

# ZADOVOLJSTVO TURISTIČKIH GOSTIJU NA PODRUČJU ISTOČNE OBALE ISTRE

---

**Knapić, Elin**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:863601>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-14**



*Repository / Repozitorij:*

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



**VELEUČILIŠTE U RIJECI**

Elin Knapić

**ZADOVOLJSTVO TURISTIČKIH GOSTIJU NA  
PODRUČJU ISTOČNE OBALE ISTRE**

završni rad

Rijeka, 2023. godina.



# **VELEUČILIŠTE U RIJECI**

Poslovni odjel

Stručni prijediplomski studij Poduzetništvo

## **ZADOVOLJSTVO TURISTIČKIH GOSTIJU NA PODRUČJU ISTOČNE OBALE ISTRE**

završni rad

MENTOR

mr.sc. Marino Golob v.pred.

STUDENT

Elin Knapić

MBS: 2423000088/18

Rijeka, 2023. godina.

## SAŽETAK

Ovaj završni rad na temu *Zadovoljstva turističkih gostiju na području istočne obale Istre* prvenstveno je istraživački rad u kojem će se prezentirati rezultati anketnog upitnika provedenog na uzorku 100 ispitanika koji su na području Labina i Rapca, odnosno istočne Istre, boravili turistički. Upitnikom se uz demografske specifičnosti posjetitelja ispituje njihova dnevna potrošnja, zadovoljstvo smještajnim objektima, ugostiteljskim objektima, profesionalnošću turističkih djelatnika, a istovremeno se prikupljaju i podatci o stavu posjetitelja o popratnim sadržajima koji na ovom području nedostaju, kao i o vjerojatnosti da će ponovno posjetiti destinacije ili ih preporučiti drugim potencijalnim posjetiteljima.

Teorijski dio rada bavi se geografskim i socio-demografskim specifičnostima destinacije, posebnošću ponude u odnosu na druge dijelove Istre, te istovremeno pruža pregled kulturne i prirodne ponude koja je primarni razlog dolaska i boravka turista na ovom području.

**Ključne riječi:** *istočna Istra, turizam istočne Istre, zadovoljstvo turističkih posjetitelja*

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Predmet istraživanja .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Cilj i svrha istraživanja.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3. Metodologija istraživanja .....</b>	<b>2</b>
<b>2. ISTOČNA ISTRA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Geografske specifičnosti istočne Istre s naglaskom na Labin i Rabac .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2. Demografske karakteristike istočne Istre .....</b>	<b>5</b>
<b>2.3. Gospodarske karakteristike istočne Istre .....</b>	<b>6</b>
<b>3. TURISTIČKA PONUDA ISTOČNE ISTRE.....</b>	<b>8</b>
<b>3.1. Kulturna ponuda destinacije.....</b>	<b>8</b>
<b>3.2. Prirodna ponuda destinacije .....</b>	<b>9</b>
<b>3.3. Specifični oblici turizma izuzev kupališnog turizma, te postojeći kapaciteti za budući razvoj ponude .....</b>	<b>10</b>
<b>4. SMJEŠTAJNI I UGOSTITELJSKI OBJEKTI PODRUČJA .....</b>	<b>14</b>
<b>4.1. Smještajni kapaciteti i njihova struktura na području istočne Istre .....</b>	<b>14</b>
<b>4.2. Ugostiteljski objekti na području destinacije .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3. Udio autohtone ponude u ukupnoj smještajnoj i gastronomskoj, odnosno enološkoj ponudi.....</b>	<b>16</b>

<b>5.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE: analiza rezultata anketnog upitnika .....</b>	<b>18</b>
<b>5.1.</b>	<b>Demografski rezultati .....</b>	<b>18</b>
<b>5.2.</b>	<b>Zadovoljstvo boravkom .....</b>	<b>23</b>
<b>6.</b>	<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>37</b>
	<b>POPIS LITERATURE.....</b>	<b>38</b>
	<b>POPIS TABLICA I GRAFIKONA.....</b>	<b>41</b>
	<b>POPIS TABLICA .....</b>	<b>41</b>
	<b>POPIS GRAFIKONA .....</b>	<b>41</b>
	<b>POPIS SLIKA.....</b>	<b>42</b>

## 1. UVOD

Završni rad na temu *Zadovoljstvo turističkih gostiju na području istočne obale Istre* primarno je istraživački rad strukture i zadovoljstva gostiju koji su boravili na području istočne Istre jednokratno ili višekratno. S obzirom na činjenicu da se radi o manje naseljenom dijelu najvećeg hrvatskog poluotoka u usporedbi s njegovim zapadnim dijelom, stavovi turista o ponudi na predmetnoj destinaciji bili su predmetom manjeg broja istraživanja. Međutim, iako je koncentracija naselja, odnosno turističkih destinacija manje brojna u usporedbi sa zapadnim dijelom, ovaj dio Istre podjednako obiluje i prirodnom i kulturnom baštinom, kao i potrebnom infrastrukturom koja može zadovoljiti turiste koji je posjećuju motivirani različitim razlozima. Stoga su u radu opisane i karakteristike istočnoga dijela Istre, s naglaskom na područje pod ingerencijom TZ grada Labin – Rabac, a one podrazumijevaju demografske, geografske, klimatske, privredne i povijesne činjenice. Ujedno, istaknuta su i sva ona kulturna i prirodna bogatstva i baština, koji posjetitelje privlače na obilazak i na boravak u ovoj turističkoj destinaciji. Obrađena je i postojeća turistička infrastruktura, odnosno ponuda i kategorije smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih djelatnosti i ostalih popratnih turističkih sadržaja.

Čitava je Istra renomirana destinacija već duže vrijeme, a primarne asocijacije koje posjetitelji uz nju vežu nisu samo sunce i more, već i bogata gastronomska ponuda koja obiluje autohtonom ponudom, vrhunska enološka ponuda, te odolijevanje masovnoj gradnji čime su se očuvale izvorne vizure gradova i sela, kao i bogata ponuda zaštićenije kulturne materijalne i nematerijalne baštine koji su također jednim od glavnih motiva dolazaka turista u Istru. Iako Rovinj i Poreč dominiraju statistički prema broju turističkih dolazaka i boravaka, istočna obala posjeduje tu komparativnu prednost koja se temelji na odsustvu masovnosti i stoga je preferiraju oni posjetitelji koji traže drukčiji turistički doživljaj: mirniji ambijent, te odmor u dijelu poluotoka koji je specifičan zbog obilja zelenila, infrastrukture koja omogućuje bavljenje aktivnim turizmom, o čemu svjedoče rezultati provedenog istraživanja u kojem se pokazala tendencija ponovnog povratka na područje istočne Istre.



## **1.1.Predmet istraživanja**

Predmet ovog istraživanja primarno je stav turističkih gostiju prema postojećoj turističkoj ponudi, odnosno zadovoljstvo kako smještajnim jedinicama, tako i prema ugostiteljskoj ponudi, profesionalnosti i gostoprimstvu turističkih djelatnika. Istraživanjem su ujedno obuhvaćeni i stavovi turista naspram postojeće ponude i onom što joj nedostaje, razlog njihova dolaska, aranžman dolaska, kao i vjerojatnost da će se u destinaciju ponovno vratiti ili je pak preporučiti svojim poznanicima, prijateljima ili obitelji. Predmetom istraživanja je i demografska struktura posjetitelja koji na destinaciju dolaze i koji u njoj borave, kako s obzirom na spol, dob, platežnu moć te obrazovnu strukturu.

## **1.2.Cilj i svrha istraživanja**

Cilj ovog opsežnog istraživanja jeste realan uvid u zadovoljstvo gostiju pojedinim segmentima turističke ponude na području istočne Istre, ali i zadovoljstvo cjelokupnim boravkom. Prikupljeni rezultati bit će korisni indikatori o prednostima i nedostacima ponude u destinaciji, kao i uvid u dominantne skupine turista, što će biti pokazatelj u kojem smjeru je potrebno razvijati buduću turističku ponudu.

## **1.3.Metodologija istraživanja**

Upitnik je sačinjen od 19 pitanja podijeljenih u nekoliko tematskih cjelina, kako bi se stekla sveobuhvatna predodžba o strukturi gostiju koji borave u istočnoj Istri, njihovim motivima dolaska, zadovoljstvu pojedinim segmentima ponude, te vjerojatnošću ponovnoga dolaska ili pak preporuke destinacije svojim poznanicima. Upitnik je proveden u veljači 2023. godine, a ispitanicima je distribuiran putem društvenih mreža. Ispitanici su upitnik popunjavali anonimno, a preduvjet za sudjelovanje u istraživanju bio je taj da su istočnu Istru posjetili ili u njoj boravili.

Prvi niz pitanja isključivo je demografske prirode, no pruža dragocjen uvid u najbrojnije turiste s obzirom na dobnu strukturu, emitivno tržište, te platežnu moć. Naredni niz pitanja odnosio se na njihovu motivaciju za dolazak u destinaciju, te na način odabira destinacije, kao i način organizacije dolaska u istočnu Istru. Naredna su se pitanja odnosila na oblik smještaja u kojem su boravili, te na prosječnu dnevnu potrošnju tijekom boravka. Pitanja koja su se odnosila na samo zadovoljstvo uključivala su segmente zadovoljstva smještajem, zadovoljstva čistoćom smještajne jedinice, profesionalnošću i ljubaznošću turističkih djelatnika, ugostiteljskom ponudom po pitanju restauracija te barova. Ujedno se ispitivao i stupanj osjećaja sigurnosti tijekom boravka, kao i mišljenje o sadržajima koji u destinaciji ili njenoj neposrednoj blizini nedostaju, a čiji rezultati mogu biti dragocjenim pokazateljem o potrebnom unaprjeđivanju ili obogaćivanju ponude. Posljednja skupina pitanja odnosila se na njihovo ukupno zadovoljstvo boravkom, kao i vjerojatnošću da će destinaciju ponovno posjetiti ili je preporučiti za odmor svojim poznanicima.

## 2. ISTOČNA ISTRA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Istočna je Istra fragment najvećeg hrvatskog poluotoka koji s njegovim ostatkom dijeli sve one općepoznate karakteristike i međunarodnu, kao i nacionalnu prepoznatljivost iz turističkog aspekta. Međutim, ovo područje posjeduje svoje specifičnosti, a to je činjenica da se usprkos bogatstvu kulturne, prirodne, gastronomske, smještajne i ostale popratne turističke ponude, radi o prostoru koji je, posebice na prostoru Labina, sačuvao svoju autentičnost budući da je još uvijek pošteđen turističke masovnosti, koja je u opreci s globalnim tendencijama i nastojanjima da se turizam učini održivim i da se izbori s problemom senzualnosti. U narednim će potpoglavljima biti obrađene geografske, demografske, gospodarske specifičnosti istočnoga dijela Istre.

### 2.1. Geografske specifičnosti istočne Istre s naglaskom na Labin i Rabac

Rabac i Labin najveća su naselja i turistička središta istočnoga dijela Istre. I dok se Rabac smjestio u mirnoj uvali na obali Jadranskoga mora, Labin se smjestio u njegovoj neposrednoj blizini, na brežuljku iznad Rapca. Sa gradske utvrde u Labinu pruža se izvanredan pogled na Rabac, ali i na bliski otok Cres, planinu Učku, zaštićeni prirodni lokalitet.

Slika 1. Geografski položaj destinacija istočne Istre



Izvor: <https://rabac-labin.com/hr/3-labin> (posjećeno 13/2/2023)

Labin je izvanredan primjer srednjovjekovnog gradića, koji živi i izvan turističke sezone, te u kojem na relativno malenoj površini zatičemo impresivnu količinu bisera arhitekture, kulturnih i povijesnih spomenika s brojnim umjetničkim galerijama. Današnje naselje smješteno je na visini od 320 metara nadmorske visine iznad Rapca, prema nekim povjesničarima na keltskom jeziku (Albona) upravo znači 'grad na brdu', odnosno 'visoko naselje' (<https://rabac-labin.com/hr/3-labin> 13/2/2023). Njegova pozicija iznenađuje današnje posjetitelje, jer se postavlja pitanje zašto bi se naselje gradilo na brežuljku umjesto na obali. Međutim, ne radi se nipošto o izoliranom slučaju budući da su se u srednjom vijeku i na otocima naselja zbog opasnosti od gusara i pljački gradila upravo na uzvisinama, koje su im omogućavale dobru preglednost, a ujedno su i obradive površine bile smještene podalje krša same obale.

