

# **Zajednička tematska sjednica**

**Odbora za turizam**

**i**

**Odbora za gospodarstvo, obrtništvo i poduzetništvo**

**Gradskog vijeća Grada Delnica**

***O stanju i perspektivama razvoja turizma  
na području Grada Delnica***

**- materijali za raspravu -**

Delnice, svibanj 2010.

**Uvodne napomene o razlozima održavanja zajedničke tematske sjednice**  
***O stanju i perspektivama razvoja turizma na području Grada Delnica***  
**Odbora za turizam i Odbora za gospodarstvo, obrtništvo i poduzetništvo**  
**Gradskog vijeća Grada Delnica**

Odbor za gospodarstvo, obrtništvo i poduzetništvo u svom Planu rada za 2010. godinu između ostalih tema zacrtao je i **razmatranje problematike stanja i razvoja turizma i poljoprivrede na području Grada Delnica**. Planirali smo zajedno s Odborom za turizam održati jednu zajedničku tematsku sjednicu na tu temu. Odbor za turizam je prihvatio taj prijedlog, te se krajem ožujka započelo s pripremama za održavanje tematske sjednice o turizmu, svojevrsnog okruglog stola o problematici planiranja i razvoja turizma u Gradu Delnicama, dakako u kontekstu turizma Gorskoga kotara.

Naime, i u Delnicama i čitavom Gorskom kotaru prepoznata je važna uloga turizma u gospodarskom oporavku i razvoju našega kraja. U brojnim se prilikama i kroz razne medije naglašava potreba poticanja razvoja turizma, no, prečesto su te ideje, izjave i programi nedorečeni, te se ne zna točno kako, na koji način turizam može pridonijeti napretku našega kraja, boljem životu svih nas.

Nadalje, pristup razvoju turizma u nas karakterizira neusklađenost aktivnosti raznih činitelja i promotora njegova razvoja, nedovoljna utemeljenost na stručnim i znanstvenim podlogama, te općenita nepoznanica o ulozi i mjestu turizma u kontekstu ostalih gospodarskih djelatnosti i sveukupnoga društvenog razvoja.

- Temeljno polazište koje je motiviralo Odbor za GOP da Odboru za turizam predloži održavanje zajedničke sjednice o problematici razvoja turizma u Delnicama je činjenica da se **zadnjih godina o razvoju turizma u Delnicama nedovoljno raspravljalo sa stručnog, znanstvenog i općenito šireg društvenog aspekta**. Problematici razvoja turizma se često pristupalo parcijalno, neplanski i površno. Također je premalo dionika bilo uključeno u proces osmišljavanja i ostvarivanja turističkih razvojnih potencijala.

Na zajedničkoj sjednici dvaju odbora trebalo bi stoga cjelovito i analitički raspraviti i ocijeniti ovu tezu, odnosno takav odnos spram turizma u Delnicama, te potaknuti i zahtjevati angažiraniji pristup svih bitnih sudionika u proces razvoja turizma u Gradu.

- Druga značajka odnosa spram turizma, koja se primjećuje kod gotovo svih relevantnih čimbenika je nedovoljno izraženo shvaćanje i praktično opredjeljenje da se **jedino partnerskim pristupom, participativno i integrativno, mora planirati razvoj turizma** u Gradu i Gorskom kotaru. Odbori moraju **upozoriti na potrebu donošenja strategijskog ili akcijskog plana razvoja turizma** u Gradu Delnicama s osloncem i u vezi s razvojem turizma u Gorskom kotaru i Primorsko-goranskoj županiji.

Unatoč niza planskih dokumenata "višeg reda" na županijskoj razini i na razini Gorskoga kotara, u Delnicama nažalost nemamo jedan ili više cjelovitih planskih dokumenata o razvoju turizma. Tu prije svega mislimo na temeljni strategijski planski dokument, ali također i na operativne turističke planove. Naime, na razini Županije doneseni su **Glavni plan razvoja turizma** te **Strateški marketinški plan turizma**, a također su za područje Gorskoga kotara izrađeni strategijski razvojni dokumenti koji djelomice obrađuju i pitanje razvoja turizma (**Plan lokalnog razvoja mikroregije Gorski kotar, Strateški plan održivog razvoja Gorskoga kotara 2010. - 2013.**). Na njihovim temeljima se nažalost nije prišlo planskom osmišljavanju i planiranju daljnjeg razvoja turizma u Gradu Delnicama.

- Treći moment kojeg treba istaknuti je činjenica da se **problematici razvoja turizma pristupa nedovoljno analitički**, da se uglavnom ne provode i ne koriste istraživanja i stručne analize, te razni metodološki instrumenti istraživanja potreba, ponude i potražnje za turističkim proizvodima i uslugama koje nudi područje Delnica i Gorskoga kotara, pa dakako da onda izostaje i sintetički pristup, tj. definiranje strategije i **određivanje prioriteta u razvoju turističkih potencijala**.

Zajednički se mora poraditi na uključivanju što većeg broja sudionika ne samo u osmišljavanje, već i u djelatno realiziranje turističkih zamisli i projekata. Pri tome moramo podjednaku pažnju posvetiti kako poboljšanju ponude i prodaje našeg turističkog kolača, tako i ispitivanju i stimuliranju potražnje za našim turističkim proizvodima i uslugama.

- Iako bi se mogli navesti brojni drugi motivi i razlozi da zajednički pokušamo što kvalitetnije pristupiti ovoj problematici, istaknut ću samo još jedan važan moment, a to je **potreba da u Gorskom kotaru bude što više suradnje i usklađivanja pojedinačnih interesa i napora raznih subjekata uključenih u razvoj turizma**. Motivira nas težnja i potreba da se Gorski kotar osmisli, organizira, prezentira i utrži kao **jedinstvena turistička destinacija**, da se u razvoju goranskoga turizma što više naglasi potreba zajedničkog, organiziranog, partnerskog pristupa.

Osim sudjelovanja članova dvaju Odbora, također smo zatražili da u radu zajedničke tematske sjednice o turizmu sudjeluju predstavnici lokalne vlasti, tj. Grada Delnica, zatim Turističke zajednice Grada Delnica, javnih poduzeća i ustanova s našeg područja, predstavnici turističke privrede, stručnih udruženja i civilnih udruga koje se u svom djelovanju dotiču i potiču razvoj turizma. Zatražili smo da nam pripreme pisani osvrt na teme iz djelokruga njihovih aktivnosti na razvoju turizma, odnosno svoje viđenje i planove daljnjeg razvoja turizma na našem području.<sup>1</sup>

Da zaključim: vjerujem da je svima zajednička želja da što kvalitetnije razmotrimo i ocijenimo sadašnju situaciju i stanje razvoja turizma u Gradu Delnicama, te mogućnosti, uvjete i potrebe daljnjeg turističkog razvitka u kontekstu sveukupnog gospodarskog i društvenog razvoja. Razvoj turizma moramo poticati u cilju povećanja zaposlenosti i poboljšanja kvalitete života naših stanovnika, te unapređivanja uvjeta za prihvata i boravak turista na našem području, a time i povećanja njihova i našega zadovoljstva.

Svima najsrdačnije zahvaljujem na odazivu i uloženom trudu u pripremanju priloga za tematsku sjednicu, kao i za sudjelovanje u raspravi o stanju i perspektivama razvoja delničkoga turizma.

Predsjednik Odbora  
za gospodarstvo, obrtništvo i poduzetništvo  
Branko Pleše

---

<sup>1</sup> Pisana izvješća smo zatražili od sljedećih organizacija i pojedinaca: Marijan Pleše, gradonačelnik Delnica i predsjednik Turističke zajednice Grada Delnica; Mladen Mauhar, predsjednik Gradskog vijeća; Gordana Piskač, pročelnica Jedinstvenog upravnog odjela Grada; Irena Vučenik Šostik, direktorica Turističke zajednice Grada Delnica; Robert Abramović, voditelj Uprave šuma Delnice i član Kabineta Gradonačelnika; Davorin Klobučar, predsjednik Odbora za kulturu, tehničku kulturu i sport i predsjednik Udruge za sport, rekreaciju i turizam *Kupa*; Marinko Jakovljević, koordinator Turističkih zajednica Gorskoga kotara; zatim od predstavnika Nacionalnog parka Risnjak, Goranskog sportskog centra Delnice, PINS-a Skrad, Područnog odjela Hrvatskog zavoda za poljoprivredno-savjetodavnu službu u Delnicama, Udruženja obrtnika Delnice, Društva Goranin iz Zagreba, te od predstavnika turističkih, odnosno ugostiteljskih tvrtki s područja Grada Delnica: Hotela Risnjak Delnice, Hotela Mance Brod na Kupi, Ugostiteljskog obrta Predah, Planinskog centra Petehovac.

**BRANKO PLEŠE**

**Odbor za gospodarstvo, obrtništvo i poduzetništvo**

**NEKE NAPOMENE O VAŽNOSTI STRATEGIJSKOG PLANIRANJA  
RAZVOJA TURIZMA U GRADU DELNICAMA**

Prije ozbiljne rasprave o problematici i pravcima razvoja turizma u Gradu Delnicama, kao što će biti vjerujem i rasprava na tematskoj sjednici Odbora za turizam i Odbora za gospodarstvo Gradskog vijeća Grada Delnica, moramo postaviti, te dakako pokušati i odgovoriti na neka bitna pitanja o turizmu, kako bi nam bila jasnija temeljna polazišta za ocjenjivanje sadašnjeg stanja, te za usmjeravanje budućeg razvoja turizma u našoj lokalnoj zajednici.

Netko može tvrditi da su ta pitanja nepotrebna, da su odgovori na njih već poznati, jednoznačni i samorazumljivi, no po mome mišljenju - ako zaista želimo ozbiljno raspravljati o sadašnjem stanju turizma u našem Gradu, a zatim i kvalitetno planirati i ostvarivati zacrtane programe i planove turističkog razvoja - tada prethodno moramo razriješiti dileme i jasno odgovoriti na **bitna strategijska pitanja o ulozi i značenju budućeg razvoja turizma u Gradu Delnicama.**

Prvo pitanje će mnogima izgledati bogohulno, neki će se začuditi kako se ono uopće može i postaviti: **Zašto razvijati turizam u Gradu Delnicama? Koji su razlozi da danas brinemo o razvoju turizma i kakva bi njegova uloga trebala biti u okviru sveukupnog društvenog i gospodarskog razvoja našega kraja?**

Odgovor na ta pitanja nije i ne mora biti jednoznačan i jedinstven. Različite interesne skupine će možda dati različite odgovore na njih. No, ako usuglasimo odgovore na ta pitanja, ako javno i jasno odgovorimo na njih, tada će nam biti lakše da složno prionemo stvaranju uvjeta za turistički razvoj naše lokalne zajednice.

