

# Turistička ponuda grada Labina

---

**Cukarić, Tea**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:171212>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-10**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije  
Kultura i turizam

Tea Cukarić

**TURISTIČKA PONUDA GRADA LABINA**  
(Završni rad)

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Odjel za interdisciplinarnu, talijansku i kulturološku studiju  
Kultura i turizam

**TURISTIČKA PONUDA GRADA LABINA**  
(Završni rad)

Kolegij: Selektivni oblici turizma

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Studentica: Tea Cukarić

Pula, rujan 2019.

## SAŽETAK

Turizam grada Labina posljednjih se godina uvelike povećao. Privlači turiste svojom bogatom kulturno povijesnom baštinom, prirodnim ljepotama, raznim festivalima i manifestacijama. Pokazao se kao veliki potencijal za razvoj specifičnih oblika turizma poput biciklističkog turizma, kulturnog turizma i eno – gastronomskog. Da bi postao još bolja i popularnija turistička destinacija u svijetu potrebno je proširiti i poboljšati svoju turističku ponudu, produžiti sezonu na cijelu godinu te poraditi na raznim strategijama i planovima to jest smjernicama za budući razvoj.

Svrha ovoga rada je prikazati i opisati povijest Grada Labina, njegovo sadašnje stanje, turističku ponudu Labina i Rapca, objasniti kako se razvijao turizam tijekom godina te koji je potencijal za razvoj turizma u budućnosti.

Ključne riječi: Labin, turistička ponuda, destinacija

## Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. TURISTIČKO TRŽIŠTE.....	2
2.1. Turistička ponuda.....	2
2.2. Turistička potražnja.....	4
3. GRAD LABIN .....	6
3.1. Povijest grada Labina .....	6
3.2. Grad Labin danas .....	7
4. TURISTIČKA PONUDA GRADA LABINA.....	11
4.1. Kulturno povijesna baština Grada Labina .....	11
4.1.1. Industrijska i rudna baština .....	11
4.1.2. Starogradska jezgra .....	12
4.1.3. Mediteranski kiparski simpozij.....	12
4.1.4. Zbirka Matije Vlačića Ilirika .....	13
4.2. Prirodna baština.....	13
4.2.1. Značajni krajobraz Labin – Rabac – Prklog .....	13
4.2.2. Botanički spomenik prirode Dva stabla Glicinije u Labinu .....	14
4.3. Festivali i događanja.....	14
4.4. Sport i rekreacija .....	16
5. SMJERNICE I MOGUĆNOST DALJNJEG RAZVOJA TURIZMA GRADA LABINA 17	
5.1. Upravljanje turističkom destinacijom.....	17
5.2. Razvoj turističke destinacije .....	18
5.3. Razvoj selektivnih oblika turizma u gradu Labinu .....	20
6. SWOT ANALIZA TURIZMA GRADA LABINA .....	22
7. ZAKLJUČAK .....	26
8. LITERATURA.....	27
Popis tablica: .....	28

## 1. UVOD

Turizam je danas jedna od najvažnijih gospodarskih grana u svakoj državi u svijetu pa tako i u Hrvatskoj. Hrvatska a pogotovo Istra privlači turiste svojim prirodnim ljepotama, čistim i bistrim morem, netaknutim šumama te kulturnom baštinom. Većina se turizma dešava u gradovima na Jadranu pa tako i u Labinu. Grad Labin je maleni gradić smješten na istočnoj obali Istre koji je u prošlosti bio poznat po rudarstvu, a danas je jedan od najpopularnijih destinacija u Istri. Poznat je kao idealno mjesto za obiteljski odmor ljeti, a i u proljeće i jesen privlačno mnogobrojnim rekreativcima i posjetiteljima treće dobi.

Cilj ovoga rada je analizirati turističku ponudu grada Labina s okolicom, istražiti koji su to sve potencijali za daljnji razvoj turizma te koji sve specifični oblici turizma se mogu razviti.

Metode koje su korištene u ovom završnom radu jesu metoda analize i sinteze, metoda komparacije, deduktivna i induktivna metoda.

Ovaj se rad sastoji od pet glavnih poglavlja. U prvom poglavlju se navode definicije i obilježja turističke ponude i potražnje. U drugom poglavlju opisuje se povijest grada Labina te sadašnje stanje Labina, zatim treće poglavlje govori o turističkoj ponudi Grada Labina, njegovoj kulturnoj i prirodnoj baštini. Četvrto poglavlje navodi koje su to smjernice za daljnji razvoj turizma te kako pravilno upravljati turističkom destinacijom i koji selektivni oblici se mogu razviti na području Labinštine. Posljednje poglavlje prikazuje SWOT analizu turizma Grada Labina.

## 2. TURISTIČKO TRŽIŠTE

Generalno govoreći, svako tržište je mjesto gdje se susreću subjekti ponude, oni koji nešto nude i to nešto žele prodati. S druge strane, na to tržište dolaze kupci – potražnja, koji su zainteresirani i voljni kupiti to nešto ako im to po njihovim kriterijima odgovara. Ukratko, tržište je mjesto susreta ponude i potražnje.

U suvremenoj teoriji turizma definicija turističkog tržišta uglavnom se izvodi iz definicije turizma pa se tako turističko tržište definira na sljedeći način. Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja.

### 2.1. Turistička ponuda

Turistička ponuda definira se kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, odnosno kao ona količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba. ( Čavlek i sur., 2011.)

Kako bi turistička ponuda mogla udovoljiti potrebama turističke potražnje. Odnosno da bi turističko tržište moglo nesmetano funkcionirati, na tom tržištu moraju postojati resursi, subjekti i organizacije koji će omogućiti pružanje potrebnih usluga. Svi oni ulaze u turistički sustav koji se nalazi ili na emitivnom ili na receptivnom dijelu tržišta, dok se za prijevoznike može reći da su na tranzitnim pravcima turističkih kretanja. U turističkoj teoriji komponente turističke ponude mogu se svrstati u šest temeljnih skupina koje čine strukturu ponude i koje sudjeluju u kretanju integriranog turističkog proizvoda koji turist konzumira.

- Atrakcije: temelj privlačenja turista u destinaciju
- Ugostiteljstvo: smještaj, prehrana i druge prateće usluge čine ugostiteljski kapaciteti koji zadovoljavaju njihove potrebe
- Prijevoz: cestovni, zračni, željeznički, brodski prijevoznici itd.
- Turističko posredništvo: turističke agencije i turoperatora olakšavaju organizaciju putovanja i omogućavaju da turistička putovanja budu dostupna širim društvenim slojevima

- Organizacije turizma: s aspekta receptivnog tržišta postoje nacionalne, regionalne i lokalne turističke zajednice, razne udruge u turizmu preuzimaju na sebe ulogu upravljanja sustavom različitih subjekata ponude
- Trgovina: omogućava da se zadovolji akt demonstrativne potrošnje turista u destinaciji. (Pirjevec, 1998.)

Turističku ponudu karakteriziraju: heterogenost, neelastičnost, statičnost, sezonalnost te diverzificiranost.

#### Heterogenost turističke ponude

Može se najjednostavnije definirati kao jedino mogući odgovor ponude na prisutnu heterogenost turističke potražnje. Turistička ponuda može djelovati odnosno preživjeti na tržištu ako je zanimljiva kupcima koji su voljni potrošiti vrijeme i sredstva da bi posjetili određenu turističku destinaciju i tu zadovoljili svoje potrebe i motive. Različitost ponude jedan je od uvjeta privlačenja turističkih potrošača s različitim interesima, željama, navikama i mogućnostima. Bogatstvo ponude pretpostavlja da će različiti segmenti turističke potražnje naći svoj interes i omogućiti sudionicima ponude profitabilnu gospodarsku aktivnost. (Čavlek i sur., 2011.)

