

OPĆINA SKRAD

**PLAN RAZVOJA TURIZMA
OPĆINE SKRAD**

2007. - 2015.



SKRAD 2006.

**NARUČITELJ: OPĆINA SKRAD
OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE SKRAD**

IZRADA: Poduzetnički inkubator PINS d.o.o. Skrad
VODITELJ TIMA: DANIJEL BERTOVIĆ, ing.
ČLANOVI TIMA: NADA PODNAR, dipl.oec.
STELA MULC

KOORDINATOR: prof.dr.sc. Josip Grgurić

ODBOR ZA KOORDINACIJU IZRADE PROGRAMA TURIZMA U SKRADU

Članovi odbora: prof. dr. sc. Josip Grgurić,
Žarko Mulc, dipl.ing. predsjednik TZO Skrad,
Stela Mulc, direktor PINS-a,
Ivana Briški, direktorica TZO Skrad

Recenzenti: Dr.sc. Vidoje Vujić, izv. prof.
Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment

Dr.sc. Eduard Kušen, dipl.ing.arh.
Suradnik na znanstvenim projektima Instituta za turizam

SADRŽAJ

UVOD	6
RECENZIJE	8
POGLED NA POČETKE I RAZVITAK TURIZMA U SKRADU	9
1. TURISTIČKO ODREDIŠTE SKRAD	
1.1. POZICIONIRANJE OPĆINE SKRAD	11
1.1.1. Teorijsko uporište	12
1.1.2. Pojmovno određenje turističkog odredišta Skrad	12
1.2. TRENDOVI U TURIZMU ZNAČAJNI ZA SKRAD	14
1.2.1. Turistički trendovi	14
1.2.2. Opća obilježja na turističkom tržištu	14
1.2.3. Trenutna obilježja turizma u Skradu	17
1.3. TURIZAM U SKRADU U SUSTAVU GOSPODARSTVA	21
1.3.1. Gospodarska obilježja Skrada	21
1.3.2. Turizam u Skradu i njegov utjecaj na gospodarstvo	24
1.3.3. Turizam u Skradu i prateće djelatnosti	25
2. RASPOLOŽIVI ČINITELJI RAZVOJA TURIZMA U SKRADU	
2.1. GEOPROMETNI POLOŽAJ	26
2.2. KRAJOLIK	27
2.3. KLIMA I HIDROGRAFIJA	28
2.3.1. Klima	28
2.3.2. Hidrografija	32
2.3.3. Vodoopskrba i odvodnja	33
2.3.4. Energetika	34
2.4. PRIRODNA I KULTURNO POVIJESNA BAŠTINA	34
2.4.1. Prirodna baština	34
2.4.2. Kulturno-povijesna baština	35
2.4.3. Turistička valorizacija prirodne i kulturno-povijesne baštine	36
2.5. STANOVNIŠTVO I KADROVSKI POTENCIJAL	37
2.5.1. Populacijska osnova	39
2.5.2. Obrazovanje	39
2.5.3. Znanje i inovativnost	40

2.6. PROMET	41
2.6.1. Značajke sustava prometa	41
3. OBILJEŽJA VRIJEDNOSTI TURISTIČKOG SUSTAVA	
3.1. TURISTIČKI KAPACITETI	42
3.1.1. Ugostiteljski kapaciteti	42
3.1.2. Kapaciteti turizma	43
3.2. TURISTIČKI PROMET I STRUKTURA TURISTIČKE POTRAŽNJE	47
3.2.1. Turistički promet i struktura turista	47
3.3. SWOT ANALIZA TURIZMA	48
3.4. MATRICA PROIZVODA TURIZMA	50
4. MODEL RAZVOJA SKRADA KAO TURISTIČKOG ODREDIŠTA	
4.1. IZBOR MODELA RAZVOJA	51
4.2. CILJEVI RAZVOJA TURIZMA	52
5. OBILJEŽJA TURISTIČKE PONUDE, VIZIJA, CILJEVI I TRŽIŠTA	
5.1. OSOBITOSTI PONUDE	54
5.2. SINERGIZAM SA OSTALIM DESTINACIJAMA	55
5.3. VIZIJA RAZVOJA I STRATEGIJA POZICIONIRANJA	57
5.4. DUGOROČNI CILJEVI I RAZVOJ PROIZVODA	59
5.5. PROJEKTNE AKTIVNOSTI	60
5.6. CILJNA GEOGRAFSKA TRŽIŠTA	80
5.7. STRATEGIJA I NAČELA ULAGANJA U RAZVOJ	80
6. MARKETING	
6.1. PRISTUP MARKETINGU	82
6.2. STRATEŠKA OPREDJELJENJA MARKETINŠKOG DJELOVANJA NA RAZINI TURISTIČKOG ODREDIŠTA SKRAD	84
6.3. MARKETINŠKE TAKTIKE	85
7. EDUKACIJA	
7.1. POLAZIŠTA	86
7.2. SADRŽAJ I KORISNICI	87
7.3. MJERE OBLICI I REZULTATI	87

8. MJERE I PROGRAMI PODRŠKE

8.1. POTICAJI	88
8.1.1. Mjere i programi državne i lokalne vlade	88
8.1.2. Primjena posebnih razvojnih i drugih mjera	90
8.1.3. Posebni poticaji	91

PREGLED MOGUĆIH IZVORA FINANCIRANJA PROGRAMA I PROJEKATA ZA RAZVOJ TURIZMA U SKRADU, U SKLADU SA CILJEVIMA RAZVOJA TURIZMA	93
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

**9. USVAJANJE, PROVEDBA, KONTROLA I PRILAGOĐAVANJE
GLAVNOG PLANA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE SKRAD**

9.1. USVAJANJE PROJEKTA NA RAZINI OPĆINE SKRAD	94
9.2. KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PLANA RAZVOJA TURIZMA	94

LITERATURA	95
-------------------	----

UVOD

Pred vama je prijedlog Plana razvoja turizma u Skradu koji bi trebao, prije svega, oslikati današnju situaciju; prednosti i nedostatke te turističke destinacije, ali i naznake u kojem ga pravcu valja razvijati. Naravno, da bi smo mogli dati projekciju razvoja, potrebno se osvrnuti i na proteklo vrijeme, na tradicionalna postignuća i dosege turizma u Skradu.

Prije 90 godina u Skradu je osnovano "Društvo za promet stranaca" čime je obilježen početak turizma u Skradu. Prvi pravi hotel u Gorskom kotaru sagrađen je 1920. godine pod nazivom "Zeleni vir". Uz taj hotel u Skradu je tada bilo i više privatnih pansiona i obiteljskih kuća koje su prihvaćale turiste koji su dolazili u Skrad ponajviše iz zdravstvenih razloga. Skrad je u to vrijeme bio nadaleko poznat kao klimatsko-lječilišna banja. Pored toga Skrad je imao još jednu specifičnost u razvoju turizma: bio je primarno orijentiran i prema turizmu za djecu. Tako su od 1927. godine ljeti dolazila djeca u "ferijalnu koloniju". Značajni datum za razvoj turizma u Skradu je i 1937. godina kad je tadašnji grad Sušak sagrađio u predjelu "Šiljar" dječje oporavilište. Već sljedeće godine na istoj lokaciji sagrađen je sanatorij za oporavak podmorničara.

Iza 2. svjetskog rata u objektima na "Šiljaru" otvoren je sanatorij za liječenje tuberkuloze. Nakon što je tuberkuloza bitno suzbijena objekti su ponovno preuređeni za odmor i oporavak djece. Tada je sagrađena i treća zgrada na području Šiljara. Za vrijeme i neposredno iza Domovinskog rata objekti su u funkciji vojnih potreba. Inicijativom Općinskog vijeća i njegovog Odbora za razvoj zdravstvenog turizma u Skradu zatraženo je od Vlade RH da objekte na Šiljaru dodijeli Općini, što se i uspjelo realizirati 2004. godine.

Sadašnja situacija u svezi s razvitkom turizma u Skradu karakterizirana je pomanjkanjem koncepcije budućeg razvoja te propadanjem objekta na području Šiljara, a najstariji hotel u Gorskom kotaru "Zeleni vir", koji je prešao u privatno vlasništvo, zatvoren je a zapuštena je i nerazvijena ostala privatna ponuda. Kako novosagrađena autocesta zaobilazi Skrad, nestaje i tzv. tranzitni turizam.

Imajući u vidu takvu situaciju, Općinsko vijeće, u sadašnjem sastavu, već na prvoj sjednici nakon konstituiranja prihvatilo je prijedlog da se izradi plan razvoja turizma u Skradu. Na jednoj od sljedećih sjednica formiralo je i Odbor za koordinaciju aktivnosti za izradu plana razvitka turizma u Općini Skrad.

Da bi se ta nepovoljna turistička situacija poboljšala, Odbor je postavio sljedeće zadatke:

- a) realno oslikati sadašnju turističku situaciju;
- b) utvrditi moguće potencijale i vizije razvoja;
- c) izraditi program razvoja koristeći prije svega postojeće potencijale u Skradu. Važna je činjenica, da u Skradu već deset godina djeluje PINS (Poduzetnički inkubator) s kojim je bilo moguće napraviti polazni materijal s kojim bi se konzultiralo referentne stručnjake za područje turizma u Hrvatskoj.
- d) Uključiti u pojedinim fazama izrade plana sve relevantne subjekte u Općini; Općinsko vijeće, Turističko vijeće, privredne organizacije i građane s ciljem da planovi budu što realniji i izraz potreba i htijenja žitelja Skrada.

- e) Naravno, važno je imati u vidu prilikom razrade plana razvoja i neke dokumente, pogotovo na razni Županije koji pozicioniraju mjesto i ulogu Skrada u budućem razvoju turizma u Primorsko-goranskoj županiji.

Ovdje se prije svega misli na Glavni plan razvoja turizma Primorsko - goranske županije, Plan lokalnog razvoja mikroregije Gorski kotar u suradnji s regijom Friuli-Venezia- Giulia i Prostorni plan uređenja Općine Skrad.

Ti su dokumenti bili osnovom za izradu ovoga Plana razvoja turizma u Skradu.

Prihvaćajući se toga zadatka, svjesni smo vrlo odgovornog posla. Plan treba dati vizije razvoja turizma, a s druge strane mora biti dovoljno konkretan i poticajan za niz pojedinačnih rješenja.

Koja je vizija razvitka turizma u Skradu? Odgovor na to treba dati ovaj dokument. Moramo reći da nemamo puno izbora jer postoji samo jedno rješenje - zdravstveno - rekreacijski turizam! Za to Skrad ima tradiciju i potencijal.

Da bismo mogli revitalizirati Skrad, potrebno je ponovno otkriti njegove vrijednosti, a onda to saznanje širiti dalje. Potrebno je prije svega napraviti planove u kojima će ljudi u Skradu pronaći svoj interes. Međutim, potrebno je učiniti puno više, kako bismo razvili pretpostavke za razvoj turizma.

Važno je naglasiti da razvoj turizma treba biti pokretač mnogih drugih razvojnih planova koji su pretpostavka razvoja turizma. Tu se prije svega misli na nekoliko planova kao što su: a) **planovi zaštite prirode**, jer bez očuvanja ekoloških uvjeta nemoguće je razvijati zdravstveno - rekreacijski turizam; b) razvoj poljoprivrede i **proizvodnja zdrave hrane** posebno je važna za tip turizma koji želimo razvijati u Skradu; c) **razvoj kadrova**. Ne treba posebno naglašavati da u jednoj lokalnoj zajednici programi razvoja moraju biti primarno orijentirani prema čovjeku u toj zajednici, njegovom **zapošljavanju** i u usmjeravanju školovanja mladih ljudi za turizam i prateće grane, što će u krajnjem cilju imati za posljedicu **pozitivnije demografske trendove** u toj zajednici.

I pored svih najboljih planova i programa potrebno je motivirati ljude u lokalnoj zajednici. Treba svatko, ali baš svatko od nas dati svoj prilog razvoju turizma u Skradu, od cvijeća na prozorima do čistoće okoliša i uključivanja u razne aktivnosti koji će se pokrenuti i što je bitno, sve to dugotrajno i strpljivo raditi. Plan razvoja turizma treba biti okosnica na kojoj se treba ta pozitivna energija i realizirati. Vjerujem da udruženi možemo nešto više učiniti zbog Skrada, ali i zbog svih nas koji u njemu živimo.

Predsjednik Odbora za izradu Plana
razvoja turizma u Skradu

Dr. sc. Josip Grgurić

Recenzije

Sažetak ocjena recenzenata

Dr.sc. Vidoje Vujić, izv. prof.

Krajem svibnja 2006. godine, primio sam na recenziju Plan razvoja turizma općine Skrad 2005. – 2015. (radna verzija). Nakon što sam pročitao Plan, o njemu promislio, dajem sljedeći recenzijski izvještaj.

3. OCJENA RADA (PLANA)

Svi su dijelovi i njihova poglavlja međusobno logički poredani i povezani u jednu tematsku cjelinu. Plan se temelji na znanstvenim spoznajama i dijelom na empirijskim istraživanjima. Primijenjene metode i tehnike istraživanja i izlaganja su primjerene predmetu o kojem se u Planu raspravlja. Jezik i stil rada je ispravan i lako razumljiv, a tvrdnje i stavovi su argumentirani i popraćeni odgovarajućim ilustracijama od kojih većina nije adekvatno numerirana.

U strukturnom i analitičkom pogledu dobro su analizirani resursi i trendovi u turizmu Općine Skrad, te njihov utjecaj na gospodarske djelatnosti. Dobro su prepoznati opći i posebni ciljevi razvoja turizma i pozicioniranje turističke destinacije Skrad. Posebno vrijedan dio Plana razvoja turizma općine Skrad su promišljanja projektnog tima o razvoju devet zona u kojima se prostor namjenjuje za razne oblike turizma.

Dr.sc. Eduard Kušen, dipl.ing.arh.

Tijekom mjeseca srpnja 2006 godine, povjerena mi je recenzija Plana razvoja turizma Općine Skrad.

3. OCJENA RADA (PLANA)

Plan je dobro pozicioniran u sustav istraživanja koja se, glede razvoja turizma, provode za cijelu Primorsko-goransku županiju (Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije).

Plan je dobro strukturiran i temeljen na znanstvenim i drugim dostupnim spoznajama, razumljiv i argumentiran.

Plan obuhvaća konkretnu funkcionalnu i upravnu regiju (osnovna turistička područja Općine Skrad) i usredotočuje se na njene specifičnosti bez nepotrebnih uopćavanja. U svakom slučaju predlaže se prihvatanje ovog plana uz otklanjanje nekih tehničkih grešaka i njegovo eventualno proširenje s alternativnim scenarijima razvoja.

POGLED NA POČETKE I RAZVITAK TURIZMA U SKRADU

Početak razvitka turističkih potencijala u Skradu i bližoj okolici treba povezati s nastojanjima šumarskog inženjera Rudolfa Tredla koji je početkom 20. stoljeća službovao u Skradu. On je uz podršku vlastelinstva Thurn und Taxis, poticao uređivanje turističkih staza i šetnica. Tako je dao urediti stazu do „pete klupe“ pogledom na Kupsku dolinu i Kostel grad. Također izgrađena je i staza prema Slemenu Skradskom, Šiljaru, Muževoj hišici i Zelenom viru. Na njegovu inicijativu osnovano je 1914. godine Društvo za promet stranaca i proljepšavanje mjesta. Društvo je aktivno počelo raditi kad se završio prvi svjetski rat. Ubrzo nakon toga, 1921. godine, u Skradu je građen i prvi hotel u Gorskomu kotaru. Hotel je postao vrlo poznat, naročito u kulinarstvu, pa su ovamo rado navraćali brojni gosti tokom cijele godine. Time je započela novo razdoblje u skradskom turizmu.

Tijekom tridesetih godina 20. stoljeća Društvo za promet stranaca i proljepšavanje mjesta promijenilo je ime u Klimatsko povjerenstvo. To je povjerenstvo izradilo i okvirni plan djelovanja, a onda ga upornim radom nastojalo realizirati. Po tom planu bilo je važno pristupiti što bržoj izgradnji odgovarajućih smještajnih kapaciteta. Kako su financijska sredstva bila skromna, trebalo je ishoditi kredite ili pridobiti zainteresirane ustanove i pojedince da grade odmaralište ili kuće za odmor. Povjerenstvo je u tome uspjelo, pa su započeli građevinski radovi. Također se radilo i na marketingu i uljepšanju mjesta. Proširene su i uređene nove turističke staze, markirani planinarski prilazi svim značajnijim planinarskim i turističkim punktovima. Povjerenstvo je reklamiralo Skrad i putem turizma. Posredstvom Josipa Lončarića i njegovih brojnih poslovnih poznanstava dobiveni su nacrti za izgradnju tridesetmetarske skijaške skakaonice koja je građena 1936. godine. Povjerenstvo je također pravovremeno uočilo da se mjesto ne može stihijski i neplanski razvijati pa je pokrenulo inicijativu da se izradi regulaciona osnova mjesta. Tih tridesetih godina stanovnici Skrada intenzivno su se bavili turizmom kao kućnom radinošću. U to je vrijeme bilo u Skradu sedam gostionica koje su gostima pružale kompletnu ugostiteljsku uslugu, a svaka od njih bila je po nečemu karakteristična. U blizini današnje škole 1933. godine sagrađen je moderan pansion „Verin bor“ u kojem su ljetovala uglavnom otmjenija gospoda. Turizam se u Skradu odvijao sve do 1942. godine. Veliki entuzijizam i želju da Skrad uistinu postane turističko-sportsko središte prekinuo je Drugi svjetski rat.

Ponovne aktivnosti sada Turističkog i planinarskog društva započele su 1952. godine uređenjem izletišta i vidikovaca. Dinamičniji razvoj mjesta i kraja po drugi put u njezinoj povijesti donijela je Lujzijana, glavna prometnica koja prolazi mjestom, nakon rekonstrukcije i asfaltiranja. Promet motornih vozila mjestom, donosio je sve prednosti i nevolje modernog života. Snažan poticaj promociji mjesta, a posebno zdravstvenog turizma ostvaren je ljeti 1957. godine otvaranjem Odjela za dječje bolesti u objektima na Šiljaru.

Sve intenzivniji promet zahtijevao je da se u središtu mjesta uredi i veliko parkiralište. U cilju proširenja turističko-ugostiteljskih kapaciteta u izletištu „Zeleni vir“ građen je ugostiteljski objekt pa su brojni posjetitelji, pored lijepe prirode, mogli uživati i u dobroj ugostiteljskoj ponudi. Turističko društvo surađivalo je s mnogim susjednim društvima, turističkim i putničkim agencijama. Ostvarena je veoma dobra suradnja sa svim faktorima u mjestu, posebno s tadašnjom Mjesnom zajednicom pa se zajednički radilo na realizaciji

mnogih zadataka. Odlukom Republičkog zavoda za zaštitu prirode Vraždy prolaz zajedno sa Zelenim virom proglašen je 1962. godine rezervatom prirodnih rijetkosti.

Tranzitni turizam dovodio je u Skrad sve više gostiju koje je bilo teško zadovoljiti postojećim ugostiteljskim prostorom pa u jesen 1963. godine započinje gradnja motela. Pored izgradnje motela poticana je obnova i adaptacija smještajnih prostora u privatnom vlasništvu. Uređeno je sedamdesetak ležajeva u kućnoj radinosti, a broj je kasnije porastao do 114 ležajeva. Kako bi se što bolje smjestili motorizirani turisti, kupljeno je i zemljište za izgradnju autokampa. Također neka velika poduzeća iz Rijeke i Zagreba kupuju zemljišta za izgradnju odmarališta.

Želeći još više i bolje promovirati turističke mogućnosti kraja, turističko društvo sudjeluje na sajmovima. Renome Skrada bio je nadaleko poznat, pa su tijekom 1969. godine turističke agencije iz Njemačke (oko 800 agencija) tražile da im se dostavi propagandni materijali o turističko-ugostiteljskoj ponudi našega kraja. Pokrenuta je i akcija pronalazjenja autohtonog suvenira. Sedamdesetih godina pokrenuta je akcija udruživanja ugostitelja Skrada i Crikvenice koja nije dala značajnije rezultate.

Statistika govori da je u Skradu 1973. godine boravilo oko 3500 gostiju, a ostvareno je gotovo 51000 noćenja.

Nakon brojnih godina turističkog prosperiteta i velikog priljeva gostiju, postupno je taj veliki interes gostiju za dolazak u Skrad počeo stagnirati i opadati. To je uzrokovano i nekim objektivnim razlozima: izgorjela je zgrada Miščević u sklopu Dječjeg odmarališta grada Zagreba, zatvoren je hotel „Zeleni vir“ zbog preuređenja. Godine 1983. promoviran je pravi domaći suvenir „skračka paljca“, jednostavan štap na kojem je bio utisnut logo mjesta, izletišta i sl. Te godine francuzi su otkrili Skrad te je zabilježen dolazak do 2000 francuskih turista, od kojih je svaki ponio sa sobom domaći suvenir - štap. U narednim godinama Skrad se opredijelio isključivo za tranzitni turizam. Početkom 90-tih godina prošlog stoljeća, s početkom Domovinskog rata, smanjuje se broj turista i noćenja u Skradu. Kad je krajem 90-tih izgradnjom poluautoceste Rijeka - Zagreb, Skrad gubi i ono malo tranzitnih turista koji su prolazili mjestom. Krajem 2002. godine zatvoren je motel. Od tada u Skradu više nema mogućnosti za prehranu i smještaj većeg broja turista.

1. TURISTIČKO ODREDIŠTE SKRAD

1.1. Pozicioniranje Općine Skrad

Općina Skrad zaprema površinu od 53,85 km² i prostorno je jedna od manjih jedinica lokalne samouprave na području Primorsko-goranske županije, gdje čini samo 1,50 % sveukupne površine te Županije. Općina Skrad se nalazi u središnjemu goranskom području ili u Delničkom koridoru, najvažnijem i najtipičnijem dijelu Gorskog kotara, koji je zbog prometne otvorenosti i tranzitnog značenja, kao najvažnije gospodarsko-geografske osobine, definiran prije svega nekadašnjom i suvremenom važnošću prometno-transportnih funkcija.

Slika 1. POLOŽAJ OPĆINE SKRAD U PRIMORSKO-GORANSKOJ ŽUPANIJI

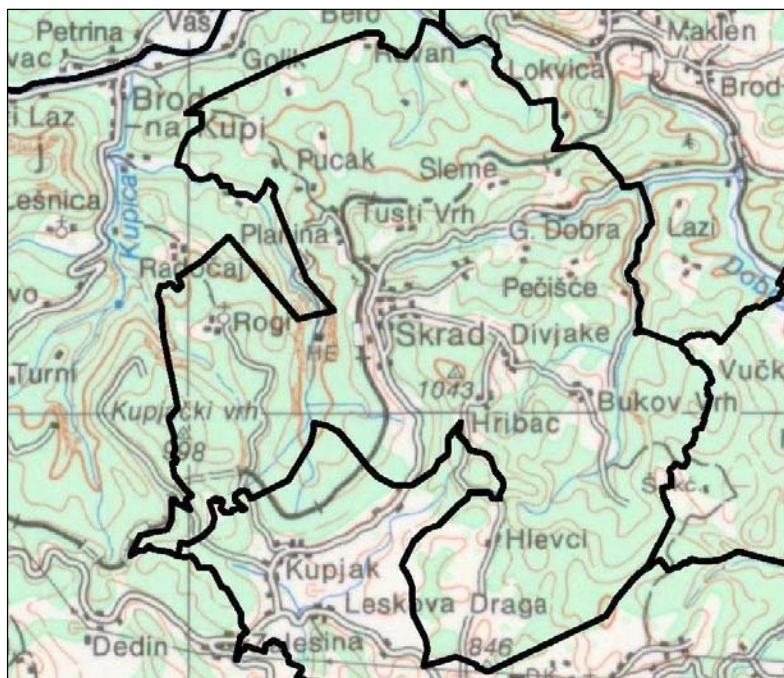


Izvor: PGŽ, Zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje

Naselje Skrad nalazi se u središnjem dijelu istoimene Općine koje je, prema popisu stanovništva iz 2001. godine, imalo 836 stanovnika, a s obližnjim zaseocima Velikim Selcem, Tustim Vrhom, Planinom ima oko 1000 stanovnika. Općina Skrad ukupno ima 32 samostalna naselja, od kojih su neka već nenastanjena (npr. Gramalj, Zakrajc Brodski, Trški Lazi, Resnatac, Vrh Brodski, Hosnik, Bukovac Podvrški).

Samostalna naselja na području Općine Skrad jesu: Belski Ravan, Brezje Dobransko, Bukov Vrh, Bukovac Podvrški, Buzin, Divjake, Gorani, Gorica Skradska, Gornja Dobra, Gramalj, Hlevci, Hosnik, Hribac, Mala Dobra, Malo Selce, Pečišće, Planina Skradska, Podslemeni Lazi, Podstena, Pucak, Raskrižje, Rasohe, Resnatac, Rogi, Skrad, Sleme Skradsko, Trški Lazi, Tusti Vrh, Veliko Selce, Vrh Brodski, Zakrajc Brodski, Žrnovac.

Slika 2: OPĆINA SKRAD



Izvor: PGŽ, Zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje

1.1.1. TEORIJSKO UPORIŠTE

Ciljevi turističkog razvitka uključuju zadovoljstvo gostiju i njihovih domaćina. Društveno-gospodarski razvitak treba temeljiti na zakonitostima održivog (ruralnog) razvoja, oslonjenog na kulturni i socio-ekološki kapital.

U današnje vrijeme može se govoriti o pozitivnim efektima globalizacije na turizam: vraćamo se “svojim korijenima” i na taj način stvaramo nove vrijednosti, odnosno minimiziramo eventualno generiranje negativnih implikacija (na gastronomiju, običaje, kulturu, prirodne atrakcije i sl.).

1.1.2. Pojmovno određenje turističkog odredišta Skrad

Oblikovanje turističkog odredišta Skrad

Opće karakteristike **turističkog posjeta**:

- ponuda odmora i
- različitost elemenata ponude.

Pod ponudom ovdje se ne podrazumijeva samo pripremljenost turističkih dobara i usluga, već i dugoročno osiguran prostor za odmor i rekreaciju.

Fiksni su ulazni čimbenici oni koji se uopće ne mogu mijenjati ili se dugoročno mijenjaju. Kao primjer za to mogu se uzeti: krajolik, znamenitosti, turistička infrastruktura i slično.

Varijabilnim ulaznim čimbenicima mogu se u turističkoj destinaciji smatrati robe kao i ulaganja rada potrebnog za odgovarajuće povezivanje tih roba i njihovo plasiranje na tržište.

Glede proizvodnje i uporabe **mogućnosti turističkog djelovanja** razlikujemo lokalno internu i lokalno eksternu mogućnost turističkog djelovanja.