Nadalje mi se nameću pitanja: Razvijamo li mi turizam poradi tradicije ili zato što su druge gospodarske grane u našoj sredini u ozbiljnim razvojnim teškoćama? Može li turistička privreda nadomjestiti posustalu industriju, stagnirajuće šumarstvo, propalu poljoprivredu, građevinarstvo, prometne i druge djelatnosti u zapošljavanju kadrova, u stvaranju dohotka i punjenju lokalnog proračuna? Razvijamo li mi turizam samo zbog toga što nema uvjeta, znanja, volje ili resursa za obnovu industrijske proizvodnje, poljoprivrednih grana i nekih drugih gospodarskih djelatnosti koje su u Delnicama i našem okruženju u proteklo doba bile puno razvijenije, odnosno zapošljavale više ljudi?

Možda je pak politika razvoja turizma u nas samo posljedica svjetskih trendova u turizmu i kopija turističkog modela razvoja sličnih ruralnih sredina u Europi i Americi, koje su također u dilemi kako preživjeti i razvijati se nakon stagnacije ili čak propasti primarnog i sekundarnog sektora, pa razvoj turizma doživljavaju kao jedan od mogućih scenarija za spas lokalne, prvenstveno ruralne zajednice?

Bilo kako bilo - turizam je ovdje, o njemu već dugo govorimo, a ima i određenu tradiciju, prošaranu i silaznim i uzlaznim trendovima u svome razvoju i značenju za taj naš goranski kraj. Stoga ne smijemo puno mudrovati, već moramo pronaći optimalne modele njegova razvoja, takve koji će odgovarati našim prirodnim uvjetima, geoekonomskom položaju, te socijalnoj strukturi i aspiracijama lokalnog stanovništva.

Kad sam se već dotakao socijalnog i demografskog aspekta, kad govorimo o ljudskom kapitalu, opet mi se nameće jedno pitanje: odgovara li mentalitetu našeg Goranina rad u turizmu, imamo li mi poduzetničkog duha, te kvalificiranih, stručnih i osposobljenih ljudi za turistička zanimanja, imamo li motivacije da se školujemo i dodatno usavršavamo za rad u turističkoj industriji? Žele li "domaći" ljudi uopće raditi u turizmu?

Nisu to bezazlena pitanja, jer ako svega nabrojenoga nema dovoljno, upitno je možemo li stanje popraviti samo s lokalnim resursima ili ćemo morati "uvoziti" kadrove iz drugih hrvatskih regija, pa i iz inozemstva, koji će se zaposliti u turističkoj industriji?

Da bismo na sve to odgovorili, potrebna su nam dodatna socijalna i ekonomska istraživanja naznačenih problema kako bismo mogli sustavno i kvalitetno planirati naš budući razvoj. No jedno je jasno: **posebnu pozornost moramo posvetiti ljudskim potencijalima**, tj. ljudima, koji su jedan od najbitnijih elemenata ili resursa potrebnih za kvalitetan razvoj turizma. Zbog toga moramo dobro poznavati i imati na raspolaganju sve recentne podatke o demografskoj i socijalnoj strukturi lokalnih stanovnika, posebno o sposobnostima, obrazovanosti i drugim osobnim značajkama i kvalifikacijama aktualnih i potencijalnih zaposlenika u turističkoj branši. Ti su podaci nužni za donošenje planova turističkog razvoja, potrebni su turističkim poduzetnicima i budućim investitorima u turistički razvoj Grada Delnica.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Žao mi je što ovdje nemamo cjelovite analize nezaposlenosti na području Delnica, osobito podataka o nezaposlenima koji bi po svojim kvalifikacijama mogli raditi u turizmu. Ima li uopće takvih kadrova na našem Zavodu za zapošljavanje, jesu li nezaposleni uopće motivirani za prekvalifikaciju i dodatno osposobljavanje i usavršavanje za turistička, odnosno ugostiteljska zanimanja? Planerima, poduzetnicima i investitorima u turizam ti podaci bi trebali biti kvalitetno obrađeni i dostupni.

U kontekstu rasprave o **ljudskim potencijalima u delničkom turizmu** nameće mi se i pitanje o tome zašto u Delnicama ne vlada poticajna društvene klima i raspoloženje, te volja i opredjeljenje lokalnih ljudi da u većoj mjeri prigrle turizam?

K tome, čini mi se, u Delnicama se nedovoljno sustavno radi na promociji turizma među lokalnim stanovništvom. Turizam nije samo iznajmljivanje soba ili pak brojni delnički kafići. To nije dovoljno. Trebalo bi donijeti i provesti **akcijski plan animiranja raznih kategorija stanovništva s ciljem da se uključe u pojedine turističke aktivnosti** koje im najviše odgovaraju i od kojih će imati određenu materijalnu ili neku drugu korist. Taj akcijski plan mora donijeti gradska vlast zajedno s turističkom zajednicom i najuglednijim privatnim turističkim poduzetnicima. Za početak bi trebalo organizirati niz tribina, radionica i stručnih predavanja koja bi bila zapravo uvod u stvaranje jednog širokog partnerstva i suradnje u razvoju turizma u Delnicama.<sup>3</sup>

U tome bi smislu trebalo posebno animirati i **razne nevladine organizacije, građanske i druge udruge** koje bi mogle pomoći u razvoju turizma, ali koje bi pronašle i svoj vlastiti interes u svemu tome, pa i radi jačanja svoje osnovne djelatnosti ili svrhe postojanja. Tu prvenstveno mislim na sportska udruženja, planinarsko društvo, kulturno-umjetnička društva, škole itd.

Na kraju ovih razmišljanja, opet jedno pitanje: Ako zbilja naši ljudi nisu motivirani, ne žele i nemaju potrebe ili interesa raditi u turizmu, zašto onda uopće razvijati turizam kad su i tako njegovi multiplikativni učinci na zaposlenost i dohodak, zbog naše gospodarske strukture, relativno maleni?

Ja nemam pravi odgovor, no svima nam očito nedostaje jedna kvalitetna analiza naših potreba i htijenja, aspiracija lokalnog stanovništva, jedan *needs assessment*, čiji rezultati bi trebali usmjeravati javna ulaganja u turističku i drugu infrastrukturu potrebnu za razvoj turizma.

Sljedeće važno pitanje koje mi se u sljedu daljnjih razmišljanja postavlja, je pitanje planiranja turističkog razvoja u Gradu Delnicama. Na brojna potpitanja vezana uz temu planiranja turizma nije moguće odgovoriti u ovom kratkom izlaganju, no ipak ću ih postaviti s nadom da će lokalna vlast i svi važni subjekti za razvoj turizma u Delnicama zajedno sjesti i odgovoriti na njih.

Zbog čega se u Delnicama tako **malo pozornosti, truda i napora posvećuje planiranju, ne samo turističkog razvoja, već i ukupnog lokalnog ekonomskog razvoja?**

---

<sup>3</sup> Ne može se reći da nema niz hvalevrijednih inicijativa i promocija određenih potencijalnih turističkih proizvoda, no nedovoljno se tome prilazi s komercijalnog i tržišnog aspekta.

Zašto ne slijedimo obrasce ponašanja i ne koristimo modele planiranja društvenog razvoja, ako ne iz svjetskih i europskih iskustava, a onda bar primjere naših susjednih lokalnih samouprava? Ako namamo strateški dokument o lokalnom turističkom razvoju, zašto bar nismo donijeli akcijski plan razvoja turizma ili nekakvu mapu turističkih razvojnih projekata? Odgovara li određenim strukturama takvo stanje koje ima za posljedicu donošenje ponekad dvojbenih, upitnih i voluntarističkih odluka o pojedinačnim infrastrukturnim i turističkim projektima i investicijskim ulaganjima? Odgovor na ta pitanja zadire u politiku, no nije moje, a vjerujem niti zadatak ovoga skupa da odgovara na pitanja iz političke sfere odgovornosti nosilaca razvojnih funkcija u ovome Gradu.

Pa ipak, kad sam se već dotakao politike, onda treba istaći da je tzv. **politički kapital također važan element u lokalnom ekonomskom razvoju**, u ovom slučaju u turističkom razvoju. Bez jakog političkog kapitala, bez uređenog demokratskog političkog sustava na lokalnoj razini, bez konsenzualno vođene razvojne politike, ne može biti niti kvalitetnih rezultata i napretka lokalnog gospodarstva, a time ni turizma. Zbog toga se u Gradu mora težiti jačanju političkog kapitala, i to ne samo njegove lokalne komponente, već i političkog potencijala i utjecaja naših političara i institucija političke vlasti u predstavljanju naše lokalne samouprave u širem okruženju (u Županiji, Državi i EU), te u borbi za sveukupne naše interese u ostvarivanju razvojnih ciljeva. Ovo može izgledati kao politički pamflet, no to je prije svega realna potreba i preduvjet razvoja našega Grada. Zato moramo zahtijevati da svi politički čimbenici u Gradu (stranke, pojedinci, interesna udruženja) sjednu za zajednički okrugli stol, da zanemare sitne političke razlike i pojedinačne interese, da konsenzualno dogovore temeljne postulate i pravce našeg budućeg razvoja.

Pomalo dolazim do sljedećeg važnog pitanja, odnosno elementa koji je bitan kad raspravljamo o razvitku turizma i sveukupnog razvoja lokalne zajednice. **Pitanje je to participacije, širokog sudjelovanja raznih skupina i pojedinaca, odnosno svih zainteresiranih dionika u procesu planiranja turističkog razvoja**, ali i u realizaciji i evaluaciji naših turističkih programa i projekata.

