode uvrstile u svoj asortiman
7. modalitet prodaje (*online*, broj punktova)

⁷¹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2012.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb: Institut za turizam.

8. prodaja (broj prodanih paketa/izleta/karata), zadovoljstvo gostiju isprobanim proizvodima
9. percepcije gostiju o samoj ponudi proizvoda (bogata vs. siromašna)
10. percepcije gostiju o destinaciji (npr. koliko je *eco-friendly*, što nedostaje ekološkoj ponudi temeljem ispitivanja stavova turista i sl.)

PRIORITET 3 – KULTUROLOŠKI PREPOZNATLJIV TURIZAM GRADA LABINA

MJERA 1: IDENTIFICIRANJE KULTURNE BAŠTINE U SVRHU RAZVOJA PROIZVODA KULTURNOG TURIZMA

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Kulturna baština okosnica je razvoja destinacije i važan resurs turističke ponude. Implementacija kulturne baštine u proizvode kulturnog turizma omogućuju tržišno pozicioniranje ove destinacije kao destinacije koja svojom kreativnom ponudom privlači poseban tržišni segment *kulturista*, ali i nudi iznimnu dopunu ponudi temeljnom proizvodu Sunca i mora valorizirajući potencijal starogradske jezgre. Očuvanje baštine aktivnost je koja se predlaže u svrhu potpore proizvodu kulturnog turizma koji se u Gradu Labinu prepoznaje kao proizvod visoke atraktivnosti i konkurentnosti.

Željeno stanje u budućnosti.

Destinacija koja je prepoznata i po inovativnim proizvodima kulturnog turizma. Intenziviranjem promocijskih napora i sinergijom djelovanja interesnih dionika u turizmu, ova destinacija će u budućnosti privlačiti više tzv. *kulturista* koji spadaju u segment tržišta više platežne mogućnosti i koji će destinaciju posjećivati i izvan glavne ljetne sezone.

Što se mjerom postiže?

Baza za diferencijaciju pojedinih lokacija bogate kulturne baštine unutar destinacije, a to se posebice odnosi na starogradsku jezgru i specifične lokalitete na kojima se mogu razviti proizvodi kulturnog turizma kao adekvatna dopuna osnovnom proizvodu Sunca i mora.

Predloženi projekt:

- *Uključivanje u EU projekte*

U navedenom treba biti angažiran Grad Labin, zajedno s ostalim dionicima.

INDIKATORI:

1. broj prijavljenih projekata (prekograničnih i drugih) iz kojih je evidentna ključna aktivnost – kultura i turizam

MJERA 2: RAZVOJ PROIZVODA KULTURNOG TURIZMA

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

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. Do sada je Labin prepoznat prvenstveno po kulturnim događanjima poput projekta oživljavanja povijesne i kulturne baštine - Labin Art Republike u sklopu kojeg se na otvorenim i zatvorenim lokacijama labinske starogradske jezgre odvijaju glazbeni, scenski,

likovni i drugi programi u kojima sudjeluju domaći i inozemni izvođači, zatim Prvog Bienala industrijske umjetnosti održanog 2016. godine, projektu ATRIUM⁷², projektu „Kova“, Mediteranskom kiparskom simpoziju. Unatoč tomu, njihova prepoznatljivost nije dostatna u smislu osiguranja turističke prepoznatljivosti destinacije kulture na višoj razini.

Željeno stanje u budućnosti.

Podržava se težnja privođenju visokom stupnju tržišne spremnosti kulturno-turističkih atrakcija na području Grada Labina. Razvijeni inovativni proizvodi kulturnog turizma kojima će destinacija privući goste i izvan glavne sezone, a onima koji borave u destinaciji tijekom glavne sezone, osigurati dodatnu ponudu temeljenu na bogatoj kulturnoj i industrijskoj baštini. Tako je fokus na:

- *touring*/kulturu (tematski kulturni itinerari)
- događanja (oživljavanje tradicije, obilježavanje povijesnih događanja, inovativna kulturna scena i dr.)

Tematske rute je potrebno umrežiti u Europske tematske rute radi njihove snažnije tržišne afirmacije i snažnije promocije čitave destinacije.

Intenzivirana je organizacija kulturnih događanja i poboljšava se vidljivost destinacije kao destinacije kulture kroz osnaživanje suradnje sa Italijom, Slovenijom, Poljskom i drugim zemljama s kojima se surađuje na Europskim projektima revitalizacije kulturne baštine u svrhu turizma. Mediteranski kiparski simpozij na Dubrovi postaje poseban proizvod kulturnog turizma i zauzima posebno mjesto u organiziranim turističkim aranžmanima. ATRIUM postaje prepoznatljiva kulturna ruta. Događanja treba poticati tijekom cijele godine, a posebno ih prilagoditi potrebama stranih turoperatora kojima bi ona mogla poslužiti kao poseban element u kreiranju atraktivnijih turističkih aranžmana po principu Unique Selling Points (USP).

Što se mjerom postiže?

Konačni je cilj stvoriti **bazu novih proizvoda kulturnog turizma** uz naglašavanje povijesnih i kulturnih lokaliteta od značaja za Grada Labin (Mediteranski kiparski simpozij, rudarsko naslijeđe, starogradska jezgra, arhitektura totalitarnih režima i dr.) i događanja kojima se oživljava lokalna kultura i tradicija.

Predloženi projekti:

- *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, DMC). Za navedenu je aktivnost zadužena Turistička zajednica u suradnji s nabrojanim interesnim dionicima.
- *Projekt revitalizacije i prenamjene rudarske baštine - Kova*
- *Izrada projektne dokumentacije za žičaru prema Rapcu i uspinjaču za stari grad Labin.*
- *Razvijanje partnerstva i sudjelovanje u zajedničkim međunarodnim projektima* kojima je cilj očuvanje i promocija kulturne i industrijske baštine u turističke svrhe (posljednji projekt je: „Rudarsko naslijeđe: generator gospodarskog i turističkog razvoja“). Nositelj ovakvih i sličnih aktivnosti treba biti Grad Labin u suradnji s Turističkom zajednicom.
- *Suradnja sa Sveučilištem Jurja Dobrile u Puli na razvoju proizvoda kulturnog turizma posebno profiliranju potencijala Parka skulptura Dubrova kroz edukacije, poslovne slučajeve, osmišljavanje konkretnih turističkih aranžmana.*
- *Izrada tematskih kulturnih itinerera*
- *Intenziviranje organizacija događanja poput Bienale industrijske umjetnosti, itd.*
- *Organiziranje događanja na kojima se promovira lokalna kultura, lokalna hrana i lokalni proizvodi tijekom cijele godine.*
- *Poticanje umjetnika na osmišljavanje kreativnih umjetničkih radionica u starogradskoj jezgri, a i kreiranje autentičnih suvenira kao dopuna osnovnoj ponudi.*

⁷² Arhitektura totalitarnih režima XX. stoljeća u sjećanju na urbani razvoj Europe.

- *Slijeđenje aktivnosti definiranih marketing planom kod kreiranja novih proizvoda kulturnog turizma.*

INDIKATORI:

1. broj održanih sastanaka sa ključnim interesnim dionicima u pogledu kreiranja kulturne 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 novorazvijenih kulturnih turističkih proizvoda
2. izrađena projektna dokumentacija za projekt povezivanja Rapca i Labina žičarom i uspinjačom
3. broj projekata na kojima sudjeluje kako Grad Labin tako i TZ Grada Labina
4. posjećenost događanja (broj prodanih paketa/izleta/karata)
5. sporazum o suradnji s Sveučilištem Jurja Dobrile u Puli i odrađene aktivnosti
6. broj izrađenih tematskih kulturnih itinerera
7. praćenje razvoja projekta Bienale industrijske umjetnosti (posjećenost, diseminacija novosti, promocija događanja)
8. broj događanja na području destinacije kojima se promovira lokalna kultura, hrana, lokalni proizvodi, posjećenost događanja, zadovoljstvo posjetitelja

MJERA 3: AKTIVNOSTI USKLAĐIVANJA S KULTURNOM STRATEGIJOM GRADA LABINA

INICIJATIVE – OPIS

Usklađivanje s Kulturnom strategijom Grada Labina.

PRIORITET 4: DRUŠTVENO-POŽELJNI TURIZAM GRADA LABINA

MJERA 1: POVEĆANJE UKUPNE KVALITETE PONUDE DESTINACIJE

INICIJATIVE – OPIS

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 osiguranje ispunjavanja očekivanja kupaca koji danas više ne toleriraju prosječnost i pogriješke.

Željeno stanje u budućnosti.

Grad Labin je destinacija koja potpuno upravlja kvalitetom turističke ponude u svim segmentima.

Što se mjerom postiže?

Ova mjera osigurava postizanje izvrsnosti destinacije i osigurava kontinuirano unapređenje kvalitete kompletne ponude u destinaciji.

Predloženi projekti:

- *Informiranje interesnih dionika o važnosti osiguranja kvalitete* kroz radionice, edukacije o važnosti poboljšanja brige o turistima, važnosti srdačnosti dobrodošlice i slično. Za ovu je aktivnost važan angažman Grada Labina u suradnji s Turističkom zajednicom Grada Labina.
- *Primjena Odluke o urbanoj opremi.* Za ovu je aktivnost odgovoran Grad Labin.
- *Tematizacija restorana* s ciljem diferencijacije ponude i prilagodbe očekivanjima ciljnih skupina.
- *Ulaganje u razvoj ljudskih potencijala i posebna ulaganja u obrazovanje i trening ugostitelja* kroz:

- a) izradu procjene potrebe za ljudskim resursima u turizmu koju treba povjeriti vanjskim ekspertima iz područja turizma
- 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).

Ove bi aktivnosti Grad Labin morao poduzimati u suradnji s Turističkom zajednicom (te su aktivnosti u njihovu djelokrugu),

a izvođenje radionica povjeruje se vanjskim ekspertima iz područja (predavači).

- *Razvijanje sustava ispitivanja zadovoljstva turista različitim elementima ponude.*⁷³ Za ovu aktivnost zadužena je Turistička zajednica u suradnji s vanjskim suradnicima (ekspertima).
- *Provođenje inovativnog koncepta mjerenja kvalitete usluga u destinaciji metodom tajnog gosta i to na kontinuiranoj bazi.* Za provođenje ove aktivnosti važna je suradnja Grada Labina i Turistička zajednica.
- *Kontinuirana praćenja kakvoće pitke vode i morske vode* te obavještanje građana i turista o razini kvalitete vode putem web stranica Grada Labina i Turističke zajednice. Glavni nositelj ove aktivnosti je Turistička zajednica koja bi kontinuirano morala voditi računa o diseminaciji takovih informacija prema građanima i turistima.

INDIKATORI:

1. radionice o kvaliteti u turizmu i pružanju usluga u turizmu
2. donesena Odluka o urbanoj opremi i model pridržavanja odredbi navene Odluke
3. brojtematiziranih restorana
4. izrađena Procjena potreba za ljudskih resursima u turizmu
5. primjena metode tajnog gosta i analiza pokazatelja

MJERA 2: OSNAŽIVANJE SURADNJE INTERESNIH DIONIKA

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Otvorena komunikacija i partnerstvo, uvažavanje interesnih dionika koji svojim uključivanjem u proces kreiranja visokokvalitetnog i konkurentnog turističkog proizvoda zajedno sudjeluju u stvaranju turističkog lanca vrijednosti, preduvjet je uspješnog upravljanja održivim razvojem turizma. Identifikacija svih interesnih dionika uz definiranje modele komunikacije osigurati će dugoročnu održivost turističkog proizvoda na tržištu. Stoga je potrebno je kontinuirano uključivati interesne dionike u procese destinacijskog planiranja i odlučivanja i kritički propitivati svaku razvojnu odluku kojom se utječe na turistički proizvod.

