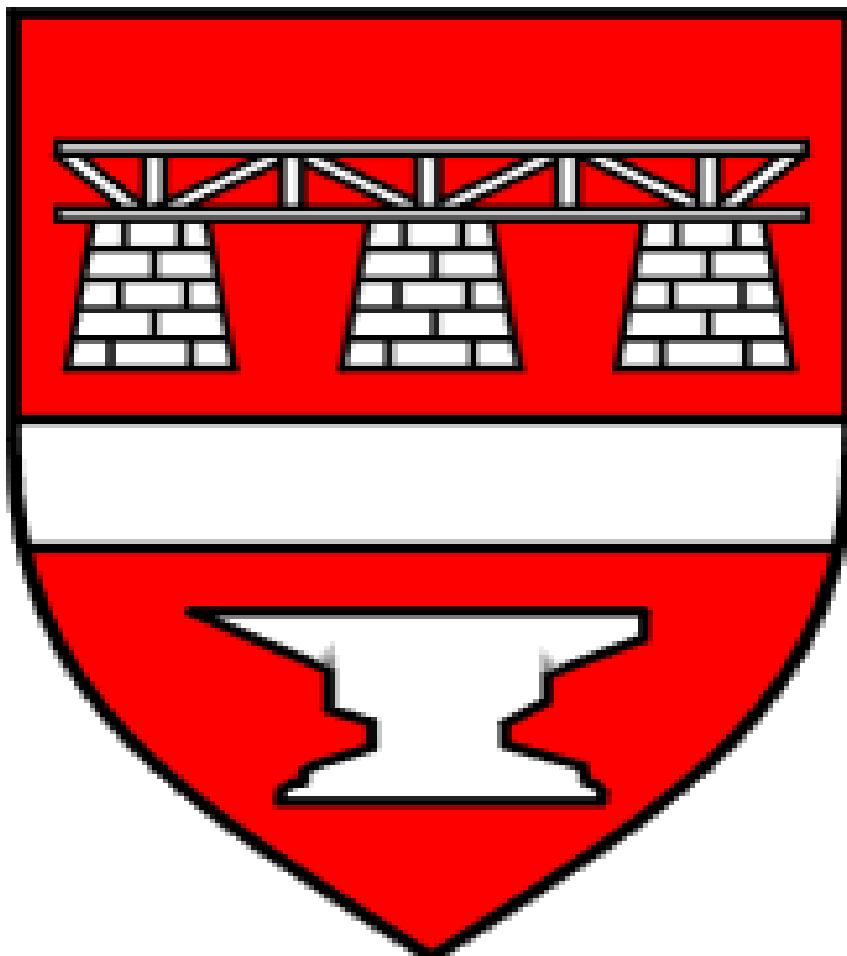


Primorsko-goranska županija

Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine



2019.-2025. godine

Naziv projekta: Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine

Datum: 2019. godine

Naručitelj: Općina Fužine

Nositelj projekta: Adria Bonus d. o. o. Poreč

**Suradnja: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Institut za poljoprivredu i turizam – Poreč**

Voditelj projekta: Prof. dr. sc. Zdenko Tomčić

SURADNICI NA PROJEKTU: prof. dr. sc. Željko Turkalj
doc. dr. sc. Berislav Bolfek
dr. sc. Anita Ilak Peršurić
doc. dr. sc. Linda Juraković
Stevo Žufić, dipl.oec
dr. sc. Zoran Jeremić
Krešo Alihodžić, oec

Lektura: Nina Brečević, mag. educ. philol. croat. et mag. educ. hist.

OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPJSKE UNIJE

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj



Strateški plan razvoja
turizma Općine Fužine
2019.-2025.



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

Udio u sufinanciranom dijelu: 85% EU, 15% RH

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaze u ruralna područja

Sadržaj:

1. UVOD	1
1.1. Cilj	2
1.2 Metodologija	3
1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strateškog plana razvoja turizma Općina Fužine	4
2. SAŽETAK	7
3. RESURSI I DJELATNOSTI.....	9
3.1. Lokacija i površina	9
3.2. Demografska slika Primorsko-goranske županije i Općina Fužine	11
3.3. Prirodni resursi	21
3.3.1 Reljef i klima.....	21
3.3.2. Biljni i životinjski svijet	22
3.3.3 Poljoprivredne površine.....	22
3.3.4. Vodno bogatstvo.....	22
3.3.5. Povijesni i kulturni resursi	22
4. Infrastruktura.....	23
4.1. Prometnice	23
4.2. Vodoopskrba.....	24
4.3. Elektroopskrba	24
4.4. Plinovod	24
4.5. Telekomunikacijski promet.....	24
5. Komunalna djelatnost.....	25
5.1. Odvodnja otpadnih voda	25
5.2. Gospodarenje otpadom	25
6. Društvene djelatnosti.....	25
6.1. Predškolski odgoj i obrazovanje	25
6.2. Kultura	26
6.3. Sport	29
6.4. Socijalna zaštita.	29
6.5. Zdravstvo.....	29
6.6. Civilno društvo	29
7. Gospodarstvo.....	30
7.1.Turizam i ugostiteljstvo	30
7.2. Poljoprivreda	32
7.3. Šumarstvo	33
7.4. Malo i srednje poduzetništvo.....	34
7.5 Poslovne zone	35
4. RAZVOJNO - PLANSKA OPREDJELJENJA	38
4.1. Europski sustav	38
4.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. god.....	39
4.3. Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020.....	40
4.4. Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim marketing i operativnim programom 2016 – 2020	41
4.5. Program provedbe mjera ruralnog razvoja Primorsko-goranske županije 2017. – 2020.	42
4.6. Prostorni planovi Županije	43
4.7. Prostorni planovi Općine.....	44
5. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA	48

5.1. Prikaz stanja	48
5.2. Investicijsko okruženje.....	49
5.3. Korištenje EU fondova.....	49
6. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA	50
7. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE	52
7.1. Obilježja turističke ponude destinacije	52
7.1.1. <i>Opis elemenata stanja postojeće ponude – konkurentnosti</i>	52
7.2. Obilježja turističke potražnje u destinaciji	55
8. TRŽIŠNI ELEMENTI.....	57
8.1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije.....	57
8.1.1. <i>Tržišna kretanja i trendovi</i>	58
8.1.2. <i>Neusklađenost ponude i potražnje.....</i>	60
9. SWOT ANALIZA	64
10. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI.....	65
10.1. Razvojne mogućnosti	65
10.2. Mogući pravci razvoja.....	66
10.3. Očekivani efekti	68
11. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI	71
11.1. Vizija – odabrana varijanta	71
11.2. Odabrani model razvoja	72
11.3. Najznačajniji ciljevi razvoja.....	72
12. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup)	74
12.1. Poboljšanje postojećeg stanja.....	74
12.2. Novi proizvodi (ponuda)	76
13. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING	80
13.1. Destinacijski menadžment Općine	80
13.2. Destinacijski marketing Općine	81
13.2.1. <i>Brendiranje destinacije</i>	82
13.2.2 <i>Sustav upravljanja turizmom.....</i>	83
14. PLAN PROVEDBE	85
15. IZVORI	89

1. UVOD

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije čiji je punopravni član Hrvatska postala 1. srpnja 2013. godine. S dobro artikuliranom vizijom, prepoznatim strateškim područjima i jasnim planom djelovanja, turizam se treba, inicijalno, ukloputi u postojeće strateške smjernice te, postupno, utjecati na kreiranje budućih nacionalnih i europskih politika. Istodobno, vizija i strateški ciljevi turizma moraju odražavati nacionalne prioritete i biti zasnovani na vlastitim snagama i vrijednostima.

Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i značajno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske i blagostanju svih hrvatskih građana. Hrvatski turizam je nakon uspostave državne samostalnosti prošao dvadesetogodišnji proces tranzicije bremenit svim problemima i proturječnostima gospodarskog i društvenog razvitka zemlje. Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaće ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Poticanje bržeg gospodarskog rasta temeljenog na integraciji tržišta i institucionalnim reformama, viša stopa zaposlenosti i promicanje održivog razvoja tri su glavna strateška cilja Strateškog plana razvoja turizma do 2020 godine. Sukladno tome, a vodeći istodobno računa o postojećim ograničavajućim činiteljima budućeg turističkog razvoja RH te o globalnim trendovima u turističkoj potražnji, glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti. Istodobno, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja RH do 2020. godine su:

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja
- Novo zapošljavanje
- Investicije
- Povećanje turističke potrošnje

Strateški plan razvoja turizma destinacije (SPRT-a) Općina Fužine daje viziju održivog razvoja destinacije koja je namijenjena prvenstveno lokalnoj upravi i samoupravi, posebice njezinom turističkom i kulturnom sektoru, kao i njezinim ostalim dionicima. Svrha izrade plana razvoja turizma Općina Fužine je prije svega da poboljša kvalitetu života, osigura gospodarski napredak i blagostanje stanovništva, a osim toga i da posluži kao usuglašena polazna osnova, odnosno poduzetnički okvir razvoja turizma Općine u sljedećih šest godina.