#### Neelastičnost turističke ponude

Neelastičnost ponude znači da svoj kapacitet ne može mijenjati i prilagođavati trenutnoj potražnji. Kod razmatranja problema neelastičnosti treba istaknuti i vremensku dimenziju tog pojma. U pravilu bilo koji turistički objekt pripremljen za djelovanje u jednoj godini ili za jednu sezonu, u tom vremenskom razdoblju, ne može mijenjati, prilagođavati svoj ukupni kapacitet prema zahtjevima tržišta. Ako se u međuvremenu ustanovi potreba za promjenama ili adaptacijama, one se mogu izvršiti tek po završetku sezone i adaptirani objekt pustiti u pogon tek iduće sezone. Razumije se, da je navedeni primjer u najvećem broju slučajeva teorijski, jer jednom formirani kapacitet nekog turističkog objekta, bez obzira na stupanj korištenja ili na veličinu, u pravilu dulje vrijeme ostaje u relacijama prvotno zadanog kapaciteta.

#### Statičnost turističke ponude

Također jedno od obilježja turističke ponude je njezina statičnosti koja se ogleda u nemogućnosti njezina prostornog premještanja, ali i u činjenici da turistički potrošači ne mogu konzumirati turistički proizvod izvan tržišta ponude. To bi značilo da turisti uvijek moraju doputovati u turističku destinaciju da bi konzumirali proizvod kojim zadovoljavaju svoje



turističke potrebe. Turistička ponuda ne može izravno privući i zaintrigirati potencijalne turiste zbog svoje nepokretljivosti, stoga turistička ponuda mora izdvojiti znatan novac za različite oblike marketinške komunikacije s tržištem potražnje. Zbog toga većina teoretičara turizma promociju u turizmu smatra ključnom pretpostavkom za formiranje turističke ponude. (Čavlek i sur., 2011.)

#### Sezonalnost turističke ponude

Turistička ponuda ima u pravilu sezonski karakter što znači da se u svim razdobljima godine ne koristi jednakim intenzitetom. Cilj je svih sudionika turističke ponude smanjiti sezonske oscilacije u poslovanju, odnosno produljiti turističku sezonu kako bi se postigli bolji učinci.

#### Diverzificiranost turističke ponude

Važno je reći da je turistička ponuda prostorno vrlo diverzificirana, a karakterizira je velika usitnjenost pojedinih kapaciteta. Kako turističku ponudu čini vrlo složen sustav različitih subjekata, ona može optimalno funkcionirati jedino ako svaki element u lancu tog sustava obavlja svoju funkciju i ako veze među njima nisu narušene. (Pirjevec, 1998.)

### 2.2. Turistička potražnja

U ekonomskoj teoriji potražnja se uobičajeno iskazuje kao količina roba i usluga koju je moguće plasirati na nekom tržištu i u nekom vremenu uz određenu razinu cijena.

Potražnja svojim zahtjevima u pravila diktira količine, kvalitetu i cijene pojedinih roba i usluga. Proizvođač ili ponuđač u određenim količinama, cijeni i kvaliteti, iznosi robe i usluge na tržište, gdje onda potražnja, svojim iskazanim interesom za kupnju, pokazuje koliko su dotične robe i usluge zanimljive i prihvatljive potražnji, odnosno koliko su prodavači uspjeli izazvati interes i zadovoljiti potražnju odnosno kupce. (Čavlek, 2011.)

Karakteristike turističke potražnje jesu:

- Dislociranost potražnje od ponude: turistička potražnje je prostorno odvojena od turističke ponude. Ta odvojenost može biti nekoliko kilometara do nekoliko tisuća kilometara, što prvenstveno ovisi o geografskoj poziciji mjesta stalnog boravka s jedne strane, odnosno o udaljenosti od odabranog turističkog središta. Dislociranost potvrđuje nužnost putovanja od mjesta stalnog boravka do mjesta privremenog boravka tj.

turističke destinacije, odnosno važnost i mjesto prometa u turizmu. Na dalje, ta prostorna odvojenost otvara cijeli niz pitanja o međusobnom načinu djelovanja i komuniciranja između ponude i potražnje

- Heterogenost turističke potražnje: turističku potražnju potrebno je razmatrati kao neodređenu skupinu ljudi, koja ima različite turističke potrebe, koje se zadovoljavaju na različite načine u mnogobrojnim turističkim odredištima i u različito vrijeme. Heterogenost turističke potražnje nameće svim sudionicima turističke ponude da pokušaju svoje proizvode i usluge maksimalno prilagoditi jednoj užoj skupini turističkih potrošača čije su želje i zahtjevi slični jer je teško zamisliti da postoje dvije osobe s potpuno identičnim potrebama i željama
- Elastičnost turističke potražnje: označava dinamičan odnos između potražnje i drugih zavisnih pojava, u kojem se potražnja mijenja brže, jednako ili sporije nego što nastupaju promjene u drugoj pojavi. Na primjer, svako smanjenje cijena usluga na turističkom tržištu neće uvijek rezultirati povećanjem potražnje niti će svako smanjenje dohotka rezultirati smanjenjem turističke potražnje.
- Sezonski karakter potražnje: najčešći motivi koji danas karakteriziraju turistička kretanja temeljni su razlog da govorimo o sezonskom karakteru turističke potražnje. To su kupanje i skijanje. Dvije turističke sezone, ljetna i zimska i moderni trendovi življenja, sve više ističu korisnost razbijanja godišnjeg odmora na dva dijela, jedan dio ljeti, a drugi zimi. (Pirjevec, 1998.)

### 3. GRAD LABIN

U sljedeća dva poglavlja opisuje se povijest grada Labina, odnosno kako se razvijao kroz stoljeća te kako on izgleda danas.

#### 3.1. Povijest grada Labina

Mjesto današnjeg grada Labina, smještenog na brdašcu visokom 320 metara, udaljenog svega oko 3 kilometara od mora, bilo je, prema svemu sudeći, nastanjeno još 2000 godina prije Krista. Njegovo staro ime Albona ili Alvona ilirsko je keltskog podrijetla, a izgleda da su ga Kelti osnovali u 4. stoljeću prije Krista na mjestu negdašnje gradine, iako neki povjesničari spominju da su to mjesto Iliri utvrdili još u 11. stoljeću prije naše ere. Prema povjesničarima Albona na keltskom jeziku znači „grad na brdu“ odnosno „visoko naselje“. Najstariji pisani dokument o Labinu je reljef iz 3. stoljeća naše ere s natpisom „*Res publica Albonessium*“. Nakon sukoba domaćeg stanovništva i Rimljana, koji počinju u 3. stoljeću prije Krista Istra 177. p.n.e. potpada pod Rim, a granica postaje rijeka Raša. Labin s okolicom postaje sastavni dio rimske provincije Ilirik s visokim stupnjem samostalnosti i vlašću nad okolnim mjestima. 788. godine Labin je pod franačku vlašću čime gubi svaki oblik autonomije. Tada Labin počinje intenzivnije doživljavati i etničke promjene koje su uvjetovane prodorom slavenskih plemena u 6. i 7. stoljeću. Labin je od 888. do 902. godine dio Italskog kraljevstva, a od te godine dio romanskog – germanskog imperija što je podrazumijevalo feudalni sustav. Zatim od 1207. do 1420. godine Labinom vladaju akvileji patrijarski. Nakon njih na vlast dolazi Mletačka Republika. Od tada pa sve do 1797. godine Labin će imati određenu autonomiju. Kada 1797. Napoleon ruši Mletačku Republiku Labin dolazi pod austrijsku upravu te se počelo razvijati tradicionalno obrtništvo, trgovina, pomorstvo a već početkom 19. stoljeća intenzivnije se eksploatira kamen i ugljen te se dosta brige posvećuje narodu. Rudarenje u okolini Labina brže se počinje razvijati 1835. godine kada jedan od suvlasnika rudnika postaje bečki bankar Salomon M. Rothschild. Potkraj 1918. godine Labin pripada Kraljevini Italiji te se stupanjem fašista na talijansku vlast pogoršavaju životni uvjeti stanovništva na Labinsčini. Počinje se provoditi prisilna talijanizacija hrvatskog stanovništva, a 2. ožujka 1921. godine je među rudarima započeo generalni štrajk rudara koji će silom talijanskih vlasti biti ugašen nakon 34 dana. Taj je povijesni događaj nazvan „Labinska republika“. Nakon Labina doživljava snažan gospodarski razvoj, proizvodnja ugljena doseže više od milijuna tona ugljena u rudnicima u Raši, Labinu i Štrmcu. Po završetku 2. svjetskog rata Istra dolazi u sastav Hrvatske. To je

početak novog vala migracije stanovništva koje je obilježilo i odredilo rudarenje. (Milevoj, 2010.)