Željeno stanje u budućnosti.

Grad Labin djeluje po principu „dobrog građanina“ u sinergiji s interesnim dionicima.

Što se mjerom postiže?

Željeni je cilj **postizanje zadovoljstva i visoke razine suradnje među interesnim dionicima na području Grada Labina.**

Predloženi projekti:

- *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. Za ove je aktivnosti zadužen Grad Labin uz angažman vanjskih suradnika.
- *Javno objavljivanje rezultata ispitivanja, mjerenja i odrađenih radionica* –web stranica Grada Labina, web stranica Turističke zajednica, web sekcija o turizmu, društvene mreže, blogovi. Za javno objavljivanje podataka zadužen je Grad Labin uz usku suradnju i potporu Turističkom zajednicom.

INDIKATORI:

1. evidencija odrađenih radionica i 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

⁷³ 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.

MJERA 3: REVITALIZACIJA STAROGRADSKE JEZGRE

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Ova je mjera navedena sa svrhom potpore razvoju proizvoda kulturnog turizma iako se ovakve inicijative moraju sagledati u kontekstu ukupnog razvoja Grada Labina, a shodno tomu biti definirane Strategijom ukupnog razvoja Grada Labina. No, s obzirom na važnost razvoja proizvoda kulturnog turizma, neophodno je spomenuti projekte koji će **potaknuti i osnažiti proizvod kulturnog turizma**.

Željeno stanje u budućnosti.

Revitalizirana starogradska jezgra i ponuda novih proizvoda kulturnog turizma poput vođenih obilazaka sa tematskim prezentacijama, ponuda smještaja na bazi „*Bed and Breakfast*“, inovativno uređeni interijeri gradskih prostora u starogradskoj jezgri i dr.

Što se mjerom postiže?

Revitalizira se starogradska jezgra, a u starom se gradu Labinu kvalitativno unapređuje kompletna ponuda, te se tržištu nudi dodatni proizvod kulturnog turizma ova destinacije.

Inicijativa „*Vratiti život u stari grad*“ zamišljena je kroz sljedeće **projekte**:

- *Osiguranje potpora malim obrtnicima (umjetnicima, kreativcima, maslinarima, vinarima i dr.) kroz subvencionirane poslovne prostore.*
- *Organizirani vođeni obilasci starogradskom jezgrom uz posebne stanke s tematskim prezentacijama.*

VREMENSKI PERIOD IZVOĐENJA AKTIVNOSTI: kontinuirano

INDIKATORI:

1. evidencija pruženih potpora obrtnicima
2. broj vođenih obilazaka starogradskom jezgrom kroz sezonu

MJERA 4: POTPORA RAZVOJU DMK-a

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

Destinacijska menadžment kompanija agencija je koja se bavi isključivo kreiranjem, promocijom i distribucijom destinacijskog proizvoda. Temeljni proizvod destinacijske menadžment kompanije može biti dvojaki: fokusiran na konkretan turistički proizvod ili pak fokusiran na destinaciju i njenu resursnu osnovu i komparativnu prednost. DMK se može osnovati kao oblik dioničkog društva ili kao oblik socijalnog poduzetništva. S obzirom na nužnost prilagodbe postojećih oblika turističkih agencija suvremenim promjenama u turizmu i nužnost njihove reorganizacije, u destinaciji je važno potaknuti razvoj destinacijske menadžment kompanije (DMC) koja će djelovati na području ove destinacije i promovirati i distribuirati destinacijski proizvod na tržište.

Željeno stanje u budućnosti.

Krajnji je cilj da u destinaciji zaživi **minimalno jedna destinacijska menadžment kompanija do 2020. godine** koja će u sinergiji sa TZ-om odnosno budućom DMO kreirati inovativne turističke proizvode, posebice one kulturnog turizma i aktivnog odmora i plasirati ih na domaćem i stranom tržištu. Predlaže se osnivanje jedne destinacijske menadžment kompanije. Mora se uvažiti činjenica da veliki posrednici i strane agencije uvelike otežavaju poslovanje manjim turističkim agencijama pretežito receptivne naravi (posredovanje u prodaji smještaja) pa je stoga nužna njihova specijalizacija.

Što se mjerom postiže?

Usklađivanje s suvremenim trendovima i obogaćivanje ponude inovativnim turističkim proizvodima koji će biti kreirani temeljem zahtjeva tržišta i na osnovi resursne baze ove turističke destinacije.

Predloženi projekt:

- *Senzibilizacija postojećih turističkih agencija i upoznavanje sa prednostima DMC* kako bi se neka od postojećih agencija koje djeluju na području ove destinacije mogla reorganizirati i usmjeriti svoje poslovanje ka kreiranju inovativnog destinacijskog proizvoda koji joj osigurava prepoznatljivost i dugoročnost opstanka na tržištu. Ova je aktivnost u nadležnosti Turističke zajednice koja mora koordinirati aktivnostima interesnih dionika u turizmu. Turistička zajednica u tu svrhu može odraditi radionice i edukacije u suradnji s ekspertima iz navedenog područja ili u suradnji s Udrugom hrvatskih putničkih agencija.

INDIKATORI: broj novoosnovanih destinacijskih menadžment kompanija

MJERA 5: FORMIRANJE LOKALNE DESTINACIJSKE MENADŽMENT ORGANIZACIJE (DMO)

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

U skladu s očekivanim promjenama Zakona o turističkim zajednicama, nužno je reorganizirati dosadašnji model upravljanja turizmom, odnosno reorganizirati postojeću organizaciju i posloženost sustava turističkih zajednica. 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. U okviru ove strategije bilo je nužno spomenuti važnost reorganizacije postojećeg sustava turističkih zajednica jer će upravo navedeno bitno determinirati razvoj turizma u destinaciji.

Željeno stanje u budućnosti.

Cilj je formirati **snažnu destinacijsku menadžment organizaciju na području Grada Labina koja će biti operativni voditelj razvoja turizma u destinaciji i pronalazak odgovarajuće lokacije glavnog ureda.**

Što se mjerom postiže?

Postiže se učinkovitost upravljanja razvojem turizma u destinaciji.

Predloženi projekti:

- *Formiranje DMO-a* (posljedično usklađivanje sa Zakonom o turističkim zajednicama)
- *Definiranje novog mjesta glavnog ureda turističke zajednice.* Predlaže se da se ured preseli u atraktivniji prostor. Ove aktivnosti moraju se dogovorno riješiti između Grada Labina i Turističke zajednice.

INDIKATORI:

1. redefinirana uloga turističke zajednice Grada Labina
2. novi glavni ured Turističke zajednice Grada Labina

MJERA 6: POTPORA DRUŠTVENOM PODUZETNIŠTVU

INICIJATIVE – OPIS

Opis.

S obzirom na sve veći značaj društvenog poduzetništva i zadrugarstva kako u Europi, tako i u Svijetu, u ovom se strateškom dokumentu daje poseban naglasak socijalnom poduzetništvu s krajnjim ciljem rješavanja problema u zajednici i uključivanja marginaliziranih skupina u poduzetničke aktivnosti. U okviru društvenog poduzetništva predlažu se određeni broj projekata koji se svakako trebaju sveobuhvatnije analizirati u sklopu Strategije ukupnog razvoja Grada Labina.

Željeno stanje u budućnosti.

Grad koji je u potpunosti osviješten prilikama i izazovima društvenog poduzetništva i koji svoje projekte budućnosti gradi na suradnji javnog, realnog i trećeg sektora i time potiče ekonomsku, ekološku i društvenu održivost razvoja.

Što se mjerom postiže?

Ova mjera osigurava postizanje određenih viših društvenih ciljeva kroz pronalazak alternativnih modela upravljanja i financiranja projekata od značaja za razvoj cjelokupne destinacije, a koji će dijelom (većim ili manjim) utjecati na samu kvalitetu turističkog proizvoda i kompletne ponude u turizmu.

Predloženi projekti:

- *Ulaganje u filantropske fondove i raspisivanje natječaja kojim se rješavaju problemi u zajednici* (npr. Filantropski fond „Prijatelj 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. Zadužen: Grad Labin.
- *Suradnja sa organizacijama civilnog društva* u području prenamjene zapuštenih objekata u turističke sadržaje koji rade po principu društvenog poduzetništva. Za ovu aktivnost zadužen je Grad Labin.
- *Sufinanciranje društveno poduzetničkih turističkih projekata koji se financiraju od strane EU fondova* (European Social Fund, European Regional Development Fund, HORIZON 2020, Erasmus for All, Programme for Social Change and Innovation). Za ovu aktivnost zadužen je Grad Labin.
- *Raspisivanje natječaja kojima se rješavaju problemi u zajednici društvenim poduzetništvom ili zadrugama* (poseban naglasak na osnivanje novih društvenih poduzeća ili zadruga). Za ovu aktivnost zadužen je Grad Labin.

INDIKATORI:

1. provođenje natječaja i evidencija i objava projektnih rezultata i postignuća
2. monitoring suradnje - broj suradnji sa organizacijama civilnog društva
3. broj projekata financiranih od strane EU fondova, ukupan iznos prihoda vraćen u lokalnu zajednicu, broj novozaposlenih

5.3. Projektna matrica

PRIORITET 1 - EKONOMSKI ODRŽIV TURIZAM GRADA LABINA										
MJERA	RED. BROJ	PROJEKT	MJERA/ STRATEŠKI CILJ	ODGOVORNOST	VREMENSKI PERIOD					BUDŽET
					2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	
Ulaganje u kontinuirani razvoj primarnog proizvoda „sunca i mora“	1.	Uređenje plaža	M1/SC1-4	Grad Labin, koncesionari						80.000 kn uz investicije koncesionara
	2.	Tematizacija plaža	M1/SC1-4	Grad Labin, koncesionari						U ovisnosti o planovima koncesionara i strateškim razvojnim planovima više razine (Istra i RH)
	3.	Brendiranje plaža	M1/SC1-4	Koncesionari (Valamar Riviera)						ovisno o planu brendiranja koncesionara
	4.	Izgradnja i rekonstrukcija ulaza u stambeno-turističko naselje Rabac	M1/SC1-4	Grad Labin						4.000.000,00 kn
	5.	Ulaganje u sustav prometne signalizacije	M1/SC1-4	Grad Labin						240.000,00 kn/god.
	6.	Uređenje i izgradnja (Rabac-Duga Luka) šetnica uz more i lungo mare	M1/SC1-4	Turistička zajednica Grada Labina						5.000.000,00 kn
	7.	Postavljanje/održavanje komunalne opreme (ograde, koševi za smeće, siječa stabala i raslinja,...)	M1/SC1-4	Grad Labin, 1. Maj						cca. 6.000.000kn/god.
	8.	Uređenje prilaza šetnici	M1/SC1-4	Turistička zajednica Grada Labina						15.000 kn/god.
	9.	Uređenje prilaza plažama	M1/SC1-4	Turistička zajednica Grada Labina						15.000 kn uz investicije koncesionara