Nasuprot njemu, Rabac se kao ribarsko naselje razvio nešto kasnije, u 19. stoljeću. Zahvaljujući slikovitom smještaju naselja u mirnoj uvali već tada ga posjećuju putopisci i pripadnici europskih društvenih elita, kako bi uživali u blagodatima klime, pejzaža i mora. Postepeno se u Rapcu grade ljetnikovci, da bi se krajem 19. stoljeća otvorio prvi mali hotel, početkom 20. stoljeća posjetio ga je i austrijski prestolonasljednik princ Ferdinand. Tijekom 20. stoljeća, zbog povoljnog geografskog položaja i strukture naselja, postepeno se grade brojni hoteli, kamp, stambeni objekti, a postepeno i brojni apartmani i sobe za najam da bi se danas Rabac pretvorio u pravo turističko naselje usmjereno prvenstveno na tu djelatnost i stoga nosi laskavi nadimak „Bisera Kvarnera“. Uz domaće turiste među turističkim gostima dominiraju oni turisti s dominantnih emitivnih tržišta, odnosno Nijemci, Austrijanci, Slovenci i Talijani.

## **2.2. Demografske karakteristike istočne Istre**

Istočna je istarska obala slabije naseljena od zapadne, što je evidentno iz samoga pogleda na geografsku kartu iz kojeg je razvidno kako se na istočnom dijelu nalazi nekolicina manjih naselja. Iako tijekom turističke sezone (koja počinje uoči uskrasnih blagdana i traje do sredine listopada) i Labin i Rabac obiluju brojem posjetitelja, oni ipak nose obilježja ostalih turističkih mjesta koje karakterizira višestruko manji broj stalnoga stanovništva, što je posebno izraženo u Rapcu. Prema

popisu stanovništva Hrvatskog zavoda za statistiku iz 2021. godine (Hrvatski zavod za statistiku: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021. Prvi rezultati po naseljima; <https://podaci.dzs.hr/media/ixpn5qzo/si-1711-popis-stanovnistva-kucanstava-i-stanova-2021-prvi-rezultati-po-naseljima.pdf> (posjećeno 13/2/2023) u Labinu je popisano 10 488 stanovnika u 4410 kućanstava, od čega u Rapcu 1 273 stanovnika u 540 kućanstava. Iako je danas turizam dominantan pokretač i elementarni temelj privrede na ovom prostoru, tijekom povijesti stanovništvo Rapca živjelo je od ribarstva, dok su se stanovnici Labina primarno bavili rudarstvom.

### **2.3. Gospodarske karakteristike istočne Istre**

Iako je istočna Istra danas, kao uostalom i čitava obala i uže priobalno područje prvenstveno privredno ovisno o turizmu, kroz povijest istočna je Istra svoje gospodarstvo temeljila na potpuno drukčijim djelatnostima. Uz zemljoradnju i uzgoj tipičnih mediteranskih kultura, kao i ribarstvo, za ovaj prostor je kroz povijest iznimno bilo bitno rudarstvo. Rudarska djelatnost, odnosno konkretnije djelatnost ugljenokopa na području Labinštine započinje u vrijeme kada je ovim područjem upravljala Venecija. „Prema povijesnim istraživanjima, prva osoba koja se na Labinštini bavila rudarstvom bio je Filippo Veranzi koji je 1626. godine koji je od mletačkog Vijeća desetorice dobio koncesiju na iskorištavanje minerala i smole koji se nalaze u Labinu u krugu od 4 milje. Sličnu koncesiju dobio je 1659. godine Lodovico Dragogna za rudnik koji se nalazio u blizini Sv. Zaharije, nedaleko Krapna.“ (Industrijska i rudarska baština; <http://www.labin.hr/rudarska-bastina> (posjećeno 13/2/2023)). Ponajprije se eksploatirala vrsta ugljena korištena u brodogradnji, da bi se krajem 18. stoljeća godišnje eksploatiralo oko 550 tona ugljena koji se transportirao u Rijeku i koristio u rafineriji šećera. U 19. stoljeću rudarstvo je modernizirano, uvedena je lokomotiva, da bi nakon Prvoga Svjetskog rata došlo do značajnih povijesnih promjena, kada se Labinština našla u sastavu Kraljevine Italije. Potom dolazi do intenzivnije proizvodnje, a o privrednom značaju rudnika govori činjenica kako je četrdesetih godina 20. stoljeća u njima radilo preko 10 000 zaposlenika (Matošević, 2021: 2-10). Ugljenokopi su za privredu bili značajni i za vrijeme SFRJ (Socijalistička Federativna Republika

Jugoslavija), no s vremenom je zbog eksploatacije resursa došlo do pada zaposlenika, a kako bi se spasilo gospodarstvo otvorena je termoelektrana Plomin I.

### 3. TURISTIČKA PONUDA ISTOČNE ISTRE

U istočnoj Istri razvijeni su različiti oblici turizma, kako onih ustaljenih, tj. dominantnih oblika u vidu kupališnog turizma i pasivnoga odmora, tako i neki specifični oblici turizma za čiji daljnji razvoj i unaprjeđenje postoje potrebne predispozicije i gotovo sva potrebna infrastruktura. Na ovom geografski malom području postoje potrebni sadržaji i već su razvijeni različiti oblici kulturnoga turizma, kako kroz obilazak kulturnih i povijesnih institucija, tako i kroz brendiranje povijesti i legendi, potrebni prirodni resursi za agrarni turizam, te industrijski turizam i aktivni turizam nekoliko podvrsta.

#### 3.1. Kulturna ponuda destinacije

Labin je administrativno središte istočne Istre, koji je sačuvao karakteristike srednjovjekovnoga grada s vremenom obogaćenom kulturnim spomenicima i građevinama druge namjene vrijednima posjeta i divljenja. Ujedno, to je i grad koji odiše životom i mladošću, te je zbog svoje arhitekture, infrastrukture, ugodnog ambijenta i potrebne infrastrukture privlačan mlađoj populaciji koja doseljava u Labin, ili se vraća po završetku studija kako bi svojim radom obogatili sadržaj i kulturnu ponudu grada. U usporedbi s Rapcom, koji u većoj mjeri ima smještajnu funkciju i kupališno je odredište posjetitelja Labinštine, Labin u većoj mjeri obiluje kulturnom baštinom vrijednom posjeta. Jedna od takvih ustanova Gradski je muzej u kojem je pohranjena vrijedna etnološka i arheološka baština, kao i rudarska povijest mjesta. Gradska je fortica jednako tako jedna od omiljenijih točaka posjetitelja Labina, budući da pruža impresivan pogled na Rabac i otok Cres, drugi po veličini otok Jadranskoga mora. Geslom kojim su se vodili organizatori, konzervatori, umjetnici i drugi sudionici projekta od sedamdesetak *Skulptura na otvorenom* u Dubrovi neposredno Labina, pojašnjava intenciju ovakvog oblika i smještaja umjetničkih instalacija: “Važno je uočiti kako za muzejski predmet više nije potreban muzej, jer muzealija nastaje muzealizacijom koja se ne mora zbivati u muzeju. Ako se ne mora zbivati u muzeju onda sav naš okoliš, bilo koja stvar, čak krajolik, barem teorijski, može postati muzejski predmet ili, drugim riječima, sve je, barem potencijalno, muzej” (Diminić, 1999: 15).

Izuzev prethodno spomenute originalne instalacije, u Labinu su uspješno brendirali legendu o liburnskoj božici ljepote i plodnosti Sentoni (Sentona – zaštitnica putnika; <https://rabac-labin.com/hr/73-sentona-zastitnica-putnika> (posjećeno 14/2/2023)), te je iskoristili ne samo za popularan oblik interpretacije nematerijalne baštine, tzv. *storytelling*, već su mitološki motiv iskoristili i u svrhu gastronomske ponude, *wellness* tretmana uz prirodnu kozmetiku i eterična ulja, niz edukativnih tura s tematikom Sentone, već je i jedna od ucrtanih planinarskih staza u istočnoj Istri nazvana njenim imenom.

Rudarska je tradicija integrirana i u gradskoj knjižnici, odnosno knjižnica je zapravo smještena u dio kompleksa industrijske baštine, čime je dokazana neodvojivost povijesnog naslijeđa od kulturnoga i intelektualnoga segmenta života na ovom prostoru. Radi se istovremeno i o odličnom primjeru revalorizacije prostora, odnosno prenamjeni industrijskoga objekta u kulturni prostor. Priroda li se tome još i inicijativa grada za sudjelovanjem u projektu MIHER, zamišljenom kao projekt povezivanja gradova koji dijele zajedničku povijest i iz nje proizišlu baštinu i životni stil. Projekt je proveden 2013.-2014. godine, a uz Hrvatsku obuhvatio je zemlje kao što su Poljska, Italija, Bosna i Hercegovina te Slovenija, kako bi se razmijenila iskustva vezana uz očuvanje rudarske baštine i kulturnu, te turističku valorizaciju iste.

### **3.2.Prirodna ponuda destinacije**

Usljed obustave industrijske djelatnosti automatizmom je osigurana prezervacija postojeće prirodne baštine, a budući da je upravo ovaj dio Istre najslabije naseljen i degradiran betonizacijom i pretjeranom izgradnjom, prirodna ponuda destinacije je bogata i još uvijek nedovoljno iskorištena s obzirom na postojeći potencijal. U opreci s donedavno najpopularnijim oblikom turizma, masovnim turizmom, suvremeni turisti koji od odmora očekuju poseban i autentičan doživljaj sve su više skloni okretanju ruralnom turizmu. Tipologija motiva koji ruralni turizam posjetiteljima čine privlačnim uključuju fizičke (kao što je primjerice relaksacija), kulturne (u koje ubrajamo otkrivanje novih prostora), potom interpersonalne (često se radi o najvažnijem faktoru, a podrazumijeva interakciju s domicilnim stanovništvom i autentičnim



načinom života), te prestiž, koji ubrajamo samoupoznavanje i samoaktualizaciju (Ružić, 2012: 220). Ono što potencira zanimanje turista za ruralni turizam u svim svojim oblicima jesu elementi kao što su prirodne atrakcije, zaštićeni objekti prirode, nezagađen zrak i voda, u ovom slučaju ugodna mediteranska klima, budući da turisti iz ove skupine često prakticiraju rekreativne aktivnosti u prirodi, u većem ili manjem intenzitetu, no činjenica je kako se ono odvija u spomenutom ambijentu.

Primarna prirodna atrakcija koja goste dovodi u istočnu Istru i dalje je more, te čiste i prekrasne šljunčane plaže. Ona najatraktivnija i najveća, te popratnim sadržajima najbogatija, šljunčana plaža u Rapcu nositeljica je titule Plava zastava, a radi se o međunarodnoj ekološkoj nagradi čiji je cilj uz očuvanje čistoće ujedno i osiguravanje uređenosti i sigurnosti na javnim plažama. Uz samo kupanje, osigurana je i infrastruktura za druge nautičke aktivnosti koje na drukčiji način omogućuju otkrivanje ljepota akvatorija, kao što su ronjenje, stand up paddling i kajakarenje. Netaknuta priroda, bogata mediteranska vegetacija i brojne šumske staze posebno su bogat resurs za ljubitelje aktivnoga odmora i provođenja vremena u očuvanoj prirodi na čistom zraku otkrivajući istovremeno bogatstvo flore i faune istočnoga dijela Istre. Uz planinarenje, osigurana je i infrastruktura koja ljubiteljima biciklizma također omogućuje otkrivanje prirodnih ljepota.