1.1. Cilj

Strateškog plana razvoja turizma Općina Fužine predstavlja okvirni razvojni dokument, bolje rečeno, daje strateška opredjeljenja razvoja turizma Općine.

Za izradu Strateškog plana razvoja turizma na prostoru Općina Fužine, cijeli je prostor tretiran kao prirodno turistički (ima čitav niz karakteristika) uzimajući u obzir raspoložive resurse, a posebno tržišne trendove .

SVRHA izrade *Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine 2019.-2025.* je određivanje strateških prioriteta gospodarskog, društvenog, kulturnog i svekolikog razvoja Općine Fužine, usklađenih s relevantnim aktualnim strateškim dokumentima Općine, Primorsko-goranske županije, Republike Hrvatske i Europske unije. Građani i javna uprava moraju imati jasnu viziju kojom će definirati željeno društveno-gospodarsko stanje svoje Općine za razdoblje 2019. – 2025. godine i prema tome usmjeravati svoj razvoj kao i poslovne aktivnosti koje proizlaze iz postavljenih strateških ciljeva. Povrh toga ovaj strateški dokument predstavlja temelj za određenje konkurentnih mjera i akcija kojima se može aplicirati za fondove EU-a.

CILJEVI ovog strateškog dokumenta su preispitivanje postojeće vizije i misije Općine s namjerom da se njegovim stanovnicima osigura kvalitetan život, održivost i učinkovitije korištenje postojećih resursa. Potrebno je povećati konkurentnost gospodarstva, zadržati mlade i privući nove stanovnike te odrediti novi smjer održivog turizma koji će zadovoljiti dinamičnu okolinu i globalne trendove.

RESULTAT izrade Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine predstavlja pisani strateški dokument koji određuje prioritete razvoja kroz međusobnu usklađenost kulturno-povijesnog identiteta općine, određenje postojećeg stanja prirodnih resursa, infrastrukture i društvenih djelatnosti s gospodarskim, društvenim i ekološkim razvojem koji određuju njegovi stanovnici. Dokument se temelji na strateškim ciljevima i konkretnim mjerama, i predstavlja živi projekt podložan promjenama koji treba nadopunjavati, razvijati i prilagođavati utjecajima iz vanjske okoline (globalnim trendovima), ali i novim potrebama njegovih stanovnika. Dakle, strategija nije „konačan proizvod”, nego kontinuirani proces usavršavanja, učenja i prilagodbe koji određuje razvojne prioritete Općine Fužine u zadanom vremenskom razdoblju od 2019. do 2025. godine te zahtijeva otvoren pristup i uključenost čitave zajednice koja svojim prijedlozima i kritikama kreira budući razvoj grada i traži konstruktivna rješenja za globalne izazove

Pri definiranju Strateškog plana razvoja turizma uzeto je u obzir:

- Potreba određivanja najznačajnijih ciljeva,
- Odabir strategije i pravaca razvoja,
- Poboljšanje postojeće ponude,
- Razvoj nove ponude,
- Prognoza ulaganja,
- Sustavni pristup upravljanju turističkom destinacijom,
- Destinacijski menadžment i marketing.

Na taj način su definirani konkretni, pragmatični i primjenjivi rezultati, i to:

- Koji su pravci razvoja (smještaj, izvan pansiona ponuda, događaji, infrastruktura, druge djelatnosti itd.),
- Koja je strategija rasta i razvoja (konkretnе kvantifikacije),

- Koji su efekti (zaposlenost, prihodi itd.),
- Koja su potrebna ulaganja za realizaciju zacrtane strategije razvoja,
- Koja je dinamika razvoja,
- Koji je način upravljanja destinacijom koji garantira realizaciju planiranog,
- Kako postaviti marketinški koncept,
- Na koji način u turistički proizvod ili pojedinačne programe uključiti šire okruženje, i koje.