Ovdje dakako neću nabrajati sve subjekte koji bi trebali sudjelovati u planiranju i djelatnom poticanju turističkog razvoja, jer je to jako dobro poznato u teoriji i praksi brojnih metodologija planiranja lokalnog ekonomskog razvoja. Tek da još jednom naglasim da je u gotovo svim "školama" planiranja lokalnog razvoja jako naglašena **participacija svih stakeholdera u procesu planiranja i odlučivanja o lokalnom razvoju**. To je posebno važno i za naknadnu što kvalitetniju provedbu usvojenih planova razvoja.



Prije nego istaknem još jedan važan moment u planiranju našeg turističkog razvoja, a to je potražnja i uloga marketinga u promociji i plasiranju našeg turističkog proizvoda, samo nekoliko napomena.

Naime, kad govorimo o razvoju turizma, onda ne smijemo smetnuti s uma činjenicu da turizam nije posebna gospodarska djelatnost, privredna grana koju možemo pronaći u nomenklaturi ekonomskih aktivnosti kao što su poljoprivreda, industrija, trgovina ili ugostiteljstvo.

Turizam je danas stil života suvremenog čovjeka, način življenja onih ljudi koji svoje slobodno vrijeme, svoje godišnje odmone, ne provode obavljajući egzistencijalno važne aktivnosti u osiguranju nužnih životnih uvjeta, već u ispunjavanju viših potreba – u odmoru od naporna rada, u rekreaciji, zadovoljavanju kulturnih potreba, itd.

Turizam je doživljaj, iskustvo koje posjetitelji krajeva kao što je Gorski kotar plaćaju kako bi zadovoljili svoje potrebe za obnovom duha i tijela, za rekreacijom, za nadahnućem i uživanjem u prirodnoj i kulturnoj baštini... Naglašavam, turizam je plaćanje tih doživljaja. Sve drugo, ako nema komercijalnog efekta i zarade domaćeg stanovništva, zapravo je samo besplatna promocija ili puko raubanje naših prirodnih i drugih materijalnih resursa.

Pa kao je turizam potreba suvremenog čovjeka za ispunjenjem, za punjenjem tjelesnih i duševnih akumulatora, onda se zapitajmo i istražimo **koje su to želje i potrebe putnika koji dolaze u Gorski kotar** ili pak onih posjetitelja koje nastojimo privući da nas prvi puta pohode. Koje su to skupine ljudi, koje su njihove psihodemografske i druge bitne značajke?

Što zapravo želim naglasiti? Jednostavno to da poslenici i zagovaratelji razvoja turizma moraju **puno veću pažnju nego do sada posvetiti analizi potražnje za našim goranskim i delničkim turističkim proizvodima**. Jednostavno se zapitajmo kakva je potražnja za delničkim turizmom, koja su naša emitivna tržišta? Tko će ovo ljeto doći na ljetovanje u Delnice, a tko na zimovanje, na koje skupine domaćeg stanovništva i potencijalne inozemne goste računamo.

Netko može prigovoriti te reći da najprvo moramo razviti i unaprijediti našu ponudu u turizmu, poboljšati turističke usluge (mogućnosti smještaja, broj i kvalitetu turističkih atrakcija, ukupnu turističku infrastrukturu), a tek zatim se okrenuti pronalaženju tržišnih niša.

No, odmah postavljam pitanje – što iznijeti na turistički stol ako ne poznajemo svoje goste, njihove potrebe, želje i navike. Zato držim da se ispravno rješenje može doseći metodom susretnog planiranja, u unapređenju naše turističke ponude za već poznatog aktualnog ili potencijalnog gosta.

No, imamo li mi unutar Grada Delnica volje, znanja i kadrovskih potencijala za kreativan i odgovoran pristup razvoju turizma. Moj odgovor je sljedeći: puno toga možemo učiniti sami ako odgovorno i disciplinarno pristupimo tom zadatku, a za ono što ne možemo učiniti sami, zamolit ćemo prijatelje i susjede da nam pomognu, ili ćemo u krajnoj nuždi platiti usluge stručnjaka i konzultanata, kao što to čine i neke druge lokalne sredine. Tada nećemo kao do sada pričati malo o zimskom turizmu, pa malo o ljetnom, zatim o sportskom, planinskom, lovnom, zdravstvenom i ne znam kojem li još tipu turizma, već ćemo turizam razvijati integralno i integrativno, imat ćemo naš goranski turizam. Gorski kotar kao turistički *brand* (kako se to danas pomodno kaže), a ne turizam neprepoznat ili utopljen u destinaciju Kvarner, što je u biti samo reduciranje naših turističkih potencijala i zadržavanje na onoj razini razvoja ili turističkog prometa koji se broji u jednoznačnim postocima u okviru našeg regionalnog okruženja.

Drugim riječima, mi moramo dobro analizirati naše komparativne prednosti i jačati konkurentne sposobnosti te nuditi tržištu ono u čemu smo najbolji ili najtraženiji. Ne ponavljati mantru kako je najvažniji sportski turizam, zimski, planinski i ne znam koji još tip turizma, već moramo svoju ponudu prilagoditi domaćoj i inozemnoj turističkoj potražnji. No to ne znači da moramo zanemariti bilo koji oblik turizma, već jednostavno to, da **moramo odrediti prioritete turističkog razvoja Grada Delnica** na temelju stvarne potražnje za onim turističkim proizvodima koje realno i konkurentno možemo ponuditi na turističkom tržištu.

Uvodno sam već naglasio da se zalažem za **usklađivanje goranskih razvojnih mogućnosti**, te da se Delnice zajedno s ostalim lokalnim jedinicama trebaju više angažirati na objedinjavanju turizma u Gorskom kotaru. Naime, danas ima premalo partnerskih odnosa u našem širem goranskom okruženju među nosiocima turističke ponude, premalo ima suradnje i zajedničkoga rada na ponudi povezanih turističkih sadržaja ili paketa.

**Turizam u Gorskom kotaru treba razvijati kao jedan cjelovit proizvod.** Potrebno je više suradnje, partnerstva i koordinacije u osmišljavanju, razvijanju i promociji goranskog turizma u čemu će svi akteri imati koristi. Svakako da pojedine općine ili mjesta moraju razvijati svoju specifičnu turističku ponudu, no također treba i povezivati i okrupnjavati pojedine lokalne turističke sadržaje. Treba se opredijeliti za **stvaranje goranskog turističkog clustera** koji bi svim sudionicima u tome lancu donio puno više koristi od samostalnog nastupa u osvajanju turističkog tržišta. Recepti za takvo nešto u svijetu postoje.

Prije strukturnih zahvata na objedinjavanju goranskog turizma važno je učiniti ono što je odmah moguće, a to je koordinacija i dogovor o realizaciji zajedničkih turističkih manifestacija te usklađivanje kalendara održavanja turističkih manifestacija u raznim



**ALBINA MALNAR**

**Odbor za turizam**

## **PRIJEDLOZI ZA RAZVOJ TURISTIČKE PONUDE CRNOG LUGA**

### **Uvod**

Crni Lug je područje relativno dobro očuvane prirode koja se smatra i najvećim resursom za razvoj turizma na tom području. Ipak, treba naglasiti, da kod lokalnog stanovništva ne postoji dovoljna svijest o važnosti, značaju i stvarnoj ekonomskoj vrijednosti očuvane prirode. No s vrijednostima okoliša je potrebno upoznati i turiste koji pokazuju sve više obzira prema okolišu.

Razvoj turizma na području Crnog Luga trebao bi ponajprije utjecati na zadržavanje lokalnog stanovništva, koje se, zbog sve veće depopulacije prijašnjih desetljeća, znatno smanjilo. Time bi razvoj turizma potaknuo još veći broj obiteljskih poslova i razvoj obrtništva, jer bi njihovi proizvodi, odnosno usluge, našli plasman na turističkom tržištu, a time i dodatnu zaradu.

Na crnoluškom području postoje mogućnosti za razvoj više selektivnih oblika turizma, kao na primjer: ruralni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, lovni turizam, zdravstveni turizam, planinski turizam, pa se može reći da turizam u Crnom Lugu ima izglednu perspektivu.

Dakle, na području Crnog Luga možemo razvijati brojne oblike turizma i to na koncepciji održivog razvoja turizma, što znači, ne pristupati razvoju ishitreno i kratkoročno, već s ciljem ostvarenja dugoročnih koristi, ekonomskih i društvenih. To je kraj kojem je priroda jedan od najznačajnijih aduta za borbu na turističkom tržištu.

### **Trenutačno stanje turizma u Crnom Lugu**

Uz postojeće smještajne kapacitete N.P. Risnjak, u Crnom Lugu je trenutno registrirano 15-tak iznajmljivača soba, apartmana ili kuća za odmor, što je u porastu, gledajući unazad 5 godina. Premda je to relativno malen broj, privatni iznajmljivači su ipak važan nosilac razvoja turizma u Crnom Lugu, jer pružaju kvalitetnu uslugu smještaja turistima, od kojih se mnogi ponovo vraćaju u naše okruženje.

Pružanje usluga smještaja u seljačkom domaćinstvu, samo je prvi korak u stvaranju još boljih mogućnosti turističkog razvitka seljačkih gospodarstava. Neke obitelji, osim iznajmljivanja soba i apartmana, bave se i dodatnim djelatnostima kao što su:

- pčelarstvo i proizvodi od meda
- proizvodnja eko-proizvoda od šumskih plodova
- sakupljanje i pravljenje raznih proizvoda od ljekovitog bilja
- domaća proizvodnja sira škripavca i svježeg sira
- uzgoj pastrve u ribogojilištu

Proizvodi koji se nude moraju imati elemente izvornosti, što pruža mogućnosti za poduzetničke aktivnosti lokalnog stanovništva, posebno na selu, koje je često turistički nedovoljno valorizirano. A turistima se pruža prilika da upoznaju autohtone običaje i kulturno nasljeđe i uživaju u prirodnim ljepotama.

U Crnom Lugu djeluju dvije udruge koje se bave promocijom turizma, i to:

- udruga za promicanje turizma „Furman“ i
- kulturološka udruga za očuvanje tradicije „Runolist“

Uloga udruge „Furman“ je da promiče turizam Crnog Luga, te da svojim djelovanjem radi na turističkoj promidžbi i planu aktivnosti koji obuhvaća:

- čišćenje i uređenje mjesta, uređenje staza za pješaćenje, trim i adrenalin staze, predstavljanje autohtone gastro ponude na sajmovima i manifestacijama.