### **3.3. Specifični oblici turizma izuzev kupališnog turizma, te postojeći kapaciteti za budući razvoj ponude**

Iako WTO (World Tourism Organization), kao i nacionalne turističke zajednice, prepoznaju važnost razvoja održivog turizma u budućnosti, te se razvijaju razne strategije kako bi se izbjegla masovnost, činjenica je kako u Republici Hrvatskoj, kao i u dijelovima istarskog poluotoka masovni turizam biva posebno izražen tijekom ljetnih mjeseci. Nasreću, za sada je istočna obala Istre u manjoj mjeri zahvaćena ovim problemom, a zbog prisutnosti kulturnih i prirodnih bogatstava svih vrsta, kao i postojeće infrastrukture, postoje mogućnosti za daljnjim razvojem specifičnih oblika turizma, kao što je to ruralni ili agroturizam, aktivni turizam, kao što je to planinarenje ili cikloturizam,

Svjetski turistički trendovi, a posebice oni od pojave globalne pandemije rezultirali su okretanju turista manje posjećenim regijama, okretanje prirodnoj baštini, kao i potrazi za autentičnim iskustvom, koje je uglavnom danas još dostupno u ruralnim sredinama. „Potražnja za ruralnim turizmom Istre u stalnom je porastu. Danas se ona kreće na razini od 249 549 posjetitelja godišnje. Od ukupnog broja posjetitelja ruralnog turizma Istre 9,7% čine domaći gosti, a 90,3% čine strani turisti. Ruralna su područja i danas zanimljiva turistima, između ostalog i zbog toga što ruralna područja, više od maritimnih, pružaju turistima veliku mogućnost zabave i razonode. Prema popisu sačinjenom pri Vijeću Europe turističke su aktivnosti na ruralnom području brojne. Može se uočiti preko 30 turističkih aktivnosti koje su svrstane u 7 skupina, kao što su: ture, aktivnosti na vodi (rijekama i jezerima), aktivnosti u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, aktivnosti radnih procesa, kulturne aktivnosti i aktivnosti zdravstvenog karaktera. Prema navedenim turističkim aktivnostima na ruralnom prostoru moguće je razvijati dvadeset oblika turizma. Naposljetku, ruralno je područje zanimljivo turistima jer čovjeka urbane sredine vraća prirodi kojoj oduvijek pripada. Ruralno područje je čovjekov prirodni ambijent, mjesto odakle potječe, priroda mu je u genima, ona ga zove, on joj se rado vraća i u njoj se ugodno osjeća i odmara. Stoga je zaštićena priroda i okolina u ruralnom području uvijek privlačila, a u novije vrijeme posebno privlači sve veći broj urbanog stanovništva. Povećava se imajući u vidu sve navedeno, može se zaključiti da je „priča o turizmu započela na ruralnom području i tu će u budućnosti postizati sve veći uspon“ (Ružić, 2012: 219).

Turistička je zajednica Rabac – Labin prepoznala značaj prirodnih resursa kojima raspolaže, te je u skladu s turističkom potražnjom na adekvatan način odgovorila na turističku potražnju. Konkretno, uređeno je sedam pješačkih tura na području turističke zajednice, različitih dužina i uspona, koje istovremeno omogućuju otkrivanje prvenstveno prirodne baštine, ali i dijela kulturnoga naslijeđa.

**Slika 2. Mapa pješačkih staza na području TZ Rabin - Labac**



**Izvor: Brošura Pješačke staze Rabac – Labin; [https://rabac-](https://rabac-labin.com/app_assets/default/media_documents/11_TZL-pjesacka-karta-HR.pdf)**

**labin.com/app\_assets/default/media\_documents/11\_TZL-pjesacka-karta-HR.pdf (posjećeno 13/2/2023)**

Najatraktivnija od njih je *Sentonina staza Labin – Rabac*, u dužini od 2 i pol kilometra, a uključuje 2 h penjanja i 1 h spusta s visinskom razlikom od 235 m. Njenu posebnost sačinjava činjenica da je imenovana po labinskoj božici Sentoni, zaštitnici putnika. Ova pješačka staza obuhvaća prekrasne pejzaze Labinštine, a prolazi uz brzace i potočiće te mostiće.

Po pitanju aktivnoga turizma, Istra je idealna regija i za cikloturizam, kako s obzirom na postojeću infrastrukturu, tako i s obzirom na činjenicu da biciklistima ova vrsta aktivnosti omogućuje otkrivanje prekrasnih pejzaza i otkrivanje većeg broja naselja tijekom tura.

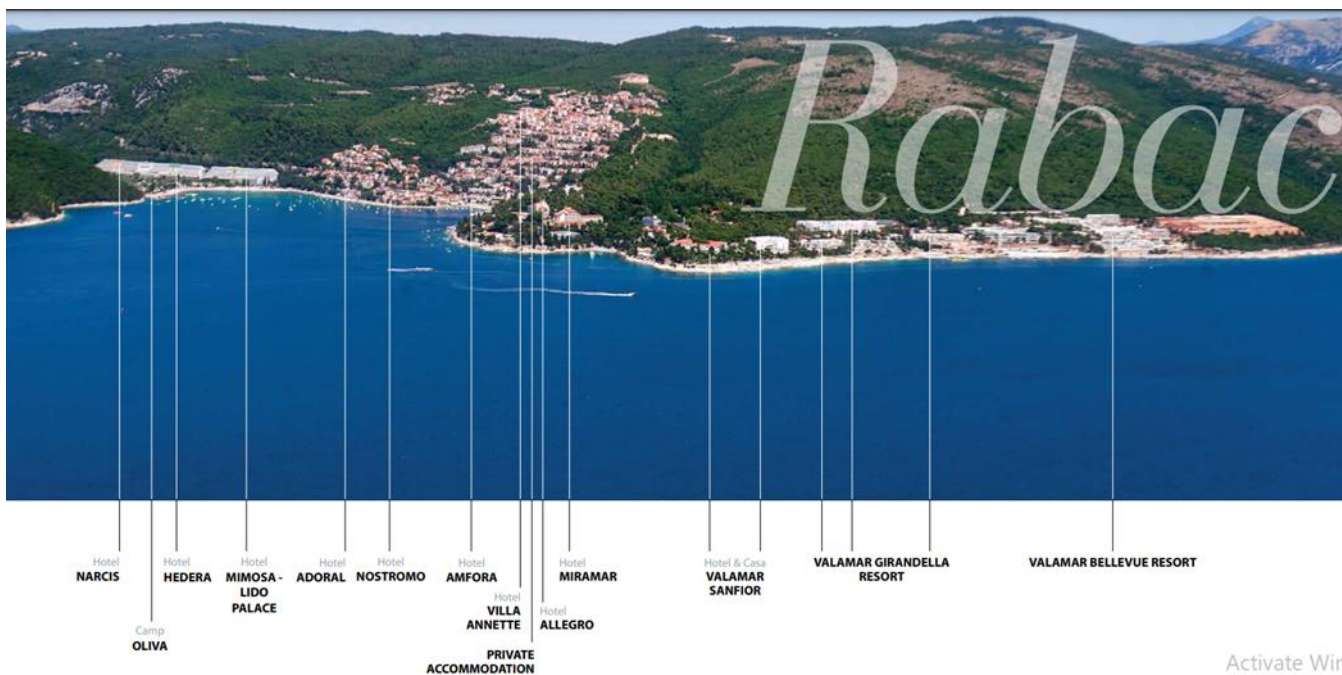
„Mnoge su zemlje EU-a uključile biciklizam u svoje nacionalne planove oporavka i otpornosti kao društveno koristan oblik klimatski prihvatljive aktivne mobilnosti i javno dostupnog prijevoza. Potencijali kretanja biciklom u ublažavanju klimatskih promjena, suočavanju s ekonomskim izazovima, ostvarivanju društvenih koristi i suočavanju s utjecajima COVID-a-19, nameću potrebu uvrštavanja biciklističkog prometa, mobilnosti i turizma u prioritete svih relevantnih EU politika i linija financiranja. Održavanje trenutnog udjela aktivne mobilnosti i povećane razine biciklizma u slobodno vrijeme ovisi o strateškim investicijama i poticanju odgovornog individualnog ponašanja“ (Kovačić i Ivek 2022: 9). Ujedno, cikloturisti su uvriježeno i ljubitelji enološke i gastronomske ponude, te slove za dobre potrošače. Uz to, ovaj oblik turizma u potpunosti je u skladu s konceptom održivoga turizma kojem streme i turističke zajednice i lokalna populacije.

Industrijski turizam jedan je od oblika kulturnoga turizma, koji se već odavno prakticira u nekim zemljama čija je privreda nekoć počivala na rudarstvu, kao što je na primjer Poljska ili Austrija, a posjetiteljima, kao i mlađim generacijama omogućuje upoznavanje sa značajnim dijelom povijesti područja, koje je uvjetovalo način života i koji se reflektirao u brojnim aspektima naslijeđa. (Gržinić, Zanketić Baćac, 2009: 216) Komparativna prednost istočne Istre, konkretno prostora Labinštine, jeste njena rudarska povijest, te svijest o važnosti ove privredne djelatnosti za pretke stanovnika Labinštine. Lokalno stanovništvo, vlasti, ali i stručnjaci i entuzijasti nipošto nisu zaboravili ovaj dio svoje povijesti, već se njime ponose, te ga nastoje valorizirati, odnosno revalorizirati i u turističke svrhe.

## 4. SMJEŠTAJNI I UGOSTITELJSKI OBJEKTI PODRUČJA

Na području istočne Istre prisutne su sve kategorije turističkog smještaja. U Rapcu (koji je konfiguracijom i geografskim položajem prikladniji za konstrukciju većih objekata) te Labinu gostima su na raspolaganju hoteli, hotelsko naselje, hotelski apartmani, pansioni, kampovi i čitav niz objekata (njih 266) u privatnom obliku smještaja.

Slika 3. Smještaj hotelskih objekata na području Rapca



Izvor: Brošura TZ Rabac – Labin; izvor: <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure/labin-rabac> (posjećeno 14/2/2023)

### 4.1. Smještajni kapaciteti i njihova struktura na području istočne Istre

Iako na prostoru TZ Rabac – Labin ne manjka smještajnih kapaciteta u hotelskim objektima, kao i u ostatku zemlje ipak dominira kategorija privatnoga smještaja. Prema podatcima dostupnima na službenoj stranici TZ izrađena je sljedeća tablica s obzirom na kategorizaciju smještaja.

**Tablica 1. Broj smještajnih objekata s obzirom na kategorije**

<b>KATEGORIJA SMJEŠTAJA</b>	<b>RABAC &amp; LABIN</b>
HOTELI	12
HOTELSKO NASELJE	1
HOTELSKI APARTMANI	2
PANSION	2
KAMPOVI	3

**Izvor:** <https://rabac-labin.com/> (posjećeno 13/2/2023)

Ponuda smještaja u privatnim domaćinstvima, među koje se ubrajaju sobe, apartmani, kuće za odbor i ostale jedinice, daleko je brojnija, te je broj iznajmljivača prikazan u narednoj tablici za Rabac i za Labin. U ovoj kategoriji nailazimo na jedinice s 3 do onih s 5 zvjezdica.

**Tablica 2. Broj iznajmljivača u Rapcu i kategorizacija kvalitete**

<b>Mjesto</b>	<b>Broj iznajmljivača</b>
<b>Rabac</b>	178
<b>Labin</b>	88

**Izvor:** [Izvor: https://rabac-labin.com/](https://rabac-labin.com/) (posjećeno 13/2/2023)

Iako u domeni privatnoga smještaja postoji šarolika ponuda u vidu kategorije objekata, garanciju kvalitete nose oni apartmani koji imaju oznaku *Domus* bonus, što turistima garantira kvalitetu smještaja u domaćinstvima.