Početak sedamdesetih godina Labin i njegova okolica ulaze u dinamičan razvoj – rudarstvo polako posustaje a vrlo brzo se razvija turizam koji ima velike mogućnosti razvoja. Raspadom Jugoslavije Labin doživljava tešku gospodarsku krizu. Godine 1993. u samostalnoj Hrvatskoj uslijedile su značajne administrativno-teritorijalne promjene u kojima je područje Labina suženo. Tek nakon jednog desetljeća su zabilježeni podaci koji govore o početku izlaza iz gospodarske krize. U to se doba zatvara posljednji ugljenokopi a turizam uzima prevagu u gospodarstvu. Mnogi su hoteli poboljšali svoju uslugu rekonstrukcijom te je puno je pozornosti posvećeno opremanju turističkih kampova i naselja. (<http://www.labin.hr/>, 2019.)

### 3.2. Grad Labin danas

S obzirom da je grad Labin malo udaljen od mora te ima dužinu obale koja se prostire na 20, 2 km, nije čudno da se turizam na ovom području razvija već duži niz godina. Plaže i uvale te čisto more privlače turiste godinama unazad. Može se reći da se time privlače turisti masovnoga turizma u destinaciju, kojima je glavni motiv sunce i more. No svakako Labin ima potencijala za razvoj specifičnih oblika turizma te bi time smanjio negativni utjecaj masovnog turizma u destinaciji. (<http://www.labin.hr/>, 2019.)

Grad Labin se može podijeliti na dva dijela: stari i novi, novi se dio zove Podlabin i nalazi se u podnožju brda na 220 m.n.v. Gradnja novog dijela započela je zbog potrebe za većim smještajem sve većeg broja radnika koji su dolazili raditi u rudnike. Danas Labin ima oko 11 tisuća stanovnika. Stari grad je dobro očuvan, osobito njegovo središte, koje se ističe vrijednim građevinskim zdanjima i kulturno – povijesnim spomenicima iz svih razdoblja svog postojanja. Stanovništvo je razmješteno u 17 naselja: Bartići, Breg, Duga Luka, Gondolići, Gora Glušići, Kapelica, Kranjci, Labin, Marceljani, Rabac, Presika, Ripenda Kosi, Ripenda Kras, Salakovci, Vinež, Ripenda Verbanci i Rogočana. ( Strategija razvoja grada Labina, 2019.)

U Labinu prevladava sredozemna klima s dugim i toplim ljetima te blagim zimama. Zbog takve klime turistička bi sezona mogla biti duža, pa čak i kroz cijelu godinu. Blage zime i ugodne jeseni pogodovale bi razvoju kulturnog turizma to jest turisti bi mogli doći u razgledavanje kulturno povijesne baštine. (Milevoj 2010.)

Turistička mjesta Labin i Rabac danas sadrže sveukupno 17 hotela, 1 kamp, 633 nekomercijalnog smještaja, 6 objekata u seljačkom domaćinstvu, 6 objekata u domaćinstvu te 61 ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj. (<https://www.rabac-labin.com/hr>, 2019.)

U dole navedenoj tablici prikazani su noćenja i dolasci turista u vrste objekata 2017. i 2018.godine.

Tablica 1. Dolasci i noćenja po vrstama smještaja 2017. i 2018.godine

<b>Vrsta objekta</b>	<b>Dolasci 2018</b>	<b>Dolasci 2017</b>	<b>Indeks dolazaka 2018/2017</b>	<b>Noćenja 2018</b>	<b>Noćenja 2017</b>	<b>Indeks noćenja 2018/2017</b>
<b>Hoteli</b>	167.972	139.611	120,31	895.245	790.130	113,30
<b>Objekti u domaćinstvu</b>	41.872	41.872	103,81	330.629	327.225	101,04
<b>Kampovi</b>	24.685	24.339	101,42	168.549	170.928	98,61
<b>Nekomercijalni smještaj</b>	1.962	1.818	107,92	31.336	28.322	110,64
<b>Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste – skupina kampovi)</b>	3.967	3.565	103,70	23.358	22.718	102,82
<b>Objekti na OPG-u</b>	319	272	117,28	2.830	2.653	106,67
<b>Ukupno</b>	<b>242.103</b>	<b>211.477</b>	<b>114.48</b>	<b>1.451.947</b>	<b>1.341.976</b>	<b>108.19</b>

Izvor: obrada autora prema podacima Turističke zajednice grada Labina

Iz gore navedene tablice može se zaključiti da je najviše noćenja i dolazaka u 2017. i 2018.godini ostvareno u hotelima, dok najmanje ostvareno u objektima na OPG-u. Objekti u domaćinstvu u 2018.godini ostvarili su ukupno 41.872 dolazaka te 330.629 noćenja, dok kampovi nešto manje, 24.685 dolazaka u 2018. i 168.549 noćenja. Zatim slijedi nekomercijalni smještaj, kojega ima najviše na području Labinštine, ostvario je svega 1.962 dolazaka u 2018. te 31.336 noćenja. Što se tiče ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj, ostvareno je samo 3.967 dolazaka te 23.358 noćenja, a objekti na OPG-u su ostvarili 319 dolazaka te 2.830 noćenja u 2018.godini.

Svakako se može reći da se turizam u gradu Labinu, točnije dolasci i noćenja turista, u zadnjih 10 godina poboljšao što se vidi u dole navedenoj tablici.

Tablica 2. Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista 2010. godine i 2018.godine

	<b>Dolasci 2010</b>	<b>Noćenja 2010</b>	<b>Dolasci 2018</b>	<b>Noćenja 2018</b>
<b>Ukupno strani turisti</b>	165.836	1.143.980	228.550	1.409.678
<b>Ukupno domaći turisti</b>	7.623	31.980	13.553	42.269
<b>Sveukupno</b>	<b>173.459</b>	<b>1.175.960</b>	<b>242.103.</b>	<b>1.341.976</b>

Izvor: obrada autora prema podacima Turističke zajednice grada Labina

Iz tablice se može očitati da prevladavaju noćenja ostvarena od strane stranih turista i to 1.143.980 ostvarenih u 2010. godini i 1.409.678 u 2018 godini, dok su domaći ostvarili svega 31.980 dolazaka u 2010.godini i 42.269 u 2018.godini. U 2010.godini strani su turisti ostvarili 96, 8% udjela u ukupnim noćenjima, dok su domaći 3,23% , a u 2018.godini strani su gosti ostvarili 97,09% , a domaći 2,91%. Također broj dolazaka i noćenja turista od 2010. godine do 2018.godine se povećao. Najviše turista dolazi iz Europe točnije, Njemačke, zatim Austrije, Ujedinjenog kraljevstva, Italije, Slovenije, Češke, Nizozemske, a najmanje iz Azije.