Internu mogućnost turističkog djelovanja destinacije možemo definirati kao funkciju turističkih prilika i aktivnosti koje podrazumijevaju i kvantitativne i kvalitativne čimbenike unutar turističke destinacije:

- objekti za smještaj i prehranu;
- objekti za zabavu i kulturni objekti;
- atraktivnost i pročelja fasada;
- znamenitosti, parkovi;
- eko sela;
- slika krajolika, dostupnost i ekološke vrijednosti;
- klima, vremenske prilike;
- ljubaznost stanovništva, sustav vrijednosti;
- infrastruktura; staze za šetnju; biciklističke staze;
- vertikalna i horizontalna signalizacija i slično.

Eksterne mogućnosti turističkog djelovanja možemo definirati kao mogućnosti turističkog djelovanja izvanjskih (susjednih) lokacija, najčešće kao dopuna ponudi promatrane turističke destinacije.

Suvremene preferencije tržišta podrazumijevaju neophodnost prijelaza turizma i tzv. faze monoturizma u fazu **destinacijskog turizma pod kojim podrazumijevamo optimalno kombinirane i tržišno prilagođene elemente ponude (strukturu ponude) koji će joj (destinaciji) omogućiti da u uspoređivanju s konkurencijom postigne dobre turističke rezultate.**

Za turističko odredište Skrad može se reći da je zapravo odgovor na suvremena kretanja u načinu korištenja slobodnog vremena.

U cjelini uzevši za Skrad može se reći:

- da čini prostornu cjelinu,
- da ne raspolaže dostatnim elementima ponude
- da nije orijentiran turistu
- da se s destinacijom ne upravlja.

Konstatacija da se ne raspolaže dostatnim elementima ponude utemeljena je na činjenici da se destinacijom ne upravlja. To znači da nema organiziranog i profesionalnog pristupa destinaciji koji bi i definirao turističku ponudu. Zato plan razvoja turizma u Skradu ima prije svega svrhu da definira turističku ponudu orijentiranu turistu.

1.2. TRENDOVI U TURIZMU ZNAČAJNI ZA SKRAD

U složenim uvjetima brzih promjena života i rada ljudi, turistička potražnja se korjenito i brzo mijenja u skladu s tim promjenama. U želji da se sagledaju moguće promjene i naznače trendovi turističke potražnje, iznijet će se opća obilježja mogućih i očekivanih promjena na turističkom tržištu Europe i Hrvatske s posebnim osvrtom na moguće i očekivane promjene turističke potražnje za putovanje na destinacije u Gorski kotar, odnosno Skrad.

1.2.1. Turistički trendovi

Turistički trendovi su opći pravci kojima se predviđaju kretanja u budućemu, realno sagledivom razdoblju. Posebnost se ogleda u spoznaji mogućih trendova turističke potražnje koja će imati utjecaja ili će se javljati na području Gorskoga kotara, pa tako i Skrada.

Kretanja turista biti će obilježena posebnim potrebama da se putuje u destinacije koje garantiraju sigurnost. To ostaje i dalje u prvom redu Mediteran, tj. zemlje Sredozemlja koje do sada ostvaruju 51 % turističkog prometa Europe. Naravno da su to pretežno turisti koji su orijentirani prema sredozemnom turističkom području. Trendovi pak prema planinskim destinacijama su drugačiji. Definiranje prihvaćanja turista u Gorskomu kotaru, a to će reći i u Skradu, potrebno je učiniti na temelju novih karakteristika turista i njihovih obilježja.

1.2.2. Opća obilježja na turističkom tržištu¹

Potencijalni turisti danas žive i rade u uvjetima: općeg rasta osobnog i javnog standarda, povećanja slobodnog vremena kao rezultata razvoja znanosti i sve šire primjene novih tehnologija, sve dostupnijeg i jeftinijih oblika kolektivnih i individualnih sustava prijevoza koji su sve jeftiniji, dostupniji, brži, kompleksniji i primjereniji sve većem broju potencijalnih turista.

<p>Izmijenjene potrebe ljudi (izmijenjeni uvjeti rada i života)</p>	<p>Porast općeg standarda ljudi u tehnološki razvijenim zemljama, kao i u drugim zemljama koje ulažu u razvoj tehnologija i znanja. Ljudi raspolažu sa sve više novca za slobodno vrijeme, zabavu i putovanja. Istodobno, ljudi imaju sve manje vremena za dokolicu, jer nove tehnologije oslobađaju ljude od manje vrijednih poslova i vežu ih u nove obveze prema poslu i razvoju karijere. Zbog navedenog ljudi se sve više opredjeljuju za višekratna putovanja koja traju kraće. Javljaju se novi oblici turističke potražnje: all-inclusive, club, specijalizirani sadržaji itd.</p>
<p>Produljenje životnog vijeka</p>	<p>Ljudi sve duže i duže žive pa se u strukturi turističke potražnje javlja sve više ljudi takozvane treće dobi koji</p>

¹ korišteni materijali i odrednice iz Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije

	postaju sve dominantniji.
Djeca i mladi	Ovaj tip turista nije dovoljno rasčlanjen u modernoj turističkoj ponudi. Današnje mononuklearne obitelji orijentirane su da traže destinacije koje će omogućiti rekreaciju i zdravlje djece. S druge strane sve više se pojavljuje potreba za posebnom populacijom turista, tzv. ljudi treće dobi (bake i djedovi i njihovi unuci). Ovaj tip turista traži posebne sadržaje gdje je dominantno: sigurnost, mir, zdravlje i toplo gostoprimstvo. U nas je danas zamro tip dječjih kolonija i tzv. organiziranog odmora za djecu i mlade. Ovaj tip djece turista u tradiciji je skradskog turizma.
Adolescenti i mladež	Posebnu grupu turista predstavljaju adolescenti i mladež koji traže više rekreacije, sporta i zabave.
Rast potražnje za inovativnim sadržajima	Trend porasta potražnje za inovativnim oblicima turističkih sadržaja i ponude koji se javljaju kao osnovni oblici potražnje ili kao dodatni motiv putovanja; neobična iskustva, neočekivani sadržaji i oblici odmora, posebni doživljaji, novi oblici zabave, avantura, kontakta sa prirodom i kontakta s ljudima.
Povratak prirodi	Paralelno s brzim razvojem i sve većom razinom otuđenosti ljudi raste potražnja za jedinstvenim područjima prirode, s naglašeno čistim i nedirnutim krajobrazima i prirodom, koja se barem tako doživljava. Čista i netaknuta priroda dominantni je motiv u turističkoj potražnji.
Sigurnost	Sigurnost u svim oblicima i područjima postaje osnovni preduvjet pri odluci o odabiru turističke destinacije. Obuhvaća zahtjeve za visokom razinom sigurnosti tijekom putovanja, tijekom boravka u destinaciji, uključuje zaštitu od terorizma i nasilja, zdravstvenu i sanitarnu sigurnost, sigurnost od potencijalnih zagađenja i ekscenih situacija. U širem smislu u sadržaje sigurnosti može se uvrstiti briga za vlastito zdravlje i izgled tijela, iz čega proizlaze novi trendovi potražnje: wellness sadržaji, fitness programi, body programi, rekreacijski programi itd.
Novi motivi putovanja	Nekadašnji osnovni motivi putovanja, kupanje i sunčanje, odmor uz more ili posjet nekom kulturnom događaju, postaju zastarjeli, a dominantno je javljanje novih zahtjeva turističke potražnje, potražnje za novim turističkim uslugama. Doživljaji, intenzivni užitci i ispunjenje strasti, naglašene aktivnosti u prirodi, doživljaj i strast gdje se potiče: čulnost, emocije, zdravlje i ljubav prema sebi i svome tijelu – prisutan su trend. Turisti žele doživjeti nešto potpuno drugačije od njihove svakodnevice.

Naglašena potreba modernog čovjeka da se povlači u prirodu dovodi do stava da se razvoj turizma neraskidivo povezuje s procesom zaštite čovjekova okoliša. Suvremeni se turizam razvija upravo na osnovama te koncepcije.

Promjena stavova turista, njihovih zahtjeva i očekivanja tijekom turističkog putovanja, implicira predviđanje sljedećih trendova u bliskoj budućnosti:

- ◆ Svjetski trend **standardizacije** i sve masovnija pojava **branding** ponude pojačavat će u narednih dvadeset godina potražnju za uslugama koje su prepoznatljive. Osnovne prednosti brandinga u turizmu: učinkovitost, brza usporedba, planiranje i kontrola razine usluge.
- ◆ Predviđa se da će **Europa biti najveća turistička emitivna i receptivna snaga svijeta**; ujedinjena Europa činiti će potencijal od 500.000.000. ljudi. Jedinstvena valuta na tom prostoru olakšavat će putovanje unutar tog prostora, a proces globalizacije učiniti će dostupnim cijeli svijet.
- ◆ **Manji sustavi** ponude morat će se sklanjati u posebne tržišne niše i specijalizirati za manje segmente turističke ponude. Shodno navedenom razvijat će se posebni oblici turističke potražnje tražeći svoje mjesto na tržištu. Upravo u takvoj jednoj promjeni potrebno će biti definirati turizam u Gorskom kotaru, a posebno u Skradu. Skrad, koji se nalazi u sadašnjoj prometnoj izolaciji, taj prividni nedostatak treba pretvoriti u njegovu komparativnu prednost kao oazu mira, rekreacije i zdravlja.
- ◆ Stalni **rast standarda smještaja**, tj. kvaliteta smještaja. Godine 1960. prosječna bruto površina hotelskog smještaja po gostu u europskim i svjetskim hotelima bila je 12 m², 1970. godine 16 m², 1980. godine 18 m², a 2004. godine 24 m². Očekuje se da će 2014. godine prosječna površina hotelskog smještaja (sve kategorije zajedno u prosjeku) iznositi 28 m² bruto po gostu.
- ◆ **Novi oblici prehrane**, s posebnim naglasakom na zdravu hranu i pojavu masovnog korištenja novih oblika hrane i pića. Rast će opća svijest o zdravlju i potrebi prilagođavanja hrane i njen kvalitete potrebama pojedinca (zdrava hrana).
- ◆ **Masovna primjena novih tehnologija** koje će mijenjati način života i rada ljudi posebno u zemljama Europske unije.
- ◆ **Korištenje željeznice** za masovni prijevoza putnika unutar kontinentalnog prijevoza; predviđa se da će 2025. najveći broj putnika na daljinama unutar 500 km biti prevezeno brzim željeznicama. Na žalost, pored toga što je autoput zaobišao Skrad, najnoviji planovi Vlade predviđaju i izgradnju nizinske pruge Zagreb - Rijeka koja će također zaobići Skrad. Treba već sada početi razmišljati kako će se postojeća željeznička pruga uklopiti u mrežu željezničkih pruga Hrvatske.
- ◆ **Korištenje individualnog prijevoza**: s obzirom na emitivne turističke centre prema kojima je orijentiran Skrad (Zagreb, Rijeka), može se očekivati sve veće korištenje osobnog prijevoza.

Iznesene činjenice navode na zaključak da će u navedenom razdoblju opći i očekivani trendovi koji se očekuju na svjetskom turističkom tržištu biti značajni i u sagledavanju budućih trendova razvoja turizma i u Skradu.

Ovdje je potrebno usuglasiti stavove kakvog turista sutra želimo u Skradu, jer je destinacija Skrad prvenstveno orijentirana na ZDRAVSTVENO - REKREATIVNU KOMPONENTU TURISTIČKOG RAZVOJA, a to znači da su to prvenstveno turisti s posebnim zdravstvenim potrebama koji žele očvrstiti zdravlje rekreacijskim sportovima.

1.2.3. Trenutna obilježja turizma u Skradu

Početakom 2006. godine Poduzetnički inkubator PINS proveo je anketu među turističkim djelatnicima na području Općine Skrad. Anketiranjem je stečen uvid u aktualno stanje i raspoloženje turističkih djelatnika na području naše Općine. Ujedno se htjelo saznati više o njihovim planovima razvoja u budućnosti kako bi se uklopili u plan razvoja turizma u Skradu. Anketa je sadržavala upite o:

- zaposlenim djelatnicima,
- analizi tržišta,
- odnosu prema konkurentima koji pružaju jednaku vrstu usluge u susjednim destinacijama,
- tomu što kupci traže kad odabiru proizvode/usluge,
- marketingu tvrtke,
- viziji razvoja vlastite tvrtke,
- problemima razvoja turizma u Skradu i mogućnosti uključivanja u razvoj turističke djelatnosti.

Na anketu je odgovorio 71% ispitanika, od toga 75% ugostiteljskih djelatnika i iznajmljivača soba i apartmana te 25% obrtnika i vlasnika poduzeća.

Analiza pristiglih rezultata pokazala je da je trenutno u Skradu vrlo malo zaposlenih u turističkoj djelatnosti. Svi zaposleni u turizmu srednje su stručne spreme, ali ne turističkog ili ugostiteljskog smjera. **To pokazuje da nema stručnih kadrova u skradskom turizmu. Odmah možemo zaključiti da valja educirati mlade kadrove u ovoj grani gospodarstva.** Također je kroz anketu utvrđeno da su trenutno zaposleni u turizmu spremni dodatno se educirati za poslove u turističkoj djelatnosti koje bi, po njihovom mišljenju, trebalo provoditi jednom ili dva puta tijekom godine.

Analizom tržišta uočeno je da usluge nisu usmjerene prema određenom gostu, nego su namijenjene općenito svim gostima. Također, anketirani su naveli da je glavno tržište pružanja usluga Hrvatska, dok je orijentiranost prema inozemstvu vrlo mala. Glavni razlog što se poduzetnici ne okreću inozemnom tržištu jest neprepoznatljivost ponude, nedovoljna vlastita promidžba i nedovoljna promocija Skrada kao turističkog odredišta u inozemstvu.

Poduzetnici ne prate svoje poslovanje i ponudu u odnosu na konkurente, stoga nisu iskazali svoje prednosti ili nedostatke u odnosu na konkurenciju. Ispitivanje je obuhvatilo područje kvalitete usluga, reklame, uvjete plaćanja, zapošljavanje.

Na postavljeno pitanje što kupac najviše traži prilikom odabira smještaja u Skradu, odgovor je bio:

- mogućnost prehrane 100%
- mogućnost skijanja/sanjkanja 90%
- staze za skijaško trčanje 80%
- očuvana priroda 75 %
- izgradnja žičare Zeleni vir-Skrad 67%
- razvoj objekata na Šiljaru 67%

- klimatski uvjeti 58%
- razvoj kućne djelatnosti 42%
- blizina velikih gradova 33%

Marketing se uglavnom odnosi na plaćeno reklamiranje na internetu (vlastitih web stranica). Mali dio poduzetnika reklamira se vlastitim reklamnim katalogima, nastupom na sajmovima, dok se gotovo nitko ne reklamira u medijima (radio, novine, TV). Poduzetnici svoj način promocije određuju slobodnom procjenom, dok dio poduzetnika koji imaju duže iskustvo u poslovanju svoj način promocije određuje na temelju dosadašnjih iskustva.

Vizije svog poslovanja poduzetnici će nastojati ostvariti pružanjem novih usluga, ulaganjem u znanje i promociju. Svi poduzetnici smatraju da bi svoju viziju mnogo lakše ostvarili ukoliko bi se u Skradu riješio glavni problem za daljnji razvoj turističke djelatnosti, a to je otvaranje objekta s potpunom ugostiteljskom uslugom.

Na pitanje da li se ugostiteljski djelatnici uključuju u razne manifestacije tokom godine, pozitivno je odgovorilo samo troje ispitanika. Velik dio njih izrazio je spremnost za uključivanje u manifestacije, ali smatraju da je prethodno potrebno uspostaviti dijalog između svih dionika.

Sažetak provedenih anketa:

- **ZAPOSLENICI:**

UKUPAN BROJ ANKETIRANIH: 12

Ugostiteljski objekti:	7
Iznajmljivači soba i apartmana:	5
Obrt ili d.o.o.:	3

UKUPAN BROJ ZAPOSLENIH: 21

Obrazovna struktura zaposlenih:

VSS:	1
SSS:	19
NKV:	1

NOVO ZAPOŠLJAVANJE PLANIRA:

3 od 11 od toga 2 ugostiteljska objekta

1 proizvodnja i prerada bobičastog voća

PLAN ZAPOŠLJAVANJA:

Broj zaposlenih: 11

Obrazovna struktura zaposlenih:

VSS:	1
SSS:	10

- ANALIZA TRŽIŠTA

TRŽIŠTE PRODAJE:

Primorsko-goranska županija:	10
Ostali dio Hrvatske:	4
Inozemstvo:	2

- KUPCI

ŠTO KUPAC TRAŽI KAD ODABIRE VAŠU USLUGU?

- ❖ kvalitetu
- ❖ umjerenu cijenu
- ❖ uslužnost
- ❖ domaće
- ❖ autohtono
- ❖ prepoznatljivost
- ❖ dostavu
- ❖ mogućnost prehrane
- ❖ razglednice
- ❖ karta puta za Zeleni vir
- ❖ mir i tišinu
- ❖ boćalište
- ❖ roštilj

- VIZIJA

IMATE LI VIZIJU POSLOVANJA U BUDUĆNOSTI? NA KOJI NAČIN PLANIRATE OSTVARITI SVOJU VIZIJU?

DA: 10
NE: 1
OSTALO: 1

KOJE SU PO VAMA GLAVNE MOGUĆNOSTI RAZVOJA TURIZMA U SKRADU?

Očuvana priroda:	9	75 %
Izgradnja žičare Zeleni vir - Skrad:	8	67 %
Razvoj objekata na Šiljaru:	8	67 %
Klimatski uvjeti:	7	58 %
Razvoj kućne djelatnosti:	5	42 %
Blizina velikih gradova:	4	33 %

PRIJEDLOZI:

- otvaranje restorana u mjestu 100 %
- sanjkalište/skijalište; manja vučnica 90 %
- staze za skijaško trčanje 80 %

KOJA SU MIŠLJENJA OKO RAZVOJA TURISTIČKIH OBJEKATA NA ŠILJARU?

Svi ispitanici žele da se objekti na Šiljaru stave u funkciju, no velik je pesimizam glede realizacije.

PRIJEDLOZI:

- staviti u turističke svrhe
- sportski centar
- „grad mladih“
- prodaja objekata većem broju vlasnika.

TRENUTAČNI PROBLEMI U SKRADSKO TURIZMU:

- ❖ nedostatak objekata koji nude hranu
- ❖ financije
- ❖ previsoke komunalne naknade i naknade za isticanje firme
- ❖ nema poticaja za nova ulaganja
- ❖ stavljanje hotela Zeleni vir u funkciju
- ❖ dozvoljavanje razvoja previše istih djelatnosti
- ❖ premalo sadržaja
- ❖ razilaženje turističkog vijeća i političkih struktura
- ❖ miješanje politike u struku
- ❖ nedostatak stručnog kadra
- ❖ nedostatak manifestacija
- ❖ izoliranost Skrada.

ZAKLJUČAK:

Na temelju rezultata ispitanih dolazimo do zaključka da postoji velika želja za razvojem turizma u Općini Skrad.

Postojeće prednosti su prije svega očuvana priroda, povoljni klimatski uvjeti, blizina velikih gradova.

Najveće nade ulažu se u izgradnju otvaranje restorana, izgradnju manje vučnice, uređenje terena za sanjkalište, izgradnja žičare Zeleni vir-Skrad te stavljanje u funkciju objekata na Šiljaru.

Odaziv svih ispitanika za aktivnim uključenjem u plan razvoja turizma u Općini Skrad ulijeva optimizam i osnovica je za što skorije pozitivne i konkretne rezultate.

1.3. TURIZAM U SKRADU U SUSTAVU GOSPODARSTVA

1.3.1. Gospodarska obilježja Skrada

Na razvitak gospodarstva presudan je utjecaj imao povoljan zemljopisno-prometni položaj. Dosadašnja izgradnja proizvodnih kapaciteta, objekata prometa i infrastrukture te naselja posljedica je prolaza glavnih državnih prometnica iz unutrašnjosti do odredišta u Kvarnerskom primorju.

Opći negativni trendovi u gospodarstvu (pad zaposlenosti i sl.) imaju odraza i u Općini Skrad. Današnji prosjek od oko 400 zaposlenih pokazuje umjereno smanjenje u odnosu na 1995. godine, od kada se prate promjene u okviru novoformiranih jedinica lokalne samouprave.

Tablica 1. GOSPODARSKI SUBJEKTI NA PODRUČJU OPĆINE SKRAD

VRSTA DJELATNOSTI	IME TVRTKE	MJESTO
Lokalna samouprava	Općina Skrad	Skrad
Elektrodistribucija	HEP - Elektroprimorje Rijeka, Pogon Skrad	Skrad
Uzgoj i eksploatacija šuma	HŠ - Šumarija Skrad	Skrad
Proizvodnja el. energije	HEP Pogon Tribalj, HE Zeleni Vir	Skrad
Pošta	HP Poštanski ured Skrad	Skrad
Trgovina naftnim derivatima	INA Benzinska postaja Skrad	Skrad
Pretovar u željezničkim stanicama	HŽ sekcija za održavanje	Skrad
Poslovne banke	Erste St. Bank - Poslovnica Skrad	Skrad
Školstvo	Osnovna škola Skrad	Skrad
Zdravstvo	Ordinacija Opće Medicine i Stomatološka ordinacija	Skrad

Istraživanje i razvoj malog gospodarstva	Poduzetnički inkubator PINS d.o.o.	Skrad
Stolarija, obrada drva, pilana	DAAF d.o.o.; Obrt Bukovac, Obrt Vimont, Obrt Pavrov	Divjake, Skrad, Bukov Vrh
Ugostiteljstvo	Planinarski dom „Zeleni Vir“ Konjički klub „Anka Rožanka“	Rogi
Caffe bar, bistro	„Point“; „Amadeus“; „Goga“; „Stop“; „Grohotnik“; „Delač“	Skrad
Trgovina	Opskrba d.d.; Ingro d.o.o. (Valentin 5 i 6); Obrt Zana; Obrt Feniks; Metalik Bonsai	Skrad
Poljoprivreda	Poljop. gospodarstava Grešel, Jauk, Šporčić, Kenda, Mahmić, Jurković, Jerbić, Štimac, Srkoč, Grgurić	Bukov Vrh, Malo Selce, Mala Dobra, Pečišće, Hribac, Skrad, Šubetov most
Proizvodnja	Gorje d.o.o.	Skrad
Autoprijevoznik, iskorištavanje šuma	Obrt Mulc, Obrt Podnar	Skrad, Hlevci
Frizerski salon	Tea	Skrad
Popravak el. aparata, instalacijski radovi	Instal Crnković d.o.o.	Skrad

Izvor: Poduzetnički inkubator Skrad, Adresar skradskih poduzetnika, 2005

Poljoprivreda

Poljoprivreda je prepoznata kao jedan od nositelja razvoja turizma s obzirom na to da postoji izraziti zahtjev turista za zdravom autohtonom hranom. Zbog toga su potrebna veća ulaganja u zapošljavanje određenog broja djelatnika. Struktura zemljišnih površina i povoljni klimatski uvjeti, osobito uzgoj određenih kultura, pružaju solidnu osnovu za proizvodnju ekološki zdrave hrane na malim pojedinačnim površinama i u okviru obiteljskih gospodarstava.

Za postizanje učinkovite proizvodnje u poljoprivredi potrebno je prije svega prići okrupnjavanju poljoprivrednih površina, što je jedan od glavnih ograničavajućih činitelja

veće proizvodnje. Dugogodišnji utjecaj rascjepkanosti poljoprivrednih površina prouzročio je mali broj domaćinstava koji mogu živjeti isključivo od prihoda od poljoprivrede pa oni proizvode isključivo za svoje potrebe.

Skrad raspolaže relativno malim poljoprivrednim obradivim površinama od 495,67 ha, od čega je vrijedno obradivo tlo svega 14,45 ha, što predstavlja 0,27% površine Općine Skrad. Skrad, kao i cijeli Gorski kotar, ima velike mogućnosti razvoja biljne i stočarske proizvodnje (govedarstva, ovčarstva i konjogojstva).

U cijelini, navedene površine dovoljno se ne koriste.

Poljoprivredni proizvođači i prerada proizvoda

Na području Skrada registrirana su poljoprivredna gospodarstva koja se bave uglavnom proizvodnjom jagoda, malina i krumpira. Trenutno nitko od poljoprivrednih proizvođača nije u sustavu ekološke proizvodnje.

Poljoprivredna gospodarstva

Grešel - uzgoj jagoda i malina	6000 m ²
Jauk - uzgoj malina i povrća	1000 m ²
Kenda - uzgoj malina	3000 m ²
Šporčić - uzgoj malina	1000 m ²
Srkoč - uzgoj malina	1000 m ²
Podnar - proizvodnja sjemenskog i jestivog krumpira	10 ha
Jurković - uzgoj malina	1000 m ²
Jerbić - uzgoj malina	1000 m ²
Grgurić - proizvodnja sjemenskog i jestivog krumpira	} 3 ha
Štimac - proizvodnja sjemenskog i jestivog krumpira	
Žagar - proizvodnja sjemenskog i jestivog krumpira	

Mahmić - uzgoj krušaka, šljiva, jabuka, američkih borovnica, trešanja

Na osnovi sadašnjih nasada prinosi su sljedeći:

- jagode oko 6000 kg,
- maline oko 11000 kg,
- jestivi krumpir 70000 kg
- sjemenski krumpir 200000 kg.

Tijekom 2005. godine na nivou Gorskog kotara započet je projekt Centra za otkup i preradu poljoprivrednih proizvoda i zaštite oznake zemljopisnog porijekla proizvoda pod nazivom „Proizvod Gorskog kotara“ (izgradnja novog branda)..

Cilj je projekta da uz osiguranje tržišta poljoprivrednim proizvođačima poveća poljoprivrednu proizvodnju, mrež je sa poduzetnicima u cilju jačanja gospodarstva i konkurentnosti turizma na osnovi plasmana proizvoda.

Nositelj projekta je **Poduzetnički inkubator PINS** iz Skrada u čijim će se prostorijama osposobiti i opremiti prostor u koji će se smjestiti poduzetnik koji bi prerađivao poljoprivredne proizvode.

Trenutno se preradom proizvoda u Skradu bavi poduzeće Gorje d.o.o.. Oni proizvode karakteristične proizvode za ovaj brdsko-planinski kraj: džemove od malina, jagoda, borovica, likere od malina, borovica, smrekovih iglica, razne proizvode od šumskih gljiva. Oni trenutno svoje proizvode plasiraju u restoranima i hotelima u Gorskomu kotaru i na moru te na sajmovima.

U Delnicama je započet projekt izgradnje mljekare koja će otkupljivati mlijeko od proizvođača iz Gorskog kotara. U toj se mljekari također namjeravaju proizvoditi sirevi i sl.

1.3.2. Turizam u Skradu i njegov utjecaj na gospodarstvo

Osnovni model odnosa na turističkom tržištu isti je kao i na svakom drugom tržištu. Specifičnost se javlja u ponašanju subjekata **ponude** i **potražnje** na tom tržištu, te u međuodnosu parcijalnog i općeg tržišta.