## **4.2. Ugostiteljski objekti na području destinacije**

Prema dostupnim podacima na službenoj stranici TZ Rabac – Labin navedena je bogata ponuda restorana i pizzerija na području prostora obuhvaćenog ovom turističkom zajednicom. U Rapcu je 15 ugostiteljskih objekata kategorije restorana i konoba, kao i tri pizzerije. Na prostoru Labina 10 je restorana i konoba i 5 pizzerija. Među njima je i niz renomiranih restorana i konoba u kojima se nudi bogata gastronomska i enološka ponuda Istre, o čemu će biti više govora u narednom potpoglavlju. Ujedno, s obzirom na činjenicu da se radi o značajnoj vinogradarskoj regiji, kreirana je i ponuda Vinske ceste u koju je uključeno desetak vinarija u Rapcu i Labinu, kao i njihovoj neposrednoj blizini.

## **4.3. Udio autohtone ponude u ukupnoj smještajnoj i gastronomskoj, odnosno enološkoj ponudi**

U usporedbi s ostalim dijelovima turističkog dijela Hrvatske, moguće je bez zadržke konstatirati kako je po pitanju gastronomske i enološke ponude, Istra regija koja se najviše profilirala po pitanju enogastronomske prepoznatljivosti. Ova je ponuda istaknuta i u promotivnim materijalima, a prema istraživanju kojeg je proveo Ružić (2012: 227) od ukupnoga broja fotografija u brošurama, one koje se odnose na ovu vrstu ponude zauzimaju 12% među ukupnim fotografijama. Među njima su predstavljeni autohtoni proizvodi i jela, a koji uključuju nadaleko poznati tartuf, pršut, vino, fritule te kroštule. Logično je da je ponuda u hotelskim restoranima sklonija „internacionalnoj“ kuhinji kako bi se zadovoljili specifični ukusi gostiju s emitivnih tržišta, međutim lokalni restorani konobe i ostali ugostiteljski objekti, kao i OPG-ovi u prvi plan stavljaju autohtonu istarsku ponudu.

Autohtona istarska kuhinja obuhvaća jela obojena prvenstveno mediteranskom notom, a to je riba, maslinovo ulje, vinski ocat, tjestenina te neizostavni tartufi. „Tartufi su u današnjoj gastro-turističkoj ponudi Istre postali nezaobilaznom činjenicom. Iako nisu bili dio tradicijske istarske kuhinje, dio su jelovnika u turističkim seljačkim gospodarstvima i restoranima. Rezultat je to

strategije privlačenje turista bolje kupovne moći u Istru“ (Kocković, Zaborski, 2013: 244). Radi se o skupocjenoj sorti gljiva koja raste na dubini 5 do 20 cm ispod zemlje, te se razlikuju dvije vrste: crni i bijeli tartuf. Najbogatija su staništa motovunske šume hrasta i jasena, a u ukupnom udjelu tartufa, bijeli sačinjava 90%, a crni tek 10% udjela. Nude se kao dodatak brojnim jelima i namirnicama, dodaje se maslinovom ulju, umacima i jelima na bazi autentične tjestenine, sirevima, pa čak i u desertima. Među turistima vlada velika potražnja kako za konzumacijom tijekom boravka u Istri, tako i za njihovom kupovinom kao svojevrsnog gastronomskog suvenira.

Jednako tako, istarska je regija poznato vinogradarsko područje na kojem je ova kultura prisutna još od doba Rimljana. „Svoj vrhunac u uzgoju vinove loze, Istra dostiže u periodu pred II. Svjetskim ratom kada na području Istre ima oko 66.000 ha vinograda. Nakon II. Svjetskog rata, površina se značajno smanjuje te danas u Istri imamo oko 6.000 ha vinograda“ (Gluhčić, 2005: 29). Po pitanju poljoprivredne proizvodnje vinogradarstvo prevladava na obradivim površinama. Prema informacijama APPRRR-a za vinsku 2013. godinu „Istarska županija ima 12.107.339 trsova na 3.087 ha vinograda. Od sorata najzastupljenija je autohtona sorta Malvazija istarska s 1.696 ha (55%) i 6.577.591 trsom. Ostale sorte, po zastupljenosti u površinama od 316 do 100 ha su: Merlot, Teran, Cabernet sauvignon, Chardonnay i Refošk, dok su Borgonja, Muškat bijeli, Cabernet franc, Trebbiano Toscano i Muškat žuti zastupljene na površinama od 50 do 20 ha (Peršurić i Ilak Peršurić, 2016: 14). Međutim, na razini Hrvatske, pa tako i među posjetiteljima vlada najveća potražnja za renomiranom istarskom malvazijom.

Brend božice Sentone također je iskorišten i u svrhu promocije gastronomske ponude, i stoga se niz restorana i konoba na ovome području uključio u ponudu tzv. *Sentoninih božanskih jelovnika* (<https://rabac-labin.com/hr/73-sentona-zastitnica-putnika> (posjećeno 13/2/2023), koji se baziraju na ekstra djevičanskom maslinovom ulju, samoniklom bilju, mliječnim proizvodim, kao i žitaricama koji su od davnina korišteni na ovom prostoru. Ova inicijativa motivirana je promocijom autohtonih jela Labinštine u široj javnosti, domaćim i stranim posjetiteljima.



## 5. ISTRAŽIVANJE: analiza rezultata anketnog upitnika

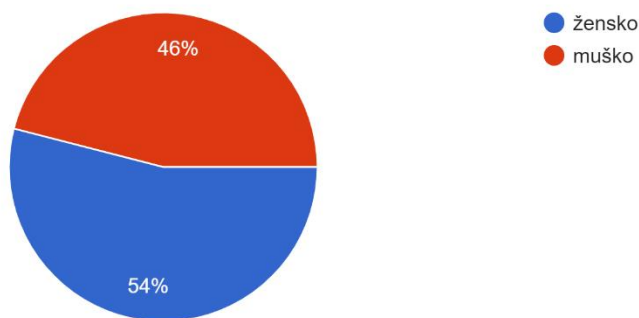
Istraživanje je provedeno primjenom anketnog upitnika, kojeg je u obliku Google obrasca u veljači 2023. popunilo 100 ispitanika, a kojima je upitnik poslan putem grupa i stranica na društvenim mrežama. U provedenom anketnom upitniku sudjelovali su isključivo ispitanici i ispitanice koji su boravili u svojstvu turista u istočnoj Istri, odnosno na području Rapca i Labina.

### 5.1. Demografski rezultati

U prvom su potpoglavlju izloženi rezultati anketnog upitnika vezani uz demografske karakteristike turista koji su posjetili istočnu Istru.

**Graf 1. Spolna struktura ispitanika**

MOLIMO OZNAČITE SVOJ SPOL  
100 odgovora



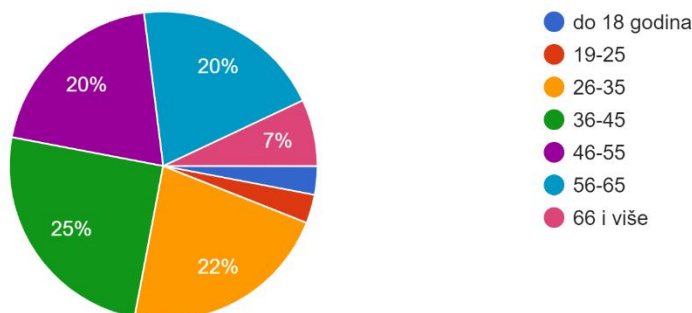
**Izvor: obrada autora**

U ispitivanju je sudjelovalo gotovo podjednako ispitanika s obzirom na spol, odnosno broj ispitanica bio je nešto viši. Ukupno je u ispitivanju sudjelovalo 54% pripadnica ženskog spola i 46% ispitanika muškoga spola.

## Graf 2. Dobna struktura ispitanika

MOLIMO OZNAČITE SVOJU DOBNU SKUPINU:

100 odgovora



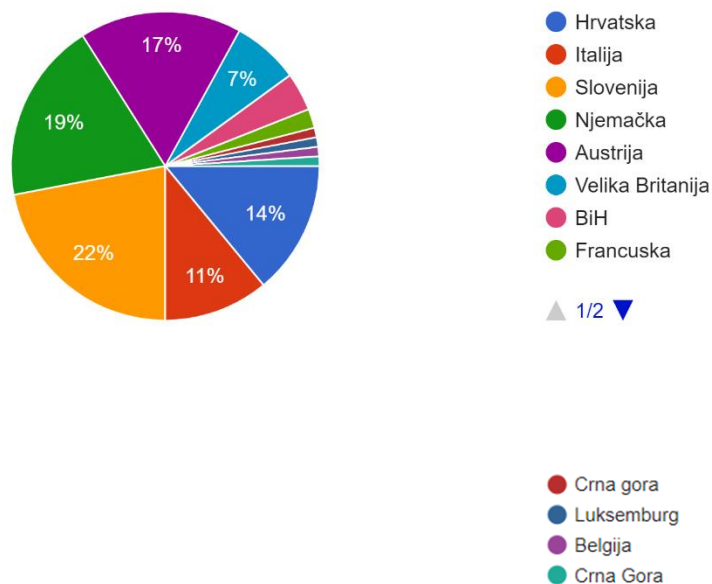
### Izvor: obrada autora

U istraživanju je sudjelovao tek minoran udio sudionika mlađih od 18 godina i onih starijih od 66 godina. Prva, mlađa skupina, ima tendenciju boraviti u destinacijama koje nose predznak *party* destinacija, dok oni mlađi putuju organizirano načelno u agencijskim aranžmanima sa svojim školama, a na takvim putovanjima uvijek postoji tendencija posjećivanja razvijenijih turističkih destinacija, a u slučaju Istre one su smještene na zapadnoj obali. Po pitanju starije populacije u dobi od 66 i više godina, mali broj sudionika istraživanja zasigurno možemo pripisati manjoj mjeri korištenja društvenih mreže, i stoga postotak razumljiv, što ne odražava nužno stvarnu situaciju i ne znači da turisti ove životne dobi ne sačinjavaju veći udio u realnom broju dolazaka i noćenja na području istočne Istre. Među ispitanicima dominirala je dobna skupina od 36-45 godina (25% ispitanika), potom ona od 26-35 godina (22%). Jednak je postotak, 20% ispitanika, bio u dobnim skupinama 46-55 godina, te 56-65 godina. Naknadno ćemo, ovisno o motivima odabira boravka moći pronaći poveznicu s dominantnim dobnim skupinama.

### Graf 3. Struktura gostiju prema nacionalnosti

MOLIMO OZNAČITE ZEMLJU IZ KOJE DOLAZITE

100 odgovora



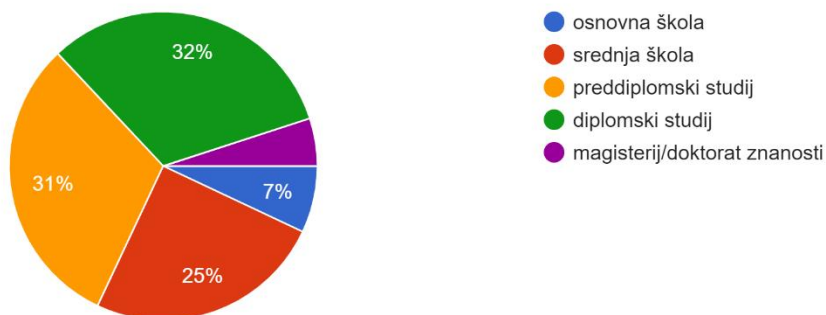
#### Izvor: obrada autora

Po pitanju zemlje podrijetla gostiju dominiraju oni iz zemalja predloženih u upitniku, a (izuzev Velike Britanije) i domaćih turista, dominiraju tako posjetitelji iz susjednih zemalja. Zbog blizine, prometne povezanosti, ali i motiva dolaska u istočnu Istru dominiraju Slovenci (22%), potom Nijemci s 19% (koji inače i jesu najzastupljenije emitivno tržište u hrvatskom turističkom sektoru). Prate ih Austrijanci s udjelom od 17%, potom domaći turisti s udjelom od 14% i Talijani s udjelom od 11%, te turisti iz Velike Britanije sa 7%. Preostalih 10% sačinjavaju turisti iz kategorije „ostale zemlje“, a u ovom slučaju to su turisti iz Bosne i Hercegovine, Francuske, Luksemburga, Belgije i Crne Gore (koji su doduše u grafikonu registrirani kao dvije zasebne kategorije zbog grafije, odnosno upotrebe malog, odnosno velikog početnog slova u nazivu zemlje).