Tablica 3. Dolasci i noćenja po dobnoj strukturi 2018.godine

<b>Turist Starost</b>	<b>Broj noćenja</b>	<b>Broj dolazaka</b>
<b>0-5</b>	116.252	17.512
<b>6-11</b>	139.964	20.403
<b>12-17</b>	114.549	17.006
<b>18-24</b>	68.025	11.525
<b>25-34</b>	149.519	27.527
<b>35-44</b>	252.509	42.316
<b>45-54</b>	221.427	38.247
<b>55-64</b>	170.657	30.434
<b>65-120</b>	219.062	37.149
<b>Ukupno</b>	<b>1.451.964</b>	<b>242.119</b>

Izvor: obrada autora prema podacima Turističke zajednice grada Labina

U tablici 3. može se vidjeti da u Grad Labin najviše turista dolazi u dobi od 35-44 godina i to njih , 252.508 , a najmanje u dobi od 18 do 24 godine. Razlog tome je što ponuda grada Labina i Rapca je više usmjerena na obitelji s djecom i na osobe starije dobi nego li za mlade ljude.

#### 4. TURISTIČKA PONUDA GRADA LABINA

U sljedećem dijelu završnog rada opisati će se i navesti sva kulturno povijesna i prirodna baština grada te razna događanja i festivali koji se održavaju tijekom sezone ali i izvan nje, također što grad Labin nudi posjetiteljima od sporta i rekreacije.

##### 4.1. Kulturno povijesna baština Grada Labina

Može se svakako reći da je kulturno povijesna baština grada Labina vrlo bogata. Ima dugu povijest industrijske i rudne baštine, starogradska jezgra obiluje mnogim palačama, malim crkvama, muzejom, zbirkama, galerijama što privlači turiste. U ovom se poglavlju navodi što sve Labin nudi a dio je kulturnog turizma.

##### 4.1.1. Industrijska i rudna baština

Može se svakako reći da je rudarstvo najznačajnija gospodarska grana u povijesti grada Labina. Imalo je ključnu ulogu u razvoju i stvaranju identiteta Labinštine a i samog grada, te je prenamjena rudarske baštine u kulturno, turističko i gospodarske namjene prilika da se iskoristi ova vrijedna baština za daljnji gospodarski razvoj. Stoga su osnovani projekti revalorizacije rudarske baštine „Kova“ i „Minher“. Faza projekta „Kova“ je trenutno u pripremi i odnosi se na rudarski kompleks na Pijacalu, točnije na prenamjenu rudarskih kupatila u višenamjensku dvoranu, dječje igraonice, ugostiteljske sadržaje, galerije i dr., na rekonstrukciju i sanaciju izvoznog tornja sa ugradnjom novog lifta za spuštanje u dvoranu te na uređenje podzemnih hodnika Labin, Raša, Rabac sa atraktivnim sadržajima u dužini od otprilike 6,5 km. Realiziranjem ovoga projekta ostvariti će se razni znanstveni, kulturni, obrazovni i turistički sadržaji koji će biti zanimljiv turističkim posjetiteljima ali i za građane Labinštine.

Projekt Minher „Rudarsko nasljeđe – generator gospodarskog, turističkog i kulturnog razvoja“ se provodio od srpnja 2013. do rujna 2014. godine te je zamišljen kao mreža gradova sa zajedničkom poveznicom – rudarsko nasljeđe. S tim projektom Labin je želio razvijati suradnju u namjeri da se ostvare i unaprijede međusobni odnosi partnera u projektu temeljeni na zajedničkoj povijesti s osvrtnom na obnovu i valorizaciju industrijske baštine te općenito naselja povezanih s iskopnom djelatnošću. Projektom se nastoji izgraditi koncept kulturno gospodarsko turističkog proizvoda čija je svrha promocija kulturno turističkih znamenitosti i pokretanje novih gospodarskih djelatnosti. Projektom MINHER provedene su aktivnosti kroz 5 događaja u 5 različitim zemalja: Italija, Slovenija, Hrvatska, Poljska i Bosna i Hercegovina koja su



predstavili svoja iskustva, izazove vezane za očuvanje rudarske baštine te promociju kulturnih znamenitosti. (<http://www.minher.eu/> , 2019.)

U Narodnom muzeju Labina može se vidjeti stalni postav rudarstva koji prikazuje gotovo četiristoljetnu labinsku rudarsku povijest. Nalazi se u prizemnome i podrumskom dijelu muzejske zgrade, između 1961. i 1964.godine. Nastoji se što bolje prikazati rudnik uz pomoć predmeta koji su nekoć koristili u rudarstvu te imitacijom hodnika dugog 150 metara. Prikaz obuhvaća karakteristična obilježja rudnika, prugu, vagonete, različite vrste podgrada, alate, transportnu traku, različite naprave i opremu. Ovaj je dio Narodnog muzeja najzanimljiviji posjetiteljima osobito djeci. Posljednjih se deset godina posjećenost muzeja povećala. Muzej je 2018.godine posjetilo 21734 ljudi što je 5000 više nego 2007.godine kada ga je posjetilo 16430 ljudi. ( <http://www.mdc.hr/> , 2019.)

#### 4.1.2. Starogradska jezgra

Povijesna je jezgra grada Labina bila u nekada u četvrti Gorica, oko župne crkve. Širenjem grada nastala je četvrt Dolica, opasana zidinama u 16.st., a 1578. su izgrađena gradska vrata sv.Flora. izvan zidina se razvio gradski trg s ložom. U zgusnutom gradskom tkivu, sa sačuvanim srednjovjekovnim ulicama sačuvan je također niz gradskih renesansnih i baroknih palača te niz srednjovjekovnih renesansnih i baroknih crkava. Neke od palača jesu pretorska palača i Palača Scampicchio, palača Battiala-Lazzarini, palača Franković-Vlačić u kojoj je i ujedno smještena Zbirka Matije Vlačića Ilirika, Manzin te Negri. Od crkava svakako su najprivlačnije turistima crkva Rođenja Blažene Djevice Marije, crkva sv. Justa te crkva sv.Marije Magdalene. (<https://www.istra.hr/hr>, 2019.)

#### 4.1.3. Mediteranski kiparski simpozij

Na stanciji Dubrova nedaleko od Labina, koja je pripadala obitelji Lazzarini, početkom sedamdesetih godina proteklog stoljeća pokrenut je Mediteranski kiparski simpozij, na kojem do tad sudjeluju poznati majstori dlijeta i čekića iz Hrvatske, ali i drugih zemalja. Od prvog simpozija održano 1970.godine u čast obilježavanja 50.obljetnice Labinske republike do danas održano je 41 simpozija te je do danas nastalo je osamdesetak radova u kamenu od 90 vrsnih kipara većinom iz Hrvatske ali i iz Austrije, Slovenije, SAD-a, Makedonije, Japana Velike Britanije i još drugih zemalja. Posebna je atrakcija ovoga parka Bijela cesta, projekt

akadenskog slikara i kipara Josipa Diminića, nastala od 14 dionica i isto toliko umjetničkih intervencija u kamenu hrvatskih i svjetskih kipara. Park Dubrova otvoren je svima, slučajnim prolaznicima, poklonicima prirode, ljepote, tišine, meditacije. Gotovo pet desetljeća glasi kao jedna od najuglednijih i najznačajnijih pozicija u svijetu u suvremene skulpture na otvorenom. (<http://www.labin.hr/>, , 2019.) No ipak nije dovoljno promovirana među posjetiteljima Labina, potrebno je više ulagati u promocijske aktivnosti jer bi se moglo puno sadržaja i aktivnosti unijeti kao npr. mogle bi se voditi kiparske, keramičarske, kiparske i slikarske radionice i tečajevi.