Kriteriji za utvrđivanje ranga važnosti pojedinih komponenata u turizmu kao složenom sustavu uglavnom su ovi:

- fizički obujam prometa (proizvodnje) koji dotična komponenta direktno ili indirektno kroz turizam ostvaruje, odnosno plasira;
 - vrijednosni izraz toga prometa i njegovi efekti (dohodak, akumulacija, standard radnika i dr);
 - utjecaj na zapošljavanje;
 - veličina uloženi sredstava, koji se aktiviraju za potrebe turizma;
 - multiplikativno djelovanje na ostale komponente sustava;
 - induktivno djelovanje, naročito u nedovoljno razvijenim područjima;
 - utjecaj na neekonomske sfere života na području Skrada (kao npr. podizanje kulturnog nivoa, standarda stanovanja, racionalno korištenje prostora, stvaranje tradicije i sl.).
- Svaki od ovih kriterija nije mjerljiv, ali se ipak mogu ocijeniti i rangirati. Upravo ti nemjerljivi elementi postaju važniji od onih mjerljivih kako u pozitivnom tako i u negativnom kontekstu.

Da bi turist zadovoljio i ostvario svoje potrebe i želje, mora dati određena financijska sredstva onim subjektima koji će mu pružiti i prodati odgovarajuća dobra i usluge kojima će zadovoljiti i ostvariti svoje potrebe i želje.

Upravo taj akt potrošnje turista osnova je svih ekonomskih aspekata i funkcija turizma, njegova utjecaja na gospodarstvo. Potrošnja turista i veličina te potrošnje osnovna je i jedina veza između turizma i gospodarstva.

Turizam i poljoprivreda

U budućem razvoju poljoprivrede potrebno je utvrditi konkretne programe proizvodnje. Pritom treba procijeniti prirodne i ekonomske uvjete izbora odgovarajućih kultura i vrsta stoke radi podmirenja potreba u hrani stanovništva i turizma, s osloncem na obiteljska gospodarstva i na mogućnosti prerade, plasmana pa i izvoza prehrambenih proizvoda.

Posebno bi trebalo aktivirati obradive površine i pašnjake, stalno primjenjivati moderne agrotehničke mjere, provesti okrupnjavanje posjeda.

U skladu s time prognozira se povećanje proizvodnje poljoprivrednih proizvoda, osobito krumpira, povrća, voća, zatim tipičnih prerađevima (mesa i mlijeka).

Za glavni plan i razvojni model turizma naročito je značajno ukazati na mogući puno viši stupanj partnerstva između turizma i drugih djelatnosti.

Od velikih potencijalnih i do sada neiskorištenih mogućnosti koje stoje na raspolaganju tom novom partnerskom odnosu jesu:

- prehrambena industrija koja danas u Skradu nema kapaciteta. Posebno to traži puno ozbiljniji pristup obrtu u funkciji turističke potrošnje (posebno proizvodnja kruha, peciva, kolača i sl.); potencijal i interes za razvoj ove djelatnosti postoji (bivša pekara Delač);
- trgovina na veliko i malo s ozbiljnim mogućnostima i kapacitetima. Posebno se to odnosi na trgovinu na malo s brojnim neprehrambenim proizvodima.
- proizvodno i uslužno obrtnište će oživljavanjem gospodarskih djelatnosti, zamahom privatnog poduzetništva te organiziranim usavršavanjem djelatnika znatno proširiti svoju zaposlenost i opseg poslovanja.

1.3.3. Turizam u Skradu i prateće djelatnosti

Za zadovoljstvo turista značajan je čitav niz drugih djelatnosti koje upotpunjuju kvalitetu odnosa prema turistu.

- **Zdravstvo i zdravstvena zaštita** sa svojom organizacijom u sadašnjoj mjeri ne zadovoljava potrebe turista. Poželjno unapređenje ove djelatnosti ponajprije treba usmjeriti na pitanje adaptacije sustava hitne pomoći, te na pitanje brzine (pravovremenosti) intervencija u slučaju ozbiljnijih zdravstvenih problema (npr. nesreća).

U Skradu se nalazi ordinacija opće medicine, stomatološka ordinacija te ljekarna. Hitna medicinska pomoć djeluje u sklopu Doma zdravlja u Delnicama, međutim nije dovoljno ekipirana niti opremljena dovoljnom količinom vozila za hitne intervencije.

- **Sustav sigurnosti** u ovom kontekstu može se ocijeniti pozitivno. Naime, uz sigurnost u širem smislu (terorizam, politička stabilnost, ...) koja je prerasla u važan činitelj odabira destinacije, sigurnost na lokalnoj razini s gledišta sigurnosti prometa, kriminala i sl. mogućih "neugodnosti" turista ima veliko značenje.

Područje Općine Skrad spada u nadležnost Policijske postaje Delnice.

- **Trgovina na malo**, koju, prvenstveno kada je riječ o prehrambenim proizvodima, koristi znatan broj turista, iziskuje najveće mjere unapređenja u pogledu zaštite zdravlja turista (sanitarne kontrole i sl.)

Trenutno u Skradu posluju tri trgovine na malo mješovitom robom:

- trgovine Valentin 6 i Valentin 7

- trgovina Opskrba d.d., i sve se nalaze u centru mjesta.

- Među brojne druge, za turiste vrlo značajne usluge, svakako treba ubrojiti **bankarske, poštanske i usluge opskrbe gorivom**. Nabrojene usluge karakterizira relativno visok stupanj razvijenosti, ali određene pojave (radno vrijeme, nedostatak novca, goriva i sl.) upućuju na potrebu da lokalni subjekti odlučivanja o turizmu (ali i interesu lokalnog stanovništva) ozbiljno pristupe i ovoj strani zadovoljavanja gostiju.

Bankarske usluge: Poslovnica Erste bake s bankomatom

Poštanske usluge: Poštanski ured Skrad

Opskrba gorivom: INA Benzinska postaja Skrad

2. RASPOLOŽIVI ČINITELJI RAZVOJA TURIZMA SKRADA

U ovom poglavlju raspoloživi se resursi iznose s ciljem da se adekvatno valoriziraju u planiranju budućeg razvoja turizma. Potrebno je naglasiti da raspoloživost resursa ne podrazumijeva i jamstvo turističke uspješnosti, ali predstavlja kvalitetan temelj da se njihovim promišljenim upravljanjem osigura uspješan turistički razvoj i blagostanje lokalnog stanovništva. Iznose se i ostali raspoloživi činitelji razvoja.

2.1. GEOPROMETNI POLOŽAJ

Općina Skrad nalazi se u Primorsko-goranskoj županiji koja obuhvaća 6,3% površine Republike Hrvatske. Površina Općine Skrad iznosi 53,85 km².

Kroz područje Općine Skrad prolazi: autocesta A3 Zagreb - Rijeka

državna cesta D3 Zagreb - Rijeka - 15 km (Lujzijana)

županijska cesta Ž 5033 Gašparci – Brod Moravice - 1,4 km

županijska cesta Ž 5035 Zeleni vir – Skrad - 5,5 km

lokalne ceste – služe povezivanju pojedinih dijelova Općine međusobno ili neposredno s okolnim prostorima:

Skrad – Divjake 3,7 km

Skrad – Bukov vrh 6,1 km

Skrad – Zakrajc Brodski 6,1 km

- *željeznica*: državna magistralna željeznička pruga (Rijeka – Zagreb)

Najbliže čvorište, odnosno priključak na autocestu Zagreb-Rijeka udaljeno je 10 km od Skrada.

Cestovne udaljenosti (u odnosu na Skrad) u kilometrima

<i>Zagreb:</i>	<i>105 km</i>
<i>Rijeka:</i>	<i>60 km</i>
<i>Split:</i>	<i>353 km</i>
<i>Osijek:</i>	<i>402 km</i>
<i>Beč:</i>	<i>513 km</i>
<i>Trst:</i>	<i>184 km</i>
<i>Ljubljana:</i>	<i>100 km</i>

Zaključak:

Blizina glavnih emitivnih tržišta i dostupnost kopnom, svrstavaju Skrad u red turističkih odredišta koje imaju povoljan geoprometni položaj.

2.2. KRAJOLIK**Morfologija područja**

Područje Općine najvećim dijelom čine naslage paleozojskih klastita i karbonatnih stijena mezozoika i paleogena, a u jugozapadnom dijelu fluvio-glacijalne naplavine.

Kompleks paleozojskih klastita je razvijen u obliku flišolike serije klastita neraščlanjene paleozojske starosti. U toj seriji se u graduiranim sekvencama smjenjuju konglomerati, pješčenjaci različite veličine zrna, zatim siliti i šejlovi. Veći paleozojski masivi vidljivi su na površini između Kupjaka i Skrad, Skrada i Sušice u sjeveroistočnom dijelu Općine. Paleozojske stijene na površini su najčešće razgrađene i zato smeđe-crvenkaste boje.

Trijaski klastiti izgrađuju znatno manje dijelove terena, a vidljivi su površinski oko masiva paleozojskih klastita. Paleozojski trijaski klastiti većinom su malo do vrlo malo vodonepropusni, pa se stoga za vrijeme intenzivnih padalina pojavljuje čitav niz vodotoka bujičnog karaktera.

Karbonatni kompleks mezozoika i paleogena prostorno je ispresijecan kompleksom paleozojskih klastita. Osnovne stijene karbonatnog litogenetskog kompleksa su vapnenci, dolomiti i breče karbonatnog sastava. Stijene karbonatnog kompleksa podvrgnute su dugotrajnom okršavanju, čiji je intenzitet varirao u skladu s promjenama klimatskih prilika tijekom geološke prošlosti. Posljedice tog procesa danas su raznolike i vrlo uočljive u stijenskoj masi, a to su speleološke pojave: ponori (pretežno vertikalni) ili špilje (pretežno horizontalne).

U kompleksu naplavina svrstavaju se naslage pleistocenske starosti i raznolikih litogenetskih značajki, kao i one holocenske starosti. Nalaze se većinom na zaravnjenim dijelovima terena, a zauzimaju relativno male dijelove teritorija. Međutim, njihova važnost je velika jer su oblikovale zaravnjene dijelove terena na kojima se, ili uz koje se nalaze značajna naselja i većina poljoprivrednih površina.

Seizmičnost

Područje Općine spada u seizmički aktivna područja sa pojavom velikog broja relativno slabijih potresa u dužim vremenskim intervalima. Dubine žarišta nisu pouzdano istražene.

Klimatska obilježja

Visoke količine oborina tijekom cijele godine rezultiraju s prosječnom relativnom vlagom zraka i tla. Ljeta su usprkos tome vruća i suha.

Reljef:

- *tekućice*: rijeka Dobra, potok Curak i Jasle
- *planine*: Skradski vrh, 1043 m

- *parkovi*: zaštićeni krajolik Zeleni vir (spilja Muževa hišica, slap Curak, kanjon Vražji prolaz)
- *šume*: bjelogorica (bukva najvećim dijelom), masa 1 163.600 m³
crnogorica (jela, smreka najvećim dijelom), masa 899.475 m³

Raspoložive sirovine:

- tri manja kamenoloma tehničko-građevnog kamena za lokalne potrebe

Drugi raspoloživi izvori:

- izvorišta rijeke Dobre (izvori pitke vode)

Stupanj zagađenja:

Kakvoća zraka je prve kategorije. Koncentracija sumpor-dioksida ispod 50mg/m³. Prosječna godišnja kiselost oborina niža je od dopuštenih vrijednosti.

2.3. KLIMA I HIDROGRAFIJA

Klimatski uvjeti bitno determiniraju pogodnost pojedine regije za razvoj turizma i njezinu privlačnost.

2.3.1. Klima

Značajke lokalne klime bitno utječu na razvoj turizma te su jedan od elemenata privlačnosti, što se posebno može istaknuti za Skrad.

Skrad je Općina sa visokim količinama oborina tijekom cijele godine što rezultira s prosječnom relativnom vlagom zraka i tla. Ljeta su usprkos tome vruća i suha. Dominantan pravac vjetera je sjever-jug. Opći klimatološki podaci dobiveni su od meteorološke postaje Skrad u periodu od 1978-1994. godine smještenoj na 675 m.n.m.

Temperatura zraka

Apsolutna sezonska i godišnja maksimalna i minimalna temperatura zraka kreće se od +33,7 °C ljeti do -19,8 °C zimi. Godišnji raspon temperatura može iznositi 53,5 °C.

Srednji broj hladnih dana ($t_{\min} < 0^{\circ}\text{C}$) iznosi 106,3 (proljeće 21,8; jesen 16,3; zima 68,2)

Srednji broj ledenih dana ($t_{\min} \leq 10^{\circ}\text{C}$) iznosi 11,7 (proljeće 1; jesen 0,2; zima 10,5)

Srednji broj studenih dana ($t_{\max} \leq 0^{\circ}\text{C}$) iznosi 32,4 (proljeće 3,2; jesen 2,2; zima 27)

Srednji broj vrućih dana ($t_{\max} \geq 30^{\circ}\text{C}$) iznosi 1,6 (ljetno 1,6)

Srednji broj dana s toplim noćima ($t_{\min} \geq 20^{\circ}\text{C}$) iznosi 0,3 (ljetno 0,3).

Oborine

Ukupna količina oborina godišnje iznosi 1.716,6 mm (proljeće 419,5; ljeto 407,9; jesen 525,6; zima 363,6)

Srednji broj dana s kišom godišnje iznosi 140,6 (proljeće 38,9; ljeto 36,2; jesen 39,1; zima 26,4)

S obzirom na dominantnu kontinentalnu gorsku klimu snijeg je redovita sezonska pojava na području Općine. Godišnji prosjek je 47,7 dana sa snijegom (proljeće 13,8; ljeto 0,1; jesen 5,9; zima 27,9)

Broj dana s visinom snijega ≥ 1 cm godišnje iznosi 86,6

Broj dana s visinom snijega ≥ 10 cm godišnje iznosi 61,4

Broj dana s visinom snijega ≥ 30 cm godišnje iznosi 31,4

Relativna vlaga zraka

Srednja relativna vlaga, godišnje iznosi 80% (proljeće 76; ljeto 76; jesen 83; zima 85)

Srednji broj dana s relativnom vlagom u 14 sati $\geq 80\%$ godišnje iznosi 138,4 dana (proljeće 28,1; ljeto 17,1; jesen 35,7; zima 57,5)

Naoblaka

Srednja godišnja količina naoblake u desetinama godišnje iznosi 6,3.

Broj vedrih dana

Srednji broj vedrih dana godišnje iznosi 73,3 (proljeće 15; ljeto 25,4; jesen 18,9; zima 14)

Srednji broj oblačnih dana godišnje iznosi 120,5 (proljeće 30,2; ljeto 15,5; jesen 31,8; zima 43).

Magla

Srednji broj dana s maglom iznosi 98 dana (proljeće 20,9; ljeto 15,8; jesen 31,5; zima 29,5)

Vjetar

Srednji broj dana s jakim vjetrom (10,8 - 17,1 m/s) godišnje iznosi 8,9 dana (proljeće 1,3; ljeto 0,3; jesen 2,2; zima 5,1)

Srednji broj dana s olujnim vjetrom (od 17,1 m/s i više) godišnje iznosi 0,6 dana (ljeto 0,1; jesen 0,1; zima 0,4)

Obilježja tipova klime standardizirana su te se klime istih obilježja svugdje u svijetu označavaju istim slovima. Velikim je slovom označen klimatski razred, prvi mali slovni znak označava vlažnost (f-nema suše, s-suša ljeti), a drugi mali slovni znak označava ljetne temperature (a-vruće ljeto, b-toplo ljeto). Linije razgraničenja pojedinih klimatskih tipova konstruirane su pomoću vertikalnih gradijenata temperature i padalina i njihovih srednjih mjesečnih hodova.

Prema Köppenovoj klimatskoj regionalizaciji, koja je izračunata za standardno razdoblje 1961.-1990. prostor Općine Skrad spada u klimatske tipove:

- **Cfa** umjereno topla vlažna klima s vrućim ljetima - prostire se na preostalim otocima i obalnom pojasu do izohipse od 500 m

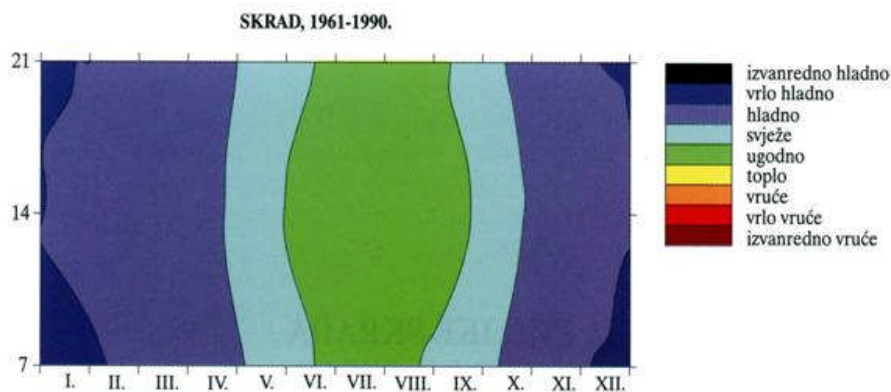
- **Cfb** umjereno topla vlažna klima s toplim ljetima - zauzima gorsko-planinski prostor Županije između izohipse od 500 i 1160 m.

Ovo područje karakteriziraju veće količine padalina i niže temperature. Klimatske osobine toga prostora su također ljetne svježine i veće količine snijega zimi. Ovi se prostori nalaze u hipsometrijskoj zoni unutar koje su noći ljetnih mjeseci hladnije od 15 °C, zbog čega je za večernje aktivnosti potrebna toplija odjeća. Pored utjecaja na gospodarske aktivnosti temperature zraka utječu i na zdravstveno stanje. Nepoželjne su nagle promjene temperature, a pogotovo ako se podudaraju i s drugim negativnim meteorološkim pojavama kao što su velika vlažnost zraka, vjetrovi i padaline.

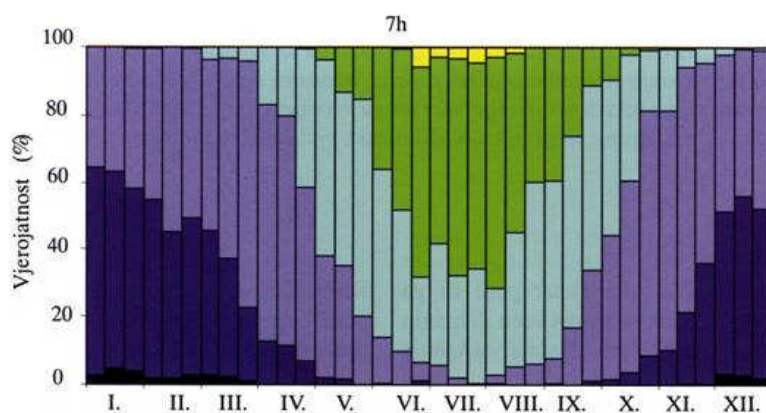
Zimske vremenske prilike prilično su nestabilne zbog čestih prodora juga. Vegetacijsko razdoblje je kratko.

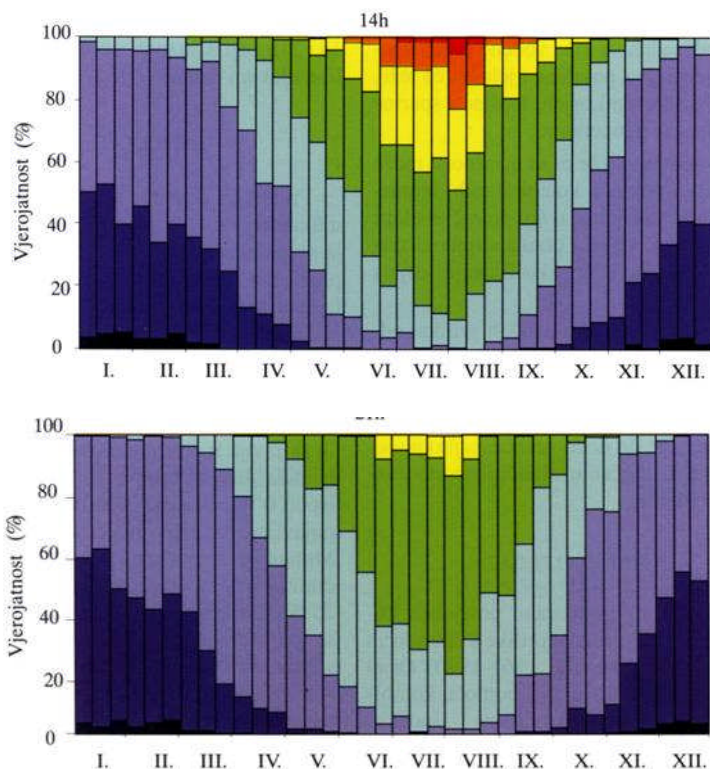
Povećana vlažnost zraka je u jutro i na večer te zimi. Srednja relativna vlažnost zraka u 7 sati je 84 % dok je u 14 sati 70 %. Vlažnost zraka zimi uzrokuje doživljaj hladnoće a ljeti djeluje osvježavajuće. Vlažnost utječe na raspoloženje zbog čega valja naglasiti da je manja na većim nadmorskim visinama te nepošumljenim predjelima.

Usporedbom klimatskih regija iz prvog (1931-1960) i drugog (1961-1990) standardnog razdoblja ustanovljeno je da se linije razgraničenja postupno mijenjaju (to se odnosi na gorsko-planinsku regiju koja je u ranijem razdoblju bila hladnija).



Slika 1. Razdioba osjeta ugodnosti tijekom dana i godine po dekadama. Skrad, 1961-1990.





Slika 2. Vjerojatnost pojavljivanja različitih osjeta ugodnosti po dekadama. Skrad, 1961-1990.

Izvor: K. Zaninović: Klimatske i bioklimatske prilike Skrada ... pediatria Croatica 2000

Kontinentalni tip

Za razvoj turizma pogodne su planine koje imaju niske temperature, povoljan smjer vjetrova, malo naoblake, dugotrajnu insolaciju i oborine u obliku snijega. Niske temperature uvjet su postojanosti snježnog pokrivača ili u novim okolnostima umjetnog osnježavanja prostora.

Globalne klimatske promjene i njihov utjecaj na turizam

Zatopljenje atmosfere popraćeno je globalnim promjenama poput izdizanja razine svjetskog mora, uzgojem kultura koje ranije nisu uzgajane na većim geografskim širinama, zatopljenjem mora (pomicanje crte kupališnog turizma prema sjeveru), promjenama živog i neživog okoliša, promjenama funkcioniranja društveno-gospodarskih sustava i drugog. Sve te promjene utječu i na turizam.

Zaključak:

Klimatski uvjeti na području Općine Skrad vrlo su povoljni za razvoj turizma te omogućuju cjelogodišnje turističko poslovanje.

2.3.2. Hidrografija

Područje Gorskog kotara pripada Crnomorskom slivu. Rijeka Kupa daje obilježje čitavom kraju, ali ne protječe područjem Općine Skrad. Izvorišta rijeke Dobre daju najveće karakteristike ovom području.

U Kupicu, najznačajniji desnoobalni pritok Kupe na području Županije, utječe jedan od glavna tri ogranka: Curak. Pritok Curak dotječe u Kupicu s njene desne strane te ima stalni pritok koji joj daje izvor Zeleni vir. Izvor izbija u pećini oko 70 m iznad korita u obliku malog jezera zelene boje, po čemu je i dobio ime.

Potok Jasle je nedaleko poznat po svojem najnižvodnijem dijelu toka Vraždem prolazu gdje je locirano niz kaskada, slapova i brzotoka s pretežito vertikalnim koritom duboko usječenim u stijene.

Dobra nastaje spojem dvaju vodotoka : Skradske Dobre, koja započinje svoj tok neposredno kod Skrada, i Bukovske Dobre, čiji je početak u okolici Bukovog Vrh.

Prema hidrološkim značajkama Dobra je stalan vodotok koji u svome toku ima uglavnom zadržan prirodni izgled.

U profilima tokova prisutan je vrlo naglašen trend opadanja srednjih godišnjih protoka, a time i povećanja duljine sušnih razdoblja. To je posljedica globalnog trenda smanjenja potoka a samo manjim dijelom uzrokovano povećanjem korištenja vode za vodoopskrbu. S druge strane postoji znatan utjecaj krškog podzemlja koje dijelom kontrolira režim njihova istjecanja. Opća je značajka njihova bujičnost.

Hidrološke osobine u skladu su s rasporedom nepropusnog i propusnog zemljišta. Tokovi teku po nepropusnom terenu i poniru u krškim zonama. Jaka vrela i tokovi izmjenjuju se sa stalnim izvorima i tokovima iz nepropusnog zemljišta. Najjača krška vrela smještena su na nižim položajima (Zeleni vir). Karakteristično je duboko okršavanje dolomita na kontaktu s klastitima, gdje se obično javljaju izvorišta podzemnih voda. Jedan takav kontakt - rasjed nalazi se na sjevernoj i zapadnoj padini grebena Skradski vrh. Registrirani rasjed može biti izvor podzemnih voda što dokazuju izvori kod željezničke postaje Skrad.

Izvor pitke vode

- izvor Kicelj - vodoopskrba Bukov Vrh - minimalna izdašnost 0,5 l/s
- izvor Šubetov most - minimalna izdašnost 0,2 l/s
- izvori Korito, Žljeb, Jazbina - vodoopskrba Brod Moravica i Moravica - minimalna izdašnost 6 l/s
- izvor Hribac - vodoopskrba Divjake - minimalna izdašnost 0,3 l/s
- izvor Željeznička stanica i Vodica - vodoopskrba Skrada - minimalna izdašnost 3,8 l/s
- izvori Skrad 1,2 i 3 - vodoopskrba Ravne Gore - minimalna izdašnost 5 l/s.

Prema izrađenim elaboratima ZZJZ Rijeka, Zavoda za kontrolu voda za piće i voda u prirodi, sve vode s ovih izvora koji su dani u koncesiju Komunalcu d.o.o., imaju povoljne fizikalno-kemijske osobine i zadovoljavaju uvjete Pravilnika o zdravstvenoj ispravnosti vode za piće.

2.3.3. VODOOPSKRBA I ODVODNJA

Adekvatna vodoopskrba jedan je od ključnih uvjeta za planiranje turističkog razvoja. Održivi razvitak nameće potrebu ulaganja u izgradnju tehnološki suvremenih sustava za odvodnju i tretiranje otpadnih voda.

Vodni resursi se koriste, osim za dobivanje električne energije, i kao izvori pitke vode, što je veliki turistički potencijal. Smatra se da je iskorištenost voda na ovom području oko 30%. To je, s obzirom na potrebe Hrvatske, relativno mali postotak.

Sve vode Gorskoga kotara, bilo površinske ili podzemne, imaju značajke strateških rezervi za vodoopskrbu pa se zbog toga nameće pitanje kompleksne zaštite ovog područja od mogućih zagađenja.

Vode na općinskom području sporedno utječu na oblikovanje turističkog prostora zbog toga što su im površinski tokovi kratki. Takva obilježja uzrokovana su krškim terenom na kojem površinski otječe 3% kišnog taloga, a ostali iznosi pretvaraju se u podzemne vode.