	10.	Osiguravanje novih dodatnih parkirališta (promet i parking Rabac)	M1/SC1-4	Grad Labin, Labin 2000 d.o.o.						1.500.000 kn
	11.	Izrada projektne dokumentacije za 2 parkirne zgrade	M1/SC1-4	Grad Labin i privatni investitori						2.000.000,00 kn
	12.	Rekonstrukcija ceste Rabac – Gornji Rabac -Labin	M1/SC1-4	Grad Labin						22.500.000 kn(proračun + fondovi EU)
Povećanje investicija i podizanje razine kvalitete smještajne ponude destinacije	1.	Dodatne investicije u male hotele	M2/SC1,2,3	Privatni investitori						20.000.000 kn (predviđeno za otprilike 2 mala hotela))
	2.	Dodatne investicije u difuzne hotele	M2/SC1,2,3	Privatni investitori						ovisno o projektu investitora
	3.	Dodatne investicije u male tematizirane kampove u domaćinstvu i seoskom domaćinstvu	M2/SC1,2,3	Privatni investitori						ovisno o projektu investitora
	4.	Obnova i rekonstrukcija postojećih smještajnih kapaciteta – hotela i turističkih apartmana	M2/SC1,2,3	Privatni investitori						800.000.000 kn
	5.	Infrastrukturno opremanje novih zona (Rabac- Gornja Girandella, Šikuli, Prklog)	M2/SC1,2,3	Grad Labin, Privatni investitori						Bit će poznat kroz urbanističke planove
	6.	Tematizacija smještajnih objekata	M2/SC1,2,3	Privatni investitori						-
	7.	Ispitivanje interesa za moguću prenamjenu objekata u vlasništvu Grada Labina	M2/SC1	Grad Labin, TZ Grada Labina, privatni investitori, javna poduzeća						-

Unapređenje poslovne okoline	1.	Kontinuirano informiranje zajednice o turističkim rezultatima u zajednici, o novim idejama i razvojnim prijedlozima putem medija, mrežne stranice TZ Labin, Grada Labina, <i>newsletterima...</i> (angažman studenata u sklopu Praktikuma)	M6/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli	Krajem 1. g					10.000 kn godišnje
	2.	Sakupljanje i objavljivanje zanimljive priče o pozitivnim učincima turizma na mrežnim stranicama Grada Labina i TZ Grada Labina (angažman studenata u sklopu Praktikuma)	M6/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli	Krajem 1. g					10.000 kn godišnje
	3.	Viralni marketing – snimanje video vodiča destinacije, distribucija putem društvenih mreža	M6/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli	Krajem 1. g					100.000 kn
	4.	Organiziranje radionica i/ili dostava <i>newslettera</i> dionicima o mogućnostima dobivanja potpora za unapređenje proizvoda iz raznih izvor (EU fondova, zaklada,...)	M6/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina, Alfa Albona, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli						15.000 kn godišnje
	5.	Komunikacija s interesnim dionicima kroz radionice, <i>web</i> objave i <i>newslettere</i> o mogućnostima izgradnje i dizajnu kapaciteta s visokom energetsom učinkovitošću.	M6/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina, privatni sektor						10.000 kn godišnje
	6.	Poboljšanje dostupnosti i kvalitete širokopolasne mreže	M6/S1-4	Grad Labin						25.000.000 kn

	7.	Implementacija sustava <i>Business Friendly Certificate-a</i>		Grad Labin						95.000 kn (2016. god.) i 35.000 kn (2017. god.)
--	----	---	--	------------	--	--	--	--	--	--

PRIORITET 2 – EKOLOŠKI OSJETLJIV TURIZAM GRADA LABINA

MJERA	RED. BROJ	PROJEKT	MJERA/ STRATEŠKI CILJ	ODGOVORNOST	VREMENSKI PERIOD					BUDŽET
					2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	
Osnaživanje kapaciteta za razvoj konkurentnijeg sektora s minimalnim ekološkim otpisom	1.	Odluka o smanjenju emisije stakleničkih plinova za 23,71%	M1/S4	Grad Labin, poduzeća u vlasništvu Grada Labina	Nadovezivanja na Politiku energetske učinkovitosti i zaštite okoliša Grada Labina iz 2008. g					-
	2.	Definiranje mjera uštede energije u turizmu	M1/S4	Grad Labin, vanjski suradnici						15.000 kn
	3.	Distribucija informacija o mjerama uštede interesnim dionicima	M1/S4	Grad Labin						vidjeti budžet za projekt 4. i 5. mjere <i>Unapređenje poslovne okoline</i>
	4.	Izrada brošura o recikliranju i odvojanju otpada za turiste.	M1/S4	Grad Labin, 1. Maj Labin						5.000 kn godišnje
	5.	Organiziranje periodičnih radionica o važnosti odvajanja otpada i recikliranja za građane i poduzetnike	M1/S4	Grad Labin, 1. Maj Labin	Započeti krajem 1.g. i provoditi kontinuirano					5.000 kn godišnje
	6.	Izrada posebne web sekcije o pozitivnim učincima energetske učinkovitosti.	M1/S4	Grad Labin, 1. Maj Labin	Započeti krajem 1.g. i provoditi kontinuirano					5.000 kn godišnje

	7.	Organizacija radio emisije o pozitivnim učincima energetske učinkovitosti/tematske emisije	M1/S4	Grad Labin, 1. Maj Labin	Započeti krajem 1.g. i provoditi kontinuirano				5.000 – 10.000 kn godišnje
	8.	Edukacija djece predškolskog i školskog uzrasta.	M1/S4	Grad Labin, 1. Maj Labin	kontinuirano				10.000 kn godišnje
	9.	Informiranje građana i interesnih dionika u turizmu o dostupnim javnim pozivima i natječajima za projekte energetske učinkovitosti	M1/S4	Grad Labin, Tz Grada Labina					vidjeti budžet za projekt 4. i 5. mjere <i>Unapređenje poslovne okoline</i>
	10.	Subvencije za efikasnu uporabu energije i ostalih resursa	M1/S4	Grad Labin					Prema dostupnim sredstvima FZOEU
	11.	Primjena koncepta „3R“ (Reduce-Reuse-Recycle politike)	M1/S4	Grad Labin, poduzeća u vlasništvu Grada	Kontinuirano				-
	12.	Uvođenje sustava kompostiranja u vlastitom vrtu	M1/S4	1. Maj Labin	Kontinuirano				-
	13.	Izgradnja i opremanje reciklažnog dvorišta na odlagalištu Cere	M1/S4	1. Maj Labin, Grad Labin					1.087.716,50 kuna 2017. g.
	14.	Održavanje mobilnog reciklažnog dvorišta	M1/S4	1. Maj Labin	Kontinuirano				90.000 kn godišnje
Očuvanje biološke raznolikosti	1.	Popisivanje biološke raznolikosti.	M2/S4	Vanjski eksperti (biolozi i inženjeri šumarstva- Šumarski fakultet Zagreb), TZ Grada Labina, 1. Maj Labin					100.000kn
	2.	Izrada kataloga bioloških vrsta destinacije	M2/S4	Vanjski eksperti (biolozi i inženjeri šumarstva- Šumarski fakultet Zagreb), TZ Grada Labina i 1. Maj Labin					25.000 kn
	3.	Pravilnik i elaborat o urbanom uređenju Grada Labina	M2/S4	Grad Labin					-
	4.	Upravljanje urbanim razvojem	M2/S4	Grad Labin	kontinuirano				-

	5.	Uključivanje građana u projekte očuvanja biološke raznolikost	M2/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina	kontinuirano			-	
	6.	Diseminaciju informacija o očuvanju biološke raznolikosti i ekonomskoj koristi implementacije iste u turističke proizvode na radionicama, objavama u medijima, preko društvenih mreža	M2/S4	Grad Labin	kontinuirano			-	
	7.	Pozivanje građana na volonterske aktivnosti s ciljem poticanja očuvanja biološke raznolikosti	M2/S4	Grad Labin	kontinuirano			-	
	8.	Izdavanje brošura za podizanje svijesti među posjetiteljima	M2/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina				7.000 kn godišnje	
	9.	Otvaranje posebne <i>web</i> sekcije o zaštićenim područjima i područjima od posebnog značaja	M2/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina		izrada	održavanje	održavanje	15.000 kn
	10.	Razvoj destinacijske aplikacije koja bi uz ostalu ponudu destinacije, objedinila i popisane biološke vrste koje postoje u ovoj destinaciji	M2/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina		izrada	održavanje	održavanje	50.000 kn
Hortikularno uređenje	1.	Hortikularno uređenje i održavanje glavnih turističkih pravaca i uređenje novih parkovnih i zelenih površina	M3/S4	Grad Labin i Komunalno poduzeće 1. Maj	kontinuirano			1.600.000,00 kuna godišnje i dodatnih 800.000,00 kn za nove površine	
	2.	Razvoj sustava standarda uređenja okućnice	M3/S1, 2, 4	Grad Labin, TZ Grada Labina				-	
	3.	Definiranje kriterija za odabir najbolje uređene okućnice	M3/S1, 2, 4	Grad Labin, TZ Grada Labina				-	

	4.	Osiguravanje potpora za najbolje uređene okućnice	M3/S1, 2, 4	Grad Labin, TZ Grada Labina	Kontinuirano					6.500 kn / god.
Diferencijacija destinacije kao „Eco-friendly“ i društveno odgovorne destinacije	1.	Promocija važnosti implementacije Travelife standarda u hotele kroz radionice i web portale	M4/S1-4	TZ Grada Labina, Udruga hrvatskih putničkih agencija						15.000 kn
	2.	Uvođenje Travelife standarda u hotele i turističke agencije	M4/S1-4	TZ Grada Labina, hotelska poduzeća						cijena prema cjeniku Travelife ovisno o standardu
	3.	Diseminacija informacija o projektu Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) o projektu certificiranja zelenih hotela kroz radionice i web portale	M4/S1-4	Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, TZ Grada Labina						10.000 kn
	4.	Suradnja s Ministarstvom zaštite okoliša u promociji certifikata EU Ecolabel	M4/S1-4	TZ Grada Labina						-
	5.	Posebno oglašavanje predviđeno za objekte s dobivenim certifikatima; besplatno dodatno oglašavanje na web stranicama Turističke zajednice, u imidž brošurama i mobilnoj aplikaciji	M4/S1-4	TZ Grada Labina	kontinuirano					70.000 kn
	6.	Uvođenje električnih bicikala kao jednog od prijevoznih sredstava u destinaciji	M4/S1-4	Grad Labin						Uvođenje 820.000 kn / 90.000 kn / god. za održavanje
	7.	Pridruživanje Grada Labina DestiNet-u – portalu usmjerenom diseminaciji znanja, održivom i odgovornom turizmu.	M4/S1-4	TZ Grada Labina, Grad Labin						-
	8.	Pridruživanje Grada Labina Međunarodnoj zajednici za ekoturizam	M4/S1-4	TZ Grada Labina, Grad Labin						-