Na temelju inicijative o razvoju turizma na osnovi povijesnih činjenica, počelo se dogovarati o realizaciji uređenja lokacije na potezu od Bijele vodice do Velike vode, cca 2 km, na kojoj je u razdoblju od 1728.-1942. god. bilo 7 pilana, a među kojima i:

- najstarija staklana u kontinentalnom djelu Hrvatske 1728.god.
- najstarija parna pilana u Hrvatskoj 1850.god.
- peć za taljenje željezne rudače 1779.god.
- vodenice, parne turbine, sandučara.

Ako bismo uredili tu lokaciju i priveli je turističkoj svrsi, ona bi mogla postati velika turistička atrakcija, značajna za Crni Lug i Hrvatsku, svojevrsan dokaz da je gospodarstvo Crnog Luga bilo prije 150-200 godina u punom zamahu. To bi svakako trebalo ući u turističku ponudu s time da se interpretacijskim tablama označe sve pilane koje su postojale u to vrijeme /godina nastanka, vrsta rada/. Uz to bi bilo nužno postaviti i klupe za odmor na nekoj lokaciji uz cestu, kao i druge rekreacijske sadržaje. Uz ovakav kulturno-povijesni lokalitet, kroz čitavu godinu organizirano bi vozila furmanska /kirijaška/ kola za veće grupe i ekskurzije, kočija za individualne goste ili velike saonice zimi. Turistima bi se ponudili domaći eko proizvodi /npr.sušeno voće ili svježe šumsko voće, gljive, šumski med, ljekovito bilje, domaći suveniri./ Isticanje takvih povijesnih vrijednosti pomoglo bi valorizaciji

turističkog razvoja ne samo Crnog Luga, nego i Grada Delnica i Primorsko-goranske županije.

Udruga je prošle godine također brzo pristupila rješavanju problema s nestašicom vode u turističkoj sezoni.

Prvi put je bio organiziran i doček Nove godine na otvorenom, gdje su članovi Udruge priredili doček za svoje goste kao i za lokalno stanovništvo. Bilo bi dobro da takav doček postane tradicijski.

Kulturološka udruga za očuvanje tradicija „Runolist“ organizira svake godine tradicijsku manifestaciju, a to su „Pesniki“, koji sve više bude znatiželju okolnih mjesta i turista koji nas posjećuju. To je unikatna turistička atrakcija, koja bi trebala svojom većom promidžbom proširiti svoju konkurentnost na tržištu, jer „Pesniki“ su jedini autohtoni maškarani proizvod u Gorskom kotaru koji postoji preko sto godina.

Također svake godine se tradicionalno obilježava vjersko-kulturna manifestacija povodom dana Župe sv. Petra i Pavla, takozvano „Petrovo“, kada se organiziraju razne sportske aktivnosti i kulturno-glazbeni događaji.

Svakako treba spomenuti i aktivnost Mjesnog odbora, koji brine o infrastrukturi mjesta. Npr., vodi brigu o elektrifikaciji, odvodnji oborinskih voda, asfaltiranju zapuštenih prilaza i puteva, o vodovodu te mnogim drugim poslovima važnim za razvoj Crnog Luga. Uređen je i Dom kulture koji bi trebao udomaćiti razne kulturno-glazbene manifestacije, kao i društvena događanja.

Tu je i N.P. „Risnjak“, jedinstven po svojoj flori i fauni, jedini nacionalni park u Primorsko-goranskoj županiji, koji daje svoj obol turističkoj ponudi, gdje dolaze mnogobrojni turisti iz čitavog svijeta. To moramo imati stalno na umu, te da takvom ponudom možemo konkurirati na turističkom tržištu.

### **Smjernice za brži razvoj turizma Crnog Luga**

Da bi se turizam razvio i održao u Crnom Lugu, treba prvenstveno misliti na zaposlenost u turizmu. Namjera je potaći sve zainteresirane osobe i institucije na veće angažiranje u procesu izgradnje konkurentnog i prepoznatljivog turizma kao jednog od glavnih pokretača gospodarstva. Iako su za naš kraj najznačajniji prirodni resursi šume, voda i očuvan okoliš, oni se ipak nedovoljno koriste u turističkoj promidžbi. A upravo Crni Lug je idealno područje za uvođenje ekoturizma i sličnih vrsta turističkih aktivnosti.

Razvoj ekoturizma i pustolovnog turizma treba temeljiti na potrebama suvremenog turističkog potrošača:

- da boravi u prirodnom i seoskom ambijentu
- da kuša autohtona jela
- te da, tražeći svoj unutrašnji duhovni sklad, doživi duboki kontrast života velegrada i male tradicionalne sredine.

Stoga je zadatak naših Udruga da se zajedno angažiraju oko osmišljavanja turističke ponude na način da posjetitelj u potpunosti osjeti posebnosti našeg kraja:

- upoznavanje sa životom na selu
- seoski alat i zanimanja u poljoprivredi
- seoske zabave, pjesme, ples
- sudjelovanje u poljskim radovima
- branje gljiva, borovica i drugih šumskih plodova u okolnim šumama
- slikanje u prirodi
- šetnje, planinarenje, vožnja kočijom i uživanje u ruralnom pejzažu
- skijanje, vožnja saonicama
- organizirano branje ljekovitog bilja
- odlazak na zajedničke piknike

Udruge moraju zajedno s Mjesnim odborom i lokalnom samoupravom pokrenuti aktivnosti na osmišljavanju, promociji i realizaciji programa koji mogu biti od interesa za gospodarski razvoj i razvoj turizma u Crnom Lugu:

- programi razvitka ekoturizma
- razvitak obiteljskih gospodarstava
- program razvoja tradicionalnih obrta
- program ruralnog razvoja
- program poticanja proizvodnje.

Svi ti programi neće se moći realizirati brzinom kojom želimo, ako se svi poslovni subjekti koji su posredno ili neposredno vezani uz turizam zajedno ne uključe u realizaciju zadanih programa i planova.

Ako postoje uvjeti za razvoj turizma u Crnom Lugu, a u što ne sumnjamo, tada bi se trebala uključiti i lokalna samouprava.

### **Negativnosti koje utječu na razvoj turizma u Crnom Lugu**

- glavna cesta Delnice-Crni Lug u veoma je derutnom stanju, jer svakogodišnje krpanje jednih te istih rupa nije dugoročno rješenje

- nedovoljno angažiranje i inertan odnos poslovnih subjekata koji na posredan ili neposredan način mogu učiniti puno više za boljitak naše male sredine.
- nedovoljno angažiranje Udruga u akcijama koje bi mogle animirati lokalno stanovništvo na jače angažiranje u akcijama čišćenja i uljepšavanja, a koje bi rezultirale ljepšim izgledom mjesta kao glavnog ishodišta za posjet N.P.Risnjak
- neadekvatno radno vrijeme Pošte /rad sa strankama od 7-10 sati/
- nedostatak bankomata u mjestu što je problem kako za turiste, tako i za lokalno stanovništvo
- rad ugostiteljskih objekata u ljetnim mjesecima treba prilagoditi zahtjevima gostiju, kada se boravi više i duže na terasama
- u samom mjestu pokazati više interesa za otvaranje izložbi, gdje bi se prezentirali:
  - ručno vezeni proizvodi /stolnjaci, gobleni/
  - pletenina i vuneni odjevni predmeti /kopica/
  - domaći kolači rađeni po receptima naših baka
  - razni proizvodi od meda, šumskih plodova
  - ljekovito bilje i proizvodi od ljekovitog bilja
  - stare slike, zapisi ili predmeti
  - domaći suvenir

## **CRNI LUG – JUČER , DANAS , SUTRA**

### **Jučer**

Iz svih navedenih činjenica, možemo reći da je Crni Lug nekada bio po brojnosti stanovništva mnogo veći nego danas. Time je i gospodarstvo bilo u punom zamahu, što govore mnoge pilane/ ukupno 7/ koje su se nalazile na tako malom području. Bila je razvijena i poljoprivreda i stočarstvo, od čega su ljudi isključivo živjeli.

### **Danas**

Slika Crnog Luga je nezadovoljavajuća, što se tiče gospodarskog razvoja i depopulacije. Kako nam je priroda „Bogom dana“, jedino u turizmu možemo vidjeti „svjetlost na kraju tunela“.