#### Graf 4. Obrazovna struktura gostiju

MOLIMO OZNAČITE NAJVIŠI STUPANJ ZAVRŠENOG OBRAZOVANJA:

100 odgovora



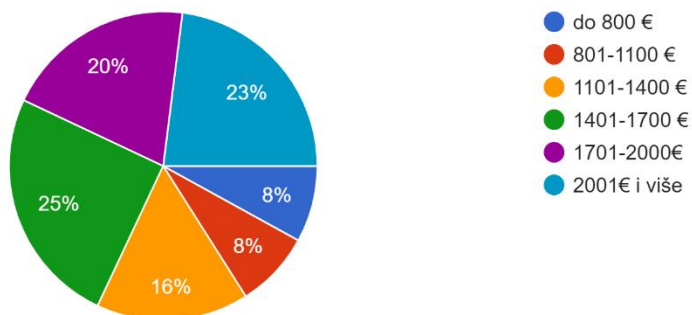
#### Izvor: obrada autora

Rezultati pokazuju kako se načelno radi o posjetiteljima s višim stupnjem obrazovanja: 32% njih ima završen diplomski studij, 31% preddiplomski, 25% srednju školu, a 7% samo osnovnu školu. Najmanji udio posjeduje magisterij ili doktorat znanosti, tek pet posjetitelja. Iako nije presudan, obrazovni status ispitanika nerijetko se odražava u motivu putovanja. Primjerice, obrazovanija struktura posjetitelja pokazuje veću sklonost posjećivanju kulturnih dobara i institucija.

### Graf 5. Struktura posjetitelja prema iznosu mjesečnih primanja

MOLIMO OZNAČITE VAŠA MJESEČNA PRIMANJA:

100 odgovora



**Izvor: obrada autora**

Dok se u Hrvatskoj prosječna plaća i dalje kreće oko 800 € mjesečno, premda se nalazimo u vremenu inflacije, to se nije odrazilo na primanja većine stanovništva i domaćih gostiju. Rezultati u ovom slučaju indiciraju kako se većina posjetitelja nalazi u demografskoj skupini s višim primanjima: najviše, 25% posjetitelja, ima mjesečna primanja u rangi 1401-1700€ mjesečno, što je daleko iznad Hrvatskog prosjeka, no u usporedbi s dominantnim emitivnim tržištima ovo predstavlja (čak i niži) prosjek primanja. 23% posjetitelja ima mjesečna primanja iznad 2001€, potom 20% posjetitelja dijelom je kategorije s primanjima između 1701 i 2000 eura. Njih 16% ima primanja između 1101 i 1400 eura, samo 8% primanja ispod 800€, što i opravdava manji udio među posjetiteljima, budući da budžet namijenjen putovanjima nije dijelom esencijalnih životnih troškova koje si mogu priuštiti posjetitelji ovakvo niske platežne moći.

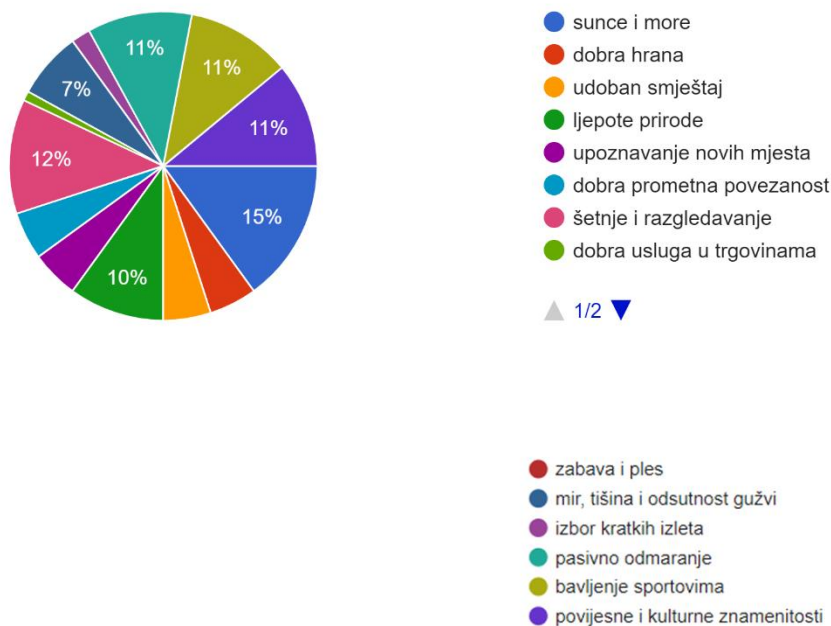
## 5.2. Zadovoljstvo boravkom

Naredni niz rezultata odnosi se na pitanja o osnovnim motivima dolaska na predmetnu destinaciju, no dominiraju ona o zadovoljstvu uslugom i infrastrukturom, kao i vjerojatnošću povratka u destinaciju.

**Graf 6. Motiv dolaska u turističku destinaciju**

MOLIMO OZNAČITE MOTIV DOLASKA U TURISTIČKU DESTINACIJU

100 odgovora



**Izvor: obrada autora**

Kod pitanja o osnovnom motivu dolaska na destinaciju bio je ponuđen najveći broj mogućih odgovora, a rezultati su uistinu raznovrsni kao što je prikazano grafom. Iako su motivi dolaska na destinaciju uistinu bili raznovrsnim ipak nije iznenađujuće kako je ipak kupališni turizam, odnosno sunce i more bio motivom dolaska najvećeg broja turista, tj. 15% ispitanika. 12% njih pristiglo je s primarnim motivom šetnji i razgledavanja, budući da Rabac, a posebice Labin obiluju lijepim šetnicama i izvanrednim ambijentom za opuštenu šetnju i razgledavanje podalje

od hordi turista svojstvenih destinacijama masovnog turizma. Čak tri kategorije su imale udio od 11% kod primarnog motiva dolaska, a to su bavljenje sportovima, pasivno odmaranje i povijesnim i kulturnim znamenitostima. Pasivni odmor često ide ruku pod ruku s kategorijom „sunca i mora“, dok odabir istočne Istre ovdje možemo obrazložiti činjenicom kako se radi o destinaciji koja nije preplavljena masovnim turizmom, te posljedično pruža veći intenzitet odmora i opuštanja. 10% posjetitelja došlo je motivirano prirodnim ljepotama, a to je također razumljivo i zbog činjenice kao se radi o području koje nije toliko izgrađeno kao posjećeniji zapadni dio Istre, dok je priroda netaknutija i ambijent je autentičniji. Isto je prepoznao i udio od 7% gostiju, koji su u istočnu Istru pristigli u potrazi za mirom, tišinom i odsutnošću gužvi i buke. Preostalih 23%, odnosno gotovo četvrtina posjetitelja došla je zbog narednih motiva: dobrom hranom, udobnim smještajem, upoznavanjem novih mjesta, dobrom prometnom povezanošću (ili bolje rečeno, blizinom, op.a.), dobrom uslugom u trgovinama, zabavom i plesom, te izborom kratkih izleta.

#### Graf 7. Razlog/način odabira destinacije među ispitanicima

MOLIMO OZNAČITE KAKO STE ODABRALI TURISTIČKU DESTINACIJU

100 odgovora



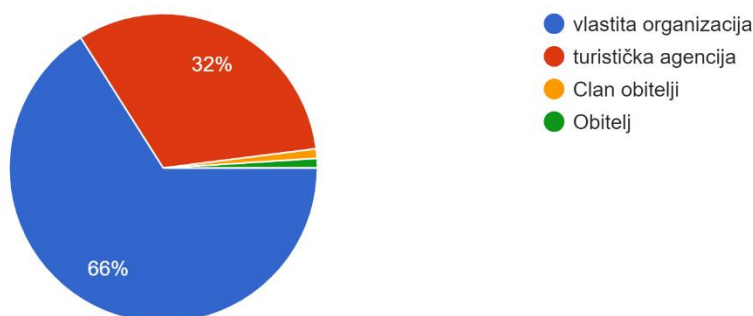
#### Izvor: obrada autora

27% ispitanika odgovorio je kao je destinaciju odabrao iz razloga što je u njoj već prethodno boravio što govori u prilog zadovoljstvu turista, a povratak gostiju je najbolji pokazatelj njihovoga zadovoljstva. Samo za postotak manje, tj. 26% njih posjetilo je područje istočne Istre

na preporuku prijatelja, što ponovno govori o zadovoljstvu istih. 22% ih je došlo zbog povoljne ponude, što je jedna od konkurentskih prednosti istočne Istre u usporedbi sa zapadnom koja je renomiranija turistička destinacija s velikom koncentracijom hotela i globalno popularnijih destinacija. 18% ih je došlo kao rezultat marketinških aktivnosti putem interneta, a manji udio zahvaljujući brošuri (što govori u prilog njihovoj nedovoljnoj distribuciji ili nestrategičkoj distribuciji promotivnog materijala). Samo neznatan dio posjetitelja došao iz „ostalih razloga“, gdje su naveli „zbog obitelji“ ili „odabirom obitelji“.

### Graf 8. Način organizacije dolaska ispitanika

MOLIMO OZNAČITE ORGANIZACIJU DOLASKA U TURISTIČKU DESTINACIJU  
100 odgovora



#### Izvor: obrada autora

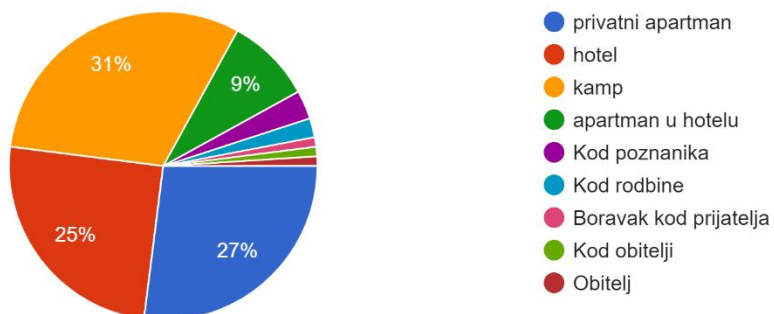
Velika većina, 66% ispitanika došlo je u vlastitom aranžmanu. Ova činjenica ne iznenađuje kompariramo li postotak s udjelom gostiju koji su prethodno boravili na destinaciji i stoga je poznaju dostatno kao bi došli u samostalnom aranžmanu te kako bi samostalno odabrali sadržaj i ponudu tijekom boravka. 32% ih je došlo posredstvom aranžmana putničkih agencija, a 2 posto iz kategorije „ostalo“, navodi članove obitelji kao organizatore putovanja.



### Graf 9. Oblik smještaja ispitanika

MOLIMO OZNAČITE KAKO STE SMJEŠTENI U TURISTIČKOJ DESTINACIJI

100 odgovora



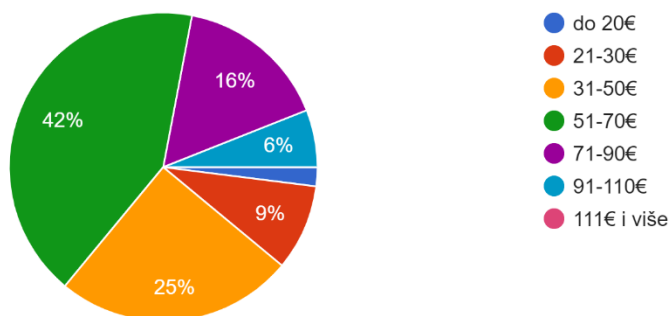
**Izvor: obrada autora**

Najviše posjetitelja, 31% boravilo ih je u kampovima, 27% u privatnim apartmanima, 25% u hotelskim sobama, 9% u hotelskom apartmanu, a preostalih 8% iz kategorije „ostalo“ noćenja je ostvarilo kod poznanika ili rodbine, odnosno kod članova obitelji. Na području istraživane destinacije postoje dostatni smještajni kapaciteti za sve profile turista s obzirom na motiv njihovog posjećivanja i boravka u istočnoj Istri.