#### 4.1.4. Zbirka Matije Vlačića Ilirika

Memorijalna zbirka Matije Vlačića Ilirika otvoren je 1975. u Labinu, u zgradi Franovich na prvom katu, u organizaciji Narodnog muzeja Labin i Skupštine Općine Labin. Na panoima u muzeju izložene su fotografije i tekstovi koji kronološki prikazuju životni put Matije Vlačića Ilirika i njegovo teološko, znanstveno i svekoliko drugo djelovanje. U sklopu zbirke nalazi se interaktivni punkt na kojem posjetitelji mogu potražiti dodatne informacije o Vlačiću, na četiri jezika, a osmišljen je kao svojevrsna replika web stranica Zbirke. (<https://www.rabac-labin.com/hr> , 2019.

## 4.2. Prirodna baština

Ukupan udio zaštićene prirodne baštine iznosi 36,85% od ukupne površine Grada. Pejzaž Labina je jedan od bitnih odrednica za daljnje korištenje njegova prostora. Široki i daleki vidici, otvorenost i sagledivost cijelog prostora, vrlo veliki prirodni i kultivirani prostor daje posebnu vrijednost za afirmaciju prostora kao izuzetne turističke destinacije, ali i kao kvalitete za daljnji životni okvir. Prostornim planom uređenja Grada Labina određena su zaštićena područja prirodne baštine. Posebno su vrijedna područja koja su zaštićena temeljem Zakona o zaštiti prirode, a to su u kategoriji značajnih krajobrazu: područje Labin-Rabac-Prklog i u kategoriji spomenika parkovne arhitekture dvije glicinije u Labinu. Grad Labina svoju prirodnu i bogatu raznolikost prikazuje i kroz druge vrijedne rezervate, značajne krajobrazne cjeline, kultivirane krajobraze, vidikovce i ostalo.

### 4.2.1. Značajni krajobraz Labin – Rabac – Prklog

Zaštićeno je od 1973. godine. Ovo područje sadrži bogate i vrlo vrijedne osobine. Obalnu zonu

krase uvale među kojima je najveća i najzanimljivija Rabac i uvala Prklog. Poput mnogih istarskih gradova Labin nalazi se na povišenom, dominantnom položaju, posebno lijepih vizura. Također vegetacija toga područja je neobično značajna. Posebno se to odnosi na obalni pojas između Rabačke uvale i rta Sv. Jurja. Malo gdje duž naše obale se mogu naći lijepe i bogate sastojine crnike kao i ovdje, te također borove šume i travnjačke površine. U priobalnom području nalaze se rijetke i zanimljive biljne zajednice te neke ugrožene biljne vrste. (Strategija razvoja Grada Labina, 2019.)

#### 4.2.2. Botanički spomenik prirode Dva stabla Glicinije u Labinu

U starom gradu Labinu nalaze se dvije penjačice, kineske glicinije koje se mogu smatrati i stablima po svojim velikim dimenzijama. Na njima su zabranjeni bilo kakvi zahvati i radnje koje bi naštetilo ili uništilo stabla. Proglašene su zaštićenim 1972.godine. ( Strategija razvoja grada Labina 2019.)

#### 4.3.Festivali i događanja

Grad Labin, to jest područje Labinštine, obiluje raznim festivalima i događajima kroz cijelu godinu te se svake godine organiziraju neka nova događanja. Primjerice u 4.mjesecu 2019. godine održan je 1. Festival industrijske baštine i simpozij Revitalizacija industrijske baštine kroz turizam. To je nova kulturno turistička manifestacija koja će se održavati svake godine u partnerskim gradovima te će se putem kulturnih događanja stvoriti veza industrijske baštine i kreativne inspiracije. Pomoću raznih stručnjaka na simpoziju pokušat će se naći način kako i kroz koje aktivnosti i događaje predstaviti industrijsku baštinu turistima. Također jedan od novijih festivala i događaja je Tradicijski sajam glazbe, plesova, odjeće, hrane, pića i običaja Labinštine s ciljem da labinske ali i starije generacije te turiste upoznaju s lokalnom materijalnom baštinom ali i da se podigne svijest svih o nužnosti njezina očuvanja, promidžbe kao i kulturno turističke valorizacije.

Neka od najposjećenijih događanja grada Labina jesu:

- Labin art republika – stari grad Labin je tijekom ljeta, točnije tijekom mjeseca srpnja i kolovoza, velika pozornica na otvorenom na kojoj se izmjenjuju glazbenici, pjevači, glumci, slikari, zabavljači i umjetnici. Ovaj projekt traje već 17 godina te donosi

četrdesetak kulturnih događanja raspoređenih u dva najtoplija mjeseca. Labin art republika otvara se na gradskoj fešti Petrova, te nakon toga slijede mnoštvo programa ispunjenim kulturom, koncertima, izložbama, festivalima maslinovoga ulja, predstavama i slično. Svakog se utorka održava noćni razgled starog grada gdje su vodiči u povijesnim kostimima te grupama turista pokazuju grad pričajući legende na 3 svjetska jezika.

- Festival kvarnerskog škampa – to je gastro manifestacija na kojoj ugostitelji iz Labina kuhaju jela od kvarnerskog škampa ulovljenog od strane lokalnih ribara. Uz morske delicije posjetitelji mogu kušati vina nagrađivanih vinara sa područja Labinštine. Ta je manifestacija postala vrlo popularna u Istri i Kvarneru a i šire, u svega 4 godine održavanja. Doprinosi prepoznatljivosti gastronomije Rapca i Labina te razvijanju specifičnog oblika turizma, gastronomskog.
- Jedriličarske regate – u organizaciji Jedriličarskog kluba Kvarner Rabac i Grada Labine te Turističke zajednice Grada Labina, svake se godine održavaju međunarodne jedriličarske regate u svibnju i rujnu. Pohađaju ih preko 180 sudionika iz Hrvatske i Europe. Regata koja se održava u svibnju naziva se Labinska republika je jedna od najposjećenijih regata u Istri i Kvarneru te je i turistička atrakcija kojom se promovira jedrenje. Regata se održava u spomen rudara koji su rabačkom žičarom Teleferikom nosili boksit iz ugljenokopa do mora. Druga regata koja se održava u rujnu naziva se Rabačka regata. Prva regata održala se 1973.godine kada je bila jedna od najpopularnijih regata za klasu Optimist. Sudionici ove regate dolaze iz raznih klubova od Slovenije i Hrvatske. (<http://www.jkkvarner.hr/>, 2019.)
- Legendfest – ovaj se događaj ne održava u gradu Labinu, nego u njegovoj blizini, općini Pićan. To je događaj tijekom kojeg se prepričavaju istarske legende u prigodnim kostimima te se održavaju i koncerti. Vrlo je popularan i zanimljiv stranim turistima a pogotovo djeci. (<https://www.rabac-labin.com/hr>, 2019.)

Može se zaključiti da se većina manifestacija i događanja održavaju u ljetnim mjesecima ili u proljeće. Kako bi grad Labin postao konkurentniji i te kako bi produžio sezonu turizma potrebno je poraditi na tome da se manifestacije, događaji i festivali održavaju i tokom zime.

#### 4.4.Sport i rekreacija

Od sporta i rekreacija Labin ima u turističkoj ponudi mnoštvo sadržaja kao na primjer kajakarenje na moru, ronjenje, jahanje, ribolov, planinarenje, *stand up paddling* te jedrenje. Jedno od najrazvijenijih sportova je svakako i biciklizam što pokazuju podaci da na području Labinštine se nalazi ukupno osam biciklističkih staza u ukupnoj duljini od 240 km. Najduža biciklistička staza je staza Liburnija, 71 km, koja će posjetitelje upoznati sa labinskom povijesti rudarstva i Rašom, najmlađim istarskim gradićem, zatim slijedi staza Istarski razvod ( 55 km) koja je posvećena jednom od najvažnijih srednjovjekovnih dokumenata pronađenom u Kršanu. Staza Teran, duga 46 km, je nazvana u čast istoimenog istarskog vina, staza Bistooka Lucija duga 36 km priča legendu o sv.Luciji na Skitači. Od ostalih staza atraktivne su još staza Arsia, *Downhill Marina* te *Albona*. Također Valamar u Rapcu organizira posljednjih nekoliko godina trku *Terra Magica* koja je postavila Istru na vrh brdskog biciklizma te u kojoj sudjeluju gosti iz čitave Europe a i svijeta što doprinosi razvitku i populariziranju ovakvog vrsta turizma. Trka *Terra Magica* započela je najprije u okolici grada Poreča, a zadnjih pet godina se održava u Rapcu. Grad Labin teži tome da se profilira kao vodeća i vrhunska *bike* destinacija u Istri. (<http://5portal.hr/index.php>, 2019.) Isto tako destinacije Rabac i Labin nalaze se u etapi utrke *Tour of Croatia* koja je vrlo promovirana u svijetu putem televizijskih kanala, društvenih mreža i drugo. (<https://www.valamar.com/hr/> , 2019.)