Pri definiranju vizije razvoja uzeti su u obzir sljedeći trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje),
- Sve veća očekivanja od cjelokupne destinacije,
- Promjena u potrebama (manje je slobodnog vremena, više se puta godišnje putuje, veći su zahtjevi),
- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima (dobro održavanim),
- Osobna sigurnost (sveukupna),
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti)

1.2 Metodologija

Metodologijom je utvrđen jedinstveni pristup, određen način izrade i provedbe Strateškog plana razvoja turizma Općina Fužine.

Cjelokupni proces izrade temelji se na sljedećim načelima:

- Partnerski pristup
- Multidisciplinarnost
- Konzultacijski proces
- Baziranje na relevantnim podacima
 - partnerski pristup

Kako bi izrada Strateškog plana razvoja turizma Općine bila transparentnija i kako bi se svi rezultati proizigli iz održanih radionica i dubinskih intervjuva mogli što uspješnije podijeliti s ostalim žiteljima Općine, najvećih i najmanjih turističkih subjekata, udruženja obrtnika, kao i svim zainteresiranim, nužno je bilo osigurati odgovarajući način prenošenja informacija. Tako su priliku da izlože prijedloge, sugestije, mišljenja imali svi zainteresirani. Time se ukazuje na značaj partnerskog pristupa i participacije u planiranju razvoja turizma.

- multidisciplinarnost

Turizam je izrazito multidisciplinarni sektor, stoga je pri planiranju turističkog razvoja bilo potrebno uključiti stručnjake iz različitih područja i djelatnosti kojima je turizam zajednička tema djelovanja.

- konzultacijski proces

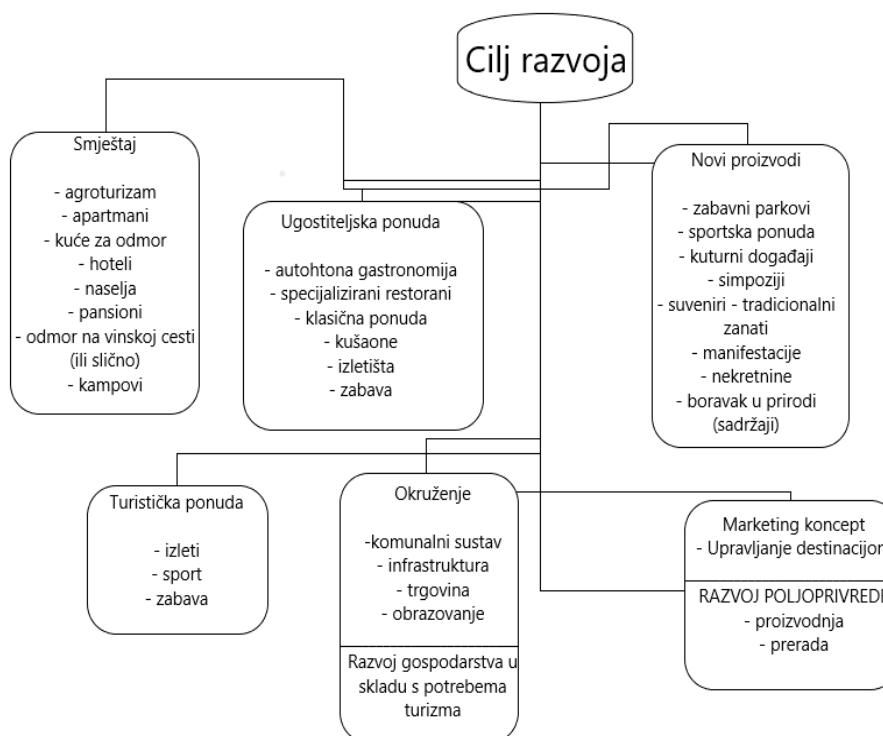
Konzultacijski proces je zahtijevao uključivanje predstavnika svih relevantnih dionika s područja Općine u proces izrade predmetnog plana. Na ovaj je način osiguran multidisciplinarni i partnerski pristup pri izradi Strateškog plana razvoja turizma, te je uspješnije provedena analiza problema, definirati su ciljevi, prioriteti i mjere. U radu radnih skupina sudjelovali su stručnjaci iz raznih institucija, privatnog i civilnog sektora koji su savjetovali, predlagali i usmjeravali izradu Strategije kroz za to namijenjene konstruktivne radionice.