Vodoopskrbni sustav Općine Skrad dio je vodoopskrbnog sustava Delnice (podsustav Lokve), koji opskrbljuje područje bivše Općine Delnice. Vodu u sustav daje velik broj malih izvora koji su samo djelomično međusobno povezani. Kvaliteta vode je zadovoljavajuća.

Na području Skrada vodoopskrba je riješena nizom manjih sustava, međusobno odvojenih, koji koriste vodu iz lokalnih izvora. Izgrađena je crpna stanica kapaciteta 27 l/s, snage 215 kW iz koje se voda tlači u vodospremu. Za potrebe Skrada postoje tri vodospreme: Skrad, Skradska draga i Divjake.

U sustavu javne vodoopskrbe nalazi se 11 naselja: Bukov Vrh, Divjake, Malo Selce, Podstena, Skrad, Veliko Selce, Sleme Skradsko, Žrnovac, Gornja Dobra, Planina Skradska i Tusti Vrh. Razvodna mreža izgrađena je od lijevano željeznih, azbestnih, pocinčanih i plastičnih cijevi. Osnovni problem funkcioniranja mreže su prvenstveno mali profili s malim protocima te visinska razvedenost naselja, zbog čega se pojavljuju mjestimično visoki tlakovi, koji premašuju granice optimalnog funkcioniranja. Stoga je potrebno povećati propusnost mreže i, po mogućnosti, formirati prstene radi poboljšanja sigurnosti opskrbe.

Mogućnost sigurnog rješenja vodoopskrbe vezana je uz gradnju zajedničkog sustava vodoopskrbe - regionalnog vodovoda za cijeli Gorski kotar. Ovaj sustav svojom trasom prati autocestu Rijeka - Zagreb, koja jednim dijelom prolazi kroz južni dio Općine Skrad.

Odvodnja

Osim nekoliko parcijalno sagrađenih kanala, Skrad nema izgrađene javne kanalizacije. Pojedine veće stambene zgrade i hotelski objekti, kao i objekti javnih službi, imaju sabirne jame koje zaustavljaju kruti otpad, dok tekući dio otječe u obližnje jaruge ili se infiltrira u tlo.

Odvodnja otpadnih voda mora se rješavati usporedno s vodoopskrbom. Razgranatom mrežom kanala kojima sve će se iskorištene vode prikupljati i, po mogućnosti, gravitaciono odvesti do uređaja za pročišćavanje otpadnih voda.

Trenutno je izrađen idejni projekt kanalizacijskog sustava Općine Skrad koji predviđa izgradnju sustava za naselja Skrad, Tusti Vrh i Veliko Selce. Početak izgradnje sustava planira se 2007. godine, a radovi će trajati oko osam godina.

Odvodnja oborinskih voda rješavat će se djelomično odmah, a djelomično u kasnijim etapama odvodnog sustava.

2.3.4. ENERGETIKA

Elektroenergetika

Na području Općine Skrad izgrađena je na potoku Curak protočna distributivna hidroelektrana Zeleni vir, instalirane snage 2 x 0,8 MW, prosječne godišnje proizvodnje 8 000 MWh. Hidroelektrana je sagrađena 1921. godine. To je prva hidroelektrana u Gorskomu kotaru. Elektrana predaje proizvedenu energiju u distributivnu mrežu napona 10 kV.

Južnim područjem Općine prolaze dalekovodi 400 kV, 220 kV i 110 kV. Područje Općine Skrad napaja se električnom energijom iz trafostanice TS 35/20 kV Kupjak.. Kapacitet postojeće mreže zadovoljava potrebe sadašnje potrošnje električne energije, ali može zadovoljiti i povećanje cca 30 %. U većim naseljima razvijati će se i dalje kabela mreža (20 kV), dok će se u ostalom dijelu Općine graditi zračna mreža.

Plinovod

U okviru razvoja plinovodne mreže Hrvatske planira se izgradnja magistralnog plinovoda Pula-Rijeka-Zagreb. Trasa tog plinovoda prolazit će svojim dijelom i kroz Općinu Skrad. Plinifikacija Skrada moguća je povezivanjem s plinifikacijom Delnica gdje bi trebala biti smještena mjerno redukcijska stanica.

2.4. PRIRODNA I KULTURNO- POVIJESNA BAŠTINA

Vrijednost i raznolikost prirodne i kulturno-povijesne baštine Skrada temeljni su resurs za razvoj turizma. Stoga se Plan razvoja razrađuje tako da se u najvećoj mogućoj mjeri ona sačuva, uz istovremeno primjereno valoriziranje na turističkom tržištu.

2.4.1. Prirodna baština

Zaštita prirode regulirana je u Republici Hrvatskoj nizom zakonskih i podzakonskih akata, a posebno se ističe važnost Zakona o zaštiti prirode (NN 162/2003) koji vodi računa o usklađenosti s odredbama važećih međunarodnih sporazuma i propisima Europske unije.

Godine 1997. dovršena je studija "Zaštita prirodne baštine Primorsko-goranske županije". Na temelju znanstvenih i stručnih polazišta studije, Prostorni je plan PGŽ (SN 14/2000) stupanjem na snagu 2000. godine utvrdio mrežu područja i objekata koji su osobito vrijedni i značajni za biološku i krajobraznu raznolikost i predložio ih za zaštitu. Riječ je sedamdesetak prirodno najvrednijih dijelova predviđenih za različite kategorije zaštite.

Zaštićena prirodna baština

1. Vrajži prolaz – Zeleni vir – posebni rezervat
2. Kupica i potok Iševnica – posebni rezervat – prijedlog zaštite
3. Skradski vrh - kako ga definirati kao park prirode
- potreba za zaštitom: MINI projekt - definiranje Skradskog vrha kao jednog dodatnog turističkog odredišta
4. Izvor rijeke Dobre - Grohotnik

2.4.2. Kulturno-povijesna baština

Na području Skrada nalazi se nekoliko objekata kulturno-povijesne baštine, što predstavlja polaznu osnovu za razvoj različitih selektivnih oblika turizma (kulturni turizam, vjerski turizam, etnoturizam, turizam nasljeđa).

Navedenom popisu potrebno je pridodati **folklorno nasljeđe**, autohtone **običaje** i autohtonu **gastronomiju**.

Kulturne ustanove: kuća Lončarić u Skradu
crkva sv. Izidora – Divjake
crkva sv. Antuna Padovanskog – Skrad
crkva sv. Andrije – Rogi
kapela sv. Roka – Zakrajc Brodski
kapela Marijinog uznesenja na nebo - Skradski vrh.

Prirodne i kulturno-povijesne značajke Skrada

1. Hotel Zeleni vir u Skradu **prvi** je sagrađen hotel u Gorskom kotaru, otvoren **1920.** godine
2. **Prva** hidroelektrana (munjara) u Gorskom kotaru, u Zelenom viru, puštena je u rad 1922. godine, te je Skrad prvi dobio električnu struju.
3. Cesta Rijeka - Karlovac, tzv. Lujzijana sagrađena je kroz Skrad 1809. godine, gdje je bilo uređeno i konačište. Postavljena je i harmica gdje se ubirala pristojba za prijevoz robe.

Tijekom 2005. godine započet je kulturno- turistički projekt pod nazivom „200 godina Lujzijane“ u kojem bi Skrad trebao odigrati vrlo važnu ulogu, kao što je to odigrao i u prošlosti.

4. Željeznička pruga Zagreb - Rijeka
5. Kuća Lončarić
6. Skradski vrh - povijesna legenda
7. Izvor Grohotnik - obnova starih zanata - mlin

U Općini Skrad registrirano je ili evidentirano nekoliko kulturnih udruga, društava, manifestacija, organizatora te objekata i sadržaja u službi kulture i umjetnosti.

To su: Udruga „ Skradska žena“ i Kulturno-umjetničko društvo „Zeleni vir“ s Mješovitim pjevačkim zborom i folklornom sekcijom.

U Općini se nalazi 8 spomen- područja i spomen- obilježja.

2.4.3. Turistička valorizacija prirodne i kulturno-povijesne baštine

U suglasju s kriterijima podjele turističkih potencijala koje je postavila Svjetska turistička organizacija, moguće je sagledati njihovo postojanje na području Općine Skrad.

⇒ **Prirodni turistički resursi**

Stavovi turista o turističkoj ponudi jasno pokazuju da su oni najzadovoljniji prirodnim resursima.

→**Kulturno-povijesna baština** nije dovoljno iskorištena u turizmu i to treba promijeniti (čuvajući je od potencijalnih negativnih efekata).

Procjenjuje se stanje spomeničke i kulturne baštine; ponuda kulturnih događaja; U turističku ponudu nedostatan se uključuju folklorne priredbe i predstavljanje autohtonih običaja i obrta.

⇒ **Klimatski uvjeti**

Klimatski uvjeti veoma su povoljni i osiguravaju pretpostavke za cjelogodišnje poslovanje, posebice kad je riječ o zdravstvenom turizmu.

⇒ **Infrastruktura**

Naročito se neriješena infrastruktura nameće kao limitirajući čimbenik u razvoju turizma, a u Skradu je to, između ostalog, neriješen sustava odvodnje.

⇒ **Turističke usluge i sadržaji**

Desetljećima se nije ulagalo u turističke usluge i sadržaje pa su danas oni na ovom području nedostadni, pogotovo kada se radi o sadržajima i uslugama vezanim za zabavnu, sportsku, zdravstvenu i ostale oblike ponude.

Turističke su atrakcije nedvojbeno magnet koji privlači posjetitelje i polazište su daljnje razvoja turizma. Općenito se razlikuju:

- Realne turističke atrakcije, koje treba plasirati na tržište marketinškim postupkom
- Potencijalne turističke atrakcije, koje treba najprije turistički razviti, učiniti ih turistički dostupnim
- Turističke atrakcije koje se razgledavaju
- Turističke atrakcije kojima se turisti bave
- Turističke atrakcije (paraatrakcije) koje turisti koriste zbog životne prisile (posla, liječenja, obrazovanja).

Manifestacije koje doprinose poboljšanju turističke ponude

- Gorski sajam - promidžba poduzetnika proizvođača autohtonih proizvoda
- „200 godina Lujzijane“ - kulturno povijesna manifestacija
- Skrad na Lujzijani - 2006
- Plodovi goranskih polja - cjelogodišnja manifestacija vezana uz uzgoj krumpira
- Blagdan Velike Gospe - 15. kolovoz
- Proslava Dana Općine - kolovoz
- Biciklijada - srpanj
- Dan planinara - obilazak planinarskih staza, moguće povezati sa vjerskim turizmom i kapelicom na Skradskom vrhu - postavljanje križnog puta do kapelice
- Simpozij pedijatara Hrvatske
- Dani štrudle - izletišta Zeleni vir
- Dani vode - izletišta Zeleni vir (prijedlog).

2.5. STANOVNIŠTVO I KADROVSKI POTENCIJAL

- ukupan broj stanovnika: 1333 stanovnika (popis 2001.g.)
- broj muškaraca: 642
- broj žena: 691
- broj odraslih (od 20 g. dalje): 1118
- nacionalnost: 96,62 % Hrvati
1,5 % Srbi
1,88 % ostali
- govorni jezici: Hrvatski jezik
- pojave seljenja: proces iseljavanja i depopulacije stalno prisutan
- stupanj smrtnosti: 15,8
- stupanj nataliteta: 12,5

Dobna struktura stanovništva prema popisu iz 2001. godine pokazuje veoma nepovoljan međusobni odnos glavnih dobnih skupina stanovništva. Prema toj usporedbi vidi se da ima dvostruko više starog nego stanovništva mlađe dobi. Iseljavanje mlađeg i zrelog stanovništva i bitno smanjen natalitet, kao i produženje vijeka života ljudi doveli su do nepovoljnog dobnog sastava stanovništva, odnosno do prevladavanja veoma stare populacije u Općini Skrad.

Tablica 2.: DEMOGRAFSKO STANJE OPĆINE SKRAD

NASELJE	1953.	2001.
SKRAD	509	836
VELIKO SELCE	105	84
GORNJA DOBRA	85	60
BUKOV VRH	237	57
PLANINA	89	52

DIVJAKE	85	47
HRIBAC	101	32
PODSTENA	47	28
ŽRNOVAC	55	25
TUSTI VRH	45	24
MALO SELCE	63	21
HLEVCI	37	19
ROGI	95	11
SLEME SKRADSKO	43	7
PEČIŠĆE	33	6
PUCAK	29	5
GORICA	27	4
BREZJE DOBRANSKO	31	4
KOSICA SKRADSKA	14	0
BELSKI RAVAN	24	3
RASOHE	23	2
BUZIN	29	1
ZAKRAJC	37	1
HOSNIK	12	1
GORANI	19	1
VRH BRODSKI	17	0
TRŠKI LAZI	6	0
RESNATAC	9	0
RASKRIŽJE GORNJE	9	1
RASKRIŽJE DONJE	12	0
PODSLEMENI LAZI	13	0
MALA DOBRA	32	0
GRAMALJ	52	0
BUKOVAC	16	0
UKUPNO	2040	1333

Izvor: Državni zavod za statistiku - popis stanovništva 2001. godine

Obrazovanje

- *stupanj obrazovanja*: 43% (SSS, VŠS, VSS)
- *stupanj pismenosti*: 100 %
- *obrazovne ustanove*: Osnovna škola
Predškolska ustanova – dječji vrtić

Rad

- *stupanj nezaposlenosti*: 60 nezaposlenih (prema podacima HZZ), od toga 34 žene
- *glavna gospodarska područja*: šumarstvo, promet i veze, trgovina, ugostiteljstvo i turizam, obrazovanje i kultura.

Atraktivnost turističke destinacije temelji se prvenstveno na jedinstvenim prirodnim, kulturnim i inim resursima. Ipak je potrebno istaknuti da je **ključni čimbenik uspjeha u turizmu kvaliteta i raspoloživost ljudskog potencijala.**

Rastuća konkurentost na svjetskom turističkom tržištu, pozicioniranje novih turističkih odredišta, vrlo često onih s iznimnim prirodnim resursima, nameće nužnost upravljanja turističkom ponudom i svakim segmentom njegove turističke ponude na optimalan način.

Ljudski potencijali javljaju se kao limitirajući čimbenik razvoja zbog dvaju razloga:

- a) pada ukupnog broja stanovništva, čime se smanjuje i kontigent radno sposobnog stanovništva;
- b) neadekvatna struktura radno sposobnog stanovništva ili nedostatne kvalitete raspoloživih kadrova.

2.5.1. Populacijska osnova

Populacijska osnova jedan je od temeljnih resursa ukupnoga gospodarskog razvoja, pa je potrebno promatrati populacijsku politiku kao važan dio ukupnog gospodarskog razvoja. Kako je turizam radno intenzivna djelatnost, koja zahtijeva određena znanja, vještine i sklonosti, populacijska politika promotrit će se u kontekstu njezine uloge u razvoju turizma Primorsko-goranske županije, kao važnog dijela ukupnoga gospodarskog razvoja.

Populacijsku osnovu čini stanovništvo, kao skup osoba određenih karakteristika, koje žive i djeluju na određenom prostoru, a može se analizirati prema demografskim, ekonomskim, socijalnim, zdravstvenim i drugim obilježjima. Društveno-ekonomsku uvjetovanost populacijske osnove čine mjere populacijske politike kao integralni dijelovi ukupne razvojne politike zemlje i njezinih regija. Za populacijsku se politiku ističe da je praksa populacijske teorije. Pod populacijskom politikom podrazumijeva se "sustav mjera i akcija usmjerenih na željeno oblikovanje demografskih pojava i procesa, napose na prirodno i mehaničko kretanje stanovništva, odnosno na njihove komponente - natalitet, mortalitet, imigraciju i emigraciju." Provođi je država radi osiguranja društveno poželjnog razvoja. Sukladno postojećim i potencijalnim gospodarskim, društvenim, političkim i drugim ciljevima društva, opredjeljenje može biti za ekspanzivnu ili stimulativnu, restriktivnu, redistributivnu ili kvalitativnu populacijsku politiku.

2.5.2. Obrazovanje

Moderni sustav obrazovanja nalaže poštovanje međunarodnih standarda u svim dijelovima organiziranja i stjecanja predškolskih, školskih, stručnih i praktičnih znanja. K tome treba dodati sve naglašeniju potrebu za cjeloživotnim učenjem, tada se naglasak stavlja na široko uključivanje stanovništva u odgojno-obrazovni proces, koji mora uzimati u obzir tekovine znanosti i tehnologije i biti prilagođen stvarnim potrebama gospodarstva.

Tablica 3.: PRIKAZ OBRAZOVNE STRUKTURE STANOVNIŠTVA SKRADA
STAROG 15 GODINA I VIŠE

RAZINA OBRAZOVANJA	BROJ
Bez škole	15
1-3 razreda škole	77
4-7 razreda škole	247
Osnovna škola	186
Srednja škola	579
Više škole	33
Visoke škole	53
Magisterij	1
Doktorat	1

Izvor: Statistički ljetopis 2003., Županijski ured Rijeka

2.5.3. Znanje i inovativnost

Od kadrova u turizmu očekuje se visoka razina specijaliziranih znanja i inovativnost u poslu. Inovativnošću je moguće poboljšati oblike poslovanja, uspješnije rješavati probleme i razvijati turistički proizvod odredišta koji će biti konkurentan. Inovativnost se, prije svega, zasniva na znanju. Ekonomija 21. stoljeća zasnovana je na znanju. Znanje je mnogo više od informiranosti, to je ključni resurs uspješnosti kojim je potrebno upravljati.

Iz navedenog proizlazi da je za uspješan razvoj turizma na području Skrada neophodno poticati sve oblike stjecanja znanja i stvoriti mehanizme da se prepozna i potiče inovativnost i kreativnost na svim razinama i vrstama poslova u toj izrazito radno intenzivnoj djelatnosti. Inovacije su motorna snaga rasta.

Posebno je važno istaknuti turističko obrazovanje kadrova od srednje do visoke stručne spreme.

Potrebna je prije svega orijentacija na lokalne kadrovske mogućnosti uključujući i školovanje mladih i doškolovanje postojećih kadrova. Kako se u razvijenom turističkom okruženju može očekivati nedostatak kadrovskih resursa, treba uključivati kadrove prvenstveno iz Gorskog

kotara i dvije glavne turističke destinacije Rijeke i Zagreba. Takva orijentacija ima za cilj da održi stabilan kulturni identitet kraja.

Stoga bi Općini Skrad prioritet trebao biti dodjela stipendija osobama koje žele i teže turističkom obrazovanju, bez obzira na to radi li se o visokoškolskom ili srednjoškolskom obrazovanju.

2.6. PROMET

Uspjeti na turističkom tržištu ne može se bez dobro razvijene prometne povezanosti odredišta s okruženjem. Brz tehnološki napredak u svijetu posebno se odražava na uvođenje sve suvremenijih, udobnijih i bržih prometnih sredstava.

2.6.1. Značajke sustava prometa

Prometni sustav treba zadovoljiti prometne potrebe stanovništva i gospodarstvenih aktivnosti, omogućiti integraciju s okolnim područjem Istarske, Karlovačke i Ličko-senjske županije i Republike Slovenije, imajući na umu specifičnosti prometa u gorskom području.

Prometni sustava Hrvatske teži ostvarenju dvaju dugoročnih temeljnih ciljeva:

- Integraciji u europski prometni sustav
- Oblikovanju prometnoga sustava prema potrebama gospodarstvenoga i društvenoga razvitka RH.

Bolje povezivanje s prometnim sustavom država EU može se postići modernizacijom cjelokupnoga prometa na području Hrvatske, a posebno izgradnjom prometne infrastrukture na međunarodnim prometnim koridorima. Za Općinu Skrad je najzanimljiviji razvoj prometnog koridora Budimpešta – Zagreb – Rijeka.

Okosnicu prometnoga sustava PGŽ čini europski prometni koridor Budimpešta – Zagreb – Rijeka, koji zaobilazi Skrad. Prometni sustav u Općini Skrad čine cestovni, željeznički, cjevovodni, poštanski i telekomunikacijski promet, oblikovani u podsustav koji čini jedinstvenu logističku cjelinu.

Prometnu infrastrukturu, čiji dio je sagrađen u 19.stoljeću, odnosno obnovljen pedesetih godina 20.stoljeća, potrebno je modernizirati.

Cestovni promet odlikuje se zadovoljavajućom gustoćom cestovne mreže po km² prostora, zadovoljavajućim usmjerenjem cesta s obzirom na prometne tokove, nezadovoljavajućim tehničkim osobinama i kvalitetom cesta, signalizacijom i sigurnosnim elementima. Na relaciji Rijeka – Zagreb izgrađena je suvremena prometnica koja ima značajke autoceste, odnosno poluautoceste, čiji mali dio prolazi prostorom Općine Skrad.

Željeznički promet temeljio se na željezničkoj pruzi međunarodnoga karaktera koja u sistematizaciji pruga HŽ ima najviše - magistralno značenje. Željeznička pruga Zagreb – Rijeka sastavnica je međunarodnoga prometnoga koridora Budimpešta – Zagreb – Rijeka. Međutim u novim planovima izgradnje ravničarske pruge i ova prometnica prolazi u blizini Skrada.

Telekomunikacijski promet na području Gorskog kotara razvijao se identično kao i u čitavoj Županiji. U posljednjem desetljeću uspostavljen je: svjetlovodni kabelski sustav

Zagreb-Rijeka i nova digitalna centrala u Delnicama. Zahvaljujući tim investicijama, porastao je broj fiksnih telefonskih priključaka. Lokalna telekomunikacijska centrala u Skradu može priključiti 512 korisnika. Njen iskorišteni kapacitet je 93%. Izgrađeni kapacitet pristupne telekomunikacijske mreže je 1400 parica, a izvedeni kapacitet iznosi 70%. Dinamika razvitka mobilne telefonije uglavnom je slična onoj na području čitave Hrvatske – skokovit porast broja korisnika te sve bolja pokrivenost signalom čitavoga područja.

Blizina karlovačke regije koja se nalazi na najpropulzivnijem prometnom hrvatskom pravcu i triju gradskih središta: Rijeke, Karlovca i Zagreba otvara brojne razvojne mogućnosti Gorskoga kotara. Neosporna je razvojna prednost Gorskoga kotara i Skrada u tome što se nalazi u zaleđu urbaniziranog, gusto naseljenog i razvijenog jadranskog dijela Primorsko-goranske županije, ali i kontinentalnog zaleđa te Zagreba.

3. OBILJEŽJA VRIJEDNOSTI TURISTIČKOG SUSTAVA

3.1. TURISTIČKI KAPACITETI

U nastavku se izlaže SWOT matrica i matrica proizvoda, problematika prihvatnog potencijala te daje ocjena sustava turizma Skrada.

3.1.1. Ugostiteljski kapaciteti

Pojam i vrste ugostiteljskih objekata razvrstavaju se temeljem odredbi Pravilnika o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata (NN br.57/95., 48/2002.) a povezano s odredbama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti (NN br.20/97., 46/97., 68/98., 45/99., 76/99., 92/01., 117/01. i 4/2002.) u kategorije **hotel, hotelsko naselje, hotelsko-apartmansko naselje, aparthotel, apartmansko naselje, kamp, apartman, kuća za odmor, soba za iznajmljivanje, prenoćište, odmaralište, omladinski hotel, omladinski hostel, planinarski dom, lovački dom i gostionica**. Pored toga, zvanična statistika podatke prati još i za **kupališna i klimatska lječilišta, nekategorizirane objekte, kućanstva, privremene smještajne kapacitete**. Kako je 2001. i 2002. godine došlo do izmjena u razvrstavanju ugostiteljskih objekata po vrstama i kategorijama, otežana je usporedba i utvrđivanje tendencija.

Ugostiteljski kapaciteti predstavljaju osnovni receptivni turistički resurs koji je moguće izmjeriti brojem poslovnih subjekata kao i poslovnih jedinica u njihovom sastavu koje predstavljaju organizacijske cjeline. Ugostiteljsku ponudu definira i raspoloživi broj sjedala kao i stvarni broj zaposlenih. Gospodarske promjene u Republici Hrvatskoj nalažu da se sagledavaju ovisno o tome pripadaju li poslovni subjekti u kategoriju pravnih ili u kategoriju fizičkih osoba. Drugi je značajan indikator broj zaposlenih, čije tendencije treba minimalno promatrati u odnosu na broj poslovnih subjekata, a korisne su i detaljnije analize.

3.1.2. Kapaciteti turizma

Privatne sobe i apartmani:

1. APARTMANI CRNKOVIĆ ***

VL. VINKO CRNKOVIĆ
HRIBAC 27

www.apartmanicrnkovic.com

2. SOBE DELAČ *

VL. Marija DELAČ
GRIČ 14

www.gorskikotar.com/delac/

3. KUĆA ZA ODMOR

„COPRNIČKA HIŠA „ ***

VL. BOJANA MARIČIĆ
PLANINA SKRADSKA 43

www.coprnicka-hisa.com

4. APARTMANI MANCE *

VL. GORAN MANCE
BUKOV VRH 29

www.apartmani-mance.com

5. APARTMAN GRGURIĆ ***

VL. RENATA GRGURIĆ
GORANSKA 27

6. PLANINARSKI DOM

ZELENI VIR

GORANSKA 11

www.zeleni-vir.com

7. SOBE ESIH *

VL. BOŽENA ESIH
GORNJA DOBRA 1

8. APARTMAN ŠPORČIĆ ***

VL. ANTON ŠPORČIĆ
BUKOV VRH 30

OBJEKTI NA ŠILJARU

U sklopu kompleksa na Šiljaru nalaze se tri zgrade. Odlukom Vlade RH od 22. srpnja 2003. godine objekti su dani u vlasništvo Općini Skrad, a prostornim planom na toj je lokaciji predviđen razvitak turističke zone. Kompleks ima površinu 20 529 m². Trenutno još uvijek nisu riješeni imovinsko- pravni odnosi na čestici broj 2946/3 k.o. Divjake, na kojoj leži dio trećeg objekta.

POSTOJEĆI KAPACITETI

1. Objekt Mateljan

Objekt ima:

- podrumski prostor i dva kata (dva stana)
- dislociran je i moguće ga je potpuno izdvojiti.