Posljednjih su nekoliko godina vrlo popularne među posjetiteljima šetnice i pješačke staze. Staza sv. Flora u selu Kranjci kraj Labina napravljena je 2013.godine u suradnji sa Turističkom zajednicom grada Labina. Crkva sv. Flora nalazi se na listi zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske te je jedna od najljepših istarskih romaničkih crkava. Sentonina staza proteže se od Labina do uvale Maslinica u Rabačkom zaljevu. Duga je skoro dva i pol kilometara s blagim usponom odnosno silazom budući da se stazom može pješaćiti u oba smjera. Pogodna je za sve uzraste i osobe u normalnoj fizičkoj kondiciji. Staza obiluje potocićima i brzacima, no najveće atrakcije su svakako višemetarski slapovi. Ostale pješačke staze jesu Staza Svetica koja priča priču o važnosti utjecaju žena u svakodnevnom životu Labinštine, zatim šetnica Skrivenih čari, turističko poučna staza Kadulje koja vodi od Skitace do vrha Orlić s kojeg se može vidjeti obronci ljekovite kadulje i mnoge druge. Što se tiče prirodnih atrakcija grad Labin ima mnogo toga za ponuditi no mora znati na dobar način to i promovirati i prezentirati.

## 5. SMJERNICE I MOGUĆNOST DALJNJEG RAZVOJA TURIZMA GRADA LABINA

Grad Labin želi, kao većina turističkih destinacija, ostvariti ciljeve poput prepoznatljivosti i konkurentnosti na tržištu kako bi bila uspješna. U sljedećem se poglavlju navodi koje su ciljevi i mjere grada Labina kako bi poboljšao svoje mjesto na turističkom tržištu te koje se sve vrste specifičnih oblika turizma može razviti.

### 5.1. Upravljanje turističkom destinacijom

Pod turističkom destinacijom podrazumijevamo užu ili širu prostorno cjelovitu obuhvaćenu jedinicu čiji turistički proizvod kao rezultat izvorne i izvedene turističke ponude ima potencijalnu ili stvarnu turističku utrživost. S obzirom na kompleksnost društvenih sustava, pa tako i turizma te brojne vanjske i unutarnje okolnosti koje utječu na njegov rast i razvoj, sustav može normalno funkcionirati jedino ako se njime upravlja. Upravljanje se može definirati kao proces oblikovanja i održavanja okruženja u kojem pojedinci, radeći zajedno u skupinama efikasno ostvaruju željene ciljeve. (Petrić, 2011.)

Osnovna razlika u procesu upravljanja poduzećima i destinacijom proizlazi iz samih ciljeva tih sustava. Tako je primjerice osnovni cilj poduzeću profit dok širi i kompleksniji sustavi imaju i kompleksnije ciljeve.

Svrha upravljanja turističkom destinacijom je prije svega stvoriti prikladno okruženje za razvoj turizma u destinaciji a to podrazumijeva planiranje razvoja u prostoru, razvijanje potrebnih ljudskih resursa odnosno kadrova, razvoj tehnologija, podršku razvoju srodnih industrija te razvoj destinacijskih proizvoda. Zatim vrlo je bitna pomoć marketinga koji bi trebao privući posjetitelje u destinaciju i to promocijom, raznim kampanjama, razvojem informacijskih službi, unaprjeđenjem bukinga, i poboljšanjem odnosa s kupcima. Potrebno je svakako podići kvalitetu doživljaja posjetitelja u destinaciji nizom operativnih aktivnosti kao što su poboljšanje segmenata destinacijskog proizvoda, razvojem manifestacija i upravljanjem atrakcija, obukom, poslovnim savjetovanjem te istraživanjem.

U ispunjenju svih ciljeva upravljanja turističkom destinacijom sudjeluju mnogo dionika a to su:

- Nacionalne i regionalne vlade
- Prijevoznici
- Razvojne agencije

- Lokalne vlasti
- Organizacije u kulturi
- Ugostiteljstvo
- Mediji
- Lokalna turistička sponzorstva
- Obrazovne ustanove
- Lokalno stanovništvo
- I dr.

Među svim navedenim dionicima potrebno je uspostaviti suradnju i koordinaciju, razvojne strategije, izradu dokumenata ali i sudjelovanje u promocije destinacije. (Petrić, 2019.)

Razvoj turizma u destinaciji je duboko ukorijenjen u lokalnu zajednicu. Treba istaknuti da ljudi koji žive u lokalnoj zajednici čine zapravo osnovni sastojak turističkog proizvoda. Oni su ti koji svojom kulturom, znanjem, ljubaznošću, i mnogim drugim obilježjima daju destinaciji specifična razlikovna obilježja odnosno identitet. (Križman Pavlović, 2008.)

Također za budući razvoj turističke destinacije vrlo je bitno poraditi na unaprjeđenju imidža destinacije te njenoj promociji. Značaj imidža turističke destinacije višestruko utječe na ponašanje turista. Prvo utječe na izbor turističke destinacije. Naime turisti obično raspoložu ograničenim znanjem o turističkoj destinaciji koju namjeravaju posjetiti pa je destinacija s jačim i prepoznatljivim imidžem češće birana za odredište putovanja. Drugo imidž utječe na poslijekupovno ponašanje turista tj.zadovoljstvo turista i njihovu namjeru da ponovno posjete turističku destinaciju. ( Križman Pavlović, 2008.)

## 5.2.Razvoj turističke destinacije

Očitovanju o misiji turizma neke destinacije moraju ići u prilog ciljevi, smjernice i strategije da bi ista mogla ostvariti svoje ambicije za budućnost. Ciljevi su široka očitovanja o nakani koja ističe očitovanje o misiji. Veza između ciljeva destinacije i poslovnih subjekata može se vidjeti u puno planova turističkog razvoja a većinom su to: razvijanje infrastrukture, osiguranje primjerenog tipa razvoja, stvaranje novog razvojnog programa te optimizacija zadovoljstva posjetitelja. ( Magaš, 2008.)