- baziranje na relevantnim podacima

Izrada Strateškog plana razvoja turizma Općine temeljiti će se na analizi relevantnih, recentnih i pouzdanih sekundarnih podataka objavljenih u domaćim statističkim i/ili stručnim publikacijama te na podacima koji će se prikupiti i analizirati tijekom izrade predmetnog plana.

1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strateškog plana razvoja turizma Općina Fužine

Temelj određivanja turističke destinacija nije samo cilj putovanja, već sadržaj u prostoru koji se na turističkom tržištu može plasirati kao cjeloviti proizvod. Sa shemom smo ilustrativno prikazali u kom smislu treba promatrati i koncipirati razvoj turističke destinacije Općina Fužine, uvezvi u obzir sve resurse, potencijale kojima Općina raspolaže, sve u svrhu cjelokupne turističke ponude.



Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turooperatorima). Profesionalno i jasno strukturiranje turističkog sustava destinacije kompleksan je i dugotrajan proces. Pritom nije dovoljno raspolagati turističkim atrakcijama, već je potrebno sustavno poticati izgradnju cjelovitog lanca vrijednosti, gdje svi elementi destinacijske ponude moraju biti usklaćeni sa zahtjevima tržišta. Sukladno tome, Općina Fužine kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U tom kontekstu, za Općinu je trenutno najvažnije da se međusobno usklade aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda.

Poimanje turističkog tržišta je specifično po svim aspektima. Kako bi se razumio koncept turističkog proizvoda nužno je definirati i destinaciju i turistički proizvod. Tako je turistička destinacija sustav koji sadrži raznovrsne elemente te predstavlja fleksibilan, dinamičan prostor čije se granice ne određuju administrativno već ih određuje samo tržište, tj. turistička potražnja. Sljedeći prethodno zaključuje se da je destinacijski koncept usko vezan uz pojam turističkog proizvoda shvaćenog kao zbir različitih resursa koji se nude na tržištu, a upućeni su na određeni prostor te su bez istog besmisleni. Dok se na ostalim tržištima proizvodi promatraju pojedinačno (parcijalno), u turizmu je to često nemoguće. Ukoliko se destinacija percipira kao prostor ili zatvoreno tržište, tada je i destinacija tržiše parcijalnih proizvoda i usluga. S druge strane, ukoliko se turističko tržište promatra kao međunarodna kategorija, onda se destinacije promatraju kao cjeloviti proizvodi. U tom slučaju, destinacija postaje sveobuhvatni (integrirani) turistički proizvod te baš kao i ostali proizvodi postiže određenu razinu konkurentnosti.

Razvojem turizma želi se ostvariti povećanje ukupnih turističkih primitaka uz poštivanje načela održivog razvoja. Integralno upravljanje kvalitetom naglasak stavlja na potrebu kontinuiranog poboljšanja kvalitete i integralni pristup, a temelji se na polazištima zadovoljstva turista ponuđenim opipljivim i neopipljivim čimbenicima, među koje prije svega spada gostoljubivost, sigurnost, zaštita okoliša, čistoća i drugo. Isto tako predstavlja napor za postizanje unutarnje i vanjske kvalitete gdje se vanjska kvaliteta odnosni na održivi razvoj turizma s racionalnim korištenjem obnovljivih i neobnovljivih prirodnih i svih drugih resursa i atrakcija.

Turizam je vrlo složeni društveno-ekonomski sustav kojeg ne možemo razumjeti ukoliko ga upravo ne analiziramo i složenim metodama kojima se služi opća teorija sustava i putem koje možemo najbrže doći do novih spoznaja, novih znanja, razbijanja starih klišeja i paradigmi i uspostavljanja novih. Turizam, kao i svaka ekomska aktivnost, polučuje pozitivne i negativne posljedice.

Održivim razvojem turizma treba maksimizirati koristi od turizma i istovremeno minimizirati štete, te usmjeriti i limitirati turistički razvoj sukladno zahtjevima održivog razvoja turizma. Turizam, kao ekomska aktivnost, ima specifična obilježja. Turisti putuju, prilaze proizvodu, dolaze u destinaciju. Turizam je kao aktivnost koje se odvija kroz niz različitih subjekata koji pripadaju različitim granama gospodarstva teško kontrolirati. Pri procjeni utjecaja potrebno je posebno voditi računa o čimbeniku sezonalnosti zbog kojeg se veći dio aktivnosti koncentriira u kratkom vremenskom periodu, te stoga mogu polučiti velike štete.