2. PRIJAMNI OBJEKT

- nedovršeni, novoizgrađeni objekt s jednom etažom (cca 150 m² površine);
- u prizemlju i na katu po jedna veća prostorija od cca 60 m² površine, koja se može pregraditi prema potrebi
- na objektu je potrebno urediti fasade i unutrašnjost, postavljanje stolarije (vrata i dva prozora), te kasnije opremanje namještajem
- smještena na ulazu u lokalitet pružala bi kompletne informacije internih i eksternih sadržaja
- bogatstvo lokalnih promidžbenih materijala i autohtonih suvenira

3. Objekt Dom Sušak

-sagrađen 1937 g. (cca 810 m²), oko 25 prostorija

Raspored prostorija:

Prizemlje: 8 većih prostorija površine od 10 - 40 m²;
sve prostorije imaju centralno grijanje u vrlo lošem stanju;
parketi u svim prostorijama uništeni su jer je puknula cijev centralnog grijanja;
u jednoj od prostorija (prostor bivše kino dvorane) propada katna konstrukcija, te nije preporučljivo ulaziti u prostoriju;
- povijesno je postojala dvorana za kulturne sadržaje i edukacijske programe

Prvi kat: 7 većih prostorija površine od 10 - 40 m²
sve prostorije imaju centralno grijanje u vrlo lošem stanju;
parketi su u svim prostorijama uništeni jer je pukla cijev centralnog grijanja;
u jednoj od prostorija propada katna konstrukcija;

Potkrovlje: 3 veće prostorije;
prva prostorija raspolaže s malim predulazom, sobom i kupaonicom (mali apartman), ukupne površine cca 20 m²

druga prostorija nalazi se nasuprot prve; nije bilo moguće utvrditi stanje prostora - zaključano, ali su vidljivi pokušaji nasilnog ulaska u prostoriju; treća prostorija raspolaže s predsobljem, dvije manje sobe i kupaonicom ukupne površine cca 40 m² (veći apartman).

Krovište objekta izrađeno je od drva, a pokrov je od pocinčanog lima. Međukatne konstrukcije izgrađene su od drva. Potrebna je hitna sanacija međukatnog prostora između prizemlja i prvog kata, gdje je već počelo urušavanje. Objekt ima drvenu stolariju, kao i elektroinstalacije, te instalacije centralnog grijanja. Centralno grijanje je u vrlo lošem stanju, zbog puknuća cijevi. Posljedica toga je oštećen parket (podovi), stropoia i zidovi. Fasada objekta je od drvene šindre. Sve ostale prostorije u objektu su malene površine pa bi ih bilo potrebno prenamijeniti, a neke od njih i međusobno spojiti prema potrebi.

4. Objekt Stacionar

- izgrađen 1949. godine, površine cca 660 m², s ukupno 19 prostorija

Prizemlje: u prizemlju objekta nalaze se tri veće podrumске prostorije, tj. vešeraj

Prvi kat: 7 prostorija smještenih duž hodnika, jedna površine 25 m², ostalih šest površine od 10 do 12 m²;
na katu postoji sanitarni čvor s kupaonicom i tuš kabinama;
sve prostorije opremljene su elektroinstalacijama i instalacijama centralnog grijanja koje su u ovom objektu u dobrom stanju;
u većini prostorija oštećen je i nadignut parket.

Drugi kat: 8 prostorija smještenih duž hodnika, sve približno jednake površine između 10 do 12 m²;
i na drugom katu postoji sanitarni čvor s kupaonicom i tuš kabinama;

Potkrovlje: 4 prostorije, od toga dvije uređene i opremljene elektroinstalacijom i instalacijom centralnog grijanja, te postavljen parket

Krovište objekta izrađeno od drva, a pokrov na objektu je od pocinčanog lima. Međukatne konstrukcije izgrađene su od drva. Objekt ima drvenu stolariju, elektroinstalacije i instalacije centralnog grijanja. Građevinski je moguće spojiti objekte (Ad 3. i 4.) ako to njihova buduća namjena zahtijeva. S obzirom na klimatske prilike u Skradu to bi bilo dobro rješenje.

5. Objekt Galebica

- izgrađen 1938. godine, površine cca 1090 m²

Prizemlje: restoran podijeljen na tri dijela ukupne površine 170 m²
opremljena kuhinja, koja se uz relativno male investicije može vrlo brzo
privesti svrsi
3 prostorije (komore) za skladištenje hrane i pića
ispred restorana se nalazi prostrana betonirana terasa

Prvi kat: 13 prostorija podjednake površine od 10 m² do 18 m², sve prostorije smještene s obje strane hodnika
1 zatvorena loggia površine cca 25 m²
sanitarni čvor

Drugi kat: 13 prostorija podjednake površine od 10 m² do 18 m², sve prostorije smještene s obje strane hodnika
1 zatvorena loggia površine cca 25 m²
sanitarni čvor

Sve sobe imaju elektroinstalaciju, centralno grijanje, na podovima se nalaze parketi koji su u dosta dobrom stanju.

Potkrovlje: podijeljeno na pet dijelova, neuređeno
mogućnost uređenja uredskih prostora ili dodatnih smještajnih jedinica

Krovište objekta izrađeno od drva, a pokrov na objektu je od pocinčanog lima. Međukatne konstrukcije izgrađene su od drva. Objekt ima drvenu stolariju, elektroinstalacije i centralno grijanje. Ukupno objekt ima tridesetak prostorija.

- moguće ga je adaptirati u hotel
- moguće ga je povezati i upotpuniti wellness sadržajima
- potrebno je koristiti mogućnost nadogradnje
- omogućiti izvođenje programa u zatvorenom prostoru s obzirom na vremenske prilike u Skradu (Gorskom kotaru).

Prema kategorizaciji soba potrebno je urediti sobe površine po 30 m² sa sanitarnim čvorom u svakoj sobi. Time bi se dobilo oko dvadeset soba s najmanje tri zvjezdice. Odmah se dobiva i smještajni kapacitet s najmanje 60 ležajeva.

Prijedlog: pronaći financijska sredstva za početak investicije u uređenje i opremanje restorana

U sklopu ovog objekta nalazi se kotlovnica, skladište i garaža. Također se u ovom sklopu nalazi i manji objekt (bivši zatvoreni bazen) površine od cca 35 m².

PLANINARSKI DOM ZELENI VIR

U sklopu istoimenog izletišta trenutno je u najmu Šumarije Skrad. Dom raspolaže s 18 ležajeva smještenih u dvije sedmerokrevetne i dvije dvokrevetne sobe. Dom je temeljito obnovljen, posluje od ožujka do kraja listopada te se iznajmljuje za vrijeme božićnih i novogodišnjih blagdana.

TRANZITNI RESTORAN

Bivši restoran „Zeleni vir“ sada je u vlasništvu poduzeća Orbis M iz Kostrene. Planovi za ovaj objekt obuhvaćaju ponovno aktiviranje kompletnog prostora bivšeg restorana u iste svrhe ali s nekim izmjenama. Na katu je započeto renoviranje prostora za restoran, a u prizemlju

objekta planira se izgradnja samoposluge. U doglednoj budućnosti planira se izgradnja još jedne etaže gdje bi se uredile sobe i apartmani za smještaj gostiju.

HOTEL „ZELENI VIR“

Hotel „Zeleni vir“ sagrađen je 1921. godine. Sada je u vlasništvu tvrtke Orix iz Samobora.

KONJIČKI KLUB ANKA ROŽANKA (ROGI)

Prijedlog i interes svih mještana Roga je da ovaj klub preraste u seosko gospodarstvo, u sklopu kojeg bi interes pronašli svi stanovnici sela. Postoji zainteresiranost stanovnika da proizvode hranu, bave se stočarstvom i drugim djelatnostima. Sve svoje proizvode plasirali bi u turizmu, odnosno u seoskom gospodarstvu. Potrebno bi bilo pokrenuti inicijativu i pronaći prve izvore financiranja za pokretanje ovog projekta koji bi oživio cijelo selo. Projekt bi mogao pokrenuti PINS u suradnji s Turističkom zajednicom Općine Skrad.

Na području Turističke zajednice Općine Skrad trenutno u privatnom vlasništvu ima 11 smještajnih jedinica, od toga 6 apartmana, 4 sobe i 1 kuća za odmor. U tih deset smještajnih jedinica ima 36 postelje, od čega 29 stalnih i 7 pomoćnih.

3.2. TURISTIČKI PROMET I STRUKTURA TURISTIČKE POTRAŽNJE

3.2.1. Turistički promet i struktura turista

Trendovi turističkih pokazatelja na razini Gorskog kotara u razdoblju 1990.-2004. imaju slične tendencije. Nakon uspješne 1990., zbog ratnih nestabilnosti na području čitave Hrvatske, turistički pokazatelji bilježili su negativna i nezadovoljavajuća kretanja. Normalizacijom političkog i ekonomskog stanja u zemlji, turizam se tek u drugoj polovici devedesetih godina oporavlja pa brojke govore o pozitivnom uzlaznom trendu. Iako su tek početkom 2000. dostignuti približni rezultati iz 1990., povećanje broja dolazaka i noćenja, posebno stranih turista, daje optimistična predviđanja za turizam i devizni prihod od turizma na području Skrada.

Tablica 4. : DOLASCI TURISTA U OBJEKTE ZA SMJEŠTAJ TURISTA
U OPĆINI SKRAD (1995.-2004.)

Godina	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
SKRAD	--	786	695	445	176	154	236	331	142	359	292

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

Tablica 5. : OSTVARENA NOĆENJA PO STANOVNIKU U OPĆINI SKRAD

	Broj noćenja po stanovniku	Broj noćenja stranih turista po stanovniku
Skrad	0,53	0,12

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

3.3. SWOT ANALIZA TURIZMA

Na temelju provedenih anketnih istraživanja i obilaska terena, te brojnih rasprava uočene su ključne prednosti, nedostaci, mogućnosti i prijetnje Skradu kao turističkoj destinaciji.

Održanom javnom tribinom o razvoju turizma u Skradu s građanima, predstavnicima gospodarskih subjekata i lokalne zajednice, te stručnjacima za zdravstveni turizam (Institut za turizam iz Zagreba, HAZU) objavljeni su zaključci u Turističkom glasniku Skrada broj 1, (1998. godine).

U cilju preciznijeg pozicioniranja Skrada izrađena je SWOT matrica u kojoj se iznose glavni nalazi.

Tablica 6. : REZULTATI SWOT ANALIZE

	SNAGE	MOGUĆNOSTI	SLABOSTI	PRIJETNJE
turizam i ugostiteljstvo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Turistička tradicija Skrada ➤ Bogatstvo prirodne baštine ➤ Ekološki očuvan prostor ➤ Čisti zrak ➤ Čista voda ➤ Šume ➤ Značajni emitivni centri u blizini ➤ Nadmorska visina ➤ Nezagađeno tlo ➤ Zdrava klima ➤ Konjički klub Rogi ➤ mala sela u okolici Skrada ➤ Vidikovci Kavranova stijena i Perić 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Razvoj kućne radinosti ➤ Razvoj tradicionalnih obrta ➤ Sve veća potražnja za eko, ruralnim, kulturnim, lovnim i aktivnim odmorom koji GK može ponuditi ➤ Sve veće potrebe za izletničkim turizmom i eno-gastronomijom ➤ Stvaranje branda i plasman domaćih autohtonih proizvoda ➤ Izgradnja žičare Skrad - Zeleni vir ➤ Golf teren - elitni turizam ➤ Kampovi - montažne kuće od drva ➤ Avanturistički turizam - off road, canoing, špiljarenje, team building... 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nedostatak osmišljene turističke ponude - nema plana razvoja ➤ Zatvoren restoran; nema objekta s mogućnošću prehrane u Skradu ➤ Nedostatak kategoriziranih smještajnih kapaciteta ➤ Slaba promidžba ➤ Nedostatak turističkih manifestacija ➤ Nedostatak specijaliziranih trgovina ➤ Nedostatak školovanih kadrova u turizmu - edukacije ➤ Neizgrađen sustav odvodnje otpadnih voda ➤ Slaba informiranost stanovništva ➤ Nedovoljna valorizacija zimskih sadržaja ➤ Nema školovanih vodiča i animatora ➤ Pomanjkanje sredstava za rad TZ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nedovoljna potražnja turističkih usluga ➤ Nepoznanice u vezi s kriterijima procjene kvalitete ➤ Razvoj turizma bez educiranog kadra ➤ Zakonska regulativa ➤ Masovnost ➤ Gubitak identiteta ➤ Ekološka zagađenost ➤ Neriješenost imovinsko-pravnih odnosa ➤ Velika rascjepkanost parcela

Izvori: Javna tribina „Razvoj turizma u Skradu“, Skrad, 13. listopada 2001.

PINS: Anketiranje poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu, Skrad veljača 2006.

3.4. MATRICA PROIZVODA TURIZMA SKRADA

Turizam Skrada počiva u prvom redu na **odmorišnom turizmu**. U području odmorišnog turizma nije još učinjeno dovoljno kako bi Skrad postao turističko odredište za ugodan i zdrav odmor (što je nekada i bio).

Ekoturizam je iznimno atraktivan u svijetu; što je zagađenje okoliša izraženije, ovaj oblik turizma više raste. Skrad još uvijek raspolaže jedinstvenim područjima prirode, dobro očuvanima i vrlo atraktivnim za turiste. No ekoturizam je potrebno bazirati na načelima održivog razvoja.

U **zdravstveno - rekreacijskom turizmu** Skrad je bio poznat prije sto godina. Danas je, na žalost, neovisno o njegovoj atraktivnosti na svjetskom turističkom tržištu, ponuda zdravstvenog turizma nestala, a sadržaji koji se gostima nude, ne mogu zadovoljiti zahtjevnog gosta.

Slika 3. MATRICA PROIZVODA TURIZMA – 2015.

Matrica proizvoda -2015.

Atraktivnost

velika		Zdravstveno rekreacijski turizam	Ekoturizam na načelima održivog razvoja
srednja		Odmorišni turizam Sportsko-rekreacijski turizam	Lovni turizam Vjerski turizam
mala			Specijalni interesi Hiper turizam i avanturizam
	velika	srednja	mala

Konkurentnost

Slika prikazuje stanje koje bismo trebali postići 2015. godine sa svojim proizvodima turizma. Tako npr. na području zdravstveno - rekreacijskog turizma želimo postići srednju konkurentnost i veliku atraktivnost na tržištu do spomenute godine.

4. MODEL RAZVOJA SKRADA KAO TURISTIČKOG ODREDIŠTA

Turističko odredište Skrad mora slijediti model razvoja koji će mu osigurati konkurentske prednosti na tržištu među srodnim destinacijama.

Pri tome je nužno kombinirati sljedeća četiri ključna činitelja:

- ⇒ **Zadovoljstvo turista**, što znači da bi bilo potrebno ustrojiti sustav kontinuiranog ocjenjivanja kvantitativnih i kvalitativnih činitelja ponude;
- ⇒ **Zadovoljstvo svih sudionika lokalne turističke ponude**, što nalaže evaluaciju realnih mogućnosti i postignuća u domeni kvalitete poslova i razvoju karijera zaposlenih na dobrobit razvoja lokalnih poduzetnika u turizmu;
- ⇒ **Zadovoljstvo lokalnog stanovništva kvalitetom života** u Skradu zahtijeva sustavno ocjenjivanje efekata turizma na lokalnoj razini;
- ⇒ **Kvaliteta okoliša** izrazito je važan činitelj suvremenog razvoja turizma što se iskazuje kao pozitivan ili negativan utjecaj na okoliš, tj. na prirodno okruženje, kulturnu baštinu, uređenost i organiziranost.

Nalaže se svim čimbenicima da toj problematici pristupe ozbiljno i odgovorno pa da u rješavanju tekućih zadataka implementacije plana razvoja turizma provedu:

Definiranje partnera za realizaciju plana na relaciji Općina Skrad - TZ Općine Skrad - PINS d.o.o. Skrad, što podrazumijeva izbor "**lidera**" sposobnog da vodi i koordinira zacrtani razvoj koji će biti na čelu tima sastojnog od predstavnika svih glavnih partnera ili odgovornih subjekata.

Strategiju i politiku te odluke o sudionicima i dinamici aktivnosti koje najbolje odražavaju potrebe za boljom ekonomskom valorizacijom prirodne i kulturno-povijesne baštine, ljudskih potencijala i znanja, a posebno one vezane za podizanje kvalitete života domicilnog stanovništva.

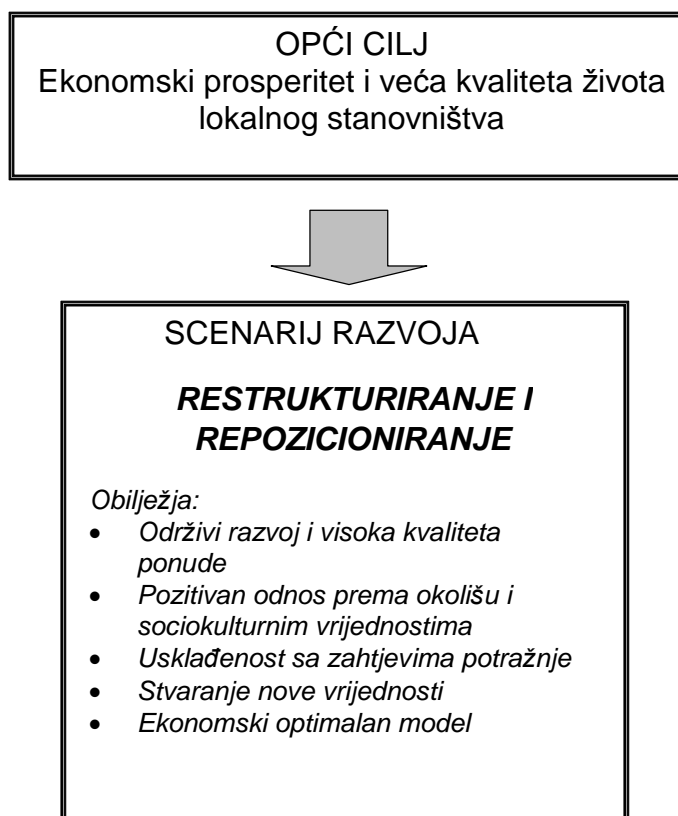
4.1. IZBOR MODELA RAZVOJA

U nastavku plana analiza je izbora mogućih modela razvoja obuhvatila vrednovanje (procjenu) sljedećih sadržaja:

- ⇒ Mogućnost primjene koncepta cjelokupnog upravljanja kvalitetom i kombiniranje četiriju ključnih elemenata tog pristupa
- ⇒ Mogućnosti modela pristupa cjelokupnog upravljanja kvalitetom koji podrazumijeva kružno kretanje navedenih pet razina
- ⇒ Izbor ciljeva koji omogućavaju ekonomski prosperitet i osjećaj blagostanja lokalnog stanovništva
- ⇒ Praksu i primjenu razvojnih modela u svijetu, Europi i Hrvatskoj.

Istodobno, izbor modela razvoja podrazumijevao je definiranje njegovog sadržajnog obuhvata i uvažavanje općeg cilja kao prvenstvenog motiva i kriterija svih aktivnosti i mjera razvoja turizma.

Slika 4. OBILJEŽJA MODELA RAZVOJA TURIZMA U SKRADU



Slijedom izloženog izabran je **scenarij "restrukturiranje i repositioniranje"** kao optimalan u pogledu ostvarivanja ciljeva i cjelokupnog upravljanja kvalitetom.

Takav model najpotpunije omogućava zadovoljavanje kriterija:

- zadovoljstvo turista
- zadovoljstvo lokalnoga/regionalnoga gospodarstva u turizmu
- unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva i
- kvaliteta okoline.

4.2. CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

Potrebno je naglasiti da ne postoji subordinacija ciljeva, da su svi navedeni ciljevi jednako važni i da se međusobno uvjetuju. Značajno odstupanje od bilo kojeg cilja nedvojbeno bi značajno poremetilo ravnotežu odnosa.

Konačni doseg ostvarenja spomenutih ciljeva treba biti razvoj temeljen na načelima održivosti, odnosno održivi razvoj kao koncepcija koja osigurava dugoročni boljitak lokalnom stanovništvu i zajednici, s jedne strane, i zadovoljstvo turista, s druge strane.

A. Ekonomski ciljevi:

- Turizam kao metoda razvoja gospodarstva u cjelini
- Rast investiranja
- Poduzetništvo, obrtništvo
- Veće zapošljavanje
- Povećanje turističke potrošnje
- Proizvodnja autohtonih proizvoda
- Tendirati cjelogodišnjem poslovanju
- Viša kvaliteta smještajnih objekata
- Bolja struktura smještajnih kapaciteta
- Razvoj novih turističkih proizvoda
- Osvajanje novih tržišta
- Kvaliteta

B. Socio-kulturni ciljevi:

- Rast kvalitete života lokalnog stanovništva
- Sigurnost za lokalno stanovništvo i turiste
- Očuvanje lokalnog identiteta u uvjetima globalizacije

C. Ekološki ciljevi (zaštita okoliša):

- Zaštita prirodnih resursa, ekostandardi
- Racionalno korištenje energije
- Unapređenje infrastrukture
- Monitoring zagađenja
- Sprječavanje vizualnog zagađenja prostora, prostorno planiranje

D. Izabrani (kvantificirani) ciljevi

Tablica 7.: PRIKAZ KVANTIFICIRANIH CILJEVA 2015. GODINE

	2005.	2015.	stopa rasta godišnje
➤ Noćenja	1508	7800	20 %
➤ Prosječni boravak	2	5	25 %
➤ Kreveti (jedinica)	50	160	32 %
➤ Potrošnja turista dnevno (EUR)	15	40	26 %
➤ Zaposleni (hoteli, restorani)	5	70	14 %
➤ Iskoristivost kapaciteta u danima	40	120	30 %

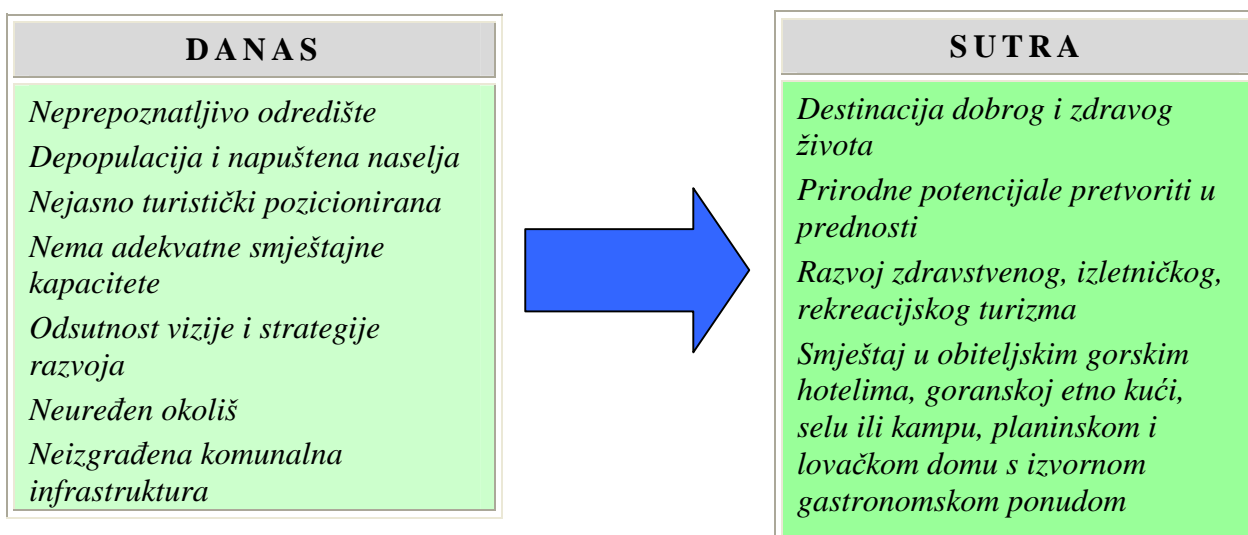
Izvor: Statistički podaci TZO Skrad o noćenjima u 2005.

Kvantificirani ciljevi usuglašeni su s ekonomskim, socio-kulturnim i ekološkim ciljevima razvoja turizma te su usklađeni sa stavovima lokalnog stanovništva, očekivanim zahtjevima turista u budućnosti i raspoloživim resursima u kontekstu poštivanja načela održivog razvoja.

5. OBILJEŽJA TURISTIČKE PONUDE, VIZIJA, CILJEVI I TRŽIŠTA

Pozicioniranje turističke destinacije Skrad temelji se na spoznajama o trenutnom stanju i kvaliteti turističke ponude te mogućnostima budućeg razvoja.

Slika 5. KRITIČKI OSVRT DANAS I OČEKIVANO SUTRA



Na području Gorskog kotara bilježi se kontinuirani proces depopulacije, a stanovništvo se sporo prilagođava novim gospodarskim uvjetima i mogućnostima. Turizam bi morao biti u budućnosti ključna razvojna odrednica Gorskoga kotara i Skrada, koji ima sve predispozicije da postane prepoznatljiva destinacija dobrog i zdravog života.

Na temelju postojećih turističkih i prirodnih resursa mogućnosti su razvoja turizma u Skradu velike: od planinskog turizma, preko lovnog, ribolovnog, izletničkog, zimskih sportova, (nordijsko skijanje, sanjkanje, vožnja saonicama sa zapregom), ekstremni sportovi: penjanje uz stijene, paraglajding, i sl. Vrlo su pogodni uvjeti za sportsku rekreaciju (biciklizam, planinarenje, kuglanje, boćanje, nogomet, orijentacijsko trčanje) i pripremu profesionalnih sportaša, pa sve do vjerskog turizma i razvoja *wellness*-ponude.

5.1. Osobitosti ponude

Skrad kao i cijeli Gorski kotar predstavlja kvalitetnu dopunu ponude svih priobalnih destinacija na Kvarneru. On pruža mogućnosti kojih u priobalju nema te čini bitan dio integralnog turističkog proizvoda Kvarnera, pridonoseći njegovoj raznolikosti i jedinstvenost.

Željene osobitosti Skrada do 2015. godine usklađene su s realnim razvojnim mogućnostima i resursnom osnovicom destinacije.

Neosporna je razvojna prednost Gorskoga kotara, pa tako i Skrada, u tome što se nalazi u zaleđu urbaniziranoga, gusto naseljenoga i razvijenog jadranskog dijela Primorsko-goranske županije, koji se može značajno unaprijediti turističkom ponudom. S druge strane

blizina kontinentalnog zaleđa omogućava razvoj planinskog turizma za kojim se javlja sve veća potražnja.

U skladu s pozicioniranjem Gorskoga kotara pa tako i Skrada, postojećim obilježjima te destinacije (nedovoljno valorizirana kulturno-povijesna baština, sačuvan ekološki prostor, prostorna, klimatska i kulturno-povijesna raznolikost, povoljan geoprometni položaj, mogućnosti za razvoj autohtone i ekološke poljoprivrede) i realnim razvojnim mogućnostima ističu se ključni elementi Skrada:

- Destinacija idiličnoga mirnoga i zdravoga gorskog života
- Općina Skrad prijatelj djece
- Rekreacija i sport temeljen na unapređenju zdravlja i turizma (pješačenje, planinarenje, biciklizam, jahanje, sportska rekreacija, takmičenje, škole u prirodi).
- Veliki prirodni potencijali za turističke atrakcije i događaje.
- Gorski *shop* - prodaja izvornih brendiranih proizvoda od drva, šumskih plodova, divljači, hrane, suvenira...
- Veća i brža prometna dostupnost

Skrad je destinacija očuvane prirode iz čijih je ljepota i netaknutosti moguće razviti i sadržajno obogatiti ekološka područja namijenjena turistima, naravno uz maksimalno moguće mjere zaštite prirode. Pri tome se pružaju raznovrsne mogućnosti za bavljenje sportom, za što se realno očekuje rast potražnje s obzirom na novi stil života suvremenog čovjeka i blizinu urbanih središta.