Ciljevi razvoja grada Labina sukladno Strategiji razvoja turizma jesu:

- 1) Povećanje gospodarske konkurentnosti
- 2) Razvoj ljudskih resursa i visoka kvaliteta života

- 3) Jačanje infrastrukture, zaštite okoliša i održivog upravljanja prostorom i resursima
- 4) Jačanje labinskog identiteta i prepoznatljivosti

Svaki ovaj strateški cilj ima svoje razvojne mjere i prioritete kao npr. mjere povećanja gospodarske konkurentnosti jesu poboljšati poduzetničku strukturu, stvoriti izvrsnu poslovnu klimu za razvoj poduzetništva te poboljšanje kvalitete turističke destinacije Labina. Grad Labin nastoji podići kvalitetu poduzetničkog okruženja te povećati atraktivnost grada za poduzetnička ulaganja novih poduzetnika te želi unaprijediti sustav podrške za snažniji razvoj poduzetničkih aktivnosti. Labin teži povećanju turističke atraktivnosti i nastoji osnažiti sudjelovanje turizma u ukupnom gospodarstvu Grada jer je karakteristično za područje Grada Labina nedovoljno sudjelovanje turizma u ukupnoj gospodarskoj strukturi Grada. Mjere su usmjerene na jačanje turističke i prometne infrastrukture, jačanje kvalitete destinacije, produljenja turističke sezone i razvoja selektivnih oblika turizma. Razvojni prioriteti za razvoj ljudskih resursa jesu poboljšanje zdravstvenih usluga, ulaganje u obrazovanje i poboljšanje obrazovne strukture stanovnika, smanjenje nezaposlenosti, smanjivanje iseljavanja mladih i obrazovanih, povećanje socijalne uključenosti građana te razvoj sporta. Što se tiče jačanja infrastrukture u gradu Labinu potrebno je unaprijediti infrastrukturnu opremljenost ruralnih područja, povećati efikasnost upravljanja održivim razvojem te najbitnije od svega održivo upravljati kulturnom i prirodnom baštinom. Gradu je Labinu potrebno rekonstrukcija i sanacija objekata kulturne baštine kao npr. sanacija palače Franković-Vlačić u kojoj se nalazi zbirka Matije Vlačića Ilirika, crkve svetog Kuzme i Damjana. Cilj prioriteta razvoja materijalne i nematerijalne vrijednosti kulturne baštine je osigurati kontinuiran i uspješan razvoj materijalne vrijednosti kulturne baštine na području Grada Labin i tako pridonijeti jačanju, očuvanju i razvoju labinskoga identiteta i njegove prepoznatljivosti. Ti će se ciljevi ostvariti provedbom raznih projekata i aktivnosti valoriziranja kulturne baštine, podizanjem svijesti o važnosti kulturne baštine, stvaranjem i širenjem javnih prostora, trgova, šetnica gradu Labinu te uključivanjem lokalne zajednice u projekte i aktivnosti. Također vrlo je važno razviti multikulturalizam na području grada Labina i Rapca to jest osnažiti interkulturalni odgoj na svim razinama te poboljšati rad institucija i udruga nacionalnih manjina. ( Strategija razvoja grada Labina, 2019.)

Stari turizam u Gradu Labinu činile su turistička industrija i atrakcije bez dodatnog iskustva i stvaranja doživljaja a neke karakteristike koji su ga obilježavali su masovna kretanja turista te putovanja radi sunca, mora i dokolica.



Novi turizam čine:

- Iskustvo
- Emocije
- Doživljaji
- Potrošači u fokusu interesa turističke ponude
- Priča ( Strategija održivog razvoja turizma grada Labina, 2019.)

### 5.3.Razvoj selektivnih oblika turizma u gradu Labinu

Grad Labin ima mnogo potencijala za razvoj selektivnih oblika turizma koji bi mogli privlačiti veliki broj turista u budućnosti. Pod pojmom specifičnih oblika turizma podrazumijevaju se putovanja čiji je primarni razlog ili cilj ostvarenje nekog posebnog interesiranja i uživanja u njemu, a to može hobi, fizička aktivnost, određena tema ili vrsta destinacije to jest atrakcije.( Rabotić, 2013.)

Svakako jedan od selektivnih oblika turizma koji ima veliki potencijal za daljnji razvoj je kulturni turizam. Kulturni turizam u fokus stavlja kulturne atrakcije i aktivnosti kao glavni motiv turističkog putovanja. Dobro je razviti ovaj oblik turizma jer često prihodi od kulturnog turizma koriste za zaštitu i obnavljanje kulturno povijesne baštine. ( Dujmović, 2014.) U Gradu Labinu ima mnogo kulturno povijesne baštine no ona nije dovoljna za razvoj ovog oblika turizma. Potrebno je još više proširiti ponudu organiziranjem raznih manifestacija, kulturnih programa, predstava. Isto tako trebalo bi produžiti sezonu kako bi turisti posjećivali kulturne znamenitosti tijekom cijele godine.

Također u posljednjih se nekoliko godina razvio biciklistički turizam za koji se očekuje da će se povećati u budućnosti. Potrebno je osmisliti što više biciklističkih staza koje bi posjetiteljima pružile poseban doživljaj. Gradu Labinu se cilj probiti na tržištu kao bike destinacija te ulaže mnogo u taj oblik turizma.

Jedan od oblika turizma koji ima mnogo potencijala za daljnji i uspješniji razvoj je gastronomski i vinski turizam. Taj oblik turizma podrazumijeva posjetu destinaciji čiji je primarni cilj konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremanju jela, kupovinu proizvoda u vezi s hranom kao i pohađanje tečajeva kuhanja. (Rabotić, 2013) Može se reći da je u Istri ovaj oblik turizma i najrazvijeniji. Sve se više festivala i manifestacije održavaju u Labinu i okolici na

kojima se nude istarski specijaliteti i istarska vina. Takvih događanja treba biti što više tijekom cijele godine kako bi se privuklo i domaće ali i strane turiste. Već se održavaju manifestacije Festival kvarnerskog škampa u Rapcu, smotra vina u Gračišću u blizini Labina, smotra vina Skitača i mnogi drugi. Etno gastronomski turizam ima puno potencijala za razvoj u Gradu Labinu.

## 6. SWOT ANALIZA TURIZMA GRADA LABINA

Analiza situacije odnosno stanja podrazumijeva tzv. SWOT analizu u kojoj je destinacijskoj turističkoj organizaciji zadatak da ustanovi koji su unutarnji resursi, odnosno snage i slabosti destinacije u razvojnom smislu, prijetnje i mogućnosti iz okruženja koje se mogu pozitivno ili negativno odraziti na njenu uspješnost. Da bi turistička destinacija to ostvarila mora istražiti okolnosti u okruženju, aktualne konkurente, trenutnu situaciju na tržištu te atrakcijske i razvojne resurse kojima raspolaže. Akronim SWOT dolazi od početnih slova engleskih riječi *Strengths* – snage, *Weaknesses* – slabosti, *Opportunities* – mogućnosti i *Threats* – prijetnje. Tablica SWOT analize, s jedne strane objedinjuje elemente na koje destinacija svojim aktivnostima može utjecati kao na primjer rješavanje slabosti odnosno unutarnjih problema ili jačanju snaga, a s druge strane se nalaze prijetnje i mogućnosti na koje destinacija ne može utjecati, već ih prihvaćati kao veličine koje vrše utjecaj na njezina razvojna nastojanja.

Često se u SWOT analizama u snage ubraja postojanje povoljnog geografskog položaja i klime te iznimnih prirodnih atrakcija, iako je riječ o prirodnim datostima na koje destinacija ne može utjecati. Budući da se ti elementi smatraju osnovnim komparativnim prednostima destinacije, nije ih pogrešno smatrati ih i njenim unutarnjim snagama. (Petrić, 2011.)

U dole navedenoj tablici prikazana je SWOT analiza grada Labina kako bi se uvidjele snage u turističkoj destinaciji odnosno koje se sve prilike gradu Labinu pružaju kako bi imao što bolji turizam, te slabosti i prijetnje koje se nalaze u razvoju turizma a potrebno ih je poboljšati kako bi se ostvario željeni cilj.