## Graf 10. Prosječna dnevna potrošnja posjetitelja

MOLIMO OZNAČITE VAŠU DNEVNU POTROŠNJU (IZUZEV TROŠKOVA SMJEŠTAJA I (POLU)PANSIONA) TIJEKOM BORAVKA NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA:

100 odgovora



### Izvor: obrada autora

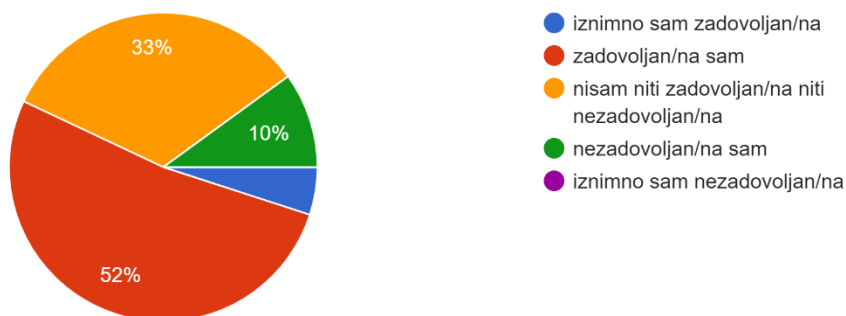
Izuzmemo li troškove smještaja, odnosno pansiona ili polupansiona ukoliko su se posjetitelji odlučili na tu vrstu aranžmana, turisti su na destinaciji dnevno prosječno trošili u najvećoj mjeri iznose od 51 do 70€. Budući da kampovi i privatni smještaj načelno ne uključuju ugostiteljsku uslugu, za pretpostaviti je kako je dobar dio ovog budžeta odlazio na troškove hrane, konzumaciju u ugostiteljskim objektima ili kupovinu namirnica. 25% posjetitelja trošilo je iznose između 31 do 50€, 16% poveće iznose od 71 do 90%, 9% iznose od 21 do 30 eura, 6% poveće iznose od 91 do 110€, a najmanji udio iznose do 20 eura.

Naredni se niz rezultata odnosi na konkretne pokazatelje zadovoljstva posjetitelja, što je primarni cilj ovoga istraživanja, a u tu svrhu je ispitano nekoliko segmenata.

### Graf 11. Zadovoljstvo smještajem ispitanika

MOLIMO OZNAČITE VAŠU RAZINU ZADOVOLJSTVA SMJEŠTAJEM NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA:

100 odgovora

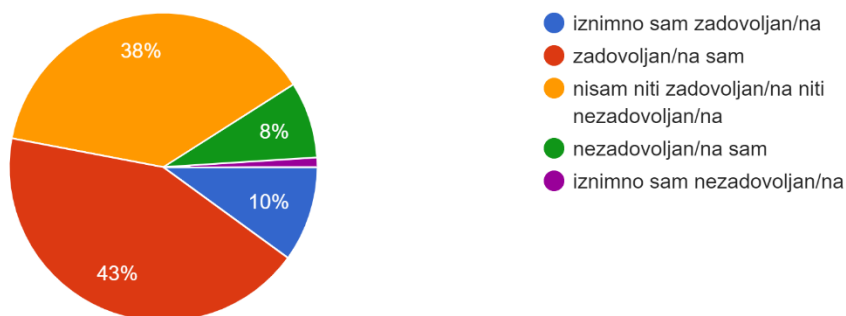


#### Izvor: obrada autora

Prethodni odgovori navode kao su posjetitelji većinski boravili u kampovima, u privatnom smještaju i potom u hotelskom smještaju, možemo reći kako se ovi konkretni rezultati prvenstveno odnose na ove tri kategorije smještaja. Više od polovice, 52%, zadovoljno je smještajem, 33% nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, što je moguće dobrim dijelom pojasniti heterogenošću kvalitete privatnoga smještaja, 10 % ih je bilo nezadovoljno, a 5% ih je bilo iznimno zadovoljno. Zadovoljavajući je rezultat kako niti jedan ispitanik nije bio iznimno nezadovoljan smještajem.

## Graf 12. Zadovoljstvo čistoćom smještajnih objekata

MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO ČISTOĆOM SMJEŠTAJNIH OBJEKATA U KOJIMA STE BORAVILI:  
100 odgovora



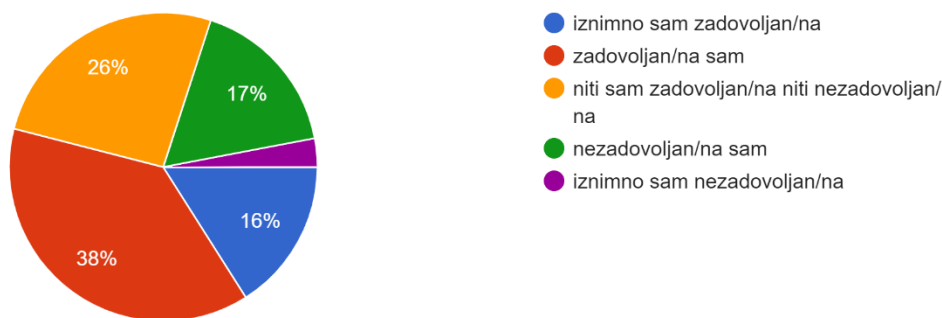
**Izvor: obrada autora**

Naspram relativno visokoj razini zadovoljstva smještajem posjetitelja koji su boravili u istočnoj Istri, nešto je manje zadovoljstvo čistoćom predmetnih smještajnih jedinica. Moguće je reći kako se radi o globalnom negativnom trendu pomanjkanja potrebnog turističkog kadra, kako po pitanju djelatnika ugostiteljstvu, recepcionista, vozača, pa tako i spremačica. Ispitivanje je pokazalo kako je 43% njih zadovoljno, 38% nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 10% ih je iznimno zadovoljno čistoćom, 8% nezadovoljno i tek 1% iznimno nezadovoljan. Ovo govori u prilog činjenici kako se destinacije koje infrastrukturno ili sadržajno mogu pružiti „manje“ u odnosu na razvikanije destinacije, veću pozornost pridaju naporima da ostave bolji dojam.

### Graf 13. Zadovoljstvo ispitanika pristupom turističkih djelatnika

MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO PROFESIONALNOŠĆU I LJUBAZNOŠĆU  
ZAPOSLENIKA:

100 odgovora

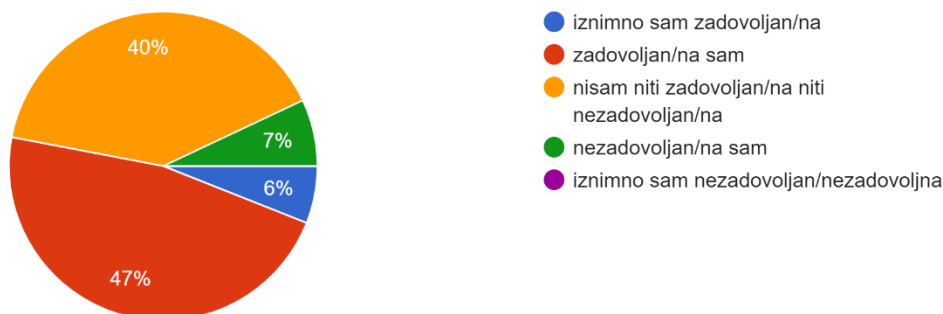


#### Izvor: obrada autora

Pitanje o zadovoljstvu gostiju u sezoni 2022. godine kada je posvuda manjkalo stručnog kadra u turističkom sektoru ipak je pokazalo donekle pozitivne rezultate s obzirom na stanje stvari na terenu. Međutim, potrebno je istaknuti da se radi o globalnome trendu i da ovakva iskustva dijelom jesu bila očekivana, posebice među turistima koji putuju u većoj mjeri i koji u europskim destinacijama među turističkim destinacijama rijetko više zatiču domicilno stanovništvo, koje im pruža određenu dozu kontakta s lokalnim stanovništvom što doprinosi općem pozitivnom doživljaju destinacije. Većina ispitanika, 38%, ih je profesionalnošću i ljubaznošću turističkih zaposlenika zadovoljno, 26% ih nije zadovoljno niti nezadovoljno, 17% ih je nezadovoljno, 16% iznimno zadovoljno, a samo 3% iznimno nezadovoljno.

#### Graf 14. Zadovoljstvo ispitanika ugostiteljskom ponudom

MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO UGOSTITELJSKOM PONUDOM (BAROVI I RESTORANI)  
100 odgovora



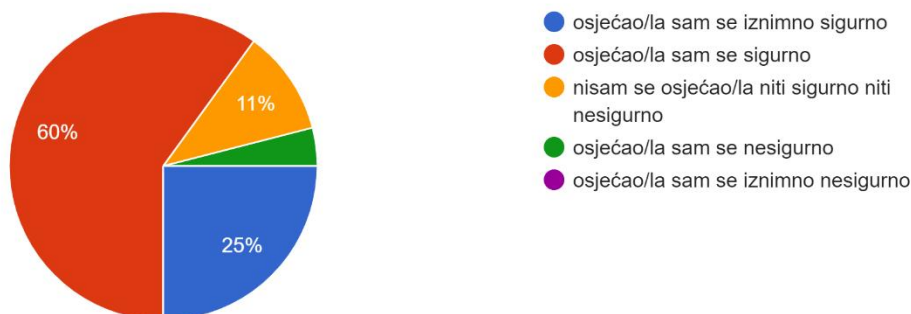
#### Izvor: obrada autora

Gotovo polovica ispitanika, tj. njih 47% je zadovoljna postojećom ugostiteljskom ponudom, kako restorana i konoba, tako i barova. 40% ih nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 7% ih je nezadovoljno, a 6% ih je iznimno nezadovoljno. Ovu bi stavku bilo svakako zanimljivo detaljnije ispitati s obzirom da iz rezultata nije razvidno radi li se o (ne)zadovoljstvu količinom i raznovrsnošću ponude, omjerom cijene i kvalitete ponude, ponudom autohtone kuhinje naspram internacionalne kuhinje, a po pitanju barova vrsti i radnim vremenom istih sukladno postojećoj potražnji među postojećim posjetiteljima.

### Graf 15. Osjećaj sigurnosti ispitanika tijekom boravka u destinaciji

MOLIMO OZNAČITE OSJEĆAJ STUPNJA SIGURNOSTI U TURISTIČKOJ DESTINACIJI

100 odgovora



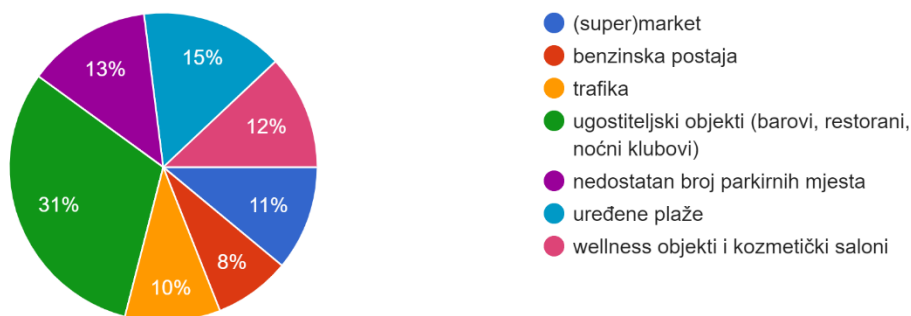
#### Izvor: obrada autora

Budući da je ispitivanje obavljeno među posjetiteljima destinacija za koje nije karakterističan niti masovni turizam, a slikovite vizure arhitekture te bogatstvo prirodnog ambijenta doprinose ugodnom doživljaju boravka na destinaciji, ne iznenađuju niti rezultati pitanja o osjećaju sigurnosti u posjećenoj destinaciji. 60% ispitanika izjavilo je kako se osjećalo sigurno tijekom svojega boravka, 25% ih se osjećalo iznimno sigurno, 11% ih se nije osjećalo niti sigurno niti nesigurno, a samo ih se 3% osjećalo nesigurno. Dakle, predmetna nesigurnost rezultat je individualnih negativnih iskustava ili impresija, dok je impresivan rezultat kako se niti jedan ispitanik nije osjećao u potpunosti nesiguran.