Bogatstvo plodova prirode omogućuje ponudu autohtone gastronomske ponude, prilagođene zahtjevima različitih skupina gostiju, a koja bi se trebala nuditi u ugostiteljskim objektima uređenima u autohtonom stilu.

Izgradnju prometne infrastrukture, odnosno autoceste Rijeka – Zagreb potrebno je iskoristiti tako da tzv. stara cesta preraste u turističku cestu Gorskoga kotara, čime bi se dugoročno osigurao opstanak postojećih ugostiteljskih objekata, a povećanjem turističkog prometa bilo bi realno očekivati i druge poduzetničke programe (agroturizam; trgovina ekološki proizvedenom hranom, posebice gljivama, sirom, medom, pićem; trgovina suvenirima od drva i dr.).

5.2. Sinergizam s ostalim destinacijama

Povezivanje s drugim turističkim odredištima u Gorskom kotaru kako bi se produljio boravak turista i poboljšala turistička ponuda tijekom cijele godine. Prijedlozi koji su izneseni mogu unaprijediti skradsku turističku ponudu tokom cijele godine:

- 1) povezivanje sa skijaškim centrima u Gorskom kotaru - Begovo Razdolje, Mrkopalj, Tršće, Delnice, Vrbovsko;
- 2) u ljetnim mjesecima - planinarski putovi, rijeke, jezera (goranski planinarski put, ribolov na Kupi i Kupici)
- 3) Delnicama za kompletiranje zdravstvenih usluga - sportski centar.

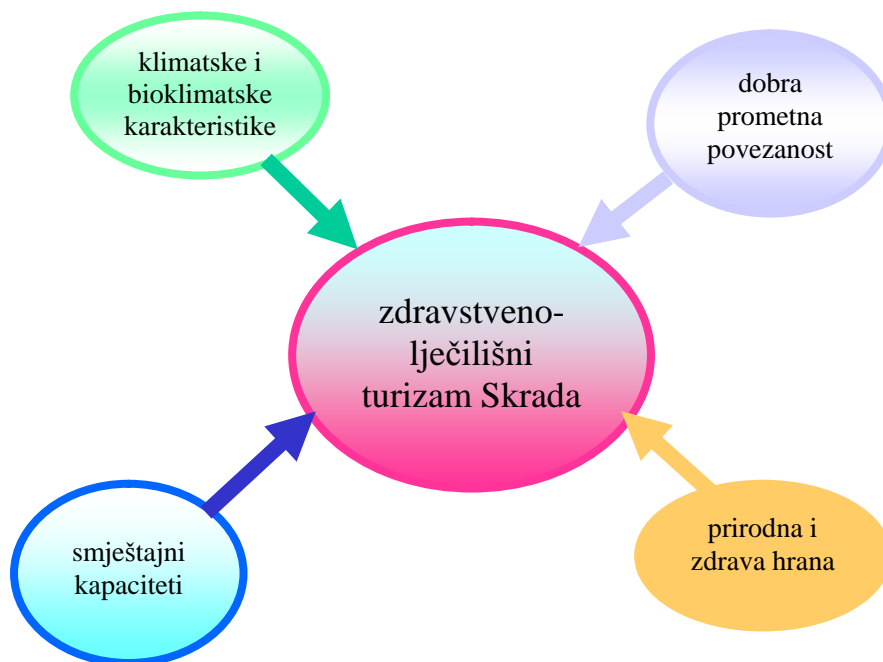
Povezivanje s destinacijama na moru

KOMPLEMENTARNOST PLANINSKE I MORSKE KLIME – ZDRAVSTVENO-TURISTIČKI IZAZOV SKRADA

Indikacije za primjenu klimatoterapije na području Skrada:

- povišenje otpornosti i treniranosti organizma (u imunološki kompromitirane djece, u djece koja se pripremaju za natjecanja)
- poticanje izmjene tvari (probavne tegobe, malnutricija, zastoj u rastu)
- profilaksa bolesti
- oporavak nakon dugotrajnih bolesti i operacija
- TBC i nespecifične plućne bolesti
- srčano-žilne bolesti s blagom insuficijencijom krvotoka
- alergijske bolesti
- endokrinološke bolesti i poremećaj metabolizma
- živčane i duševne bolesti
- bolesti sustava za kretanje

Slika 6. KOMPLEMENTARNOST PLANINSKE I MORSKE KLIME



Izvor: prof. dr. Josip Grgurić, Zbornik radova Lošinjske škole zdravstvenog turizma

S obzirom na klimatske i bioklimatske karakteristike, dobru prometnu povezanost, mogućnost smještajnih kapaciteta, mogućnost prirodne i zdrave ishrane, skora budućnost otvara se i Skradu u *zdravstveno-lječilišnom turizmu tijekom čitave godine*, pa bi trebalo aktivirati programe za njegovo ponovno oživljavanje.

5.3. Vizija razvoja i strategija pozicioniranja

Ciljna tržišta mogu se definirati kao srednja, viša, visoka i najviša platežna potražnja, s naglaskom na obitelj i sve segmente motivirane odmorom, opuštanjem, poslom, avanturom, strašću, sportom, edukacijom i vjerom.

Strategija podizanja konkurentnosti temeljit će se na stvaranju jedinstvenog identiteta i imidža te promicanju spoznaja o Skradu kao destinaciji koja se temelji na:

- vrijednostima održivog razvoja
- bitnom i kvalitativnom unapređenju ponude
- sigurnosti
- blizini.

Podizanje konkurentnosti poduprijet će se:

- ulaganjima (javni i privatni sektor)
- marketingom
- provedbom Glavnog plana razvoja turizma PGŽ
- monitoringom.

Vizija Skrada podrazumijeva puno širi sadržaj promišljanja sagledive budućnosti. U tom smislu riječ je o destinaciji:

- zdravog načina života i očuvane prirode
- opuštanja, ugone, dobrog osjećaja
- po mjeri čovjeka
- sigurnosti.

1) Predložene vizije Skrada (u očima mještana Skrada):

1. DESTINACIJA DJEČJEG SMIJEHA
2. NOVI TURISTIČKI IZAZOV
3. MJESTO ZDRAVSTVENOG TURIZMA
4. NAJPOZNATIJE HRVATSKO PLANINSKO ZDRAVSTVENO KLIMATSKO MJESTO
5. CENTAR PLANINSKOG TURIZMA
6. U SKRAD DA SE OSTANE MLAD
7. MJESTO OPUŠTANJA I MIRA
8. MJESTO ZA OZDRAVLJENJE I ZDRAV ŽIVOT
9. PLANINSKI IZVOR ZDRAVLJA
10. AKTIVNI ODMOR ZA CIJELU OBITELJ
11. SKRAD - MIR I SKLAD
12. WIDESPREAD HOTELI - APART HOTELI

Izvor: Općina Skrad: Turistički glasnik Skrada, Skrad, 2000. godine

2) Ciljne skupine : djeca, mladi, poslovni ljudi, treća životna dob, obitelji

3) Organizacija Skrada po modelu apart hotela ili widespread hotela. Riječ je o apart hotelima, adaptiranim kućama u smještajne kapacitete, a imaju zajedničko upravljanje i promociju. Moguća je nadopuna sadržaja obilascima radionica različitog obrtništva i poduzetnika kao nadogradnja lokalne povijesne baštine. Također bi Skrad radi prirodne raznovrsnosti ponude trebalo organizirati po zonama. Jedna od mogućih varijanta predložena je u poglavlju 5.5.

Sukladno postojećim obilježjima i budućem pozicioniranju destinacije Skrad, a na temelju budućih provedenih anketa i istraživanja, te objektivnih razvojnih mogućnosti valja iskazati viziju njegova turističkog razvitka.

Strategija pozicioniranja Skrada: Zdravstveno rekreativni turizam

Skrad će svoj razvoj temeljiti na:

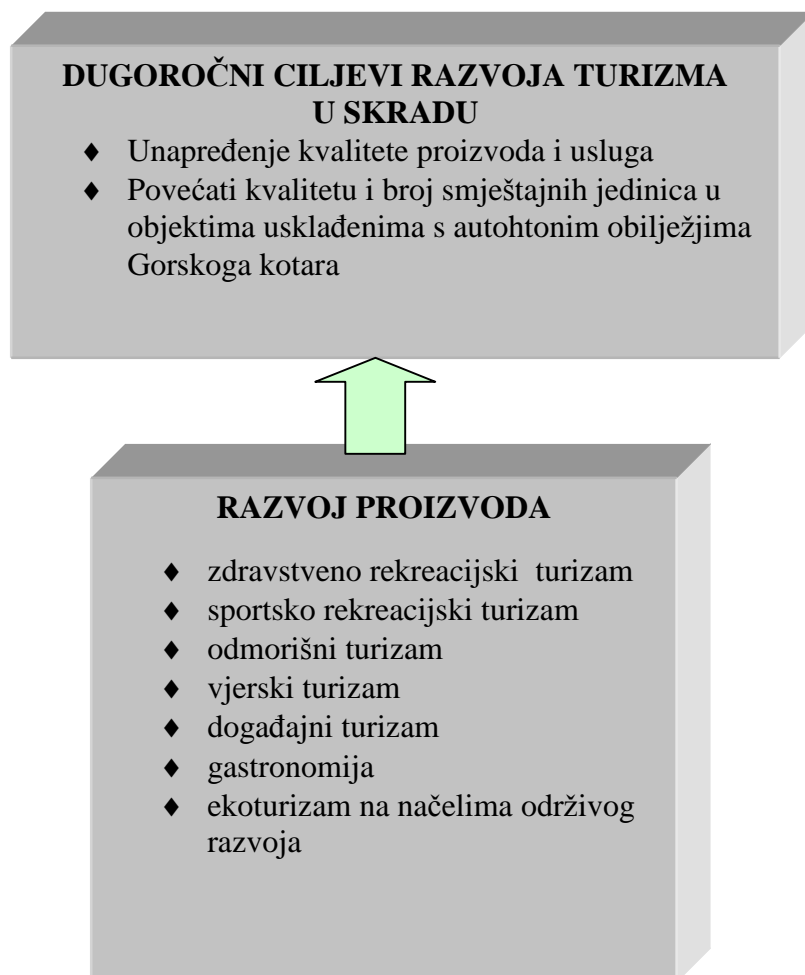
- Integriranom turističkom konceptu goranskog *branda* koji upravlja svojom kvalitetom, održivim razvojem i socijalnom sigurnošću.
- Gorskim ekotrendovima i gastrotrendovima
- Diferenciranosti ponude za sva godišnja doba
- Strategiji unaprjeđenja kvalitete proizvoda i zadovoljstva gostiju
- Strateškim savezima poduzetnika s brendiranim izvornim proizvodima

Ciljna tržišta:

- *Posebne interesne skupine (obitelj, djeca, osobe treće dobi, profesionalni i sportaši, poslovna i incentiva tržišta)*
- *Klijentela srednje i više platne moći*
- *Ljubitelji prirode, sporta, rekreacija, skijanja, biatlona, paraglajdinga, klizanja na ledu, sanjkanja, jahanja na konjima, ribolova, orijentacijskoga trčanja, vožnje kočijom, biciklom, terenskim vozilima*
- *Zagreb i Rijeka (populacija u gradovima i njihovim okolicama)*

5.4. Dugoročni ciljevi i razvoj proizvoda

Slika 7.: DUGOROČNI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA



5.5. PROJEKTNE AKTIVNOSTI

Tim za izradu plana razvoja turizma prihvatio je ideju da se područje Općine Skrad podijeli na zone u cilju što lakše realizacije i provedbe Plana razvoja turizma Općine Skrad. Stručni tim smatra da je ovo osnova za formuliranje podprojekata koje je moguće kasnije sadržajno i financijski realizirati.

1. ZONA: SKRAD - CENTAR

U sklopu ove zone nalazila bi se:

- **Žičara „Skrad - Zeleni vir“** - na polaznoj točki žičare nalazio bi se restoran i suvenirnica te info točka sa promidbenim materijalima i svim informacijama vezanim za svekoliku ponudu mjesta. Po mogućnosti izabrati mjesto za žičaru sa atraktivnim pogledom, (*restoran ili vidikovac*).

Predlaže se da se razradi financijska isplativost ulaganja u žičaru te da se vidi kako bi se ta žičara koristila u zimskom periodu. Zbog dugih zimskih perioda žičara ne bi trebala ostati neiskorištena, a troškovi održavanja i energetske troškovi jednog takvog objekta su veliki.

- **HOTEL „ZELENI VIR“** - najstariji u Gorskom kotaru i kao takav trebao bi zadržati izvorni oblik: obavezno uvrstiti u ponudu autohtonu hranu i smještaj
 - predložiti razvoj „tematskog hotela“ - naglasak na prirodu, ekologiju i zdravu hranu te, u skladu s time, urediti unutrašnjost hotela
 - Ispitati interes vlasnika za prodaju objekta Općini Skrad.
- **Tranzitni restoran:** bogata i raznovrsna gastronomska ponuda, autohtone delikatese - *kontakti s vlasnikom i usklađivanje s njegovim poslovnim namjerama.*
- **Vila „Verin bor“** (zagrebačko odmaralište) trenutno u vlasništvu grada Zagreba. Izvidjeti mogućnosti otkupa zgrade i zemljišta od strane Općine Skrad. Nakon adaptacije objekta, uz obavezno zadržavanje postojećeg izgleda, u objekt će se smjestiti zavičajna etno zbirka posvećena preminulom profesoru Josipu Grguriću gdje bi se osim predmeta smjestila izložba njegovih slika. Osim etno zbirke u objektu bi se nalazila i prigodna prodavaonica (suvenir ili gift shop) te zalogajnica s naglaskom na autohtone proizvode po starim receptima u duhu etno zbirke ili restoran.
- **Dom kulture** - seminari i radionice za poslovni svijet
 - kulturna događanja
 - zabavni sadržaji
 - sati za kulturu: književne večeri, glazbeni susreti, literarni susreti.

- **Kulturni spomenici** - Crkve, parka Pod križem s prilazom crkvi i groblju (valorizacija ostalih vjerskih objekata na području Općine)
 - Adaptacija stare goranske kuće s trajnom postavom starih predmeta i alata (npr. kuća Lončarić), te stare nošnje, urediti interijer kuće.
 - Izvor Grohotnik - obnoviti stari mlin te prikazivati način mljevenja kukuruza i sl.
- **Izgradnja male sportske dvorane** - sportska dvorana bila bi kvalitetna nadopuna skradskoj turističkoj ponudi u zimskom periodu, koji traje na našem području gotovo šest mjeseci. U sklopu sportske dvorane može se graditi i fitness centar sa saunom. Tako opremljena dvorana mogla bi se koristiti i za pripremu raznih sportskih ekipa i za ostale razne sadržaje, a uklopila bi se u projekt Univerzijade u Gorskom kotaru.
- U suradnji sa planinarskim društvom postaviti **umjetnu stijenu za slobodno penjanje** u zatvorenom prostoru. Tijekom godine moguće je održavati i natjecanja u slobodnom penjanju na umjetnoj stijeni i u Zelenom viru.
- Urediti **centar mjesta**: hortikulturalno uređenje mjesta; urediti potok u centru mjesta (iznad gornjeg parkirališta), obnoviti potporne zidove, **urediti prilaze** mjestu iz pravca Rijeke i Zagreba.
- Uređenje parka u centru mjesta prema izrađenoj idejnoj dokumentaciji.

Tablica 8: Prijedlog investicija u zoni 1 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15	Prioriteti
Žičara Skrad - Zeleni vir	2.500.000	46	500.000	1.200.000	800.000	3
Hotel Zeleni vir	600.000	11	300.000	200.000	100.000	2
Restoran	500.000	9	200.000	200.000	100.000	1
Vila „Verin bor“	450.000	8	50.000	250.000	150.000	3
Kulturni spomenici	200.000	4	50.000	100.000	50.000	2
Sportska dvorana	700.000	13	100.000	300.000	300.000	1
Uređenje parka	116.000	2	25.000	71.000	20.000	1
Atrakcije i manifestacije	80.000	1	30.000	30.000	20.000	2
Uređenje centra mjesta i prilaza mjestu	100.000	2	50.000	40.000	10.000	1
Usluge	200.000	4	50.000	75.000	75.000	3
ZONA 1	5.446.000	100	1.355.000	2.466.000	1.625.000	

Objašnjenje prioriteta:

1 - visoki
prioritet
2 - srednje
visoki
prioritet
3 - niži
prioritet

Izvor: Procjena autora

Tablica 9: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 1	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
5.446.000	476.000	150.000	170.000	4.650.000

Izvor: Procjena autora

Tablica 10: Procjena potrebnih kadrova u zoni 1

Stručna sprema	G2007-09	G2010-12	G2013-15
KV/NKV	1	4	2
SSS	6	12	8
VŠS/VSS	----	3	3

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 1

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
TURISTIČKA ZAJEDNICA
PRIVATNI SEKTOR

SURADNICI: UDRUGA SKRADSKA ŽENA
KUD „ZELENI VIR“
UDRUGA MLADIH

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)**KOORDINATIVNO TIJELO:** SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
ZONE 1. - određuje se nakon prihvaćanja plana

2. ZONA: SKRAD- ŠILJAR (ZONA ZDRAVLJA I MLADOSTI)

Zelenilo, park i šumu koje okružuje zgrade dječjeg odmarališta formirati kao šetnice i edukativne/poučne staze te započeti s formiranjem arboretuma. Zgrade dječjeg odmarališta koristiti za: - škole u prirodi

- umjetničku galeriju - stalne postavbe umjetničkih radova
- etnografsku zbirku - stalna postava
- umjetničke radionice za djecu i mlade
- muzičke radionice
- međunarodne susrete mladih - edukativni programi za mlade
- objekte ugostiteljskog sadržaja - smještaj i zdrava prehrana
- zdravstveno - rekreativne programe za djecu i mlade.

GOSPODARSKI RAZVITAK PODRUČJA ŠILJAR

Povijesni sadržaji područja:

- dječje oporavilište,
- odmor podmorničara,
- tuberkulozni dispanzer vojnih osoba,
- smještaj izbjegle, prognane i napuštene djece (Dom „Alojzije Stepinac“)
- smještaj vojnika Domovinskoga rata,
- sjedište 66. pukovnije HV.

Temeljna načela poslovanja danas:

1. **Održivi razvitak** s naglaskom na :
 - očuvanje prirodnoga okoliša i goranske arhitekture
 - ponudu zdrave goranske hrane.
2. **Hortikulturno uređenje zelenih površina (prednost dati autohtonim biljnim vrstama te ih označiti)**
3. **Ponuditi vlastito, različito, autohtono.**

Prijedlozi ciljeva turističkog razvitka Šiljara:

- zaštita raspoloživoga prirodnog i povijesnog bogatstva ovoga područja,
- nadopuna novim i do sada nepoznatim destinacijama,
- osiguranje egzistencije lokalnom stanovništvu,
- razvitak turizma i ugostiteljstva uz povezivanje s poljoprivrednim i stočarskim djelatnostima, izradom suvenira i ostalim pratećim sadržajima (kompletiranje ponude i razvitak mreže poduzetnika)
- stvaranje lokalnoga identiteta,
- povezivanje socioloških i ekonomskih skupina (udruga i poduzetnika) te njihovo uključivanje u nove turističke projekte i atrakcije
- poticaj izgradnji infrastrukture
- povećanje zaposlenosti.

Prijedlozi sadržaja:**1. Zdravstveno lječilišni turizam – razvitak povijesnoga lječilišta**

- lječilišne usluge koje uključuju prirodne ljekovite čimbenike- klimu, zrak, vodu i sl; klimatoterapija,
- medicinska rehabilitacija uz lječilišni nadzor
- programi sprečavanja bolesti, poboljšanja kvalitete života i unapređenja zdravlja
- specijalizirane destinacije za liječenje ili poslijeoperacijsku rehabilitaciju

Ciljna skupina : Korisnici ovisno o izabranom lječilišnom projektu.

2. Turističko rekreativni i wellness programi

- **ekoturizam na načelima održivog razvoja** (proučavanje i uživanje u tipičnom krajoliku) kao alternativa masovnom turizmu i potencijalni doprinos održivom razvitku, direktno pridonosi održavanju i povećanju parkova i zaštićenih područja. Projekt valorizira nedovoljno korištena postojeća prirodna bogatstva te omogućava prihvaćanje eko standarda i normi ponašanja u okolišu.
- **korištenje prirodnih ljekovitih činitelja** i liječnički nadzor, ali i funkcionalnu sportsku rekreaciju, primjerice MPAO (medicinski programiran aktivni odmor), i beauty programe, wellness, funkcionalne dijete, promociju zdravlja, škole odvikavanja, specijalizirane programe primjerice za menadžere, i ostalo holistički shvaćeno održanje i unapređenja zdravlja, primjerice mentalno i duhovno zdravlje. Dakako, dio programa treba biti orijentiran na djecu, u čemu Skrad ima tradiciju i uključen je u najnovije trendove.
- održivi turizam – **koncepcija koja osigurava dugoročan boljitak- turizam manjih kapaciteta** koji zadovoljava sadašnje potrebe i unaprjeđuje kvalitetu života lokalnom pučanstvu
- a da pri tomu ne umanjuje zadovoljenje mogućnosti budućim generacijama
- s time da usluge i proizvodi moraju imati elemente izvornosti
- uz minimalnu proizvodnju „turističkog otpada“
- **aktivni odmor u prirodi - programi tjelesnoga opuštanja** i anti-stres programi (kozmetički i tjelesni tretmani, bio programi s različitim vrstama prehrane, kombinirani programi opuštanja uz zdravu goransku prehranu, saune, masaže, „škola mršavljenja“ , škola odvikavanja od pušenja, i sl. zdravstveno preventivni programi).
- **gastronomski susreti i programi**
- **edukativne radionice**, seminari, poslovni sastanci, zabavni sadržaji , škole u prirodi i sl.

Ciljna skupina: Mlađe obitelji

Djeca

Poslovni ljudi

3. Športsko - rekreativni programi

- Športske visinske pripreme za dio profesionalnih športaša i športskih skupina
- športska dvorana
- zimski bazen

Ciljna skupina:

- sportaši
- djeca i mladi

4. Atraktivni programi

- mali botanički park ili zoo park i sl.
- programi edukacija i obilježavanja autohtonih vrsta i sl.

E) Programi „mrežnog partnerstva“ obuhvaćaju poslovno povezivanje svekolike proizvodnje i krajnjih potrošača. To su ujedno programi kooperacija i kao takvi pretpostavljaju postupno proširenje ponude u prepoznatljivom prostoru uz očuvanje prirodnoga okoliša, tla, vode, zraka.

Ovi projekti su alternativa nekontroliranoj konkurenciji.

U Zoni Šiljar odvijali bi se turistički sadržaji koji bi se bazirali na raspoloživoj ponudi sa stalnom tendencijom proširenja.

Pretpostavka ovoj ideji je postupno širenje poduzetništva oko Zone Šiljar i šire, do cca 30 km udaljenosti. Veći dio proizvoda proizvedenih na toj udaljenosti mogli bi se ovdje plasirati (od poljodjelskih, stočarskih do obrtničkih).

Raspoloživi objekti na taj se način **postupno stavljaju u funkciju.**

Uz ideju izgradnje poslovne zone „Zeleno srce“ u Skradu, koja ima zadatak poticati i razvijati vlastiti poduzetnički potencijal, mrežno partnerstvo omogućilo bi potpuno, brzo i sigurno (a zbog blizine turističkog tržišta znatno jeftinije) povezivanje gospodarskih subjekata i omogućilo otvaranje tržišta autohtonim proizvodima i uslugama.

Ovo bi bio idealan program razvitka širega područja. Moguće je povezivanje turističke destinacije s trgovačkim društvima ili obrtima, javnim institucijama na području Općine, nevladinim udrugama i sl.

5. Objekt Mateljan

Namjena:

- klasična namjena: **smještajni objekt za management Zone Šiljar ili objekt s gastronomskom ponudom.**

Jedna od ideja mogla bi biti i adaptacija u **kuću za odmor ili stanove za odmor** zbog porasta potražnje za personalnim uslugama u malim obiteljskim pansionima.

6. Športski sadržaji:

- rukometno igralište
- košarkaško igralište
- igralište za tenis,
- dva bočališta,
- dječje igralište s fontanom i pješčanicom
- staze za trčanje,

7. Pomoćni objekti :

- kameni sanitarni čvor
- konjušnica (jedna od ranijih ideja bila je jahanje do Zelenog vira)

8. Pješačke staze i šetnice s rasvjetom. Ovaj prirodni ambijent potrebno je **obvezatno** sačuvati i održavati koristeći klasična građevinska rješenja tipičnoga krajolika. Predlaže se spajanje staza u ovoj zoni s ostalim stazama na području destinacije Skrad.

Tablica 11: Prijedlog investicija u Zoni 2 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15
Uređenje kompleksa Šiljar	4.000.000	100	120.000	3.430.000	450.000
ZONA 2	4.000.000	100	120.000	3.430.000	450.000

Izvor: Procjena autora

Tablica 12: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 2	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
4.000.000	----	----	----	4.000.000

Izvor: Procjena autora

Tablica 13: Procjena potrebnih kadrova u zoni 2

Stručna sprema	G2007-09	G2010-12	G2013-15
KV/NKV	----	15	5
SSS	----	20	6
VŠS/VSS	----	8	4

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 2

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
TURISTIČKA ZAJEDNICA
PRIVATNI SEKTOR

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
ZONE 2. - određuje se nakon prihvaćanja plana

3. ZONA: IZLETIŠTE ZELENI VIR

- Zeleni vir - formirati mrežu edukativnih staza: od Planinarskog doma do izvora i šumskom stazom prema Planini. Edukativni izleti i poučne šetnje za škole i grupe. Dopuna sadržaja kod izletničkog doma za djecu (konjića, penjalica, pješčanika, ljuljački i sl.) - jahanje, obilazak izletišta na konjima.
- Planinarski dom - sezonske manifestacija (npr. uz Dan voda). Obavezno u ponudu uvrstiti autohtona jela i pića te sezonske plodove
- Vjenčanja pod slapom - obnoviti i sadržajno obogatiti
- Uvrstiti dozvoljene ekstremne sportove: canyoning, slobodno penjanje i sl.
- Izletište Zeleni vir povezati s konjičkim klubom u Rogima
- razvoj speleološkog turizma -istraživanje Muževe hišice (postavljanje rasvjete, baklji) tj. komercijaliziranje tako da mogu iznajmiti službenog vodiča i svjetiljke za obilazak špilje
- izraditi studiju opravdanosti ulaganja za osiguravanje pitke vode u izletištu
- biciklistička staza od Ložca do Zelenog vira uz Curak
- formiranje kampa.

MUŽEVA HIŠICA u 16 st. služila je kao sklonište u vrijeme turskih osvajanja. Špilja je duga dvjestotinjak metara. Na njezinom je kraju dvorana s malim jezerom. U tom je jezercu dr. Langhoffer pronašao čovječju ribicu, rijedak primjerak naše faune. Špilja nije nikada temeljito istraжена pa se pretpostavlja da se iza već pronađene dvorane krije još nešto. U špilji ima nešto stalagmita i stalaktita. Temperatura je oko 8 stupnjeva.