### **Sutra**

Maksimalno angažiranje i ulaganje u turističke projekte radi razvoja održivog turizma na našem području i mogućnosti zapošljavanja domaćih stanovnika.

~~~~~



**IRENA VUČENIK ŠOSTIK, PROF.**

**MR. SC. MIRELA SRKOČ ŠENKINC, DIPL. OEC.**

**KLARA BUKOVAC, MAG. OEC.**

**Turistička zajednica Grada Delnica**

### **TRENUTNO STANJE U TURIZMU NA PODRUČJU GRADA DELNICA.**

Kada se analizira stanje u prostoru nemoguće je naravno izbjeći statističke podatke čiji zbir neki nazvahu "točan skup netočnih podataka" a mi bismo ipak s njima započeli (prilog 1) jer su oni veoma bitan pokazatelj kretanja u prostoru o kojem većina nema informaciju. Također smo ekstrahiranjem tih podataka tijekom minulih godina koliko radi naš Ured dobili i grafički prikaz koji se odnosi samo na pokazatelje u gradu Delnicama (prilog 2). Razmotre li se pažljivo brožani podaci vidljivo je da je u **turističkom prometu** Gorskoga kotara delničko kretanje broja turista i noćenja dominantno što se poklapa s delničkim središnjim položajem u GK-u tj. prometnom dostupnošću, potpunom vanpansionskom potrošnjom, sve većom ponudom sadržaja, najvećim brojem turističkih osnovnih i komplementarnih postelja tj. postojanjem svih oblika smještaja (osim, dakako, kampa). Uzme li se u obzir recesijska prošla kao i ova godina, stanje se poklapa s općim stanjem u RH. Unatoč manjem padu stranih gostiju, uzme li se u razmatranje broj stranih dolazaka u GK-u, vidljivo je da upravo na delničko područje otpada cca 60% stranog prometa, čiji dolasci se, iz godine u godinu, bilježe iz 40-ak zemalja svijeta te sa svih kontinenata. Raspoloživi **broj postelja** se nalazi u prilogu 3.

Posebno mjesto zauzimaju **projekti, planovi**, dokumentacija vezana za razvoj turizma te ovim putem dostavljamo njihov **popis**, dok bi fizička dostava te dokumentacije bila oveći paket. Napominjemo da projekti koji su nastaja(ja)li do 2002., kada je usvojen Prostorni plan Delnica, su spomenuti u Prostornom planu, a projekti koji su nastajali kasnije, uz suradnju i potporu Grada Delnica, čine mu tematski dodatak.

Projekti i programi od turističke važnosti su:

*1) Projekt revitalizacije ruralnih zajednica, veljača 2000. /radni naziv: Projekt "Putovima baštine" 1998-2005. (voditelj projekta Tihana Stepinac Fabijanić, etnolog HAZU, Ri; projekt održivog razvoja turizma obuhvaća prikupski prostor županija Primorsko-goranske i Karlovačke, trenutno miruje iz financijskih razloga, inače uživao značajnu konceptualnu, pa i financijsku, potporu Grada Delnica)*

*2) Program uređenja "Kompleks Kuća Rački, Supilova 92 i 94*

*(izradio dipl. ing. arh. Zdravko Živković, Ministarstvo kulture - Uprava za zaštitu kulturne baštine, Zagreb u okviru projekta "Putovima baštine", kompleks predviđen za razvojni centar projekta koji bi osim kuće pod zaštitom obuhvaćao uređenje staje, 1 konferencijsku dvoranu, ured, apartman, terasu, sanitarne čvorove na način da se u potpunosti očuva postojeća autohtona arhitektura i tradicijski vrt)*

**3) Dugoročni program razvoja turizma (Strategija razvoja turizma), 1999. (s dodatkom iz 2000.)**

*(pripremila: Irena V. Šostik; dokument rađen po narudžbi tadašnjeg Gradskog poglavarstva; usvojen od strane Skupštine TZG Delnice iste godine, dok na Gradskom vijeću nije razmatran)*

**4) Plan lokalnog razvoja mikroregije Gorski kotar u suradnji s regijom Friuli Venezia Giulia (koordinatori mr. sc. Mirela Srkoč Šenkinc, dipl. oec.), 2004, 2005.**

**5) projekt "Svijet Kupe" (ožujak 2006. do ožujak 2008.)**

*(koordinatori s hrvatske strane: dipl. oec. Ivan Majnarić, MBA stručni savjetnik za razvojne projekte; - međunarodni projekt Hrvatske i Slovenije u pograničju Kupe, počiva na geomantiji tj. litopunkturnim točkama u graničnom prostoru Slovenije i RH, podrazumijeva razvoj ruralnog prostora graničnog dijela RH i Slo uz Kupu) – prošli tjedan koordiniranje projekta pismenom Odlukom Grada prenešeno na mag. oec. Klaru Bukovac, uposlenicu TZ-e;*

**6) program uređenja izletničke zone "Delnički potok", 2004.**

*("Leing" d.o.o., Delnice i "Hrvatske vode", Delnice - program započet sanacijom bazena i brane vodotoka Delnički potok, a u cjelosti bi trebao obuhvatiti uređenje izletničko-rekreacijske zone u neposrednoj blizini Potoka koje podrazumijeva i povijesni aspekt 100-godišnjeg spomenika vezanog za pilane potočare, kirijašenje i život sa šumom)*

**7) projekt "MDST" – popularno nazvan „Klizalište Delnice“, 2006.**

*("Runolist" d.o.o., Delnice, županijsko-gradsko trgovačko društvo koje skrbi o sportskoj infrastrukturi Grada Delnica - projekt multifunkcionalne sportske dvorane s lokacijom u Parku kralja Tomislava, Delnice; projekt realiziran u 1. fazi)*

**8) program uređenja turističko-rekreacijske zone "Polane" /i "Sportskog centra Petehovac" - sanacija igrališta za visinske pripreme, i dr. (povratak žičare sedežnice ili gondole - budućnost)/**

*(Grad Delnice, 2008.; program svojedobno izložen na uvid javnosti u prostoru Gradske vijećnice; podrazumijeva daljnje programsko uređenje rekreativno-turističke zone "Polane" kao turističke mikrodestinacije zone Polane - Petehovac u neposrednoj blizini Delnica)*

**9) Projekt "Nordijski centar Delnice" - tek u pripremi**

*(koordinator Darko Štimac; podrazumijeva revitalizaciju skijaških skakaonica i objedinjavanje nordijskih disciplina skijaškog skakanja i skijaškog trčanja, koji bi rezultirali jedinim nordijskim centrom u Hrvatskoj - u Delnicama)*

**10) "200 godina Lujzijane" - radni naziv projekta "Lujzijana i Karolina u mreži europskih turističkih putova" koji nastoji valorizirati kulturnu i prirodnu baštinu duž jedne i druge povijesne ceste tj. pretvoriti ih u turističke (panoramske) ceste;**

*("Spectrum" d.o.o., 2005-2007.; u izradi je Marketing plan projekta pri Institutu za turizam, Zagreb; u međuvremenu je vođenje projekta prenešeno na udrugu „Lujzijana“ iz Delnica).*

**11) Razvoj zimskog i planinskog turizma u Delnicama (s predstudijom ekonomske isplativosti i vizijom), Stadije Modrić d.o.o., Zagreb, 2005.**

**12) Grupa autora: GPRT, Glavni plan razvoja turizma PGŽ, Sveučilište u Rijeci, 2005.**

**13) Dragan Magaš i dr.: Osnove razvoja turizma u Gorskom kotaru, Opt., 1999.**

**14) Božidar Pleše: Sportsko rekreacijski centar Drgomalj, Delnice, 2009.**

Svi projekti su razrađeni u pismenom obliku tj. postoje dokumentacijski i moguće ih je dobiti na uvid, kupiti ili posuditi. Također, svi oni čine bitan element u izradi Akcijskog plana na kojem se radi, a razlog što nije završen je nemogućnost dovoljnog posvećivanja izradi istog zbog kadrovske situacije kojoj bijasmo izloženi u periodu od 2007-2010. g., o čemu smo nadležne strukture obavijestili i pismenim putem.

*Radovi u privatnom vlasništvu uposlenih u TZ-i, a koji se prostorno tiču Delnica i Gorskog kotara:*

**15) Klara Bukovac: Stanje i mogućnosti razvoja turizma kupsko-čabarskog prostora, diplomski rad, FTTHM, Opt., 2008.**

**16) Mirela Srkoč: Organizacija sportske rekreacije u Delnicama, diplomski rad, FTTHM, Opt., 1997.**

**17) Irena Vučenik: Turistička valorizacija općine Delnice, diplomski rad, PMF, Zgb., 1991.**

*Pridodaju li se ovome brojni nespomenuti radovi koji se prostorno tiču našeg područja, a u međuvremenu su nastali od strane onih koju su studij završili tijekom npr. posljednjih pet godina, ili magistrirali, a za koje smo vezani, ili bili umoljeni dati neke informacije, pomoći i sl., kao i neki objavljeni radovi i knjige u kojima se sudjelovalo kao jedan od (ko)autora ili su pak u literaturi određenih autora spomenuti kao izvor, ispada da lista istraživanja u okviru ove tematike nije mala...*



**SILVIJA BARBARIĆ**

**MILJENKO GAŠPARAC**

**Nacionalni park Risnjak**

## **MOGUĆNOSTI I PRAVCI RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU NP RISNJAK**

Nacionalni park Risnjak osim znanstveno-istraživačke ima i turističko-rekreativnu funkciju i namijenjen je posjećivanju. Posjećenost Nacionalnog parka raste iz godine u godinu i prema zadnjim podacima bilježimo više od 35 000 posjetitelja godišnje uz 18 000 prodanih ulaznica.

Gotovo polovicu posjetitelja čine grupe školske djece koje posjećuju NP Risnjak tijekom proljeća u okviru nastavnog programa, a druga grupa posjetitelja su uglavnom domaći i strani izletnici koji odmor provode u turističkim odredištima Kvarnera i Istre i dolaze u park na jednodnevne izlete ili planinari koji dolaze na nekoliko dana i odsjedaju u planinarskim domovima.

Prema Planu upravljanja iz 2007. godine koji je strateški dokument za upravljanje Nacionalnim parkom, definirani su i određeni razvojni ciljevi koji se odnose na zaštitu i očuvanje prirode te edukaciju i rekreaciju posjetitelja.

Iz razvojnih strateških ciljeva izvedeni su akcijski planovi sa konkretnim ciljevima, aktivnostima i procjenom potrebnih sredstava koji se odnose i na turističku funkciju NP Risnjak sa svrhom obogaćivanja turističke ponude i sadržaja za posjetitelje.

Među prioritetne akcijske planove spadaju:

### ***1. Etnološko-prihvatna kuća Leska***

Cilj ovoga akcijskog plana je očuvanje kulturne baštine NP Risnjak. Tijekom proteklih godina je uređena kuća izvana te je potrebno njeno finalno unutarnje uređenje koje se planira tijekom ove godine. Počelo se prikupljati izložke za uspostavu zbirke u prostoru kuće koja bi imala funkcionalni postav. Potreban odabir i postav izložaka će se obaviti uz prisutnost konzervatora. Financijska sredstva će se osigurati iz vlastitih prihoda Ustanove.

### ***2. Interpretacijsko-prihvatni centar u Razlogama***

Uspostavom ovoga centra bi se poboljšala kvaliteta prihvata posjetitelja u gornjem toku rijeke Kupe i njihova edukacija o važnosti zaštite prirodne i kulturne baštine. Akcijski plan predviđa obnovu i prenamjenu objekta stare napuštene škole u interpretacijsko-edukativni centar, kao i građevinske radove na kući u centru Razloga, opremanje iste u prihvatni centar sa pratećim

smještajnim i ugostiteljskim sadržajima. Plan obnove i prenamjene stare škole u Razlogama je kandidiran na natječaj programa IPA ADRIATIC i čeka se povratna informacija.

U mjestu Razloge će se ove godine započeti s uređenjem kolekcijskog voćnjaka koji će služiti u interpretacijsko-edukativne svrhe, a projekt uređenja i uspostave voćnjaka financira se iz programa prekogranične suradnje IPA Slovenija-Hrvatska.

U okviru ovoga akcijskog plana, pristupilo bi se rješavanju sigurnijeg pristupa posjetiteljima izvoru Kupe iz smjera Razloga.

### ***3. Plan održavanja infrastrukture***

Kojem je cilj uređenje prometne infrastrukture u dolini Kupe koja uključuje prilazne ceste i putove, izradu projektne dokumentacije ceste za Razloge i njeno uređenje, održavanje poučne staze Leska i šumskih cesta na području NP Risnjak i održavanje turističke signalizacije.

### ***4. Škola u prirodi***

Programima škole u prirodi bi se educirali mladi naraštaji i upoznali sa prirodnim vrijednostima i kulturnom baštinom. Program škole u prirodi bi se osmislio u suradnji sa vanjskim suradnicima, izradili bi se tiskani materijali potrebni za njeno održavanje, educirali bi se kadrovi za provedbu programa i napravila marketinška analiza tržišta. Program je pokrenut u suradnji sa OŠ Delnice te bi se tijekom ove ili iduće školske godine testirao i prezentirao na lokalnoj i županijskoj razini.

### ***5. Dolina Kupe***

Ovim bi se akcijskim planom podigla kvaliteta prihvata, prezentacije i edukacije posjetitelja. Uključilo bi se lokalno stanovništvo u aktivnosti Nacionalnog parka s ciljem gospodarskog napretka i sprečavanja depopulacije stanovništva s toga područja.

Planira se uređenje poučne staze Kupa za koju je napravljen projekt a u pripremi su i materijali za sadržaj info tabli i tisak vodiča poučne staze. Nakon potpunog dovršetka prometnice iz smjera Delnice-Brod na Kupi-Hrvatsko, Hrvatsko bi postalo jedan od glavnih ulaza u NP Risnjak u kojem se planira otvaranje info punkta, uređenje parkirališta za autobuse i uspostava organiziranog prijevoza posjetitelja turističkim vlakom dolinom Kupe.

### ***6. Upravno-prihvatni centar Bijela Vodica***

Potrebno je uređenje prostora u okolici Uprave za kvalitetni prihvata posjetitelja i adekvatno opremanje dodatnim sadržajima.

U planu je izgradnja centra za posjetitelje pored upravne zgrade (koji bi se nakon izrade projektne dokumentacije kandidirao na natječaje EU fondova), a planira se i izgradnja smještajnog objekta kapaciteta sa otprilike 50 soba čija je projektna dokumentacija u izradi (ishođenje lokacijske dozvole).



**DAMIR MAJNARIĆ**

**Goranski sportski centar Runolist d.o.o.**

## **GORANSKI SPORTSKI CENTAR I RAZVOJ SPORTSKOG TURIZMA U DELNICAMA I GORSKOM KOTARU**

Jedna od smjernica razvoja grada Delnica i bliže okolice jest razvoj sportskog turizma, odnosno pozicioniranje Delnica kao destinacije sportsko-rekreativnog turizma i destinacije za pripremu natjecatelja sportaša.