## Graf 16. Stav ispitanika o manjku pojedinih sadržaja u destinaciji ili njenoj blizini

MOLIMO OZNAČITE SADRŽAJ ZA KOJI SMATRATE DA NEDOSTAJE U DESTINACIJI ILI U NEPOSREDNOJ BLIZINI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA:

100 odgovora



### Izvor: obrada autora

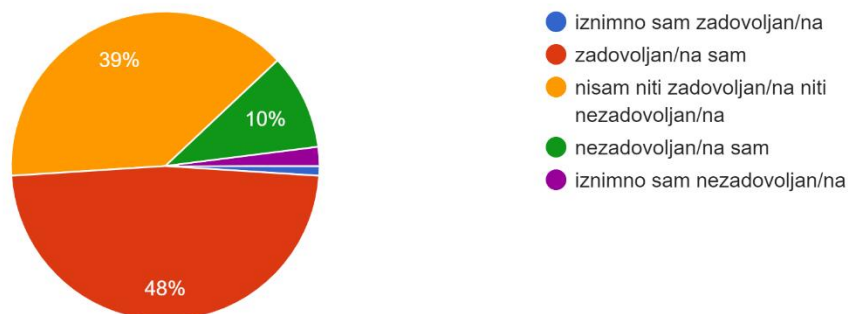
S obzirom na raznovrsnost motiva dolaska posjetitelja na destinaciju, ne iznenađuje niti šarolikost onog sadržaja za koji isti smatraju kako nedostaje u destinaciji i u njenoj neposrednoj blizini. Za najveći udio njih (31%) nedostaje ugostiteljskih objekata pod kojima se podrazumijevaju restorani i barovi te noćni klubovi. 15% njih ističe pomanjkanje uređenih plaža, što se može odnositi i na manjak kapaciteta, odnosno popularne „rezervacije ručnicima“, 13% ispitanika žali se na nedostatak parkirnih mjesta. Budući da velik broj posjetitelja dolazi iz susjednih zemalja ili se radi o domaćim gostima, evidentno je kako velik broj posjetitelja pristiže osobnim automobilima. 12% ispitanika nedostaje ponuda wellness objekata i/ili salona za ljepotu, 11% nedostaje ponuda (super)marketa, 10% posto trafika, a 8% smatra da nedostaje benzinskih postaja.



### Graf 17. Zadovoljstvo ispitanika ukupnom turističkom ponudom

MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO UKUPNOM TURISTIČKOM PONUDOM

100 odgovora

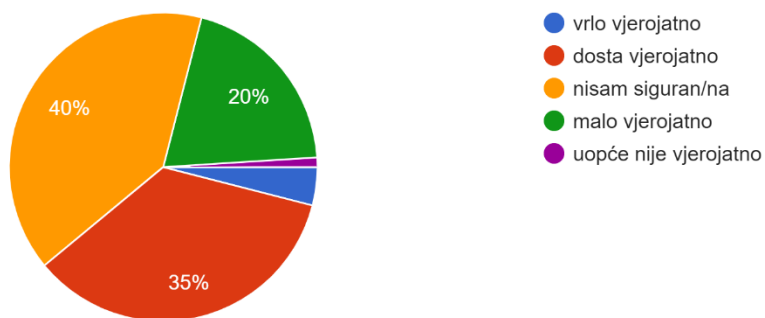


#### Izvor: obrada autora

Sedamnaesto se pitanje anketnog upitnika odnosilo na kumulativno zadovoljstvo gostiju ukupnom turističkom ponudom na destinaciji. 48% ih se izjasnilo kako su zadovoljni, 39% njih nije niti zadovoljno niti nezadovoljno. Budući da se većinski radi o gostima koji su već boravili u destinaciji, ovakvu indiferenciju je moguće pripisati padu u kvaliteti usluge tj. pomanjkanju djelatnika i posljedičnom čekanju ili nižoj razini profesionalnosti. 10% ispitanika ukupnom turističkom ponudom nije zadovoljno, a samo 3% ih je iznimno nezadovoljno ukupnom ponudom.

### Graf 18. Vjerojatnost ponovnog dolaska u destinaciju

KOJA JE VJEROJATNOST DA ĆETE PONOVRNO TURISTIČKI POSJETITI/BORAVITI NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA:  
100 odgovora



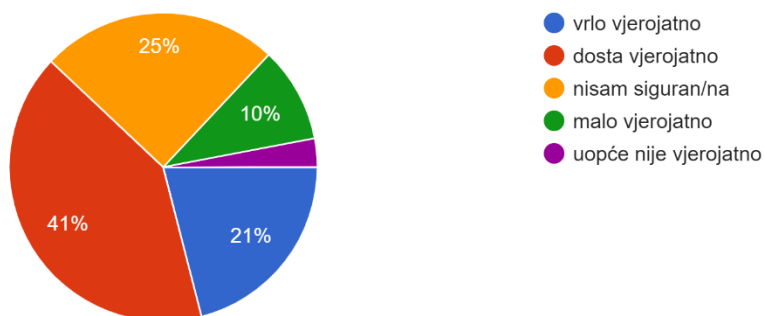
**Izvor: obrada autora**

Na pitanje koliko je vjerojatno da će ponovno posjetiti ili boraviti na destinaciji, ispitanici su većinski (40%) odgovorili kako nisu sigurni, 35% ih se deklariralo kako će dosta vjerojatno ponovno doći u istu, 20% odgovorilo je kako je malo vjerojatno da će se vratiti, 4% će ih se vrlo vjerojatno vratiti, a samo jedan ispitanik odgovorio je kako uopće nije vjerojatno da će se vratiti.

### Graf 19. Vjerojatnost preporuke destinacije

KOJA JE VJEROJATNOST DA ĆETE BORAVAK NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA PREPORUČITI SVOJOJ OBITELJI, PRIJATELJIMA ILI POZNANICIMA:

100 odgovora



#### Izvor: obrada autora

Upitani za vjerojatnost da će posjet destinaciji preporučiti nekom od svojih prijatelja ili poznanika, 41% je odgovorio kako je dosta vjerojatno da će destinaciju preporučiti svojim poznanicima, prijateljima ili članovima obitelji, 25% ih nije sigurno, 21% vrlo vjerojatno, 10% malo vjerojatno, a samo je troje odgovorilo kako uopće nije vjerojatno da će destinaciju preporučiti. Međutim, nastavno i na prethodno pitanje ovo kumulativno ostavlja pozitivnu sliku destinacije, kako s obzirom na zadovoljstvo samih posjetitelja, tako i s obzirom i na vjerojatnost preporuke destinacije.

## 6. ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja pokazali su kako je istočna Istra, usprkos činjenici da je slabije posjećena u usporedbi sa zapadnim dijelom, prepoznatljiva destinacija koja obiluje specifičnom rudarskom poviješću, legendama koje su iskorištene kao poseban brend, autentičnom arhitekturom i slikovitim vizurama Labina, te kao takva ne treba težiti masovnosti, već održivom turizmu i poboljšanju kvalitete onih faktora koji su se pokazali slabijim točkama u ovom istraživanju. Prepoznatljivost istočnog dijela Istre leži i u činjenici da, kako je pokazano ovim istraživanjem, posjetitelji imaju tendenciju povratka što ukazuje na zadovoljstvo prijašnjim iskustvima i što se odražava velikim postotkom samostalne organizacije dolazaka, kako zahvaljujući blizini emitivnih tržišta, tako i visokom stupnju sigurnosti koju su posjetitelji u destinaciji prepoznali.

Istočna Istra, odnosno područje TZ Labin – Rabac, svojim posjetiteljima nudi ipak čitavo bogatstvo aktivnosti i oblika odmora, što je pokazano rezultatima o motivima njihova dolaska, među kojima su zastupljeni i oni koji dolaze zbog kupališnog turizma te pasivnoga odmora, tako i onih koji dolaze poradi otkrivanja novih mjesta, šetnji, bavljenja sportskim aktivnostima, uživanja u očuvanoj prirodi i u konačnici komparativnoj prednosti mira i opuštenosti koji karakteriziraju ovaj dio Istre. Posjetitelji su upoznati i s bogatom gastronomskom i enološkom ponudom Istre, koja je također jednim od motiva njihova dolaska.

Elementi na kojima je potrebno dodatno poraditi jeste pojačani marketing u vidu distribucije promotivnih materijala i brošura na strateški mjestima, kao i sve one sastavnice (popratne) turističke ponude za koju su ispitanici naveli kako nedostale u destinaciji ili u njenoj neposrednoj blizini. Ujedno, tu su i nepovoljne okolnosti koje su prisutne na globalnom turističkom tržištu, a to je nedostatak kvalificiranoga kadra, ali i manjak kadra načelno s obzirom na broj posjetitelja, odnosno disproporciju u broju posjetitelja i gostiju u odnosu na broj zaposlenika. Stoga poslodavci trebaju osigurati bolje uvjete rada kako bi privukli kvalificiran i stručan kadar, što će se reflektirati kroz veće zadovoljstvo i poboljšanje ukupnog dojma boravkom posjetitelja u destinaciji, jer ipak čovjek jeste ključ uspjeha u turizmu.

## POPIS LITERATURE

- Bartolomeo Giorgini, Povijesni pregled Labina i okolice, Labin: Mathias Flacius, 2010., 100 str.
- Blažević, I. (1987) Povijest turizma Istre i Kvarnera. Rijeka: Otokar Krešovani
- Blažina, V. (2019). Grad Labin: Komunikacijska strategija - korak unaprijed u razvoju Hrvatske mreže zdravih gradova. Epoha zdravlja, 12 (1), 10-10. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/231987>
- Bošković, D. (1999). TRŽIŠNE MOGUĆNOSTI RAZVOJA AGROTURIZMA U ISTRI. *Tourism and hospitality management*, 5 (1-2), 23-38. <https://doi.org/10.20867/thm.5.1-2.2>
- Čabaravdić, A. (ur.) (2018) Turizam u Istri: od davnina do danas. Žminj: Čakavski sabor
- Diminić, J. (1999). Muzej suvremene skulpture na otvorenome. *Informatica museologica*, 30 (1-4), 15-19. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/142988>
- Drpić, K. i Vukman, M. (2014). GASTRONOMIJA KAO VAŽAN DIO TURISTIČKE PONUDE U HRVATSKOJ. *Praktični menadžment*, 5 (1), 62-67. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/134952>
- Gluhić, D. (2005). Pogodnosti tla Istre za vinogradarsku proizvodnju. *Glasnik Zaštite Bilja*, 28 (6), 29-54. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/164292>
- Gračan, D. (2005). ULOGA NAUTIČKOG TURIZMA U REPOZICIONIRANJU TURIZMA ISTARSKOŽUPANIJE. *Tourism and hospitality management*, 11 (2), 147-154. <https://doi.org/10.20867/thm.11.2.13>
- Gržinić, J., Zanketić, P. i Baćac, R. (2009). INDUSTRIAL TOURISM IN ISTRIA. *Ekonomski misao i praksa*, 18 (2), 211-232. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/48558>
- Kocković Zaborski, T. (2013). Povijest tartufarenja u Istri. *Vjesnik Istarskog arhiva*, 20 ((2013.)), 241-252. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/121757>

Kovačić, N. i Ivek, T. (2022). RAZVOJ DESTINACIJE CIKLOTURIZMA IZ PERSPEKTIVE LOKALNIH DIONIKA. *Acta turistica*, 34 (1), 7-49. <https://doi.org/10.22598/at/2022.34.1.7>

Krstulović, K. i Sunara, Ž. (2017). Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 8 (1), 33-38. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/182983>

Matošević, A. (2021). Labinska republika 1921: antropološko-povijesne bilješke uz stogodišnjicu rudarskog zauzeća ugljenokopa, samoorganizacije i otpora. *Politička misao*, 58 (1), 7-26. <https://doi.org/10.20901/pm.58.1.01>

Oplanić, M., Milotić, A. i Ružić, P. (1997). Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo - čimbenik razvoja ruralnih oblika turizma u Istri. *Tourism and hospitality management*, 3 (2), 427-440. <https://doi.org/10.20867/thm.3.2.17>

Paronić, s. (2016). Fragments from the history of Labin: a contribution to the understanding of social and religious life. *Croatica Christiana periodica*, 40 (77), 109-127. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/164720>

Peršurić, Đ. i Ilak Peršurić, A.S. (2016). Gen kolekcija autohtonih sorata vinove loze u Institutu, doprinos održivom razvoju vinogradarstva i vinarstva u Istri. *Radovi Zavoda za znanstveni i umjetnički rad u Požegi*, (5.), 13-23. <https://doi.org/10.21857/y54jof6jpm>

Ružić, P. (2011) Ruralni turizam Istre: pretpostavke i činitelji razvoja, stanje i perspektiva. *Rula: Institut za poljoprivredu i turizam*.