	9.	Prihvatanje GSTC za destinacije.	M4/S1-4	TZ Grada Labina, Grad Labin							-
Razvoj proizvoda turističke destinacije	1.	Osmišljavanje flagšipa („Sleep“, „Eat“, „See“ i „Do“) turističke destinacije kao nositelj imidža destinacije.	M5/S1-3	TZ Grada Labina, vanjski suradnici	osmisлити krajem 2016. i početkom 2017., revidirati kontinuirano					40.000 kn	
	2.	Definiranje nove strukture turističkih proizvoda po principu „Umbrella Branding-a“ za specijalne tržišne niše “pod kapom” ekoloških proizvoda, a u skladu i s novom Strategijom razvoja turizma RH do 2020.	M5/S1-3	TZ Grada Labina, vanjski suradnici	kontinuirano					50.000 kn	
	3.	Uređenje i održavanje pješačko-biciklističkih staza (Rabac – Duga Luka)	M5/S1-3	TZ Grada Labina, vanjski suradnici	kontinuirano					875.000kn/km	
	4.	Označavanje i mapiranje pješačko-biciklističkih staza	M5/S1-3	TZ Grada Labina, vanjski suradnici						30.000 kn	
	5.	Bike centar i park u Rapcu	M5/S1-3	Grad Labin, privatni investitori						n/d	

PRIORITET 3 – KULTUROLOŠKI PREPOZNATLJIV TURIZAM GRADA LABINA

MJERA	RED. BROJ	PROJEKT	MJERA/ STRATEŠKI CILJ	ODGOVORNOST	VREMENSKI PERIOD					BUDŽET
					2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	
Valorizacija kulturne baštine kroz EU projekte	1.	Uključivanje u EU projekte	M1/S1-4	Grad Labin, Labin Art Express, Metris, ostali partneri						700.000 Eur
Razvoj proizvoda kulturnog turizma	2.	Identifikacija tema/područja koja imaju perspektivu razvoja u budućnosti iz sfere kulture i umjetnosti, kao i tematskih ruta kod kojih postoji mogućnost zajedničke promocije	M2/S1-4	TZ Grada Labina, Grad Labin, umjetnici, predstavnici agencija, DMC						-
	2.	Projekt revitalizacije i prenamjene rudarske baštine - Kova	M2/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina	kontinuirano					165 milijuna kn

	3.	Izrada projektne dokumentacije za žičaru prema Rapcu i uspinjaču za stari grad Labin	M2/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina						250.000 kn
	4.	Razvijanje partnerstva i sudjelovanje u zajedničkim međunarodnim projektima kojima je cilj očuvanje i promocija kulturne i industrijske baštine u turističke svrhe	M2/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina, Udruga Atrium	kontinuirano					15.000 kn godišnje za razvoj i osnaživanje partnerstva
	5.	Razvoj proizvoda kulturnog turizma posebno profiliranjem potencijala Mediteranskog kiparskog simpozija	M2/S1-4	TZ Grada Labina, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli		kontinuirano				10.000 kn godišnje
	6.	Izrada tematskih kulturnih itinerara	M2/S1-4	TZ Grada Labina, Udruga Atrium		kontinuirano				-
	7.	Intenziviranje organizacija događanja poput Bienale industrijske umjetnosti, itd	M2/S1-4	Grad Labin, Labin Art Express						500.000,00 kn

PRIORITET 4: DRUŠTVENO POŽELJNI TURIZAM GRADA LABINA

MJERA	RED. BROJ	PROJEKT	MJERA/ STRATEŠKI CILJ	ODGOVORNOST	VREMENSKI PERIOD					BUDŽET
					2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	
Povećanje ukupne kvalitete ponude destinacije	1.	Organiziranje radionica/edukacija o važnosti osiguranja kvalitete u turizmu	M1/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina	Kontinuirano u vremenskim razmacima od 4-6 mjeseci					10.000 kn godišnje
	2.	Tematizacija restorana s ciljem diferencijacije ponude i prilagodbe očekivanjima ciljnih skupina.	M1/S1-4	TZ Grada Labina, ugostitelji s područja Grada Labina	kontinuirano					
	3.	Izrada procjene potrebe za ljudskim resursima u turizmu	M1/S4	TZ Grada Labina, Grad Labin, vanjski stručnjaci						40.000 kn

	4.	Trening i specijalne radionice za pružatelje usluga u turizmu	M1/S1-4	TZ Grada Labina, Grad Labin, vanjski stručnjaci	kontinuirano				20.000 kn godišnje
	5.	Razvijanje sustava ispitivanja zadovoljstva turista različitim elementima ponude i provođenje ispitivanja. ⁷⁴	M1/S1-4	TZ Grada Labina, vanjski stručnjaci	Razvoj sustava do kraja prvog kvartala 2017., a provođenje kontinuirano				30.000 kn
	6.	Provođenje inovativnog koncepta mjerenja kvalitete usluga u destinaciji metodom tajnog gosta i to na kontinuiranoj bazi.	M1/S1-4	TZ Grada Labina, Grad Labin, vanjski eksperti					40.000 kn godišnje
	7.	Kontinuirana praćenja kakvoće pitke vode i morske vode	M1/S1-4	Vanjski eksperti	kontinuirano				-
	8.	Obavješćavanje građana i turista o razini kvaliteti pitke i morske vode putem web stranica Grada Labina i Turističke zajednice	M1/S1-4	TZ Grada Labina	kontinuirano				-
Osnaživanje suradnje interesnih dionika	1.	Periodične radionice i ispitivanja interesno utjecajnim skupinama - kako bi se ispitalo mišljenje, čule ideje i stavovi o životu u spomenutoj zajednici	M2/S4	Grad Labin, vanjski suradnici					-
	2.	Javno objavljivanje rezultata ispitivanja, mjerenja i odrađenih radionica	M2/S4	Grad Labin, TZ Grada Labina					-
Revitalizacija starogradske jezgre	1.	Potpura malim obrtima	M3/S4	Grad Labin	kontinuirano				71.000 kn / god.
	2.	Organizirani vođeni obilasci starogradskom jezgrom uz posebne stanke s tematskim prezentacijama	M3/S4	TZ Grada Labina	kontinuirano				30.000 kn / god.

⁷⁴ 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.

Potpora razvoju DMK-a	1.	Senzibilizacija postojećih turističkih agencija i upoznavanje sa prednostima DMC kroz radionice i edukacije	M4/S1-4	TZ Grada Labina u suradnji se vanjskim suradnicima i ekspertima iz područja destinacijskog menadžmenta (npr. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli)	Započeti krajem 1. godine						15.000 kn godišnje
Formiranje lokalne destinacijske menadžment organizacije (DMO)	1.	Nova uloga i odgovornosti Turističke zajednice Grada Labina	M5/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina							-
	2.	Definiranje novog mjesta glavnog ureda turističke zajednice	M5/S1-4	Grad Labin, TZ Grada Labina							
Potpora socijalnom/društvenom poduzetništvu	1.	Ulaganje u filantropske fondove	M6/S4	Grad Labin	Krajem prve godine, kontinuirano					10.000kn godišnje	
	2.	Suradnja sa organizacijama civilnog društva u području prenamjene zapuštenih objekata u turističke sadržaje koji rade po principu društvenog poduzetništva	M6/S4	Grad Labin	Kontinuirano					-	
	3.	Sufinanciranje društveno-poduzetničkih turističkih projekata	M6/S4	Grad Labin, Udruga Alfa Albona	Kontinuirano					Financirano od strane EU	
	4.	Sufinanciranje društveno poduzetničkih turističkih projekata koji se financiraju od strane EU fondova	M6/S4	Grad Labin	Kontinuirano					U ovisnosti o veličini projekta	
	5.	Raspisivanje natječaja kojima se rješavaju problemi u zajednici društvenim poduzetništvom ili zadrugama	M6/S4	Grad Labin	Kontinuirano					U ovisnosti o veličini projekta	
	6.	Formiranje Odbora za gospodarstvo	M6/S4	Grad Labin						7.200 kn / god.	

6. OPERATIVNI MARKETINŠKI PLAN 2016. – 2020.

U marketing planu definirani su temeljni turistički proizvodi na području destinacije. Destinacija se profilira kao „*Eco-friendly*“ što znači da se po sistemu *Umbrella brandinga* definiraju ostali proizvodi vodeći računa o temeljnoj orijentaciji destinacije. Ne postoji destinacija koja razvija samo jednu vrstu turističkog proizvoda. No, s obzirom na veliku različitost starogradske jezgre i okolice Grada Labina, te mjesta Rabac, preporuča se definiranje subidentiteta u sintoniji s krovnim brendiranjem *Eco-friendly* turističke destinacije. Svi međusobno povezani proizvodi moraju se obuhvatiti krovnim brendom.

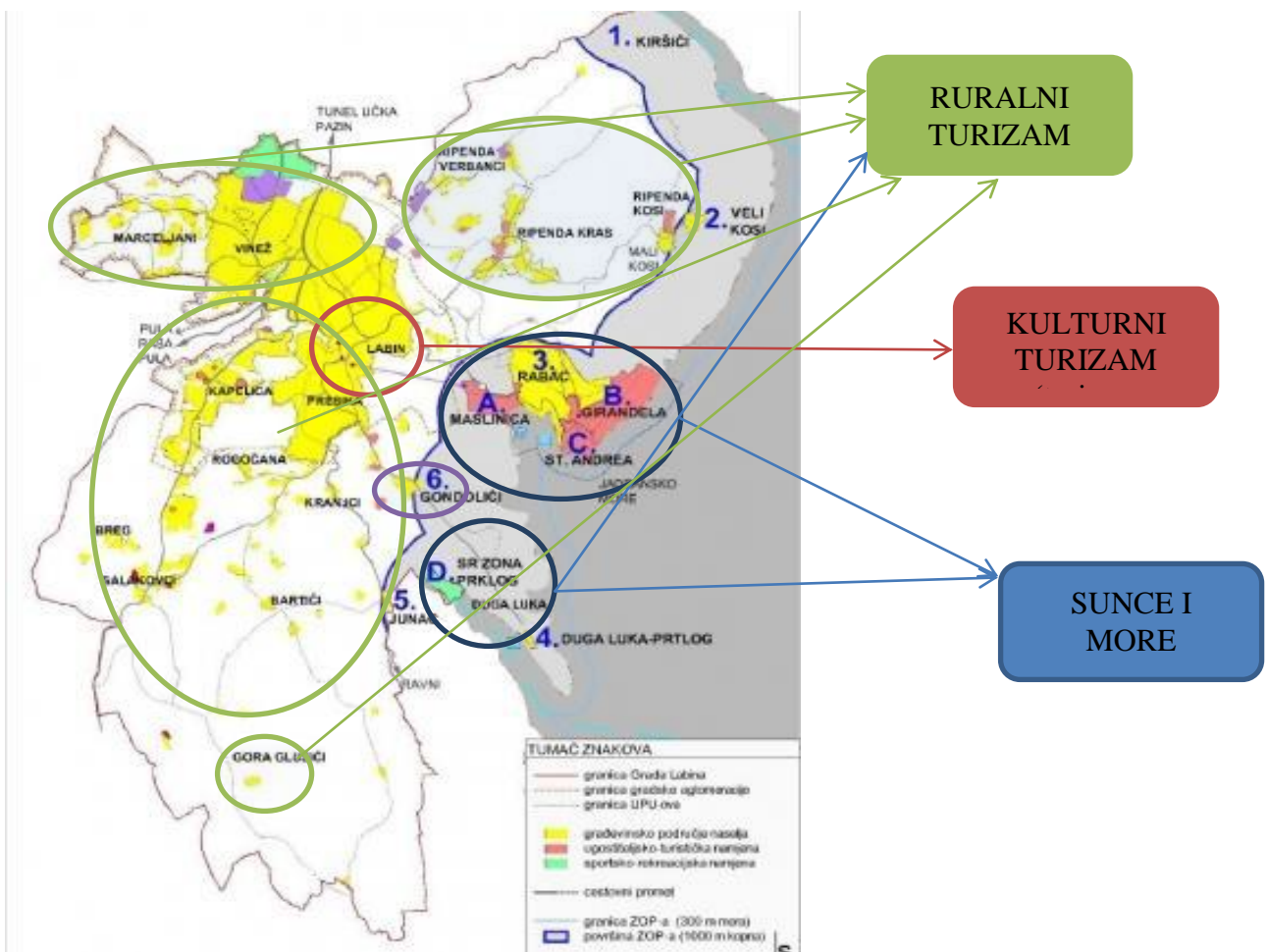
Jedna vrsta proizvoda može biti temeljna, no tržišna potražnja ima svoje posebne interese i s obzirom na različitost interesa i motiva zbog kojih se određena osoba odlučuje na putovanje, potrebno je razviti raznoliku ponudu proizvoda, no svakako i diferencirati se od konkurencije. **Sunce i more**, kao i na području cijele Republike Hrvatske, ostaje dominantan proizvod u destinaciji uz koji se definiraju i ostale grupe proizvoda kojima se želi ova destinacija diverzificirati na turističkom tržištu i ponuditi dodatni sadržaj gostima, kao i dodatno iskustvo vodeći računa da je emocija ključni faktor u kreiranju proizvoda. Posebnu važnost razvoju i diverzifikacije ponude ove destinacije pridaje se **kulturnom turizmu** (touring/kultura i događanja) u svrhu revitalizacije starogradske jezgre i valorizacije bogate kulturne materijalne i nematerijalne baštine Grada Labina. **Outdoor i aktivni turizam** izdvaja se kao proizvod koji je komplementaran izdvojenim posebnim oblicima turizma zbog toga što se aktivni turizam vrlo jednostavno može uklopiti i paralelno nuditi u kombinaciji s izdvojenim proizvodima.