Koncepcija održivog razvoja Općine promovira kontrolirani rast i razvoj uz maksimalno očuvanje i racionalno korištenje resursa. Time se ostvaruje dugoročni ekonomski i društveni razvoj. Razvoj koji bi u dužem periodu posljedično znatno narušio ekonomsku, društvenu i ekološku osnovu nije razvoj temeljen na načelima održivosti. Inicijativa za održivi razvoj treba stići iz lokalnih zajednica koje moraju shvatiti da u turizmu ekonomsku korist donosi ekološka odgovornost. Primjena koncepcije moguća je, dakle, isključivo na inicijativu lokalne uprave i samouprave, uz suglasnost ključnih nositelja turističke ponude, ali i gospodarskih subjekata drugih grana gospodarstva, te podršku lokalnog stanovništva.

U mjeri u kojoj je to moguće, Strateški plan razvoja turizma Općina Fužine je razumljiv i jednostavan dokument, primjenjiv u osmišljavanju razvoja Općine. Postojeće komparativne prednosti treba iskoristiti na taj način da Općina postane prema utvrđenoj viziji razvoja, „Općina po mjeri čovjeka, infrastrukturno, društveno, povijesno-kulturno, komunalno i ekološki sređena, te integrirana u suvremene europske trendove“.

2. SAŽETAK

Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine do 2025. temeljni je dokument razvoja turizma koji u prvom redu kao dugoročni cilj razvoja turizma ističe blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta uz maksimalno poštivanje načela održivog razvoja te valorizaciju kulturne baštine i tradicije ovoga područja. Turizam u Općini Fužine i okolice je u početnoj fazi razvoja, turistički je proizvod potrebno izgraditi i repozicionirati na turističkom tržištu. Nedovoljna razvijenost turizma na području Općine Fužine zahtjeva primjenu dva razvojna modela: restrukturiranja i repozicioniranja, te ubrzanog razvoja kao teorijski utemeljenog, praktično provedivog, jasnog i poticajnog razvojnog modela turizma Općine Fužine. Realizacijom postavljenih strateških ciljeva i ostvarenjem ključnih razvojnih projekata unaprijediti će se i obogatiti turistička ponuda destinacije i povećati atraktivnost što će rezultirati stvaranjem konkurentne i prepoznatljive destinacije na turističkog tržištu.

Izrada i primjena ove Strategije usmjerenja je na pružanje jasne i realne slike o mogućnostima rješavanja temeljnih otvorenih pitanja turističkog razvoja Općine Fužine, pri čemu je poseban naglasak na partnerskom pristupu svih dionika koji sudjeluju u razvoju turizma. (integralni pristup). Strategija treba postati osnovni strateški dokument na području turizma, kojim će se pokrenuti novi razvojni ciklus turizma na području Općine Fužine, kao i stvoriti stabilne uvjete za nove investicije u turizmu, te potaknuti invoviranje lokalnog stanovništva za nove poduzetničke poduhvate direktno ili indirektno povezane s turizmom. Turistički sektor na području Općine Fužine, danas je, u usporedbi s mogućnostima, nedovoljno razvijen te ostvaraće ekonomske učinke ispod objektivnih mogućnosti.

Opće gospodarsko stanje na području Općine Fužine nije zadovoljavajuće. Zbog toga bez odlaganja treba iskoristi šansu koju pruža razvoj turizma kao opći generator gospodarskog boljštaka Općine. Upravo je Strategija turističkog razvoja poduzetnički okvir koji definira najprimjerena strateška usmjerenja turističkog razvoja koja će potaknuti opći gospodarski prosperitet Općine, sinergijski efekt. Time se stvaraju osnova i uvjeti za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Strategija razvoja turizma Općine Fužine čini uz uvod trinaest poglavlja, kroz koje se analiziraju stanja resursa, posebno ponuda i potražnja, te se na kraju predlaže koncepcija razvoja turizma. Integralni pristup kao zakonitost i nit vodilja (konceptualna postavka), bez čega ne može biti ozbiljnog razvoja destinacije Fužine. To najpraktičnije znači da se cijelo područje Općine treba tretirati kao turistička destinacija koja mora djelovati usklađeno na svim područjima (prirodni resursi, povjesno-kulturna baština, infrastruktura, komunalna djelatnost, ukupno gospodarstvo, društvene djelatnosti). Praktično sve djelatnosti, resursi, usluge, cijeli prostor mora biti tretiran „turistički“. To do sada nije bilo tako. U tom kontekstu valja promatrati utjecaj i usklađenost razvojno-planske dokumentacije, također sustav poticaja. Stanje nije u svim elementima dovoljno dobro, treba ga mijenjati.