Tablica 4. SWOT analiza grada Labina kao turističke destinacije

<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Povoljan geografski položaj – blizina međunarodne zračne luke (Pula), blizina Jadranskog mora te blizina emitivnih tržišta</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kulturno povijesno naslijeđe nije dovoljno iskorišteno za razvoj turizma</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Povoljni klimatski uvjeti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nedovoljno uređeni smještajni kapaciteti</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bogatstvo prirodnih resursa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nedovoljno razvijena turistička ponuda</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Prostorni i prometni položaj grada Labina za razvoj turizma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Neiskorištenost selektivnih oblika turizma</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Čistoća mora i plaža ( Plave zastave na plažama u Rapcu)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak autohtonih proizvoda odnosno ponude</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Očuvana bogata materijalna i nematerijalna kulturna baština</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljna ulaganja u promocijske aktivnosti</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Višegodišnji rast turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neadekvatna mikroinfrastruktura ( parkirna mjesta)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobro očuvano prirodna i kulturna baština</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljno iskorišten potencijal za razvoj eko turizma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Očuvano kulturno povijesno naslijeđe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neravnoteža popunjenosti različitih vrsta smještajnih jedinica (hoteli i kućanstva)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrlo dobra struktura smještajnih jedinica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visoka stopa nezaposlenosti</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sigurnost destinacije</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konstantna ulaganja u uređenje mjesta</li> </ul>	
<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zainteresiranost turističkog tržišta za razvoj raznih oblika turizma ( ekoturizam, kulturni turizam, zdravstveni i <i>wellness</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stanje na svjetskom turističkom tržištu</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korištenje sredstva iz EU fondova za valorizaciju rudarske baštine za potrebe turističkog rasta i razvoja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gubitak identiteta (kulturnog i istarskog)</li> <li>• Prenapučenost destinacije</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korištenje nacionalnih programa za produljenje sezone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porast destinacija sa specifičnom ponudom</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revitalizacija starogradske jezgre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Masovni“ pristup u pružanju turističkih usluga</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vođenje računa o 6E konceptu( <i>Entertainment, Excitement, Environment, Education, Exploration</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cjenovno podcjenjivanje ili precjenjivanje</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veći fokus na e-marketing</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj turizma u smjeru održivog razvoja</li> </ul>	

Izvor: obrada autora prema podacima iz Strategije razvoja grada Labina 2016. – 2020.

Jedna od snaga Labina je definitivno njegov povoljan geografski položaj, blizu je međunarodne luke Pula te emitivnih tržišta kao što su Austrija, Italija, Njemačka i slično. U svojoj blizini ima Jadransko more što je i jedan od glavnih razloga dolaska turista u Hrvatsku. Kao što je prije u radu navedeno, Labin ima povoljne klimatske uvjete, bogatstvo prirodnih ali neiskorištenih resursa. Jedna od važnih snaga je također čistoća mora i plaža koje su nagrađene Plavom zastavom. Plava zastava je međunarodna ekološka nagrada te je usmjerena zaštiti prirodnog okoliša priobalja. U Labinu se nalazi bogata i nematerijalna kulturna baština te je dobro očuvana prirodna i kulturna baština i kulturno povijesno nasljeđe što predstavlja veliku prednost za jedan takav mali grad, snaga je također što se svake godine bilježi rast turizma. Grad Labin je sigurna destinacija i turisti se mogu osjećati ugodno i mirno boraviti u njoj.

Što se tiče slabosti, na njima treba poraditi i smanjiti. Jedna od slabosti je svakako nedovoljno iskorišteno kulturno povijesno nasljeđe za razvoj turizma što dovodi do slabog razvoja specifičnog oblika turizma. Treba poraditi i na uređenju smještajnih kapaciteta ali i na turističkoj ponudi to jest na ponudi autohtonih proizvoda. Jedna od važnijih slabosti što svakako treba uzeti u obzir jer nedostatak parkirnih mjesta što se prikazuje kao vrlo negativna i loša slika stranim gostima. Potrebno je povećati broj parkirnih mjesta u Labinu a pogotovo u Rapcu tijekom najveće sezone. Jedna od slabosti turizma grada Labine je neravnoteža popunjenosti smještajnih kapaciteta (hoteli i kućanstva), te visoka stopa nezaposlenosti.

Prilike Grada Labina su zainteresiranost tržišta za razvoj raznih oblika turizma kao što su ekoturizam, kulturni turizam i dr. Kao jedna od dobrih prilika je korištenje sredstva iz EU fondova za valorizaciju rudarstva za potrebe turističke ponude te korištenje raznih nacionalnih programa za produljenje turističke sezone. Potrebno je poraditi što više na promociji odnosno veći fokus staviti na e- marketing. Također bilo bi dobro usmjeriti daljnji razvoj turizma u smjeru održivog razvoja.

Prijetnje grada Labina jesu strah od odlaska mladih i obrazovanih ljudi u druge razvijenije države jer u posljednje vrijeme mladi traže bolju budućnost van Hrvatske. Vrlo važno uzeti u obzir da ne bi došlo do prenapučenosti destinacije i gubitka kulturnog i istarskog identiteta te masovnog pristupa u pružanju usluga.

Iz SWOT analize se zaključuje kako Labin ima puno snaga koje može iskoristiti na turističkom tržištu te postati konkurentnija destinacija nego što je. To može u napraviti uz pomoć prilika. Može se reći da Labin ima mnogo neiskorištenog potencijala te da je potrebna dobra osmišljena strategija kako bi se to promijenilo i poboljšalo.

## 7. ZAKLJUČAK

Na kraju se može zaključiti da grad Labin sa okolicom ima mnogo bogatu turističku ponudu, samo što nije iskorištena ni promovirana na pravilan način. Kako bi grad Labin ostao konkurentan, te zadržao dobru tržišnu poziciju treba konstantno ulagati u turističku ponudu te imidž destinacije. Također potrebno je u sezoni turizam više opredijeliti i na mlađe generacije, voditi računa o svim generacijama.

Za budući razvoj turizma, grad Labin mora iskoristiti svoje snage i prilike, te pokušati ukloniti prijetnje i slabosti kojih ima. Grad Labin ima uvelike potencijala za razvoj specifičnih oblika turizma no potrebno je to na pravi način iskoristiti to jest da lokalno stanovništvo, turističke zajednice i drugi zajedno sudjeluju u unaprjeđenju turističke ponude.

## 8. LITERATURA

### Knjige:

1. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., i sur., Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga Zagreb, 2011.
2. Dujmović M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014.
3. Križman Pavlović D., Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2008.
4. Magaš D., Destinacijski menadžment: Modeli i tehnike, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, 2008.
5. Milevoj M., Labin: Vodič, Mathias Flacius, 2010.,
6. Petrić L., Upravljanje turističkom destinacijom: Načela i prakse, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2011.
7. Pirjevec B., Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb, 1998.
8. Rabić B., Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2013.

### Internetske stranice:

1. Turistička zajednica Grada Labina i Rapca, <https://www.rabac-labin.com/hr>, pristup 20.7.2019.
2. Službena stranica grada Labina, <http://www.labin.hr/>, pristup 22.7.2019.
3. Službena stranica projekta Minher, <http://www.minher.eu/>, pristup 22.7.2019.
4. Hrvatski muzej i zbirke online, <http://hvm.mdc.hr/>, pristup 25.7.2019.
5. Muzejski dokumentacijski centar, <http://www.mdc.hr/>, pristup 25.7.2019.
6. Turistička zajednica Istre, <https://www.istra.hr/hr>, pristup 29.7.2019.
7. Valamar, <https://www.valamar.com/hr/>, pristup 26.7.2019.
8. 5portal, <http://5portal.hr/index.php>, pristup 1.8.2019.
9. Jedriličarski klub Kvarner, <http://www.jkkvarner.hr/>, pristup 2.8.2019.

### Online članci:

1. Strategija razvoja grada Labina 2016-2020, pristup 2.8.2019.
2. Strategija održivog razvoja turizma Grada Labina za razdoblje od 2016.-2020. pristup 4.8.2019.



Popis tablica:

Tablica 1. Dolasci i noćenja po vrstama smještaja 2017. i 2018.godine.....	8
Tablica 2. Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista 2010. godine i 2018.godine .....	9
Tablica 3. Dolasci i noćenja po dobnoj strukturi 2018.godine .....	10
Tablica 4. SWOT analiza grada Labina kao turističke destinacije .....	22