Resursna osnova ove destinacije iznimno je pogodna za razvoj mnogobrojnih posebnih oblika turizma. Različite su vrste posebnih oblika turizma. Svi se posebni oblici turizma razvijaju se obzirom na resursne osnove i prednosti destinacije. Danas na tržištu postoje mnogobrojne tržišne niše kojima se kroz učinkovitu promociju i distribuciju plasiraju vrijednosti i iskustva koje neki od posebnih oblika turizma može u sebi integrirati. Važno je znati da se upravo posebni oblici turizma u destinaciji Rabac-Labin mogu razvijati u ravnoteži s prirodom time ne ugrožavajući sinergiju prirode i društva i već stvorenu ravnotežu. Posebni oblici turizma promatraju se u kontekstu održivog razvoja. One posebne oblike turizma za koje je uočena iznimna prednost u ovoj destinaciji treba maksimalno valorizirati i u tom smjeru definirati subidentitete ove destinacije.

Na slici u nastavku prikazani su izdvojeni posebni turistički proizvodi koji imaju visoki potencijal razvoja u ovoj destinaciji. Napominje se da je aktivni turizam proizvod koji ide kao nadopuna

izdvojenim proizvodima za tržište posebnih interesa. Kod posebnih turističkih proizvoda, za tržišta posebnih interesa posebno su važni:

1. **kulturni turizam** – gradski turizam, **turizam baštine** (rudarsko naslijeđe, nematerijalna i materijalna baština), **dogadjanja** (kreativne kulture i kreativni turizam – vizualna umjetnost, izvedbena umjetnost, literatura, obrti, dizajn), *touring*/kultura
2. **aktivni turizam** – biciklizam i *trekking*
3. **ruralni turizam** – smještaj u ruralnim sredinama.



Izvor: Grad Labin (2015) Službene stranice Grada Labina, Zone gospodarske namjene, dostupno na: <http://www.labin.hr/node/556>

Isto se dopunjuje sa tabelarnim prikazom turističkih kapaciteta u izdvojenim zonama.

Tablica 68: Prikaz turističkih kapaciteta u izdvojenim zonama

1. URBANA AGLOMERACIJA	STATISTIČKO NASELJE	LOKALITET	TURISTIČKI KAPACITETI (max)		
			2001.	2010.	2020.
1. URBANA AGLOMERACIJA	LABIN	LABIN		500	500
		LABIN		500	500
	KAPELICA	KAPELICA		182	300
		TP-KAPELICA sjever		39	
		TP-KAPELICA istok		143	
1. UKUPNO				682	800
2. STAMBENO-TURISTIČKO NASELJE	RABAC	RABAC (naselje)	400	2.000	2.000
		TZ MASLINICA	3.400	3.600	3.600
		TZ SV. ANDREA	2.150	2.300	2.300
		TZ GIRANDELA	1.950	5.100	5.100
	2. UKUPNO			7.900	13.000
3. OSTALA NASELJA SA 100 I MANJE OD 100 STANOVNIKA	SALAKOVCI	SALAKOVCI		85	85
		TP-SALAKOVCI zapad			
	KRANJCI	KRANJCI		25	25
		TP-SALAKOVCI istok		25	
	GORA GLUŠIĆI	GORA GLUŠIĆI		22	100
		TP-MARKETI		22	
	GONDOLIĆI	GONDOLIĆI		177	220
		TP-RUKLJI		60	
		TP-GONDOLIĆI		63	
	RIPENDA VERBANCI	TP-LOVRANCI		54	
		RIPENDA VERBANCI		90	90
		TP-KUNCI		50	
	RIPENDA KRAS	TP-BREG		40	
		RIPENDA KRAS		303	350
		TP-R. KRAS zapad		70	
		TP-R. KRAS istok		81	
	DUGA LUKA	TP-R. KRAS jug		58	
		TP-KALUŠOVO		94	
		DUGA LUKA		50	50
RIPENDA KOSI	MALI KOSI		150	210	
3. UKUPNO				902	1.130
UKUPNO GRAD LABIN			7.900	14.584	14.930

Izvor: Grad Labin (2011.) Izmjene i dopune prostornog plana uređenja Grada Labina – srpanj 2011.

Koncept razvoja temeljnog portfelja eko-turističkih proizvoda usklađen je s prijedlogom proizvodnog portfelja Hrvatske definiranom u Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. Isto se prikazuje u nastavku.

Shema 7: Proizvodni portfelj Grada Labina temeljen na proizvodnom portfelju Republike Hrvatske

Opustiti se	Istraživati	Uživati	Sastati se
★ Hrvatska obala	★ Vino i gastronomija	★ Za ljubitelje prirode	★ Sastanci izvan gužve
★ Jedrenje u Hrvatskoj (nautika)	★ Avantura i sportovi*	★ Za ljubitelje kulture i umjetnosti	★ Mali i srednji događaji
★ Ruralna Hrvatska	★ Priroda**	★ Za ljubitelje vodenih sportova	★ Poticajna putovanja
★ Zdravlje i wellness	★ Kultura	★ Za ljubitelje aktivnog turizma	★ <i>Team building</i>

Tablica u nastavku prikazuje izdvojene **temeljne grupe proizvoda** u Gradu Labinu uz prikaz njihova tržišna potencijala, potencijala za razvoj i potencijalnih tržišta kojima se proizvod namjenjuje.

Tablica 69: Sustav turističkih proizvoda u Gradu Labinu

PRIORIET	SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA (UZ ECO-FRIENDLY IMAGE)	TRŽIŠNI POTENCIJAL	POTENCIJAL ZA RAZVOJ PROIZVODA	POTENCIJALNA TRŽIŠTA	
1.	Sunce i more	Visoka atraktivnost i srednje visoka konkurentnost	Visok	Visok	<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s većom i manjom djecom • Mladi • Woopies
2	Kulturni turizam	Visoka atraktivnost i srednja visoka konkurentnost	Visok	Visok	<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s većom i manjom djecom • Mladi • Woopies • Golden Oldies
3	Aktivni turizam (ciklo i outdoor - <i>trekking</i>)	Visoka atraktivnost i niska konkurentnost	Visok	Visok	<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s većom djecom • Mladi • DINKSi • Woopies
4	Ruralni turizam	Srednje visoka atraktivnost i srednje visoka konkurentnost	Visok	Visok	<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s manjom i većom djecom • DINKi (Double Income No Kids) • Woopies
5	Ostali proizvodi ili tzv. parcijalni proizvodi (nautički, gastro i eno)	Visoka atraktivnost, niska konkurentnost	Visok	Srednji	<ul style="list-style-type: none"> • Golden Oldies • Mladi • DINKSi • Woopies

Detaljna razrada sustava turističkih proizvoda prema ciljnom tržištu slijedi u nastavku.

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 70: Detaljna razrada turističkih proizvoda prema tržišnim segmentima i i predvideni rokovi aktivacije kroz petogodišnje razdoblje.

	Turistički proizvod	Obitelji s malom djecom	Obitelji s većom djecom	Mladi i DINKSi	Woopies	Golden oldies	Grupe	ROK
PRIRODNE LJEPOTE	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
	Eko-turistički proizvod temeljen na biološkoj raznolikosti i kvaliteti prostora		x	x	x			II
AKTIVNI ODMOR	Avantura (npr. <i>parasail</i> , 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
	Pješaćenje / <i>Nordic walking</i> , 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		x	x	x	x	x	I-V

	Zabavni obiteljski centar sezonskog karaktera (trampolini, ringišpil itd.)	x	x	x				III-V
	Događanja i manifestacije pretežito zabavnog karaktera	x	x	x	x		x	I
GASTRONOMIJA	Lokalna kuhinja i eko-proizvodnja	x	x	x	x	x	x	kontinuirano
	Proizvod eko-turizma kao produkt suradnje eko proizvođača, te hotela i restorana	x	x	x	x	x	x	kontinuirano
	Kulinarski tečajevi u suradnji s ugostiteljima	x	x	x	x	x	x	II
	Razne degustacije u suradnji s proizvođačima i ugostiteljima (npr. kušanje vina, sira, gastro rapsodije, Festival kvarnerskih škampi , Istarski <i>lifestyle</i> itd.)		x	x	x	x		I
PASIVNI ODMOR	Plivanje i kupanje	x	x	x	x	x	x	-
	Sunčanje	x	x	x	x	x	x	-
LJEPOTA I ZDRAVLJE	Preventivni zdravstveni turizam (briga o duhu i tijelu s ciljem održavanja kondicije i dobrog zdravlja, a nije namijenjen samo izgledu)		x		x	x	x	III-V
	<i>Wellness</i> centri, <i>Beauty & Spa</i>		x	x	x	x	x	III-V
KULTURA	Kulturni programi u Starom Gradu (Labin Art Republika) i obilazak Labina Underground City-a	x	x	x	x	x	x	kontinuirano
	Obilazak sakralnih objekata u destinaciji i susjednim općinama			x	x	x	x	I-II
	Kulturna događanja (predstave, pantomime, teatri, glazbeni, scenski, likovni programi, ljetno kino, promocija knjiga...)	x	x	x	x	x	x	kontinuirano
	Valorizacija Parka skulptura Dubrova (npr. omogućiti gostima potpisivanje / crtanje na zidu)			x			x	II-V

	izgrađen specifično za tu namjenu)							
	Rudarsko naslijeđe – Labinska Republika (kroz Inspirit projekt)		x	x	x	x	x	kontinuirano
	Keramičarske radionice	x		x	x	x	x	II-III
	Kiparske radionice			x	x	x	x	II-IV
	Likovna akademija slikara na ugljen	x	x	x	x	x	x	II-IV
	Osmišljavanje 3 kulturna itinerara: 1. Rudnici i rudarska povijest, 2. Matija Vlačić Ilirik, 3. Dubrova	x	x	x	x	x	x	II-IV
	Bienale industrijske umjetnosti	x	x	x	x	x	x	III - X
	<i>Rainy Day</i> – osmišljavanje aktivnosti u slučaju kišnih dana u suradnji s hotelijerima	x	x	x	x	x	x	II-IV
	Omogućiti gostima da i sami sudjeluju u pošumljivanju/uređenju parka kroz ekoradionice (uz npr. postavljanje vlastitog imena i datuma sadnje).	x	x	x	x	x	x	II-IV
	Edukacije (usluživanje, škole održivog razvoja, gastro...)			x			x	kontinuirano
	Sportska događanja (organizacijska tematskih biciklistički vikendi, Jadranske igre, Voga Teleferika i dr.)	x	x	x	x	x		III. – XI.
	Ekodogađanja (organizacija manifestacija na temu ekoloških proizvoda u suradnji sa susjednim općinama) / posjeti ekoproizvođačima u susjednim područjima	x	x	x	x	x		II
	Osmišljavanje turističkih paketa izvan sezone u trajanju 3,5,7 dana			x	x	x	x	II
OSTALO	Umrežavanje turističkih proizvoda kulturni i gastro, sportski i gastro, sportski i zdravstveni,...	x	x	x	x	x		kontinuirano

⁷⁵Ne 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.