Kao zamašnjak u ostvarivanju spomenutog, a obzirom na domenu poslovanja, logično se nameće upravo tvrtka Goranski sportski centar «Runolist» koja svojom djelatnošću omogućuje razvoj sportsko–rekreativnog turizma. Provođenje koncepcije održivog razvoja, povećanje sadržajnosti i kapaciteta postojeće sportsko-turističke ponude trebali bi rezultirati dolaskom većeg broja turista i sportskih ekipa, a samim time utjecati na brži gospodarski razvoj.

GSC «Runolist» danas upravlja nizom objekata i sportskih terena kao što su: Dom sportova (sportska dvorana i bazen), gradski stadion, kuglana, tenis tereni, Multifunkcionalna dvorana za sport i turizam (klizalište), a osim toga aktivno djeluje i na kreiranju i realizaciji drugih razvojnih projekata koji će u konačnici s postojećom sportskom infrastrukturom formirati cjelinu, tj. biti novi sadržaji koji će omogućiti organiziranje većih sportskih natjecanja što će dodatno privući posjetitelje u Delnice.

Jedan od prioriteta GSC «Runolist» je i povezivanje sportsko-turističke ponude na cjelokupnom području Gorskoga kotara. Programima sportsko-rekreacijskih aktivnosti osmislić će se aktivan odmor u prirodno atraktivnom okruženju organiziranjem višednevnih turističkih tura koje uključuju planinarenje, biciklizam, veslanje, jedrenje, rafting itd.

Sport i sportska rekreacija, lov, ribolov, zabava, opuštanje, itd. samo su neki od motiva zbog kojih se ljudi uključuju u turistička kretanja. Svi se oni baziraju na temeljnoj čovjekovoj potrebi za odmorom i rekreacijom, a danas se smatra kako je ta „rekreacija temeljna turistička potreba“ tj. potreba za provođenje aktivnog odmora.

Kako bi se na adekvatan način pružala usluga sporta i sportske rekreacije u okviru turističkih kretanja, Goranski sportski centar je organizirao i/ili sudjelovao u realizaciji raznih sportskih i kulturno-zabavnih programa, te doprinio Delnicama i Gorskom kotaru u različitim oblicima:



- Kroz iznajmljivanje sportskih objekata i sportske opreme
- Kroz natjecateljsko - sportski turizam – organizirana su razna sportska natjecanja i sportske kulturne – turističke manifestacije na koje su se odazvali mnogi aktivni sudionici (sportaši, natjecatelji, glumci, ...) i pasivni sudionici (gledatelji).
- Kroz rekreacijski turizam – relativno novi sportski sadržaj u Delnicama - klizalište - cijelu zimu je privlačio veliki broj posjetitelja od svih školskih uzrasta do umirovljenika, te je potaknuo želju svakom posjetitelju da se opet vrati u Delnice, a to je upravo ono što je cilj Goranskog sportskog centra - privući turista i stvoriti mu naviku dolaska u Delnice. Osim klizališta, u Delnice su posjetitelje i sportske ekipe privlačili i bazen, sportska dvorana, tenis igrališta itd.
- Kroz razvojne projekte. Goranski sportski centar je nositelj projekta skijaških skakaonica, jedinstvenih u Hrvatskoj, čija provedba ovisi o osiguranju izvora financiranja. Uz to, GSC je i nositelj projekta *Stalni izložbeni postav šumarstva, lovstva i ribolova* u Brodu na Kupi koji će dopuniti turističku ponudu kao novi edukativni sadržaj. Goranski sportski centar radi i na projektu prenamjene starog Doma zdravlja u hotel „Sport“ čime će se povećati smještajni kapaciteti. Planira se i osposobiti zapušteno nogometno igralište na Petehovcu koje će, s obzirom da se nalazi na nadmorskoj visini iznad 1000 m, dodatno privući sportske ekipe čiji programi zahtijevaju visinske pripreme. Izgradnjom navedenih sportskih i turističkih objekata i terena, turistička ponuda Delnica i Gorskog kotara biti će bogatija, a rad tih objekata omogućit će nova zapošljavanja.
- Kroz projekt umrežavanja sportske ponude Gorskog kotara s ciljem da se Gorski kotar predstavlja, promovira i prodaje kao jedna cjelina koja nudi razne turističko-sportske proizvode, od kojih svaki ima poseban sadržaj, kojim će se moći zadovoljiti različite potrebe, želje i zahtjeve mogućih posjetitelja. Za ostvarivanje navedenog cilja angažiran je stručni suradnik za odnose s javnošću, uključene su u projekt sve općine/gradovi/TZ Gorskog kotara, potpisan ugovor s firmom „ZOV PRIRODE“ koja je već ove zime počela sa snimanjem dokumentarnog filma na temu sportska ponuda Gorskog kotara koji će se prikazivati na hrvatskim televizijama. Isto tako u ovaj program uključit ćemo i male poduzetnike (ugostiteljstvo, udruge, ...), kako bi se upotpunila turistička ponuda, a sve to s ciljem bolje ponude sportskog i turističkog proizvoda Gorskoga kotara koji će potaknuti razvoj ostalih tercijarnih djelatnosti.
- Kroz marketinšku prezentaciju, izradom video materijala, izradom WEB stranica, objavljivanjem u tiskovinama i elektronskim medijima te prisustvovanjem na turističkim



**ŽARKO MULC dipl.ing.agr.**

**Hrvatski zavod za poljoprivrednu savjetodavnu službu (HZPSS)**

**Područni odjel Primorsko goranske Županije**

## **ULOGA RAZVOJA POLJOPRIVREDE I PROIZVODNJE HRANE U KONTEKSTU RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU GORSKOGA KOTARA I GRADA DELNICE**

Gorski kotar, kao brdsko-planinsko područje na razmeđu primorske i kontinentalne Hrvatske posjeduje iznimne šanse za razvoj turizma. Međutim, ono što nije dovoljno spominjano i isticano u tom kontekstu je svakako poljoprivreda i proizvodnja hrane. U to ćemo se lako uvjeriti pogledamo li oko sebe, prema razvijenijim turističkim destinacijama, koje kao jedan od najvažnijih turističkih proizvoda posebnu pažnju pridaju proizvodnji autohtono uzgojene hrane.

Djelatnici Hrvatskog zavoda za poljoprivrednu službu (HZPSS) Primorsko-goranske županije, dugi niz godina svjedoče nepovezanosti ove dvije strateški važne djelatnosti. Svake smo godine i svjedoci da nam šikara i neobrađene površine polako otimaju nekad prekrasni krajobraz također preduvjet za turizam. Poljoprivreda u brdsko-planinskim područjima, polagano gubi bitku pred uvozom poljoprivrednih proizvoda iz poljoprivredno neusporedivo razvijenijih zemalja i područja. Kao svjedoci tog procesa trudimo se istaknuti visoku vrijednost lokalno proizvedene hrane i lokalnog tržišta kao glavnog konzumenta te hrane, unaprijediti proizvodnju takve hrane i pružiti punu potporu ljudima koji se još uvijek bave takvom vrstom proizvodnje.

Kao stručni tim savjetnika u HZPSS-u željeli bi istaknuti svoje viđenje puta kojim bi trebao ići razvoj poljoprivrede na području Gorskog kotara i Grada Delnice. Najveći dio poljoprivredne proizvodnje na području GK trebao bi svoje tržište pronaći na samom području Gorskog kotara, kako kod lokalnog stanovništva tako i kod turista koji dolaze u područje. Stvaranje lokalnog tržišta poljoprivrednih proizvoda nije jednostavan posao, međutim ako smo se odlučili na razvoj turizma on je neizbježan. U tom poslu moraju biti okupljene sve relevantne institucije, koje moraju stvoriti čvrstu infrastrukturnu podršku proizvođačima i potrošačima lokalnih poljoprivrednih proizvoda. Lokalna samouprava, u ovom slučaju Grad Delnice trebao bi donijeti program razvoja poljoprivredne proizvodnje na svojem području u kojem bi se trebale pobliže obraditi slijedeće teme:

- analiza resursa u poljoprivredi i snimak postojećeg stanja
- odabir poljoprivrednih proizvoda čija bi se proizvodnja poticala

- mjere poticanja proizvodnje određenih proizvoda
- kreiranje branda specifičnih lokalnih proizvoda
- osnivanje poljoprivrednih zadruga
- osnivanje preradbenih kapaciteta
- edukacija proizvođača
- organizacija tržišta proizvoda (za lokalne ugostitelje)
- okrupnjavanje posjeda

Na programu razvoja poljoprivredne proizvodnje Grada Delnice treba koristiti stručnu pomoć nadležnih institucija od kojih su najznačajnije:

- HZPSS – Hrvatski zavod za poljoprivrednu savjetodavnu službu
- HPA – Hrvatska poljoprivredna agencija
- CBPP – Centar za brdsko planinsku poljoprivredu
- Veterinarska stanica Delnice
- NP Risnjak
- PINS Skrad

Pored financijskih sredstava lokalne samouprave (Grad Delnice), u provedbi programa razvoja poljoprivredne proizvodnje treba koristiti i sredstva Primorsko-goranske županije, Ministarstva poljoprivrede ribarstva i ruralnog razvoja, sredstva drugih nadležnih gospodarstava kao i sredstva fondova Europske Unije, kako onih predpristupnih tako i strukturnih fondova.

Neke važne pretpostavke za realizaciju programa razvoja poljoprivrede na području Grada Delnice, kao i za njegovu provedbu:

- suradnja SVIH relevantnih dionika u poljoprivredi (struka, donosioci odluka, poljoprivrednici, odnosno proizvođačke udruge i zadruge)
- praćenje provedbe mjera razvoja poljoprivrede u svim fazama, kao i prilagodba mjera sukladno uočenim nedostacima (kontrola utroška poticajnih sredstava i osiguravanje rada po pravilima struke)
- provođenje mjera i cjelokupnog programa u cijelosti (čest je slučaj u nas odustajanje na pola puta – dvostruka šteta)

Mišljenja smo da bi plan razvoja poljoprivrede, a uzimajući u obzir postojeću situaciju i resurse, trebao bi ići u sljedećim smjerovima:



**Stela Mulc**

**PINS d.o.o Skrad**

## **SMJERNICE ZA RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU GRADA DELNICA**

Goranski turizam uglavnom se svodio na njegov tranzitni oblik. Izgradnjom nove prometnice dio Gorskoga kotara ostao je zaobiđen što se dijelom dogodilo i Delnicama. To, naravno, ne mora imati samo negativne posljedice već se iz negativnosti moraju prepoznati pogodnosti te se koncept razvoja turizma treba prilagoditi novo nastaloj situaciji.

Prema našim iskustvima predlažemo provedbu nekih neophodnih radnji -koraka- kako bi se polučili zadani razvojni ciljevi turističke djelatnosti:

### **1. ANALIZA STANJA - STVARANJE BAZE PODATAKA:**

#### 1.1. GEOGRAFSKI POLOŽAJ

- smještaj uz Lujzijanu, željezničku prugu i autocestu Rijeka- Zagreb ( prometni koridori )
- dolina rijeke Kupe
- blizina luke Rijeka

#### 1.2. PRIRODNE OSOBITOSTI

- bogatstvo okoliša - prirodne ljepote (očuvani vodotoci, šume, planinski čisti zrak, nacionalni park i zaštićena područja)
- bogatstvo biljnog i životinjskog svijeta
- kulturna baština - nedovoljno istražena i valorizirana

#### 1.3. STANOVNIŠTVO - LJUDSKI POTENCIJALI

Broj stanovnika : 6262, Prosječna starost : 40,7 godina,

Radni kontigent: 4007 ( Ž.15-59, M.15-64)

Stupanj naobrazbe: osnovna škola – 39 %

srednja škola i gimnazija – 50%

viša stručna sprema – 4% i

visoka stručna sprema – 7%.

**Problemi:** niska stopa prirodnog prirasta, nepovoljna dobna struktura, negativni migracijski saldo.

#### 1.4. GOSPODARSTVO

Šumarstvo ( državne i privatne šume )

**Problem:** centralizirano upravljanje šumama i šumskim zemljištem.

Drvena industrija - uništena neadekvatnom privatizacijom ali ima značajnu tradiciju, dio djelatnosti postoji (s izvozom polufinalnih i finalnih proizvoda, te proizvodnjom peleta).

Poljoprivredno-voćarska proizvodnja ( voćarstvo, stočarstvo, pčelarstvo, uzgoj riba, uzgoj puževa i jelena lopatara) je raznovrsna i ne čini značajan dio gospodarstva.

Turizam i ugostiteljstvo - posljednjih godina povećanje investicija i obogaćivanje destinacija.

#### 1.5. INVESTICIJSKI POTENCIJALI

- vlastite investicijske mogućnosti su relativno slabe

**4. POZICIONIRANJE** ( stvaranje prepoznatljivog izgleda i ponude )

**5. EDUKACIJA** ( obuka stanovništva uključenih u projekte )

**6. KOORDINACIJA** ( usklađenost aktivnosti kako se ne bi preklapale )

**7. PROMIDŽBA** ( kontinuirani procesi putem: medija, sajмова, novina, plakata, manifestacija i sl.)

No također u promišljanju trajne politike razvoja turizma na području Grada Delnica treba konstantno provoditi zadatke koji će stvarati pretpostavke za održivi razvoj turizma, a ne pružati stihijska rješenja.

#### **TRAJNI PROVEDBENI ZADACI:**

1. PRILAGODBA PODUZETNIČKE KLIME UVJETIMA GOSKOGA KOTARA

2. USMJERAVANJE RAZVOJA POLJOPRIVREDE RAZVOJU TURIZMA

3. ZAŠTITA PRIRODNIH I KUTURNIH RESURSA

4. ODRŽIVO KORIŠTENJE ŠUMSKOG POTENCIJALA

5. POVEĆANJE PREPOZNATLJIVOSTI DESTINACIJE

6. SMANJIVANJE DEPOPULACIJE- zadržavanje školovanog, stručnog kadra

Pri postizanju željenih ciljeva treba koristiti sve mogućnosti koje se pružaju u stručnom smislu, osobito nove poslovne ideje. Za realizaciju ideja potrebna su financijska sredstva, odnosno profitabilni poslovni planovi koji se temelje na postojećim resursima i zahtjevima tržišta. Projekti trebaju biti koncipirani tako da omogućavaju razvitak svih djelatnosti koje su direktno ili indirektno vezane uz turizam:

- poljoprivreda, obrtništvo, šumarstvo i drvna industrija,
- trgovina, ugostiteljstvo i uslužne djelatnosti,
- lov i ribolov,
- umjetnost i književnost,
- kultura, šport, prosvjeta i
- zdravstvo.

Projekti razvitka turizma trebaju omogućiti:

- dugoročno i strateško upravljanje turističkom ponudom,
- iskorištenje postojećih kapaciteta na svim razinama,
- promoviranje i razvoj gospodarstva,
- dugoročno povećanje zapošljavanja i smanjenje depopulacije.

Turistička ponuda treba biti raznovrsna i kvalitetna, prepoznatljiva i privlačna kako bi gosta zadržali. Stoga svi projekti trebaju biti koncipirani da njihovom realizacijom to postignemo.

## **ZAKLJUČAK**

Provedbom svih navedenih aktivnosti doći ćemo do željenog cilja koji će biti jedan od stupova delničkog gospodarstva: razvijen turizam baziran na načelima održivog razvitka.