Tablica 14 : Prijedlog investicija u Zoni 3 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15	Prioriteti
Izrada edukativnih staza	15.000	21	15.000	----	----	1
Komercijalizacija špilje	20.000	29	----	20.000	----	2
Izrada studije opravdanosti za osiguravanje pitke vode za izletište	35.000	50	----	35.000	----	3
ZONA 3	70.000	100	15.000	55.000	----	

Izvor: Procjena autora

Tablica 15: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 3	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
70.000	35.000	----	35.000	----

Izvor: Procjena autora

Tablica 16: Procjena potrebnih kadrova u zoni 3

Stručna sprema	G2007-09	G2010-12	G2013-15
KV/NKV	----	----	----
SSS	2	2	----
VŠS/VSS	1	1	----

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 3

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
KONCESIONAR OBJEKTA

SURADNICI: PLANINARSKO DRUŠTVO SKRADSKI VRH

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
ZONE 3. - određuje se nakon prihvaćanja plana

4. ZONA: SKRADSKI VRH

ZAŠTITA PODRUČJA

- izdvojeno iz Zakona o zaštiti prirode -

Zaštićene prirodne vrijednosti (primjenjive za Skradski vrh):

- park šuma, značajni krajobraz.

Zaštićena prirodna vrijednost lokalnog značenja.

Prijedlog zaštite područja Skradskog vrha:

Područje Skradskog vrha proglasiti park šumom ili značajnim krajobrazom

Osnove poznavanja područja mora činiti temeljita faktografija koja bi obuhvatila saznanja raznih prirodnoznanstvenih struka. Stoga bi jedan od zadataka bio da se prikupe postojeći podaci, stručni i znanstveni radovi koji se odnose na ovaj teritorij ili ga dotiču u širim razmjerima.

Podaci kojima bi trebalo opisati značajke odnose se na klimu, geologiju, tlo, vodne režime, floru, faunu, korištenje zemljišta, gdje su posebno važni elementi šume. U izradu pojedinih postojećih radova trebali bi se uključiti stručnjaci raznih struka.

Očuvanje može biti djelotvorno ako se uspostavi zaštićeno područje u kojima se uvelike proučavaju i primjenjuju posebne mjere obnove koje će se kasnije proširiti i na druga područja. Takva zaštićena područja, pod posebnom paskom, djeluju uvelike na javno i stručno mnijenje, a ne služe samo tome da posjetioci vide parkove prirode, park šumu i sl.

Ciljevi zaštite područja Skradskog vrha morali bi biti:

- zaštititi čovjeka,
- pokušati da se održi planinsko seljačko gospodarstvo i ljepota tog krajolika
- zaštititi cjelokupnu prirodu, njene ekološke, morfološke i estetske osobine
- naročitu pažnju posvetiti zaštiti voda (površinskih i podzemnih)
- održati prirodne ili prirodnobliške uvjete za životinjski i biljni svijet, kako bi ih se moglo znanstveno promatrati i istraživati
- nastojati da se postojeći ekosustavi i nadalje ne narušuju i neprekidno izmijenjuju ljudskim djelovanjem, jer su na tome području biljne i životinjske vrste, geomorfološke pojave, kao i biotopi značajni za znanost, za poučavanje, oporavak i kreativno korištenje slobodnog vremena posjetitelja
- pružati posjetiteljima ne samo odmor već i obrazovanje u prirodi, pa i upoznavanje s životom ljudi u tom kraju.

Park šuma (prema čl. 17 Zakona o šumama)

Park-šuma je prirodna ili sađena šuma, veće krajobrazne vrijednosti, namijenjena odmoru i rekreaciji.

U park-šumi su dopušteni samo oni zahvati i radnje čija je svrha njezino održavanje ili uređenje.

Značajni krajobraz (prema čl. 16)

Značajni krajobraz je prirodni ili kultivirani predjel velike krajobrazne vrijednosti i biološke raznolikosti ili kulturno povijesne vrijednosti, krajobraz očuvanih jedinstvenih obilježja karakterističnih za pojedino područje, namijenjen odmoru i rekreaciji ili osobito vrijedan krajobraz.

U značajnom krajobrazu nisu dopušteni zahvati i radnje koje narušavaju obilježja zbog kojih je proglašen.

Park šumu ili značajni krajobraz proglašava županijska skupština, uz prethodno pribavljenu suglasnost Ministarstva i središnjeg tijela državne uprave nadležnog za poslove poljoprivrede i šumarstva.

Prijedlog akta o proglašenju temelji se na stručnoj podlozi koju izrađuje Državni zavod za zaštitu prirode. Aktom se utvrđuju vrijednosti područja koje se predlaže zaštititi, način upravljanja tim područjem, na izjavi tijela koje donosi akt o proglašenju o osiguranim sredstvima za upravljanje zaštićenim područjem.

Akt sadržava: naziv i kategoriju zaštićenog područja,
prostorne granice zaštićenog područja, kartografski prikaz.

U cilju sprječavanja ugrožavanja zaštićenog područja aktom o proglašenju može se odrediti utjecajno područje koje je izvan zaštićenog područja i propisati mjere njegove zaštite.

*Izraditi argumentirani prijedlog s granicama novoga zaštićenog područja.
Uskladiti predložene granice zaštićenog područja s prostornim planom Općine.*

- **Kavranova stijena - šetnica, vidikovac**

Vidikovac s kojeg se pruža pogled na panoramu Skrada i okolnih sela i naselja ima i povijesnu vrijednost jer su sa te stijene jataci vrebali karavane i obavještavali razbojnike o njihovim dolascima, brojnosti oružane pratnje i veličini, za što postoje i pisani dokazi. Potrebno je uređenje vidikovca, postavljanje klupica i markacija. Također je predviđeno i osvjetljavanje stijene.

- **Skradska draga:**

Sastoji se od objekta (kantina i svlačionice), nogometnog igrališta koje je ujedno i najviše u Hrvatskoj i višenamjenskog igrališta. Nalazi se na nadmorskoj visini od 800 m. Potrebno je postaviti markacije, panoe sa informacijama o izletištu, urediti igrališta, postaviti sadržaje za djecu i klupe (sjenice). Na sportsko-rekreativnim terenima mogu se održavati razna natjecanja športsko-rekreativnog karaktera za djecu, mlade i odrasle te ljubitelje ekstremnih sportova:

- Objekt za smještaj sportaša
- Biciklističke staze
- Tereni za rekreativne sportove
- Tereni za ekstremne sportove
- Visinske pripreme za sportaše
- Alpinističke i planinarske staze
- Staze za nordijsko i alpsko skijanje

- Sanjkalište
- Izviđački turizam
- Streličarski turniri.

Tijekom ljeta organizirati i urediti kamp za izviđače i ljubitelje prirode.

Dodatnim uređenjem nogometnog igrališta u Skradskoj dragi omogućio bi se i razvoj sportskog turizma - visinska priprema sportaša. Nogometno igralište trebalo bi se popraviti i napraviti kvalitetnu drenažu i postaviti rasvjetu.

Nastaviti s organizacijom streličarskih turnira i razvojem ovog sporta među mladima.

U Skradu postoji i **mala skijaška skakaonica** (30 m). Potrebno je obnoviti tu skakaonicu koja bi se mogla koristiti sa skakaonicom u Delnicama. Za pripreme mladih skijaša skakača potrebne su male skakaonice na kojima se trenira. Na ovaj način treba iskoristiti priliku koja se pojavljuje te bi uređenjem ovog objekta mogli u dosta kratkom roku poboljšati turističku ponudu. Postoji mogućnost da se u sufinanciranje obnove ove male skakaonice uključi i Hrvatski olimpijski odbor.

• Skradski vrh

- Legenda - vjerski turizam (Kapelica najbliža Nebu)
- Planinska staza /edukativna : Rigelj- Kapelica - Hribac - postavljanje Križnog puta - vjerski turizam

Na Skradskom vrhu nalazi se kapelica uz koju je vezana legenda. Svake godine pohodi je mnogo hodočasnika, ne samo domaćih.

Postavio bi se pano kako bi se posjetio upoznali s legendom. Potrebno je bolje urediti prostor s nekoliko sjenica i klupa.

Tablica 17: Prijedlog investicija u Zoni 4 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15	Prioriteti
Troškovi provođenja zaštite područja	20.000	10	----	10.000	10.000	2
Uređenje Kavranove stijene	7.000	4	4.000	3.000	----	2
Uređenje terena u Skradskoj dragi	100.000	52	30.000	40.000	30.000	1
Postavljanje turističke signalizacije	5.000	2	1.500	2.000	1.500	2
Uređenje skijaške skakaonice	30.000	16	15.000	15.000	----	1
Postavljanje križnog puta	30.000	16	10.000	20.000	----	3
ZONA 4	192.000	100	60.500	90.000	41.500	

Izvor: Procjena autora

Tablica 18: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 4	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
192.000	87.000	20.000	85.000	----

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 4**NOSITELJI:** OPĆINA SKRAD

TURISTIČKA ZAJEDNICA

SURADNICI: SPORTSKI KLUBOVI POLET

PLANINARSKO DRUŠTVO SKRADSKI VRH

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)**KOORDINATIVNO TIJELO:** SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
ZONE 4. - određuje se nakon prihvaćanja plana

5. ZONA: DIVJAKE (ZONA MIRA)

Na području ove zone koja obuhvaća Divjake, Hribac, Bukov Vrh i Hlevci odvijali bi se antistresni programi i programi za III. životnu dob: socijalni programi, programi za unapređenje kvalitete života starijih osoba.

Škola Divjake može biti smještajni objekt za turističke potrebe: škola u prirodi, dom za starije.

Uređenje okoliša: dati u zakup neiskorišteno Općinsko zemljište za uređenje u turističke svrhe, kao npr. za uređenje gatera za divlje životinje (prijedlog gosp. Smažila).

Tablica 19: Prijedlog investicija u Zoni 5 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15	Prioriteti
Postavljanje turističke signalizacije	5.000	1	2.000	3.000	----	2
Škola Divjake	500.000	93	----	150.000	350.000	2
Uređenje okoliša	30.000	6	30.000	----	----	2
ZONA 5	535.000	100	32.000	153.000	350.000	

Izvor: Procjena autora

Tablica 20: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 5	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
535.000	2.000	----	3.000	530.000

Izvor: Procjena autora

Tablica 21: Procjena potrebnih kadrova u zoni 5

Stručna sprema	G2007-09	G2010-12	G2013-15
KV/NKV	----	----	2
SSS	----	----	6
VŠS/VSS	----	----	2

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 5

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
 TURISTIČKA ZAJEDNICA
 OSNOVNA ŠKOLA SKRAD
 PRIVATNI SEKTOR

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
 ZONE 5. - određuje se nakon prihvaćanja plana

6. ZONA: RUDAČ (ZOV DIVLJINE)

Razvoj planinarskog turizma (Kicljove jame), lovni turizam i foto safari. U ovu zonu uklopila bi se izgradnja planinskih brvnara, što će biti nadopuna turističkoj ponudi centra Skrada. Brvnare bi mogle imati ugostiteljsku ponudu s autohtonim proizvodima, koji se proizvode na području Gorskoga kotara.

U ovoj bi zoni trebalo dodatno urediti biciklističke staze s info panoima o Kicljovim jamama.

Tablica 22: Prijedlog investicija u Zoni 6 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15	Prioriteti
Izgradnja brvnare	50.000	78	----	----	50.000	3
Uređenje biciklističkih staza	7.000	11	3.000	2.000	2.000	1
Postavljanje info panoa	7.000	11	1.000	4.000	2.000	2
ZONA 6	64.000	100	4.000	6.000	54.000	

Izvor: Procjena autora

Tablica 23: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 6	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
64.000	10.000	----	4.000	50.000

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA 6. ZONE

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD

TURISTIČKA ZAJEDNICA

SURADNICI: LOVAČKO DRUŠTVO „JELEN“

PLANINARSKO DRUŠTVO „SKRADSKI VRH“

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
6. ZONE - odredit će se nakon prihvaćanja plana.

7. ZONA: ZONA „ZELENO SRCE“

U sklopu zone prerađivat će se i proizvoditi autohtoni proizvodi od borovica, jagoda, malina i sl. Predviđjet će se mogućnost kupnje autohtonih proizvoda, kao i njihova degustacija. Svi proizvodi bit će plasirani u jedinstvenoj ambalaži i pod zajedničkim brandom „Proizvod Gorskog kotara“.

Uređenje i opremanje zone je započelo, te se predviđa tijekom 2007. godine formiranje Centra za otkup i preradu poljoprivrednih proizvoda.

Tablica 24: Prijedlog investicija u Zoni 7 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15
Izgradnja objekta poduzetničkog inkubatora	850.000	100	700.000	80.000	70.000
ZONA 7	850.000	100	700.000	80.000	70.000

Izvor: Glavni projekt izgradnje Poduzetničkog inkubatora

Tablica 25: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 7	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
850.000	100.000	610.000	140.000	-----

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 7

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
PINS SKRAD

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
7. ZONE - određuje se nakon prihvaćanja plana.

8. ZONA: EKO SELA

Ova zona obuhvatila bi nenaseljena sela i naselja koja imaju mali broj stanovnika.

Ova naselja bila bi nadopuna ukupnoj turističkoj ponudi. Najveće izgleda za realizaciju eko sela imaju Rogi, pošto već imaju neku vrstu ponude, a postoji zainteresiranost među stanovništvom za pokretanje poljoprivredne proizvodnje i turizma. Sve kuće su starog tipa gradnje pa bi se mogle obnoviti, a u ponudi bi bila i vožnja kočijom, branje šumskih plodova, jahanje, rad u domaćinstvima i sl.

Ostala potencijalna eko sela: Resnatac, Gramalj, Pečišće, Gorica.

Tablica 26: Prijedlog investicija u Zoni 8 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15	Prioriteti
Izrada idejne dokumentacije	100.000	83	---	70.000	30.000	2
Studija opravdanosti	21.000	17	---	21.000	---	1
ZONA 8	121.000	100	---	91.000	30.000	

Izvor: Procjena autora

Tablica 27: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 8	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
121.000	81.000	-----	40.000	----

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 8

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
PINS SKRAD

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
8. ZONE - određuje se nakon prihvaćanja plana.

9. ZONA: ŠEREMENTOVO

Ova zona namijenjena je terenima za visoki sportski turizam:
 terenima pogodnima za paraglajding,
 konjički sport,
 terene za golf.

Tablica 28: Prijedlog investicija u Zoni 9 za period 2007 - 2015

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15
Izrada studije opravdanosti	60.000	100	---	60.000	---
ZONA 9	60.000	100	---	60.000	---

Izvor: Procjena autora

Tablica 29: Pregled financiranja u €

UKUPNO ZONA 9	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
60.000	40.000	----	20.000	----

Izvor: Procjena autora

KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PROJEKTA ZONE 9

NOSITELJI: OPĆINA SKRAD
 TURISTIČKA ZAJEDNICA
 PINS SKRAD

KOORDINATOR: (odredit će se nakon prihvaćanja plana)

KOORDINATIVNO TIJELO: SVI ZAINTERESIRANI ČIMBENICI NA PODRUČJU
 9. ZONE - određuje se nakon prihvaćanja plana.

5.6. Ciljna geografska tržišta

Uspješno definiranje specifičnih obilježja (osobitosti) Skrada kao turističke destinacije predstavlja komparativnu prednost jer se realizacijom Plana mogu transformirati i tržišno potvrditi kao konkurentna prednost na ciljnim turističkim tržištima pa čine posebno važan segment ukupne strategije razvoja.

Uvažavajući rezultate i strukturu gostiju proteklih desetljeća i novijeg razdoblja te strateške odrednice razvoja ponude, moguće je ciljna turistička tržišta prikazati na sljedeći način.

Tablica 30: CILJNA TRŽIŠTA VAŽNA ZA SKRAD 2015.

Ciljno tržište	značenje	značenje
	2005(%)	2015(%)
DOMAĆE TRŽIŠTE	80	65
Zagreb	25	20
Rijeka	30	27
Istra	28	28
Dalmacija	17	25
EUROPA	20	35
Austrija	70	25
Italija	7	20
Slovenija	5	20
Ostali	1	10
POTENCIJALNO VAŽNA TRŽIŠTA		
Češka, Rumunjska, Bugarska	7	10
Ostali (Bih, SiCG)	3	10

Izvor: Turistička zajednica Općine Skrad, statistika noćenja u 2005. godini

5.7. STRATEGIJA I NAČELA ULAGANJA U RAZVOJ

Polazeći od izabranog modela razvoja, strategija podrazumijeva međuovisan tijek kvantitativnih i kvalitativnih sadržaja s naglašenim nastojanjem uvažavanja i promocije kriterija kvalitete.

S obzirom na vrlo stroge kriterije zaštite prostora kojih se pridržavalo tijekom izrade plana i spoznajom da su i prostorni planovi podložni promjenama, najvećim dijelom zadržan je izbor projekata razvoja.

Kvantitativni elementi razvoja

Kvantitativni sadržaj strategije ulaganja izuzetno je značajno za razvoj Skrada. Tome je više razloga koji su međusobno povezani jer premošćuje prošlost (zaostajanje, izostali investicijski ciklusi) i, istodobno, ostvaruje zacrtane opće i konkretne ciljeve. Takvim pristupom predloženi projekti ulaganja uvažavaju (u najvećoj mjeri) prostorne planove, raspoloženje i odnos stanovništva prema razvoju te prerastanje Skrada u konkurentnu turističku destinaciju.

Kvantitativni dio strategije razvoja sadrži tablični pregled svih investicija prema namjeni:

- ❖ atrakcije kao vodeći sadržaj dodanih vrijednosti i privlačenja turista
- ❖ usluge koje su ključan dio svih elemenata cjelokupnog upravljanja kvalitetom
- ❖ smještajni kapaciteti
- ❖ prateća infrastruktura za atrakcije, usluge i smještajne kapacitete.

Predložene vrijednosti investicija temelje se na procjeni koja je uzela u obzir raspoložive nacionalne i međunarodne *benchmarks* (primjere) investicije za slične projekte u sličnom ekonomskom okruženju i pružaju okvirnu procjenu potrebnih investicija za dostizanje predloženoga turističkog pozicioniranja.

Tablica 31: Investicije u destinaciju Skrad 2007 – 2015.

Obilježje	Ukupno EUR	%	G2007-09	G2010-12	G2013-15
ZONA 1	5.446.000	48	1.355.000	2.466.000	1.625.000
ZONA 2	4.000.000	35	120.000	3.430.000	450.000
ZONA 3	70.000	1	15.000	55.000	----
ZONA 4	192.000	2	60.500	90.000	41.500
ZONA 5	535.000	5	32.000	153.000	350.000
ZONA 6	64.000	0,5	4.000	6.000	54.000
ZONA 7	850.000	7	700.000	80.000	70.000
ZONA 8	121.000	1	----	91.000	30.000
ZONA 9	60.000	0,5	----	60.000	----
DESTINACIJA SKRAD	11.338.000	100	2.286.500	6.431.000	2.620.500

Izvor: Procjena autora

Tablica 32: Pregled financiranja u € - UKUPNO

UKUPNO DESTINACIJA SKRAD	JAVNI IZNOSI			PRIVATNI KAPITAL
	OPĆINA SKRAD	EU	RH, PGŽ	
11.338.000	831.000	780.000	497.000	9.230.000

Kvalitativna načela razvoja

Izbor kvalitativnih sadržaja, u ovom kontekstu plana, može se izložiti kroz naročito značajna načela:

- Poštivati kriterije okoline u pogledu infrastrukture i opreme te davati prioritet unapređenju prirodne i urbane okoline
- Utvrditi usklađene, kontrolirane ciljeve razvoja dogovorene na lokalnoj osnovi
- Stvoriti imidž, ugled i jačinu turističkog sektora u Skradu
- Unapređivati uvjete rada i kvalitetu života domaćeg stanovništva
- Motivirati i poticati proizvodnju i prodaju lokalnih proizvoda
- Poticati integriranje lokalnih materijala izvedbe i stilova u strukturu turističke ponude
- Uvesti trajan sustav cjelokupnog upravljanja kvalitetom.

6. MARKETING SKRADA

Suvremeno gospodarstvo i, naročito, tržišna utakmica ogromnog broja sudionika podrazumijeva snažnu marketinšku podršku svakom proizvodu i programu koji je namijenjen velikom broju potrošača. U turizmu, koji, vjerojatno jedini na globalnom tržištu, svojim proizvodima bilježi konkurenciju svjetskih razmjera bez, praktično, ikakvih ograničenja, marketing ima puno veće značenje od uobičajenog za pridobivanje potrošača - turista.

Iz toga razloga, realizacija plana razvoja turizma predmnijeva snažnu, dobro organiziranu, učinkovitu i pažljivo izabranu i usmjerenu marketinšku podršku.

6.1. PRISTUP MARKETINGU

Turistička destinacija danas se suočava sa sve većom konkurencijom, promjenjivim zahtjevima turista i rastom troškova poslovanja. Razvojem tehnologije raste konkurencija, a poslovanje postaje sve složenije. Današnji korisnici raspolazu s više informacija i iskustva, traže nove doživljaje i žele stjecati nova iskustva.

Dugoročno promatrano, može se uspostaviti partnerstvo na svim ostalim razinama, a mogući su sljedeći konkretni primjeri:

a) PRIVATNO - PRIVATNO:

- između različitih sudionika turističke ponude na razini turističke destinacije
- između sudionika turističke ponude koji su neposredno i posredno uključeni u oblikovanje turističkog proizvoda
- između sudionika turističke ponude turističke destinacije i subjekata na strani turističke potražnje i drugo

b) JAVNO - PRIVATNO :

- između Turističke zajednice Općine Skrad i različitih sudionika turističke ponude na razini turističke destinacije
- između tijela lokalne uprave i samouprave zaduženih za turizam i različitih sudionika turističke ponude na razini turističke destinacije
- između tijela lokalne uprave i samouprave zaduženih za turizam i udruga specijalnih interesa i drugo

c) JAVNO - JAVNO :

- između turističke zajednice Općine Skrad i turističke zajednice PGŽ te tijela lokalne uprave i samouprave zaduženih za turizam
- između turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice i drugo

To je posebno značajno za inovativni marketing koji mora biti zajednička aktivnost svih subjekata, pogotovo u uvjetima sve većeg broja malih i srednjih poslovnih sustava, čije djelovanje treba objedinjavati, jer pojedinačno nemaju ni dovoljno znanja ni drugih mogućnosti uspješnog pozicioniranja na turističkom tržištu. Operativna primjena destinacijskog marketinga nalaže da se poštuje sljedeći temeljni pristup:

- da je destinacijski marketing jedna od najznačajnijih aktivnosti menadžmenta turističke destinacije, kojoj je zadatak objединити i koordinirati marketinško pozicioniranje svih sudionika u strukturi turističke ponude
- da je predmet uvijek jedinstveni turistički proizvod destinacije, koji predstavlja prostorno i vremenski povezan skup proizvoda i usluga koji predstavljaju jedinstvo različitosti i nose obilježja svakoga pojedinog lokaliteta i druge specifičnosti
- da se pred destinacijski marketing stavlja složeni zadatak objedinjavanja heterogene ponude velikog broja individualnih poduzetnika različitog stupnja moći i sposobnosti, koji moraju postati svjesni da samo djelovanjem sinergijskog procesa na razini turističke destinacije može doći do umnožavanja koristi koje bi oni pojedinačno
- da se marketinški koncept mora temeljiti na **viziji** turističke destinacije, koja će okupiti sve, posebno mala i srednja poduzeća, turističku zajednicu ali i ostale subjekte kako da bi moglo **marketinški djelovati na jedinstvenim polazištima**;
- da se destinacijski marketing naslanja na **prepoznatljivost** iz koje se izvodi **prodajna poruka**, što je odraz specifičnosti turističke destinacije.

U tom procesu treba slijediti načela razvojne strategije hrvatskog turizma te megatrendove na svjetskom tržištu.

Poseban naglasak staviti na **prepoznatljivost** turističke destinacije koju treba sustavno i kontinuirano stvarati

Na ovim polazištima, a slijedom prihvaćenog modela, prezentirat će se razrađeni elementi destinacijskog marketinga turističke destinacije Skrad, uz poštovanje temeljnih polazišta sadržanih u odrednicama strategijskog i taktičkog marketinga.

6.2. STRATEŠKA OPREDJELJENJA MARKETINŠKOG DJELOVANJA NA RAZINI TURISTIČKOG ODREDIŠTA SKRAD

Marketinšku strategiju treba promatrati kao dio cjelovite strategije pozicioniranja turističkog odredišta Skrad. Pri tome valja poštovati sva polazišta koja su definirana razvojnim modelom što se temelji na viziji i jasno definiranim ciljevima te slijedi misiju utemeljenu na:

- povijesnom nasljeđu
- očuvanom okolišu
- resursnoj osnovi i atrakcijama
- potrebama i željama kupaca s ciljnog tržišta
- uzimanju u obzir realnih mogućnosti destinacije
- svim oblicima partnerstva.

Realna ocjena sposobnosti Skrada nameće se kao važan čimbenik, a ta će ocjena ovisiti o tome koliko ćemo moći upotrijebiti sve raspoložive prirodne, kulturne, ljudske, povijesne, društvene i druge resurse da bi se osiguralo:

- maksimalno iskorištavanje mogućnosti i povoljnih prilika na globalnom turističkom tržištu u okviru prepoznatih razvojnih trendova
- izbjegavanje potencijalnih opasnosti i rizika
- postavljanje ciljeva u skladu s mogućnostima i raspoloživim resursima, a temeljeno na prethodnoj realnoj ocjeni vlastitih snaga i slabosti.

Marketinško pozicioniranje Skrada prema geografskom načelu nalaže da se na cjelovitom području te turističke destinacije realno ocijene njezine komparativne prednosti. Sagledavajući u kontekstu potreba kupaca i izabranih putova ponude, treba osigurati ostvarenje **prednosti destinacije** tako da se, usklađivanjem hijerarhije ciljeva, ta turistička destinacija koncipira kao cjeloviti sustav koji mora slijediti **viziju**.

Da bi se odgovorilo svim izazovima i da bi se mogle sustavno iskoristiti nove šanse, ali i pravovremeno izbjeći svi negativni utjecaji i ublažiti rizici, potrebno je na razini Skrada:

- uzeti u obzir mogućnosti odgovarajućih službi da udovolje stalnim i povremenim potrebama za marketinškim ali i ostalim poslovnim informacijama, tu se prvenstveno misli na **Poduzetnički inkubator PINS d.o.o. i Turističku zajednicu Općine Skrad**,
- **oblikovati jedinstvenu bazu podataka** i definirati metodološku podlogu sustava planiranja i kontrole odnosa s ciljnim tržištima i svim relevantnim segmentima turističke ponude,
- **ustrojiti sustav prikupljanja podataka i sustavnog izvješćivanja** o stanju i tendencijama unutar turističke destinacije, a posebno u odnosu na ciljna tržišta, pri čemu treba koristiti poznata teorijska polazišta i praksu razvijenih turističkih destinacija.