Razrađen je i sustav turističkih proizvoda za izdvojene turističke punktove u Rapcu i Labinu.

Tablica 71: Sustav turističkih proizvoda prema područjima i turističkim punktovima za Rabac

PRIORITET	PROIZVODNA GRUPA	PROIZVODI	RABAC	TZ MASLINICA	TZ GIRANDELLA (postojeća)
Primarni proizvod u Istri	sunce i more	sunce i more	x	x	x
Sekundarni proizvod u Istri	nautički turizam	<i>yachting</i>		x	
Sekundarni proizvod u Istri	zdravstveni turizam	<i>wellness</i>		x	
Primarni proizvod u Istri	kulturni turizam	turizam baštine			
Sekundarni proizvod u Istri		dogaćanja	x	x	x
Sekundarni proizvod u Istri		kreativni turizam			
Primarni proizvod u Istri	gastro i eno turizam	gastro i eno turizam	x		
Sekundarni proizvod u Istri	poslovni turizam	<i>incentive</i>		x	x
		<i>team-building</i>			
Primarni proizvod u Istri	cikloturizam	cikloturizam	x	x	x
Primarni proizvod u Istri	ruralni turizam	ruralni turizam			
Sekundarni proizvod u Istri	pustolovni i sportski turizam	ronjenje	x	x	x
		<i>windsurfing</i>			x
		ribolov	x	x	x
		sport pripreme		x	x
Tercijarni proizvod u Istri	ostali proizvodi	ekoturizam	x	x	x

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

PRIORITET	PROIZVODNA GRUPA	PROIZVODI	LABIN	KAPELICA	SALAKOVCI	KRANJCI	GORAGLUŠIĆI	GONDOLIĆI	RIPENDAVRBANCI I RIPENDAKRAS	RIPENDAKOSI (MALIKOSI)	DUGALUKA (OBUHVAĆA I PRKLOG 1 I PRKLOG 2)
Primarni proizvod u Istri	kulturni turizam	turizam baštine	x								
Sekundarni proizvod u Istri		dogaćanja	x								
Sekundarni proizvod u Istri		kreativni turizam	x								
Primarni proizvod u Istri	gastro i eno turizam	gastro i eno turizam	x	x	x	x	x		x	x	
Sekundarni proizvod u Istri	poslovni turizam	<i>team-building</i>						x			
Primarni proizvod u Istri	cikloturizam	cikloturizam	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Primarni proizvod u Istri	ruralni turizam	ruralni turizam		x	x	x	x	x	x	x	x
Sekundarni proizvod u Istri	pustolovni turizam	lov		x	x	x	x	x	x	x	
		sport pripreme						x			x
Tercijarni proizvod u Istri	ostali proizvodi	ekoturizam	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Modificiranje postojećih i dodavanje novih proizvoda treba biti u skladu s „*Eco-Friendly*“ imidžom koji se želi plasirati (sukladno konceptu *Umbrella branda*). Tako primjerice, razvoj gastro i eno turizma uz ponudu lokalnih specijaliteta treba 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 pripravljanje, uzgojene/ulovljene poštujući prirodu. Agroturizam predstavlja upravo spoj poljoprivrede i turizma, a zeleni se koncept može jednostavno ugraditi kroz poticanje eko-efikasnosti pri obavljanju ugostiteljske i poljoprivredne djelatnosti te uz adekvatno označavanje poljoprivrednih proizvoda iz vlastitog uzgoja nekim od postojećih eko-certifikata (npr. „Eko-proizvod“, certifikati poljoprivrednih fakulteta i sl.).

Kod **cikloturizma** valja istaknuti posebice hotelske smještajne objekte koji su opremljeni za prijem većih grupa gostiju ljubitelja bicikli, te predvidjeti više punktova za parkiranje bicikli u gradu Labinu i Rapcu. Uz šetnice i biciklističke staze predlaže se postavljanje edukativnih tabela 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 posezonu. 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).

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 dva do tri adekvatna predstavnika koji će biti nositelj imidža odnosno flagship Eco-friendly destinacije. Vizuali odabranih predstavnika uz prateći tekst koristit će se u imidž 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 izdvajanje hotelskog smještaj i kampova 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 učinili 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.

U nastavku se navode socio-demografske karakteristike temeljnih tržišnih segmenata.

Tablica 73: 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 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vjenčani ili nevjenčani parovi između 30-50 godina starosti, sa najmanje jednim djetetom. ▪ Smanjenje broja obitelji sa „tradicionalnom“ 	<p>Karakteristike samaca:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Učenici, studenti, pripravnici, mladi novozaposleni ljudi. ▪ Želja za razmjenom zbog osjećaja samoće. ▪ Zainteresirani za 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sve veća zdravstvena osviještenost, potreba za medicinskom njegom i svjesnost da će im aktivnost 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umirovljeni samci ili bračni parovi iznad 65 godina čija su djeca već napustila obiteljsko gnijezdo. ▪ Vlasnici kuće ili

	<p>„tradicionalnom“ obiteljskom strukturom (učestalost razvoda, samohrani roditelji, „mješovite“ obitelji imaju jednog istog, a drugog različitog roditelja).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Smanjenje stope nataliteta, sigurnost i komfor su ljudima na prvom mjestu. 	<p>obiteljskom strukturom (učestalost razvoda, samohrani roditelji, „mješovite“ obitelji imaju jednog istog, a drugog 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>kulturni turizam i žele baveći se sportskim aktivnostima, aktivno provesti odmor.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ne žele provoditi vrijeme sa parovima, ali žele sa samcima u grupama. ▪ Otvoreni su za nova iskustva. 	<p>produljiti život.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Interesiraju ih luksuz i komfor u obliku kruzera i <i>wellness</i>-a. ▪ Utemeljene i sigurne poslovne pozicije (onih koji su još uvijek u radnom odnosu). ▪ Samci ili parovi čija su djeca već napustila obiteljsko „gnijezdo“. 	<p>stana.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visoke kupovne moći. ▪ Izbjegavaju rizike i traže sklad i sigurnost.
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 četiri zvjezdice, odmaralištima i kampovima. ▪ Putuju u malim kampovima (često djeca i roditelji putuju zajedno s djedovima i bakama i ostalom rodbinom). ▪ Rezerviraju odmor unaprijed putem turoperatora, putem interneta ili direktno u hotelu u kojem žele odsjesti. ▪ Traže okružje koje je naklonjeno djeci, 	<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 tri do četiri 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 turoperatora, putem interneta ili direktno u hotelu u kojem žele odsjesti. ▪ Traže okružje koje je naklonjeno djeci, sigurno je, te ima 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karakteristike putovanja samaca: ▪ Kratka putovanja (jedan do tri 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 turoperatora. ▪ 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 tri do četiri 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 	<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 tri do četiri 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

	sigurno je, te ima dostupnih usluga za djecu.	dostupnih usluga za djecu.		iskustvo, te teže ponovnom odlasku u istu turističku destinaciju ako im se svidjela. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rezervacije putem turoperatora. 	ponovnom odlasku u istu turističku destinaciju ako im se svidjela. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rezervacije putem turoperatora.
--	---	----------------------------	--	--	--

Ciljna tržišta

Prema kriteriju države, a i postojećoj realizaciji u analiziranom periodu, ovdje spadaju ključna emitivna tržišta Europe, no dodana su i potencijalna tržišta značajna za produljenje sezone. U tom smislu, predlaže se i naglasak dati na promociju destinacije na tržište Skandinavskih zemalja i Sjeverne Amerike (Sjedinjene Američke Države i Kanada) koje mogu biti potencijalni korisnici proizvoda kulturnog turizma.

Primarna:⁷⁶ Njemačka, Austrija, Italija.

Sekundarna:⁷⁷ Češka, Slovenija.

Tercijarna:⁷⁸ Nizozemska, Poljska, Mađarska.

⁷⁶ Realizirano više od 100.000 noćenja.

⁷⁷ Realizirano od 70.000 do 100.000 noćenja.

⁷⁸ Realizirano od 40.000 do 70.000 noćenja.

Tablica 74: Karakteristike ciljnih tržišta (geografski kriteriji)

NJEMAČKA	AUSTRIJA	ITALIJA	ČEŠKA	SLOVENIJA
<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 pet 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. - 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 pet omiljenih destinacija. - 33,4% boravi kod prijatelja i rodbine, 32% u hotelima. - Pretežito tržište individualaca (85%). U padu udio <i>walk –in</i> gostiju (bez rezervacije). 	<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: 8,5 dana. - 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 odmore na Jadranu „prvomajske počitnice“ pogotovo u Istri. - Pretežito tržište individualaca (oko 90%).