~~~~~



**Ivica Knežević**

**DRUŠTVO GORANIN ZAGREB**

**ULOGA ZAVIČAJNIH UDRUGA U POTICANJU RAZVOJA TURIZMA  
U GRADU DELNICAMA I GORSKOM KOTARU**

*primjer Društva Goranin Zagreb*

Zavičajna udruga Gorana koja okuplja Gorane i sve prijatelje Gorskoga kotara u Zagrebu, svoje korijene, s prekidima, vuče još od daleke 1933. godine, a od 1968. je u kontinuitetu djelovanja s osnovnim ciljem očuvanja od zaborava goranskih običaja, te njegovanja jezika, načina življenja goranskog čovjeka, kao i uspostave stalnih kontakata s goranskim gradovima i općinama.

S više ili manje uspjeha, kroz razne aktivnosti, ova zavičajna udruga pokušavala je ostvarivati svoje temeljne ciljeve, no moramo biti i samokritični, uz dužno poštovanje prema aktivnostima bivših rukovodstava Društva, nekih značajnijih pomaka u smislu promidžbe i promocije goranskih potencijala nije bilo.

Shvaćajući važnost stalne potrebe druženja Gorana u Zagrebu, Društvo je prije tri godine okrenulo novu stranicu želeći doista konkretnim aktivnostima pomoći u prepoznavanju, promociji i promidžbi svega onoga što Gorski kotar jest i što ga čini: od etno blaga, gastro posebnosti, ponude zanatstva i sitnog obrtništva, ljepota i bogatstava flore i faune, kulturnog izričaja, povijesnog identiteta, pa do elementarne edukacije da „Gorski kotar nije Lika“ i da je on teritorijalna činjenica koje trebaju biti svjesni svi oni koji krenu prema Rijeci, ili obratno, prema Zagrebu.