Ružić, P. (2012). ANALIZA POSEBNOSTI I PERCEPCIJE RURALNOG TURIZMA ISTRE. *Ekonomika misao i praksa*, 21 (1), 217-238. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/83779>

Škorić, S. (2008). SPORTSKI TURIZAM I NJEGOVI UČINCI NA TURISTIČKE DESTINACIJE - PRIMJER ISTRE. *Acta turistica*, 20 (1), 67-92. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/76249>

Višković, O. (2021). Projekt "Inspiracija" u Narodnome muzeju Labin. *Informatica museologica*, (52), 101-104. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/281215>

Vorano, T. (2003). Redizajn Narodnog muzeja Labin. *Informatica museologica*, 34 (3-4), 81-83. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/140427>

## **INTERNETSK IZVORI**

TZ Istra - brošure istočna Istra; <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure/labin-rabac> (posjećeno 5/3/2023)

TZ Istra – istočna Istra; <https://www.istra.hr/hr/destinacije#labin> (posjećeno 5/3/2023)

TZ Istra – smještajni kapaciteti; <https://www.istra.hr/hr/smjestaj> (posjećeno 5/3/2023)

TZ Istra: Dolasci i noćenja turista u Istri u 2022. godini po mjesecima i u kumulativnom razdoblju; Pregled po emitivnim tržištima i zajednicama; <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (posjećeno 5/3/2023)

TZ Rabac – Labin; <https://rabac-labin.com/> (posjećeno 5/3/2023)

TZ Rabac – Labin; IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA 2021.; [https://rabac-labin.com/app\\_assets/\\_editor/att/171/Izvjescje\\_o\\_ostvarenju\\_i\\_izvršenju\\_plana\\_2021.pdf](https://rabac-labin.com/app_assets/_editor/att/171/Izvjescje_o_ostvarenju_i_izvršenju_plana_2021.pdf) (posjećeno 5/3/2023)

Hrvatski zavod za statistiku: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021. Prvi rezultati po naseljima; <https://podaci.dzs.hr/media/ixpn5qzo/si-1711-popis-stanovnistva-kucanstava-i-stanova-2021-prvi-rezultati-po-naseljima.pdf> (posjećeno 13/2/2023)

## **POPIS TABLICA I GRAFIKONA**

### **POPIS TABLICA**

Tablica 1. Broj smještajnih objekata s obzirom na kategorije

Tablica 2. Broj iznajmljivača u Rapcu i kategorizacija kvalitete

### **POPIS GRAFIKONA**

Graf 1. Spolna struktura ispitanika

Graf 2. Dobna struktura ispitanika

Graf 3. Struktura gostiju prema nacionalnosti

Graf 4. Obrazovna struktura gostiju

Graf 5. Struktura posjetitelja prema iznosu mjesečnih primanja

Graf 6. Motiv dolaska u turističku destinaciju

Graf 7. Razlog/način odabira destinacije među ispitanicima

Graf 8. Način organizacije dolaska ispitanika

Graf 9. Oblik smještaja ispitanika

Graf 10. Prosječna dnevna potrošnja posjetitelja

Graf 11. Zadovoljstvo smještajem ispitanika

Graf 12. Zadovoljstvo čistoćom smještajnih objekata

Graf 13. Zadovoljstvo ispitanika pristupom turističkih djelatnika



Graf 14. Zadovoljstvo ispitanika ugostiteljskom ponudom

Graf 15. Osjećaj sigurnosti ispitanika tijekom boravka u destinaciji

Graf 16. Stav ispitanika o manjku pojedinih sadržaja u destinaciji ili njenoj blizini

Graf 17. Zadovoljstvo ispitanika ukupnom turističkom ponudom

Graf 18. Vjerojatnost ponovnog dolaska u destinaciju

Graf 19. Vjerojatnost preporuke destinacije

## **POPIS SLIKA**

Slika 1. Geografski položaj destinacija istočne Istre

Slika 2. Mapa pješačkih staza na području TZ Rabin - Labac

Slika 3. Smještaj hotelskih objekata na području Rapca

## **PRILOG: anketni upitnik**

---

## ZADOVOLJSTVO TURISTIČKIH GOSTIJU NA PODRUČJU ISTOČNE OBALE ISTRE

Ovaj anketni upitnik provodi se u svrhu istraživanja zadovoljstva turističkih gostiju na području istočne obale Istre. Namijenjen je ispitanicima koji su u svojstvu turista boravili na području istočne Istre, te se provodi anonimno. Rezultati će biti iskorišteni u svrhu izrade završnoga rada. Za njegovo je popunjavanje potrebno oko 10 minuta. Unaprijed zahvaljujemo na vašem doprinosu.

**\*Obavezno**

### 1. MOLIMO OZNAČITE SVOJ SPOL \*

*Označite samo jedan oval.*

žensko

muško

### 2. MOLIMO OZNAČITE SVOJU DOBNU SKUPINU:

*Označite samo jedan oval.*

do 18 godina

19-25

26-35

36-45

46-55

56-65

66 i više

3. MOLIMO OZNAČITE ZEMLJU IZ KOJE DOLAZITE \*

*Označite samo jedan oval.*

- Hrvatska
- Italija
- Slovenija
- Njemačka
- Austrija
- Velika Britanija
- Ostalo: \_\_\_\_\_

4. MOLIMO OZNAČITE NAJVIŠI STUPANJ ZAVRŠENOG OBRAZOVANJA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- osnovna škola
- srednja škola
- prediplomski studij
- diplomski studij
- magisterij/doktorat znanosti

5. MOLIMO OZNAČITE VAŠA MJESEČNA PRIMANJA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- do 800 €
- 801-1100 €
- 1101-1400 €
- 1401-1700 €
- 1701-2000€
- 2001€ i više

6. MOLIMO OZNAČITE MOTIV DOLASKA U TURISTIČKU DESTINACIJU \*

*Označite samo jedan oval.*

- sunce i more
- dobra hrana
- udoban smještaj
- ljepote prirode
- upoznavanje novih mjesta
- dobra prometna povezanost
- šetnje i razgledavanje
- dobra usluga u trgovinama
- zabava i ples
- mir, tišina i odsutnost gužvi
- izbor kratkih izleta
- pasivno odmaranje
- bavljenje sportovima
- povijesne i kulturne znamenitosti

7. MOLIMO OZNAČITE KAKO STE ODABRALI TURISTIČKU DESTINACIJU \*

*Označite samo jedan oval.*

- zbor preporuke prijatelja
- već sam ovdje boravio
- zbog povoljne ponude
- zbog reklame na internetu
- zbog zanimljive brošure koja mi je došla u ruke
- Ostalo: \_\_\_\_\_

8. MOLIMO OZNAČITE ORGANIZACIJU DOLASKA U TURISTIČKU DESTINACIJU \*

*Označite samo jedan oval.*

- vlastita organizacija  
 turistička agencija  
 Ostalo: \_\_\_\_\_

9. MOLIMO OZNAČITE KAKO STE SMJEŠTENI U TURISTIČKOJ DESTINACIJI \*

*Označite samo jedan oval.*

- privatni apartman  
 hotel  
 kamp  
 apartman u hotelu  
 Ostalo: \_\_\_\_\_

10. MOLIMO OZNAČITE VAŠU DNEVNU POTROŠNJU (IZUZEV TROŠKOVA SMJEŠTAJA I (POLU)PANSIONA) TIJEKOM BORAVKA NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- do 20€  
 21-30€  
 31-50€  
 51-70€  
 71-90€  
 91-110€  
 111€ i više

11. MOLIMO OZNAČITE VAŠU RAZINU ZADOVOLJSTVA SMJEŠTAJEM NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- iznimno sam zadovoljan/na  
 zadovoljan/na sam  
 nisam niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na  
 nezadovoljan/na sam  
 iznimno sam nezadovoljan/na

12. MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO ČISTOĆOM SMJEŠTAJNIH OBJEKATA U KOJIMA STE BORAVILI: \*

*Označite samo jedan oval.*

- iznimno sam zadovoljan/na  
 zadovoljan/na sam  
 nisam niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na  
 nezadovoljan/na sam  
 iznimno sam nezadovoljan/na

13. MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO PROFESIONALNOŠĆU I LJUBAZNOŠĆU ZAPOSLENIKA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- iznimno sam zadovoljan/na  
 zadovoljan/na sam  
 niti sam zadovoljan/na niti nezadovoljan/na  
 nezadovoljan/na sam  
 iznimno sam nezadovoljan/na

14. MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO UGOSTITELJSKOM PONUDOM \*  
(BAROVI I RESTORANI)

*Označite samo jedan oval.*

- iznimno sam zadovoljan/na  
 zadovoljan/na sam  
 nisam niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na  
 nezadovoljan/na sam  
 iznimno sam nezadovoljan/nezadovoljna

15. MOLIMO OZNAČITE OSJEĆAJ STUPNJA SIGURNOSTI U TURISTIČKOJ \*  
DESTINACIJI

*Označite samo jedan oval.*

- osjećao/la sam se iznimno sigurno  
 osjećao/la sam se sigurno  
 nisam se osjećao/la niti sigurno niti nesigurno  
 osjećao/la sam se nesigurno  
 osjećao/la sam se iznimno nesigurno

16. MOLIMO OZNAČITE SADRŽAJ ZA KOJI SMATRATE DA NEDOSTAJE U \*  
DESTINACIJI ILI U NEPOSREDNOJ BLIZINI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA:

*Označite samo jedan oval.*

- (super)market  
 benzinska postaja  
 trafika  
 ugostiteljski objekti (barovi, restorani, noćni klubovi)  
 nedostatan broj parkirnih mjesta  
 uređene plaže  
 wellness objekti i kozmetički saloni

- 
17. MOLIMO OZNAČITE VAŠE ZADOVOLJSTVO UKUPNOM TURISTIČKOM PONUDOM \*

*Označite samo jedan oval.*

- iznimno sam zadovoljan/na
- zadovoljan/na sam
- nisam niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na
- nezadovoljan/na sam
- iznimno sam nezadovoljan/na

18. KOJA JE VJEROJATNOST DA ĆETE PONOVRNO TURISTIČKI POSJETITI/BORAVITI NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- vrlo vjerojatno
- dosta vjerojatno
- nisam siguran/na
- malo vjerojatno
- uopće nije vjerojatno

19. KOJA JE VJEROJATNOST DA ĆETE BORAVAK NA PODRUČJU LABINA I/ILI RAPCA PREPORUČITI SVOJOJ OBITELJI, PRIJATELJIMA ILI POZNANICIMA: \*

*Označite samo jedan oval.*

- vrlo vjerojatno
- dosta vjerojatno
- nisam siguran/na
- malo vjerojatno
- uopće nije vjerojatno

---

Google nije izradio niti podržava ovaj sadržaj.

Google Obrasci