Tablica 75: Pregled ključnih marketinških aktivnosti

MARKETINŠKA AKTIVNOST	KRATAK OPIS	VREMENSKI PERIOD REALIZACIJE	NOSITELJ		BUDŽET
nastavak razrađivanja brenda „CA“	Nastavak razrade brenda kroz stvaranje vizualnog identiteta i aplikacije	I godina	TZ Labin	IMIDŽ	20.000 kn godišnje
definiranje subidentiteta za Grad Labin, okolna mjesta i Rabac	Subidentitet povezati s resursnom osnovom i proizvode obuhvatiti u jedinstveni brend	I godina	TZ Labin, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli (angažman studenata u sklopu Praktikumama)		10.000 kn godišnje
definiranje USP (eng. <i>Unique Selling Propositions</i>) za Grad Labin, okolna mjesta i Rabac	Identifikacija točaka diferencijacije	I godina	TZ Labin, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli (angažman studenata u sklopu Praktikumama)		10.000 kn godišnje
isticanje - view/photo pointova	Odabir i označavanje zanimljivih punktova (za fotografiranje, odmor, razgled, slikanje...) Primjerice u starom gradu Labinu, šetnica gradsko groblje – Titov trg Labin, Rabac i ostali odabrani punktovi.	II	TZ Labina		15.000 kn
oglašavanje	Definiranje i provođenje plana promocije kako bi tematske kampanje doprle do ciljnih tržišnih segmenata. Na <i>online</i> 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	S obzirom na budžet TZ-a
posebno oglašavanje objekata koji dobili certifikat EU Ecolabel	Oglašavanje u brošurama, letcima, web stranici destinacije, mobilnoj aplikaciji, zbog prepoznavanja destinacije kao „ <i>eco-friendly</i> “ i društveno odgovorne.	II	TZ Labina		trošak uključen u trošak oglašavanja

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. Prioritetna je nova imidž brošura s istaknutim <i>flagshipovima</i> 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	25.000 kn godišnje
info tabele	Osmišljavanje i postavljanje tematskih edukativnih tabela uz šetnice i bike staze.	II	TZ Labin, javni sektor		SIGNALIZACIJA
e – info punktovi	Postavljanje informativnih smart punktova – interaktivna infografika i suvremeni touch screen ekrani: 1 Rabac, 1 Stari grad Labin.	II	TZ Labin, javni sektor	5.000 kn po ekranu	
izrada press kit-a	Set unaprijed pripremljenih materijala o destinacijama – osnovne informacije (<i>Meet the facts</i>) te obrada po temama kako bi novinare inspiriralo na kreiranja novih priča o destinacijama (ulaz pomoću lozinke).	I	TZ Labin	PR	7.000 kn godišnje
promotivno-prodajna izlaganja, prezentacije i posjete	Sajmovi, burze, <i>workshop</i> -ovi, 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		20.000 kn godišnje
ugošćavanje novinara i opinion maker-a (studijska putovanja u destinaciji)	Uz tradicionalne fam tripove novinara sve veću važnost dobivaju <i>opinion maker</i> -i – 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		20.000 kn godišnje

izrada dinamička tematska interaktivna mapa	<p>Objediniti ukupnu ponudu destinacije na način da se ona diversificira prema:</p> <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. pregled <i>umjetničkih i kulturnih atrakcija</i> 4. <i>sportska ponuda</i> u smislu svega onoga što destinacija nudi osobama sportskog duha i osobama željnim aktivnijeg i zdravog odmora (plaže, ronjenje, windsurf, biciklističke staze – povezati s itinerarima i biciklističkim servisima, i sl.), <p>Na taj se način potencijalnom gostu daje pregled kompletne ponude destinacije kroz dinamičku kartu.</p>	II-III	TZ Labin	ONLINE MARKETING	20.000 kn + 1.500 kn godišnje ažuriranje
izrada mobilnih aplikacija: interaktivne mape, aplikacije za cikloturiste, destinacijske aplikacije, te aplikacije za kretanje kroz Park skulptura Dubrova	<p>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.</p> <p>Destinacijska aplikacija uz ponudu destinacije, objedinila bi i popisane biološke vrste koje postoje u destinaciji. A aplikacija namijenjena Dubrovi olakšava snalaženje u parku skulptura, te postaje svojevrsni vodič.</p>	II-III	TZ Labin		100.000 – 150.000 kn ovisno o zahtjevnosti i kompleksnosti željene aplikacije
angažiranje u društvenim medijima	<p>Cilj je kreiranje zajednica ljubitelja destinacije i olakšavanje komunikacije između korisnika koji su destinaciju posjetili.</p> <p>Društveni mediji daju dobru sliku o tržištu, pomažu u jačanju svijesti o brandu i izvrstan su alat za upravljanje odnosa s gostima.</p>	kontinuirano	TZ Labin		10.000 kn godišnje

nagradni natječaj na društvenim mrežama – „Double L“ ili „LL“	Izdvajanje 3 top atrakcije po područjima (kultura, priroda, sport, eno-gastro), te odabir najbolje fotografije putem Instagrama pod hashtagom #LikeLabin	kontinuirano	TZ Labin		5.000 kn godišnje
redizajn mrežne stranice s naglaskom na user interface i SEO optimizaciju	Izrada nove arhitekture informacija i implementacija vizualnog identiteta uz optimizaciju svih kritičnih aspekata internetskih stranica: tehničke performanse, dostupnost, jednostavnost korištenja, SEO.	II	TZ Labin		50.000 kn + 5.000 kn godišnje ažuriranje
izrada edukativne interaktivne online igrice „Rudnici Labina“	Edukativna igrica „Rudnici Labina“ koja bi se pojavljivala na stranicama TZ Labin, Grada Labina i prilikom spajanja na gradski wi-fi. Također, igrači bi igricu mogli nadopunjavati vlastitim fotografijama	III	TZ Labin, Grad Labina		20.000 – 35.000 kn u ovisnosti o funkcionalnostima
izrada mobilne verzije mrežnih stranica	S obzirom na planove TZIŽ o besplatnom pristupu internetu po istarskim turističkim središtima i direktivi EU o progresivnom smanjenju cijena roaminga, mobile verzije mrežnih stranica turističkih destinacija doživjet će eksploziju posjetitelja.	II-III	TZ Labin		6.000 kn
pokretanje programa lojalnosti	Kreiranje destinacijske kartice kako bi se mogla pratiti potrošnja pojedinog gosta u destinaciji. 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	30.000 kn (izrada i distribucija kupona)

istraživanje tržišta	otkup izvještaja, terenska istraživanja	kontinuirano	TZ Labin	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	50.000 kn do 2020.
interni marketing	uključuje plan edukacije djelatnika Turističke zajednice	kontinuirano	TZ Labin	INTERNI MARKETING	7.000 kn godišnje

POPIS TABLICA

TABLICA 1: METODOLOŠKI PRISTUP I OPIS.....	4
TABLICA 2: PRIMARNO ISTRAŽIVANJE - ISPITIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA	7
TABLICA 3: PRIMARNO ISTRAŽIVANJE – ISPITIVANJE STAVOVA JAVNOG SEKTORA.....	8
TABLICA 4: UKUPNA NOĆENJA I DOLASCI 2007. – 2015. GODINE.....	32
TABLICA 5: DOLASCI, NOĆENJA I PROSJEČNI DANI BORAVKA TURISTA U GRADU LABINU OD 2007. DO 2015.....	35
TABLICA 6: SEZONALNOST U GRADU LABINU – USPOREDBA 2010. I 2015. GODINE	38
TABLICA 7: SEZONALNOST U ISTARSKOJ ŽUPANIJI 2015. GODINE.....	39
TABLICA 8: STRUKTURA POTRAŽNJE PREMA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA (NOĆENJA OD 2012 DO 2015. GODINE)	40
TABLICA 9: STRUKTURA POTRAŽNJE PREMA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA (DOLASCI OD 2012. DO 2015. GODINE)	41
TABLICA 10: POTRAŽNJA PREMA EMITIVNIM ZEMLJAMA U 2015. GODINI ZA GRAD LABIN, ISTARSKU ŽUPANIJU I REPUBLIKU HRVATSKU.....	42
TABLICA 11: PROSJEČNI DANI BORAVKA TURISTA U GRADU LABINU 2012. – 2015. PREMA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA	43
TABLICA 12: USPOREDBA PROSJEČNIH DANA BORAVKA GOSTIJU GLAVNIH EMITIVNIH TRŽIŠTA U GRADU LABINU, ISTARSKOJ ŽUPANIJI I REPUBLICI HRVATSKOJ U 2015. GODINI	44
TABLICA 13: OSTVARENA NOĆENJA I UDIO OSTVARENIH NOĆENJA PREMA DOBNIM SKUPINAMA OD 2013. DO 2015. GODINE	45
TABLICA 14: OSTVARENI DOLASCI I UDIO OSTVARENIH DOLAZAKA PREMA DOBNIM SKUPINAMA OD 2013. DO 2015. GODINE U UKUPNIM DOLASCIMA	46
TABLICA 15: STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U GRADU LABINU 2015. GODINE.....	48
TABLICA 16: KATEGORIZACIJA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U GRADU LABINU U 2015. GODINI	49
TABLICA 17: KATEGORIZACIJA HOTELA I TURISTIČKIH APARTMANA U GRADU LABINU 2015. GODINE.....	49
TABLICA 18: NOĆENJA PREMA VRSTAMA SMJEŠTAJA OD 2010. DO 2015. U GRADU LABINU.....	50
TABLICA 19: PROSJEČNI DANI BORAVKA TURISTA U POJEDINIM VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA NA PODRUČJU GRADA LABINA U 2015. GODINI	51
TABLICA 20: PROSJEČNA POPUNJENOST U GRADU LABINU 2015. GODINE.....	52
TABLICA 21: PROSJEČNA POPUNJENOST I PROSJEČNI DANI BORAVKA U POJEDINIM VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA NA PODRUČJU GRADA LABINA U 2010. I 2015. GODINI.....	52
TABLICA 22: STRUKTURA GOSPODARSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE PREMA VELIČINI UKUPNIH PRIHODA (U MILIJUNIMA KUNA)	56
TABLICA 23: STRUKTURA GOSPODARSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE PREMA VELIČINI UKUPNE IMOVINE (U MILIJUNIMA KUNA)	57
TABLICA 24: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD.....	59
TABLICA 25: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA IZVJEŠTAJA O DOBITI PODUZETNIKA U GOSPODARSTVU	60
TABLICA 26: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA BILANCE PODUZETNIKA U GOSPODARSTVU GRADA LABINA	61
TABLICA 27: FINANCIJSKI POKAZATELJI PODUZETNIKA U GOSPODARSTVU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	62
TABLICA 28: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	65
TABLICA 29: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA IZVJEŠTAJA O DOBITI DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U MILIJUNIMA KUNA)	66
TABLICA 30: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA BILANCE DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U MILIJUNIMA KUNA).....	67
TABLICA 31: FINANCIJSKI POKAZATELJI ZA DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	68
TABLICA 32: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME.....	71
TABLICA 33: 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)	72
TABLICA 34: 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)	73
TABLICA 35: FINANCIJSKI POKAZATELJI PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME.....	74