Prepoznavši sve te potencijale, Društvo Goranin je prije tri godine, u travnju 2007., organiziralo prvu manifestaciju „*Gorski kotar u metropoli*“, na Trgu bana Josipa Jelačića, kojom je odškrinulo sva vrata i prozore iza kojih su se skrivale sve te goranske posebnosti, te smo pjesmom, svirkom i plesom dočarali građanima i posjetiteljima Grada Zagreba to svoje bogatstvo. I ove godine se u Zagrebu, 17. travnja, održava četvrta po redu turističko-kulturna manifestacija „*Gorski kotar u metropoli*“, na kojoj će se na 60 štandova, predstaviti kulturno-umjetničko i turističko blago Gorskoga kotara.

Ovakva manifestacija je po našem mišljenju idealna prigoda da se na jednom tako velikom tržištu, kao što je zagrebačko, prikaže sva naša turistička ponuda, da se zbog svega prikazanog, doživljenog i viđenog na manifestaciji velik broj Zagrepčana zaustavi, a da se

mnogi ciljano pozovu i dovedu da bi mogli doživjeti i uživati u svemu onome što je dio tog našeg identiteta.

Ova manifestacija se nalazi i u informativnom mjesečnom biltenu turističke zajednice Grada Zagreba, pa je zbog dobre informiranosti i jako dobro posjećena, a i medijski ju nastojimo vrlo kvalitetno popratiti, što sigurno daje dodatnu dimenziju promociji turističkih potencijala kojima Gorski kotar raspolaže.

Nastavno, mišljenja smo, a što je naišlo na jako dobar prijem, da je i heligonka jedan veliki goranski potencijal bez obzira što bi se moglo reći da je „sveprisutna“, no način na koji se ona svira u Gorskom kotaru nešto je što čini jedinstven sklad ljepote prirode i njenog zvuka. Vođeni tim motivom, a želeći otkriti i taj malo znan identitet Gorana, ove godine ćemo održati treći „Međunarodni festival heligonki“, u Koncertnoj dvorani Vatroslav Lisinski gdje ćemo pored umijeća svirke moći uživati i u promociji kulturnog blaga Gorana. Prošle godine, na opće oduševljenje svih posjetitelja, ono je predstavljeno kroz „Delnički pir“ u izvedbi KUD-a Delnice. Cijelu manifestaciju snima i 2. program Hrvatskoga radija, a među slušateljima će se sigurno naći i oni koji će poželjeti doživjeti taj izričaj u Gorskom kotaru, makar na prigodnim manifestacijama. Idealno bi bilo kada bi ta svirka bila dekor uz objed u restoranima „Petehovac“, „Lovačka kuća“, „Lovački dom“, na prigodnom ljetnom koncertu nedjeljom, u Parku, i sl. U protivnom, manifestacija teško da će imati smisla.

Želeći sve te posebnosti prezentirati i šire, Društvo je u suradnji s Hrvatskom kućom regija u Bruxellesu, u lipnju prošle godine, organiziralo promociju Gorskoga kotara pred šezdesetak predstavnika zemalja Europske unije zaduženih za turizam i kulturu. Promociji je bio nazočan i veleposlanik Republike Hrvatske u Belgiji. U povratku smo promociju održali i u Siegdorfu blizu Frankfurta, gdje su bili prisutni domaći gradonačelnik, te generalni konzul Republike Hrvatske u Njemačkoj. Na opće oduševljenje svih prisutnih, bila je iznimna prigoda reći nešto o našem kraju, podijeliti promotivne materijale, zasvirati im i zaplesati s domaćinima, onako goranski srdačno i veselo.

Društvo Goranin će ove godine posjetiti gradić Sopron u Mađarskoj, gdje će se na „Hrvatskim danima u Sopronu“ predstaviti KUD Delnice s „Delničkim pirom“, te neizostavni heligonkari. Naravno da će to biti idealna prigoda podijeliti i dati potrebne informacije o turističkoj ponudi s kojom raspolažemo.

Pored ostalih aktivnosti, Društvo organizira i izlete povodom obilježavanja značajnih datuma u gradovima i općinama u Gorskom kotaru, ili povodom značajnih manifestacija, uz organizaciju objeda u goranskim objektima, što je mala komercijalna pomoć onima koji se bave tom gospodarskom aktivnošću. Izleti imaju i edukativno promidžbeni značaj budući

osjećamo potrebu upoznati one članove Društva koji više nemaju poveznicu sa starim krajem, s ljepotama Gorskoga kotara, a u autobusu se uvijek nađu i putnici koji nisu Gorani, pa su to potencijalni promotori u svojim životnim i radnim sredinama svega onoga što će vidjeti i doživjeti.

Posebnu važnost u promociji i promidžbi turističkih potencijala grada Delnica i Gorskoga kotara moguće je naglasiti i kroz otvorenu “pozornicu-izlog“ Društva koje se nalazi na vrlo prometnom mjestu u Gradu, između Glavnog i Autobusnog kolodvora, gdje dnevno prođe i po nekoliko tisuća prolaznika, pa je nemoguće da se ne zagledaju u poruku koju im možemo ponuditi.

Kako svako godišnje doba ima svoje posebnosti, tako tu može stajati pozivnica za delničke Božiće i Nove godine, za sanjkanje na Potoku, noćni slalom na Petehovcu, klizanje u „Ledenoj dvorani“, plivanje u bazenu pod zavjesom ledenih kristala, romantične večeri na „Petehovcu“ s nezaboravnim pogledom na Grad, zatim za posjet „Lovačkom domu“. S druge strane, za rekreativna trčanja na skijama, na „Ledeni doček Nove godine“ na klizalištu (takav nema nitko u Hrvatskoj, a mislim i šire), na Polane na manifestaciju „Na tragu goranske starine“. Zašto ne pozvati i na delničku juhu od gljiva u sezoni gljiva, na puholov uz pole, špek i kobase na štapu uz oganj...

Nešto što je jednako važno jest i mogućnost organiziranja raznih promocija i predavanja koja bi imala za cilj prikazati sve goranske turističke potencijale, u prostorijama Društva, ali i na drugim lokacijama, a kako se svake godine održava tradicionalna „Goranska noć“, i to je prigoda da se predstavi ono što je bitno, što je važno, što je posebno, što je goransko.

Kako je svake godine sudomaćin druženja druga jedinica lokalne samouprave, tu godinu bismo mogli nazvati npr. „Godinom grada Delnica“, te nizom događanja, od kulturnog stvaralaštva (izložbe književne večeri), preko ponude gospodarskih potencijala i mogućnosti ulaganja, turističkih sadržaja, mogli bismo realizirati sve te, a naravno i druge sadržaje. Mišljenja sam da bi i adekvatna valorizacija povijesnog identiteta iskazanog kroz činjenice važne i bitne za Grad, kao što su ostaci Lujzinske ceste i priča o njoj, bili važan čimbenik u turističkoj ponudi, kao i svega ostalog što je vezano za goransku tradiciju i život goranskog čovjeka (npr: delnički Fojnar, kirijašenje, košnja i spremanje sijena, piljenje i cijepanje drva, i sl.).

Jednako tako, mišljenja sam da bi dobar turistički brend bila i priča o Jagodinoj ljubavi, otprilike na način kako sam to naveo u ideji koju sam pismeno već iskazao i dostavio u Turistički ured i u Poglavarstvo Grada.



**Davorin Klobučar**

**Predsjednik Udruge „KUPA“**

## **RAZVOJ TURIZMA U KUPSKOJ DOLINI**

S obzirom da smo se kao Grad opredijelili za intenzivan razvoj turizma na našim prostorima, a za što postoje, može se slobodno reći, izvanredni prirodni potencijali, onda treba jasno zaokrenuti kurs u tom pravcu. Gledajući i šire, u cjelokupnom Gorskom kotaru sa svim njegovim bogatim resursima, svakako treba iskoristiti te blagodati i podići razinu turističke ponude.

U ovom očitovanju fokusirati ćemo se na područje Grada Delnica. Moramo priznati da se po pitanju razvoja turizma u zadnjih 5-6 godina dogodio vidljiv pomak na bolje, što i rezultira rastom prometa i sviješću ljudi da se, baveći se ovom djelatnošću, može kvalitetnije živjeti.

Gledajući Kupsku dolinu, za koju možemo reći da ima najturističkije potencijale na području Grada, turizam je doživio pravi zamah osnivanjem Udruge za sport, rekreaciju i turizam „KUPA“, iz Broda na Kupi. Kroz intenzivan rad ove Udruge, koja ima u svom raznolikom programu prisutne jasne turističke segmente, sve je u konačnici usmjereno na prezentaciju mogućnosti ovoga kraja i na razvoj turističke ponude. Kao prvo, prirodni potencijali, kao što je u prvom redu svakako rijeka Kupa, odlično su iskorišteni, te uz dobro osmišljene programe daju kvalitetnu turističku ponudu koju konzumira sve veći broj gostiju, kako domaćih tako i stranih.

Kada govorimo o razvoju turizma u Gradu Delnicama, posebno bih govorio o športskom turizmu, jer je on kao takav jako atraktivan za modernog turistu, a Grad Delnice s Kupskom dolinom i Nacionalnim Parkom „Risnjak“ svakako ima veliku perspektivu. Naravno da nije dovoljno imati samo zdravu i netaknutu prirodu, nego imati i mudrost i sposobnost kako ove potencijale kvalitetno iskoristiti, osmisliti i plasirati kao odličan turistički proizvod. Mišljenja sam da treba koristiti već poznate i dobro uhodane manifestacije koje su se pokazale kao kvalitetne u funkciji promidžbe našega Grada, te ih i nadalje s turističkim djelatnicima dorađivati i usavršavati do projekta koji će biti prepoznatljiv i atraktivan za široke mase gostiju.

Da bi se uspjelo u povećanju željenog turističkog prometa, veoma je važna promidžba, u svim oblicima i aktivnostima, te konstantna nazočnost na turističkoj sceni. Grad