Uspješno pozicioniranje na tržištu moguće je jedino sustavnim ocjenjivanjem činitelja koji predstavljaju zamašnjak razvoja turizma i pravac istraživanja za usmjeravanje novih proizvoda, kako bi se iskoristile sve mogućnosti s postignućima iz prošlosti u optimalnom

odnosu. Ovdje se slijede ranije definirane spoznaje da destinacijom treba upravljati kao i poslovnim sustavom.

6.3. MARKETINŠKE TAKTIKE

Marketinške taktike proizlaze iz načina kako se polazišta općeg marketinga promišljaju na regionalnoj razini, što uključuje minimalno sljedeće:

- radikalan zaokret u promišljanju marketinga, koji mora imati prepoznatljiv individualni pristup svakoj vrsti gostiju tako da se slijedi put od marketinga ponude do **marketinga orijentiranog na ciljnoga gosta**;
- drugačije strukturiranje marketinških instrumenata kako bi se više koristili elektronički mediji i suvremeniji oblici komunikacije: **web, e-mail**;
- izgradnja baze podataka - **infoteka** (slika, videozapisa, povijesnih zapisa, rezultata istraživanja...) i objedinjavanje publicističke i druge djelatnosti uz najsuvremeniju informatičku i druge oblike podrške.

Uspješnost primjene marketinških taktika u praksi ovisi o izabranom obliku partnerstva i dostignutom stupnju drugih oblika suradnje nositelja turističke ponude na razini turističke destinacije.

Treba **objediniti postojeće parcijalne baze fotografija** (stvaranje fotoknjižnice), izraditi bazu videozapisa, stvarati baze ključnih informacija (resursna osnova, povijesno nasljeđe, propisi i pravila, studije slučajeva...), a za sve treba osigurati odgovarajuću infrastrukturu, uz uvjet da svi elementi iz baze budu visoko informatički podržani i dostupni korisnicima prema dogovorenim prioritetima.

Krajnji je cilj tih aktivnosti stvoriti i nakon toga zadržati što povoljniju predodžbu Skradu na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu, što uključuje uvođenje mehanizama za sustavnu korekciju postojećih i potencijalnih odstupanja od potreba i želja ciljnoga korisnika. No, pritom treba racionalizirati troškove marketinga prelaskom na **jeftinije**, a jednako ili čak više **učinkovite medije** (npr. odnosi s javnošću umjesto oglašavanja poštom i putem medija; npr. prezentacija na internetu umjesto skupo opremljenih brošura i sl.), svugdje gdje se to ocijeni mogućim i opravdanim.

Da bi sustav uspio, potrebno je ustrojiti i sustav poticanja mjera koje moraju biti jasne, unaprijed poznate i pravedne. Ovamo spada prvenstveno dobro razrađen i po unaprijed poznatim kriterijima postavljen **sustav dodjele priznanja, plaketa, novčanih i nenovčanih nagrada** i drugih oblika motiviranja izrazito uspješnih sudionika u strukturi turističke ponude iz privatnoga i javnog sektora. To je visok motiv za uspjeh jer osigurava priznavanje uloženi napa najboljim sudionicima u strukturi turističke ponude, što je i značajan činitelj kontinuiranog poboljšanja kvalitete. Motivaciju treba posebno razraditi i za područje inovacija kako bi se nagradili i medijski istaknuli svi inovativni pristupi novim proizvodima i uslugama, unapređenje komuniciranja na lokalnoj razini, unapređenje životne i radne sredine, stjecanje eko-oznaka, dobivanje certifikata kvalitete i sl. Dobar su primjer već sada dale akcije za najbolju okućnicu, balkon itd.

Uspjeh na ovaj ili sličan način postavljenih marketinških taktika moguć je na razini turističke destinacije samo ako se dostigne zadovoljavajući stupanj partnerstva. Marketinške taktike vezane za plasman cjelovitoga turističkog proizvoda destinacije na ciljna tržišta moraju se temeljiti na realnim izvorima financiranja i moraju biti prepoznate u poticajnim mjerama tijela lokalne uprave i samouprave na razini PGŽ, ali i na nacionalnoj razini. Posebno treba razraditi taktike na teorijskim i praktičnim polazištima uključivanja **inovacija** u

razvoj proizvoda, sprečavanje njegova zastarijevanja, kako bi se stalnim i potencijalnim gostima osigurala punina doživljaja. Inovativni turistički marketing mora biti uključen u sustav provođenja **edukacijskih seminara** jer, kako je već ranije slikovito istaknuto, "mnogi su propali zbog nedostatka znanja, a ne zbog nedostatka pameti ili talenta". Stoga je svladavanje nedostajućih znanja i stjecanje novih znanja jedna od ključnih taktika u ostvarivanju postavljenih strategija i nezaobilazna pretpostavka boljeg pozicioniranja turističkog proizvoda Skrada u novim uvjetima.

Marketing putem sajmova

Organizacijom **Gorskog sajma** pokazano je da Gorski kotar a i Skrad imaju što pokazati i prezentirati široj javnosti. Veliki broj autohtonih proizvoda mamac su za zahtjevnoj klijenteli iz okolnih velikih gradova. Time se pruža velika mogućnost za promociju Skrada kao turističkog odredišta. Sve fizičke i pravne osobe trebaju se promovirati na sajmu te iskoristiti dolazak posjetitelja za vlastitu promociju. U sklopu TZO Skrad treba pojačati vlastitu promociju na sajmu.

Pojačanu promociju potrebno je imati i na sajmovima u Zagrebu i Rijeci. Svim turističkim djelatnicima svake se godine pruža mogućnost sudjelovanja na specijaliziranim sajmovima u sklopu Zagrebačkog velesajma i Riječkog sajma. Do sada ta promocija nije bila zadovoljavajuća. Turistički djelatnici Skrada trebaju se osobno pojavljivati na sajmovima te se na taj način i prezentirati i privući budućeg gosta.

7. EDUKACIJA

7.1. Polazišta

Pođe li se od spoznaje da je obrazovanje važna komparativna prednost svakog turističkog odredišta, navedeni prijedlozi sigurno će pridonijeti da ta prednost postane i konkurentna, jer bi tada destinacija imala upravo idealne mogućnosti postati predvodnicom u osmišljavanju, provođenju i razvoju svih obrazovnih programa suvremeno koncipiranog cjeloživotnog učenja (temeljeno obrazovanje, permanentno obrazovanje, trening i sl.).

Dakle, za razumijevanje i primjenu plana razvoja turizma potrebno je sustavno organizirati radionice kako bi se korisnici mogli osposobiti za provođenje svake njegove faze.

Osposobljavanje je potrebno provesti prvenstveno za sve razine odgovornoga destinacijskog menadžmenta u jedinicama lokalne samouprave, u turističkim zajednicama, hotelsko-turističkom gospodarstvu, ali i za sve druge interesne skupine direktno ili indirektno uključene u pripremu i pružanje turističkog proizvoda. Ciljni edukativni sadržaji definirani su **modelom razvoja** koji slijedi načelo integralne kvalitete, što je temeljni cilj koji treba postići za destinaciju kao cjelinu, svaku njezinu subregiju do pojedinoga turističkog mjesta.

7.2. Sadržaj i korisnici

Uzimajući u obzir ove spoznaje, a sljedeći nabrojene i druge sadržaje, treba stjecanja nedostajućeg znanja omogućiti u specijalističkim radionicama sljedećim ciljnim skupinama:

1. ZA PODUZETNIKE POČETNIKE
2. ZA ZAPOSLENIKE U SUSTAVU TURISTIČKE PONUDE
3. ZA OSTALE SUDIONIKE NA RAZINI TURISTIČKE DESTINACIJE
4. ZA DOMICILNO STANOVNIŠTVO

Razlog je za to u spoznaji da zbog povijesnog nasljeđa u poslovnim sustavima u turizmu poduzetnicima i menadžerima nedostaju poduzetnička znanja i da u vrijeme njihova školovanja neki sadržaji nisu bili uključeni u nastavne planove i programe. S porastom sudionika u strukturi malog i srednjeg poduzetništva sve je naglašenija potreba da se toj ciljnoj skupini na jednom mjestu osigura stjecanje nedostajućih znanja, posebno vezano za njihovo što bolje pozicioniranje na sve zahtjevnijem turističkom tržištu. Permanenta edukacija potrebna je i svim zaposlenicima koji moraju biti uključeni u procese podizanja usluga i visoko motivirani da njihove tekuće aktivnosti budu u funkciji ukupnog uspjeha vlastita poslovnog sustava, svoje uže i šire sredine.

Organizacija specijalističkih tečajeva i radionica uvijek je usmjerena užem krugu korisnika, a cilj im je osigurati znanja za profesionalnost izvođenja u svim segmentima turističke ponude i prepoznavanja turističke potražnje.

To su npr. sljedeći specijalistički programi:

- usluge smještaja (hoteli, seoska domaćinstva, apartmani, sobe...)
- usluga prehrane i pića (restorani, barovi i *catering*...)
- usluge informiranja (turističke zajednice, turistički uredi, info-punktovi, turistički vodiči, turistički pratitelji...)
- usluge posredovanja (putničke agencije, turoperator, drugi posrednici...)
- prateće usluge (trgovina, banka, pošta, benzinske crpke, policija,...)
- usluge javne uprave u turističkom sektoru i drugo.

Edukacija je vrlo važan činitelj ostvarivanja ciljeva ovog plana. Pravilno proveden sustav edukacije osigurava specijalizaciju i visok stupanj profesionalnosti u izvršavanju svih, a posebno specijalnih zadataka svih sudionika u turističkoj ponudi. Time se jamči visoka kvaliteta usluga, mjerena potrebama i željama kupaca onih ciljnih tržišta na koja je turistička destinacija pretežito usmjerena.

7.3. Mjere oblici i rezultati

Upravljanje destinacijom znači osigurati uvjete da se sve prethodno prepoznate potrebe za edukacijskim programima provedu u djelo, i to ovisno o tipu korisnika koji predstavljaju ciljne skupine. Stoga je u okviru prihvaćenog ustroja upravljanja destinacijom potrebno izabrati formu ili aktivnost čiji će temeljni zadatak biti da se na spoznajama utemeljenim na rezultatima istraživanja sustavno provode procesi i aktivnosti važni za rad i razvoj turističke

destinacije. To konkretno znači da navedena polazišta treba konkretizirati tj. procijeniti potrebe za obrazovanjem i odrediti prioritete:

- definirati sadržaje temeljnih obrazovnih programa,
- definirati sadržaje permanentne naobrazbe i treninga,
- sustavno istraživati potrebe za novim znanjima,
- jasno definirati područja i potrebe za specijalizacijama,
- normativno regulirati uvjete dodjele certifikata i licenciranja znanja,
- postaviti standarde mjesta i metoda obrazovanja,
- sustavno bilancirati potrebe turističkih poslovnih sustava za visoko profesionalnim kadrovima,
- promovirati ostale oblike stjecanja znanja (poslovni skupovi, simpoziji, savjetovanja, trening...),
- definirati način informiranja o edukativnom procesu (internet, bilten..).

8. MJERE I PROGRAMI PODRŠKE

Provedba plana razvoja turizma vrši se neposredno, temeljem Odredbi za provođenje uz obvezno korištenje cjelokupnog elaborata (tekstualnog, elektronskog i informatičkog dijela), i posredno, putem planova pojedinih turističkih destinacija koji su na snazi ili čija izrada i donošenje proizlazi iz ovog Plana.

8.1. POTICAJI

Za uspješno provođenje Plana nužno je primjenjivati posebne razvojne i druge mjere i programe podrške. Analiza svih vrsta mjera, poticaja, poreza i njima sličnih davanja zahtijeva puno više prostora, stoga se u nastavku izlažu osnove poticaja mjera i programa državne i lokalne vlade, odnosno drugih relevantnih činitelja.

8.1.1. Mjere i programi državne i lokalne vlade

Još uvijek postoji potreba za stvaranjem opće svijesti za razvoj turizma. To će pridonijeti očuvanju kulturnog i prirodnog nasljeđa, kao i poboljšanju životnog standarda.

Trenutno u Hrvatskoj postoji više raznih programa koje sufinanciraju pojedina ministarstva, županije. Neki programi koji se nude na državnoj razini mogu biti od interesa za gospodarski razvoj Skrada kao turističke destinacije. Pregled svih dostupnih programa može se dobiti u Poduzetničkom inkubatoru PINS, a ovdje iznosimo samo najvažnije:

- Program kreditiranja malog obiteljskog poduzetništva u turizmu - Poticaj za uspjeh

Namjena kreditiranja je ulaganje u manje objekte za smještaj vrste: hotel, pansion i kamp. Najmanji kapacitet objekta: 10 soba ili 20 kamp jedinica.

Tablica 32. PREGLED KREDITNIH LINIJA ZA FINANCIRANJE
RAZVOJA TURISTIČKIH KAPACITETA

Vrsta objekta	Poček (uključen u rok otplate)	Rok otplate	U prvoj polovini roka otplate kamatna stopa je subvencionirana s fiksni	U drugoj polovini roka otplate kamatna stopa je subvencionirana s fiksni
hotel, pansion i aparthotel s restoranom	do 2 godine	5-20 godina	4 %	2 %
Kamp	do 2 godine	5-12 godina	3 %	1,5 %
Rok iskorištenja kredita je do 12 mjeseci.				

Izvor: Ministarstvo mora, turizma prometa i razvitka, kreditne linije „Poticaj za uspjeh“

➤ Poduzetništvo ciljnih skupina - mladi, žene, poduzetnici početnici

Cilj ovog programa je subvencioniranje dijela troškova pri otvaranju poduzeća za mlade poduzetnike do 30 godina starosti, žene bespovratnim sredstvima. Sredstva se mogu kandidirati za izradu poslovnih planova (obavezno se traži pri ishodovanju kredita), za nabavku informatičke opreme i poslovnog softwera, bankarske usluge za obradu kredita po projektu «Lokalni projekti razvoja – poduzetnik» u 100% iznosu, kao i za ishođenje dokumentacije potrebne za podnošenje zahtjeva za kredit po projektu «Lokalni projekti razvoja – poduzetnik» u 100% iznosu.

➤ Lokalni projekt razvoja Poduzetnik - Izgradnja tipične goranske kuće

Poduzetnici dobivene kredite mogu koristiti za:

kupnju, izgradnju, uređenje ili proširenje objekata, nabavu opreme ili pojedinih dijelova opreme, kupovinu građevinskog zemljišta koje se nalazi u poduzetničkoj zoni koju je formirala lokalna samouprava, obrtna sredstva u funkciji investicije ili za unapređenje poslovanja (do 50%) o čemu odluku donosi banka.

Kamatna stopa na kreditna sredstva iznosi od 2-4 %, a rok otplate do deset godina.

Za projekt izgradnje tipične goranske kuće potrebno je prije ishodovanja kredita raspolagati s kompletnom tehničkom dokumentacijom potrebnom pri izgradnji.

➤ Očuvanje obrtničke tradicije

Sufinanciranje troškova korisnicima odnosi se na provedbu programa predstavljanja i educiranja tradicionalnih obrtničkih djelatnosti putem radionica, tečajeva i seminara što uključuje: zakup, uređenje i opremanje prostora.

Bespovratne potpore po ovom projektu odobravaju se do iznosa od 30.000,00 kn.

➤ Kreditiranje podizanja trajnih nasada

Tijekom svake godine raspisuje se javni poziv svim poljoprivrednim proizvođačima za nabavku voćnih sadnica. Svi zainteresirani mogu naručiti minimalno 50 komada jedne vrste sadnica, uz uvjet da imaju rezervirano zemljište gdje će ih posaditi. Krajnji korisnik plaća do 30% cijene voćke, ostatak se sufinancira iz proračuna županije i jedinice lokalne samouprave.

- Marketinške aktivnosti gospodarskih subjekata.

Ova poticajna mjera omogućava sufinanciranje troškova marketinga za male poduzetnike. Nakon promocije na nekom sajmu ili putem medija moguće je ostvariti povrat dijela troškova koji nastanu prilikom marketinga.

Namjera nam je potaknuti sve zainteresirane osobe i institucije ne samo na raspravu već i na veće angažiranje u procesu izgradnje konkurentskoga i prepoznatljivoga turističkoga gospodarstva. Da bi se to ostvarilo, potrebno je provesti sljedeće mjere:

a) na lokalnoj razini

Lokalna samouprava u suradnji sa lokalnim turističkim uredom:

- Poduzetničkom inkubatoru PINS d.o.o. upućuje poslove vezane uz procjenu o opravdanosti planiranih investicijskih projekata,
- organizira odbore, odjele ili postavlja odgovorne osobe za osmišljavanje projekata koji će biti prihvatljivi,
- osigurava potporu u provedbi razvojnog programa turizma osiguranjem raznih komunalnih, poreznih, prostorno-lokacijskih i sličnih olakšica turističkim subjektima,
- omogućava stručnu i tehničku pomoć privatnim poduzetnicima i domaćinstvima,
- održava komunalni sustav, brine se o uređenju parkova, pročelja zgrada, spomeničke baštine, zemljišta, raznih manifestacija i turističkih atrakcija.

b) na razini Turističke zajednice

- treba izoštriti kreativnost, osposobiti se za nove izazove i kooperativnost u stvaranju integralnog upravljanja turističkom ponudom,
- stvoriti strateške saveze za zajedničku promociju, kvalitetu i širenje ponude raznovrsnih proizvoda i usluga,
- integralnim upravljanjem unaprijediti kvalitetu i sniziti troškove,
- poticati razvojne, promotivne, koordinacijske i edukativne aktivnosti.

8.1.2. Primjena posebnih razvojnih i drugih mjera

Program mjera, uz zakonom određen sadržaj, mora:

- utvrditi obvezu izrade nove prostorno-planske dokumentacije,
- imenovati nositelje pojedinih obveza, rokove i troškove planiranih mjera,
- odrediti mjere za provedbu politike prostornog uređenja (komunalni doprinos, razina uređenosti građevinskog zemljišta i dr.),
- prioritetno planirati gradnju građevina važnih za turizam,
- komunalne naknade namijeniti uređenju zemljišta prema planiranoj turističkoj namjeni, te uređenju komunalne infrastrukture,
- osigurati za financiranje investicijskih turističkih projekata, zaštićenih prirodnih područja i sl.,
- provoditi sustavna istraživanja i praćenja pojava i procesa u prostoru,

- predvidjeti mjere za poticanje razvoja određenih gospodarskih djelatnosti (osobito za oživljavanje poljoprivrede, proizvodnje ekološke hrane i ljekovitog bilja, te razvoja seoskog turizma).

Općinsko vijeće, u skladu s Programom mjera za razvoj turizma, utvrđuje:

- visinu komunalnog doprinosa i područja na koja se odnosi,
- program financiranja gradnje građevina i komunalne infrastrukture iz sredstava komunalnog doprinosa,
- visinu komunalne naknade i područja za koja se ona primjenjuje,
- poticajne mjere i područja njihove primjene iz nadležnosti lokalne samouprave.

8.1.3. Posebni poticaji

Poticaje treba sagledati kao smjernice i političke mjere razvitka turizma. Turizam je posebno osjetljiv na visoko oporezivanje. Najnovijim promjenama u poreznom su sustavu uvedene mnoge pogodnosti odnosno poticaji, međutim nisu doneseni posebni poticaji koji bi pomogli razvoju turizma.

Plan razvoja turizma iznimno je važan, njegovu primjenu nesumnjivo moraju podržati i određene financijske mjere:

- financijska pomoć za jačanje subjekata bitnih za turizam,
- financijska pomoć u obrazovanju,
- doprinosi promidžbi turističkih proizvoda,
- financijska potpora turističkim razvojnim projektima,
- omogućiti stimulativnu poreznu politiku za razvoj seoskog turizma,
- poticati sve akcije koje doprinose većoj atraktivnosti turističke destinacije.

U svrhu provedbe i razrade planskih postavki i odrednica, Općinsko vijeće prihvaća ovaj Plan i donose četverogodišnji Program mjera i poticaja za unapređenje razvoja turizma, koji se može sažeti na bipolarnoj i komplementarnoj ponudi:

- **s jedne strane, prema orijentaciji na razvoj brojnih manjih objekata čiji će gosti koristiti raznorodne manje atrakcije u okviru različitih vrsta turizma, primjerice, odmorišnog, ruralnog, sportsko-rekreacijskog, lovnog, hodočasničkog planinarskog pa i eko-turizma,**
- **druge strane, na razvoj značajnih ponuda organiziranog zdravstvenog turizma, s kritičnom masom posjetitelja, koji će nositi imidž Skrada, ali biti i zanimljivi za značajnije ulagače.**

Da bi se ovi ciljevi mogli ostvariti potrebno je osigurati niz pretpostavki i odluka na razini lokalne zajednice koji se sumarno iznose u sljedećoj tablici:

Poticaji koje treba poduzimati u cilju bržeg razvitka turizma u Skradu su:

- ulaganja u razvoj sustava vodoopskrbe i kanalizacije,
- sanirati postojeće divlje deponije otpada,
- poticati poljoprivredne djelatnosti koje se mogu razviti na cjelokupnom prostoru Općine,
- povoljno prodavati ili davati uređeno građevinsko zemljište u cilju razvoja turizma, ne za vikend naselja,
- komunalnom naknadom poticati privođenje zemljišta i objekata planiranoj namjeni,
- uvesti poreze za neuređenu i nekorištenu imovinu,
- uvesti stipendije za školovanje turističkih kadrova od SSS do VSS,
- utvrditi posebne naknade ili novi porez na objekte koji su bili korišteni u turističke svrhe, a sada su prenamijenjeni ili zatvoreni,
- uvesti porez na izgradnju koja nije započela u roku od tri mjeseca po izdavanju dozvole,
- programom mjera za unapređenje stanja u prostoru predvidjeti uvođenje komunalnog doprinosa za financiranje građenja građevina i uređaja komunalne infrastrukture,
- subvencioniranje kamata, dodjela kredita s povoljnijim uvjetima poduzetnicima u turističkom sektoru,
- subvencije i financijska pomoć smještajnim kapacitetima za racionalniju upotrebu vode, energije,
- tvrtkama koje posluju u skladu sa zaštitom okoliša davati razne potpore.

PREGLED MOGUĆIH IZVORA FINANCIRANJA PROGRAMA I PROJEKATA ZA RAZVOJ TURIZMA U SKRADU, U SKLADU SA CILJEVIMA RAZVOJA TURIZMA

1. Općina Skrad
 - općinski proračun
2. Ministarstvo mora, turizma prometa i razvitka, Zagreb
 - programi razvoja turizma u ruralnim prostorima
3. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Zagreb
 - poticajne mjere za obrte, trgovačka društva, zadruge
 - poticajne mjere za poduzetnike početnike
4. Hrvatska banka za obnovu i razvoj
 - program kreditiranja i poticanja razvoja malog i srednjeg poduzetništva
 - program kreditiranja podizanja dugogodišnjih nasada
 - program kreditiranja obnove i razvitka komunalne infrastrukture
5. Primorsko-goranska županija
 - Upravni odjel za turizam poduzetništvo i poljoprivredu
6. Turistička zajednica Primorsko-goranske županije
7. Hrvatska turistička zajednica
8. Predpristupni fondovi Europske unije
 - Phare program - obnova turističke i komunalne infrastrukture
 - Interreg Cards programi - razvoj ljudskih resursa
 - SAPARD program - razvoj poljoprivrede i ruralnih prostora
 - IPA program od 2007. godine.
9. Hrvatski olimpijski odbor
 - uređenje sportskih objekata.

9. USVAJANJE, PROVEDBA, KONTROLA I PRILAGOĐAVANJE PLANA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE SKRAD

9.1. USVAJANJE PLANA NA RAZINI OPĆINE SKRAD

Prihvatanje Plana na razini Općine Skrad uvjetuje određene predradnje koje su zadane Ugovorom i to:

- Plan se predaje u dva pisana primjerka i u digitalnom zapisu na CD-u, te jedan primjerak sažetka (pisani i elektronski) za potrebe prezentacije pred nadležnim tijelima naručitelja.
- Nacrt prijedloga Plana razvoja turizma nakon što ga je usvojio Odbor za izradu plana razvoja turizma u Skradu predaje Općinskom vijeću.
- Organizira se zajednička sjednica Općinskog i Turističkog vijeća, gdje predstavnici Odbora i predstavnici Poduzetničkog inkubatora PINS prezentiraju osnovni koncept Plana.
- Nakon primjedbi navedenog skupa vrši se korekcija nacrt turističkog Plana.
- Nacrt Plana predaje se stručnim recenzentima na recenziju.
- Takav prijedlog Plana nakon mišljenja recenzenata daje se na javnu raspravu.
- Nakon javne rasprave Odbor za izradu plana definira konačni prijedlog i daje na usvajanje Turističkom i Općinskom vijeću.

9.2. KOORDINACIJA I KONTROLA PROVEDBE PLANA RAZVOJA TURIZMA

Nakon što Općinsko vijeće usvoji Plan razvoja turizma formira Odbor za koordinaciju provedbe Plana razvoja turizma.

- U cilju učinkovitosti provedbe uz program svake zone Odbor formira radno tijelo, određuje koordinatora za realizaciju programa zone te pojedine institucije i udruge kao nositelja aktivnosti. Koordinator pojedinih zona po dužnosti su i članovi Odbora za koordinaciju provedbe Plana razvoja turizma.

LITERATURA

1. Sveučilište u Rijeci: GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE, Rijeka 2005.
2. Projekt bilateralne suradnje RH i RI: Plan lokalnog razvoja Mikroregije Gorski kotar, rujan 2005.
3. ADF: Prostorni plan uređenja Općine Skrad, kolovoz 2006.
4. Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija: Razvoj i kvaliteta turističke ponude Gorskog kotara, lipanj 2001.
5. prof.dr.sc. Josip Grgurić: Klimatoterapija u pedijatriji, *Pediatrica Croatica*, Zagreb 2002
6. Poduzetnički inkubator PINS: Adresar skradskih poduzetnika, Skrad 2005.
7. Turistički glasnik Skrada, broj 1, 2, i 3, Skrad 2001., 2002., 2004.
8. Poduzetnički inkubator PINS: Vizija razvoja turizma u Skradu, Skrad, 2002.
9. prof.dr.sc. Josip Grgurić, dr.sc. Zora Zakanj: Zbornik radova Lošinjske škole zdravstvenog turizma, Knjiga izlaganja na zdravstvenom skupu Veli Lošinj, 2000.
10. prim. mr. sc. Goran Ivanišević: Programi zdravstvenog i lječilišnog turizma, Akademija medicinskih znanosti Hrvatske, Knjiga izlaganja na zdravstvenom skupu Veli Lošinj, Zagreb 2005.
11. dr.sc. Eduard Kušen: Wellness i zdravstveni turizam na primjeru Varaždinskih toplica, Akademija medicinskih znanosti Hrvatske, Knjiga izlaganja na zdravstvenom skupu Veli Lošinj, Zagreb 2005.