TABLICA 36: SUBDJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA SUKLADNO NACIONALNOJ KLASIFIKACIJI DJELATNOSTI IZ 2007. GODINE	76
TABLICA 37: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTI SMJEŠTAJA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	77
TABLICA 38: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA IZVJEŠTAJA O DOBITI PODUZETNIKA U DJELATNOSTI SMJEŠTAJA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA).....	77
TABLICA 39: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA BILANCE PODUZETNIKA U DJELATNOSTI SMJEŠTAJA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA).....	78
TABLICA 40: FINANCIJSKI POKAZATELJI PODUZETNIKA U DJELATNOSTI SMJEŠTAJA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE.....	80
TABLICA 41: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTI PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE I PIĆA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	83
TABLICA 42: 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 (U TISUĆAMA KUNA)	83
TABLICA 43: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA BILANCE PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE I PIĆA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	84
TABLICA 44: FINANCIJSKI POKAZATELJI PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE I PIĆA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE.....	85
TABLICA 45: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTI PUTNIČKIH AGENCIJA, ORGANIZATORA PUTOVANJA (TUOPERATORA) I OSTALIH REZERVACIJSKIH USLUGA TE DJELATNOSTI POVEZANIH S NJIMA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE.....	88
TABLICA 46: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA IZVJEŠTAJA O DOBITI PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PUTNIČKIH AGENCIJA, ORGANIZATORA PUTOVANJA (TUOPERATORA) I OSTALIH REZERVACIJSKIH USLUGA TE DJELATNOSTI POVEZANIH S NJIMA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	89
TABLICA 47: KRETANJE I STRUKTURA POZICIJA BILANCE PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PUTNIČKIH AGENCIJA, ORGANIZATORA PUTOVANJA (TUOPERATORA) I OSTALIH REZERVACIJSKIH USLUGA TE DJELATNOSTI POVEZANIH S NJIMA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA).....	90
TABLICA 48: FINANCIJSKI POKAZATELJI PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PUTNIČKIH AGENCIJA, ORGANIZATORA PUTOVANJA (TUOPERATORA) I OSTALIH REZERVACIJSKIH USLUGA TE DJELATNOSTI POVEZANIH S NJIMA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	91
TABLICA 49: VISINA BORAVIŠNIH PRISTOJBI U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE.....	94
TABLICA 50: UKUPNO UPLAĆENA BORAVIŠNA PRISTOJBA U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE	95
TABLICA 51: UPLAĆENA BORAVIŠNA PRISTOJBA I POTRAŽIVANJA PO OSNOVI BORAVIŠNE PRISTOJBE U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE.....	96
TABLICA 52: STRUKTURA UPLAĆENE BORAVIŠNE PRISTOJBE PREMA UPLATITELJU U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE...96	
TABLICA 53: RASPODJELA BORAVIŠNE PRISTOJBE U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE	98
TABLICA 54: UKUPNO UPLAĆENA ČLANARINA TURISTIČKOJ ZAJEDNICI GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	99
TABLICA 55: RASPODJELA UKUPNO UPLAĆENE ČLANARINE TURISTIČKOJ ZAJEDNICI GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE.....	102
TABLICA 56: STOPE TURISTIČKE ČLANARINE PO SKUPINA DJELATNOSTI ZA TURISTIČKE RAZREDE A I D	103
TABLICA 57: 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)	103
TABLICA 58: PROCJENA UKUPNIH PRIHODA OBVEZNIKA PLAĆANJA TURISTIČKE ČLANARINE GRADA LABINA KOJI NISU OBVEZNICI PREDAJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	104
TABLICA 59: UKUPNI PRIHODI SVIH DJELATNOSTI OBVEZNIKA TURISTIČKE ČLANARINE NA PODRUČJU GRADA LABINA PREMA PODACIMA FINE U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	104
TABLICA 60: 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 (U TISUĆAMA KUNA).....	105
TABLICA 61: PROCJENA UKUPNIH PRIHODA POSLOVNIH SUBJEKATA DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA KOJI NISU OBVEZNICI PREDAJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	106

TABLICA 62: UKUPNI PROCIJENJENI PRIHODI DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	106
TABLICA 63: INVESTICIJE U NOVU DUGOTRAJNU IMOVINU GOSPODARSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	107
TABLICA 64: SWOT MATRICA DESTINACIJE LABIN RABAC.....	114
TABLICA 65: PROCJENA RASTA BROJA NOĆENJA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2015. DO 2020. GODINE (U TISUĆAMA).....	122
TABLICA 66: PROCJENA RASTA UKUPNIH PRIHODA TURIZMA I UGOSTITELJSTVA NA PODRUČJU GRADA LABINA ZA 2020. GODINU, USLIJED RASTA BROJA NOĆENJA (MIL. KN).....	123
TABLICA 67: PROCJENA UKUPNE POTROŠNJE TURISTA 2020. GODINE KROZ RAZLIČITE SCENARIJE POVEĆANJA NOĆENJA	123
TABLICA 68: PRIKAZ TURISTIČKIH KAPACITETA U IZDVOJENIM ZONAMA	173
TABLICA 69: SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA U GRADU LABINU.....	175
TABLICA 70: DETALJNA RAZRADA TURISTIČKIH PROIZVODA PREMA TRŽIŠNIM SEGMENTIMA I I PREDVIĐENI ROKOVI AKTIVACIJE KROZ PETOGODIŠNJE RAZDOBLJE.	176
TABLICA 71: SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA PREMA PODRUČJIMA I TURISTIČKIM PUNKTOVIMA ZA RABAC	180
TABLICA 72: SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA PREMA PODRUČJIMA I TURISTIČKIM PUNKTOVIMA ZA LABIN	181
TABLICA 73: DEMOGRAFSKO-SOCIJALNE KARAKTERISTIKE TRŽIŠNIH SEGMENTA	184
TABLICA 74: KARAKTERISTIKE CILJNIH TRŽIŠTA (GEOGRAFSKI KRITERIJI).....	187
TABLICA 75: PREGLED KLJUČNIH MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI	188

POPIS GRAFIKONA

GRAFIKON 1: UKUPNO DOLASCI I NOĆENJA U GRADU LABINU OD 2007. DO 2015.....	33
GRAFIKON 2: KRETANJE PROSJEČNIH DANA BORAVKA TURISTA U GRADU LABINU OD 2007. DO 2015.	34
GRAFIKON 3: UDIO NOĆENJA I DOLAZAKA U GRADU LABINU U UKUPNIM DOLASCIMA I NOĆENJIMA REPUBLIKE HRVATSKE I ISTARSKE ŽUPANIJE 2015. GODINE	35
GRAFIKON 4: USPOREDBA SEZONALNOSTI U GRADU LABINU 2010. I 2015. GODINE ZA RAZDOBLJE OD LIPNJA DO RUJNA PROMATRANIH GODINA (UDIO NOĆENJA I DOLAZAKA U UKUPNIM NOĆENJIMA I DOLASCIMA).....	36
GRAFIKON 5: USPOREDBA SEZONALNOSTI U GRADU LABINU 2010. I 2015. GODINE ZA RAZDOBLJE OD SRPNJA DO KOLOVOZA PROMATRANIH GODINA (UDIO NOĆENJA I DOLAZAKA U UKUPNIM NOĆENJIMA I DOLASCIMA).....	37
GRAFIKON 6: NOĆENJA PO MJESECIMA U RAZDOBLJU OD 2007. – 2015. GODINE.....	39
GRAFIKON 7: GLAVNA EMITIVNA TRŽIŠTA PREMA OSTVARENIM NOĆENJIMA U 2014. I 2015. GOD. (UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA)	40
GRAFIKON 8: GLAVNA EMITIVNA TRŽIŠTA PREMA OSTVARENIM DOLASCIMA U 2014. I 2015. GOD. (UDIO U UKUPNIM DOLASCIMA)	41
GRAFIKON 9: PROSJEČNI DANI BORAVKA TURISTA U GRADU LABINU OD 2012. DO 2015.....	43
GRAFIKON 10: USPOREDBA NOĆENJA PREMA DOBNIM SKUPINAMA 2014. I 2015. GODINA	45
GRAFIKON 11: USPOREDBA DOLAZAKA PREMA DOBNIM SKUPINAMA 2014. I 2015. GODINE	46
GRAFIKON 12: PRIKAZ UDJELA BROJA LEŽAJEVA PO KATEGORIJAMA U UKUPNOM BROJU LEŽAJEVA U 2015. GODINI	48
GRAFIKON 13: KATEGORIZACIJA HOTELA I TURISTIČKIH APARTMANA NA PODRUČJU GRADA LABINA U 2015. GODINI	50
GRAFIKON 14: USPOREDBA NOĆENJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNIH KAPACITETA 2010. I 2015.....	51
GRAFIKON 15: STRUKTURA GOSPODARSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE PREMA UKUPNIM PRIHODIMA.....	56
GRAFIKON 16: STRUKTURA GOSPODARSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE PREMA UKUPNOJ IMOVINI.....	58
GRAFIKON 17: STRUKTURA PODUZETNIKA U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE PREMA VELIČINI PODUZETNIKA	66
GRAFIKON 18: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTI PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE I PIĆA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE	82

GRAFIKON 19: BROJ PODUZETNIKA I BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTI PUTNIČKIH AGENCIJA, ORGANIZATORA PUTOVANJA (TUOPERATORA) I OSTALIH REZERVACIJSKIH USLUGA TE DJELATNOSTI POVEZANIH S NJIMA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE.....	88
GRAFIKON 20: KRETANJE UKUPNO UPLAĆENE BORAVIŠNE PRISTOJBE U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE.....	95
GRAFIKON 21: STRUKTURA UPLAĆENE BORAVIŠNE PRISTOJBE PREMA UPLATITELJU OD 2007. DO 2011. GODINE	96
GRAFIKON 22: KRETANJE UPLAĆENE ČLANARINE TURISTIČKOJ ZAJEDNICI GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE (U TISUĆAMA KUNA)	99
GRAFIKON 23: STRUKTURA UPLAĆENE ČLANARINE TZ GRADA LABINA PREMA UPLATITELJU U RAZDOBLJU OD 2007. DO 2011. GODINE	100
GRAFIKON 24: STRUKTURA INVESTICIJA U DUGOTRAJNU IMOVINU DJELATNOSTI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA PREMA SUBDJELATNOSTIMA U GRADU LABINU U RAZDOBLJU OD 2008. DO 2011. GODINE.....	107
GRAFIKON 25: PROCJENA RASTA BROJA NOĆENJA KOD OBVEZNIKA PREDAJE FINACIJSKIH IZVJEŠTAJA NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2016. DO 2020. GODINE (U TISUĆAMA)	120

POPIS SLIKA

SLIKA 1: IZVORI PODATAKA	6
SLIKA 2: VIZIJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA GRADA LABINA	15
SLIKA 3: KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA.....	17
SLIKA 4: INTEGRIRANI MODEL UPRAVLJANJA BIOLOŠKOM RAZNOLIKOŠĆU	18
SLIKA 5: USPIJEŠAN DESTINACIJSKI MENADŽMENT	20
SLIKA 6: TEMELJNA NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA	21
SLIKA 14: CILJEVI PRODULJENJA SEZONE U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU NA PODRUČJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2015. DO 2020. GODINE.....	118
SLIKA 15: CILJEVI PRODULJENJA SEZONE U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2015. DO 2020. GODINE	119
SLIKA 16: CILJEVI TURIZMA I UGOSTITELJSTVA GRADA LABINA U RAZDOBLJU OD 2015. DO 2020. GODINE	121

POPIS SHEMA

SHEMA 1: DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U GRADU LABINU OD 2007. DO 2015.	36
SHEMA 2: SEZONALNOST U GRADU LABINU LIPANJ – RUJAN 2015.....	38
SHEMA 3: PRIKAZ PRIMARNOG, SEKUNDARNOG I TERCIJARNOG TRŽIŠTA GRADA LABINA U 2015. GODINI.....	42
SHEMA 4: UDIO LEŽAJEVA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA U UKUPNIM LEŽAJEVIMA DESTINACIJE, 2015. GODINA	47
SHEMA 5: PROSJEČNA POPUNJENOST I PROSJEČNI DANI BORAVKA U POJEDINIM VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA NA PODRUČJU GRADA LABINA U 2015. GODINI	53
SHEMA 6: TEMELJNI PRIORITETI RAZVOJA TURIZMA I MJERE NJIHOVA POSTIZANJA.....	127
SHEMA 7: PROIZVODNI PORTFELJ GRADA LABINA TEMELJEN NA PROIZVODNOM PORTFELJU REPUBLIKE HRVATSKE.....	174