Postojeće stanje ponude nije zadovoljavajuće. Analiza stanja pokazuje, posebno je promatrajući integralno (usvojen koncept) da se zapravo mora napraviti vrlo ozbiljan iskorak na svim elementima ponude (ljudski resursi, kulturna i povjesna baština, infrastruktura, urbano uređenje, a posebno ugostiteljsko-turistička ponuda i čimbenici koji su dio te ponude kao što zabava, događaji, izleti, selektivni vidovi turizma itd.). Postojeće stanje potražnje ukazuje na negativnosti u komparaciji s trendovima u turizmu, a u krajnjem slučaju rezultira niskom potrošnjom, kratkom turističkom sezonom itd. Polazeći od sagledavanja stanja, uzet je u obzir, kao podloga za koncipiranje strategije razvoja još i globalna procjena društveno-ekonomskih kretanja u užem i širem okruženju. Ovo područje sagledavanja ne daje puno nade za dinamičniju stopu rasta i razvoja, što inače ima utjecaj na turistički razvoj. Tržišno kretanje i trendovi u turizmu, te usklađenost ponude otkriva čitav niz nedostataka skoro na svim

područjima. Polazeći od rečenog, a posebno promatraljući potencijalne mogućnosti, moguće je konstatirati da prostor Općine Fužine koji je turistički nerazvijen, nije devastiran (nepopravljivo), a s druge strane trendovi u turizmu pokazuju mogućnost ambiciozne postavke razvoja turizma koji bi ubuduće mogao polučiti pozitivne efekte na dobrobit mještana, Općine pa i šire,

Stoga je predloženo sljedeće:

1. Koncept dinamičnog razvoja s povećanjem smještajnih jedinica od 100 godišnje, značajno povećanje i poboljšanje ugostiteljske ponude. Također, turistička djelatnost mora pratiti ukupan razvoj (kvantitativno i kvalitativno). Sve rečeno je raščlanjeno i opisano kroz područja „poboljšanja postojeće ponude“ i kroz „nove proizvode“. Ukupno okruženje mora pratiti razvoj ove djelatnosti (integralni pristup). Sve to se treba reflektirati na promjenu strukture gostiju, popunjenoš kapaciteta na prosječno 75 dana. U krajnjem bi destinacija Fužine na kraju planskog perioda ostvarivala 97.750 noćenja, značajno povećanje potrošnje po noćenju sa sadašnjih 40 eura na 60 eura.

2. Povezati program *brendiranja* destinacije Fužine koji mora imati sadržajno elemente uravnoteženog i održivog razvoja
- u skladu s prirodom (povratak prirodi)
- razvoj ruralnog prostora Općine
- poštivanje ekoloških načela
- naglasak na autentičnost (prostor, objekti, hrana, piće, događaji itd.)

3. Upravljanje destinacijom i (operativan razvoj)

U tom je konkretno predložen model bez kojeg je vrlo izvjesno da će ova Strategija ostati mrtvo slovo na papiru. Ovo je možda najznačajniji dio Strategije razvoja turizma destinacije Fužine.

4. I na kraju, s ciljem da se razvoj i funkcioniranje turističke destinacije Fužine realizira prema zacrtanoj Strategiji, predložen je Plan provedbe u kojem je sublimirana koncepcija postavka, a također su dane sve mjere koje treba realizirati. U Planu provedbe su predložene mjere i aktivnosti i dinamika realizacije. Skrećemo pažnju na pristup predloženog Plana aktivnosti u smislu da su dane aktivnosti, zadaci s naznakom – sugestijom kako realizirati pojedine aktivnosti. Budući da autori, a i ostali učesnici u izradi ovog programa smatraju da svaku od aktivnosti treba detaljnije sagledati, u većini prijedloga dan je i stav da se napravi mini program. Ne bi se smjelo dogoditi da se troši puno vremena i novaca za ove zadatke, njih treba da realiziraju pojedine grupacije za svoje područje.

5. Vrijedno bi bilo razmotriti mogućnosti direktnog uključivanja Općine i šireg kruga mještana u realizaciji nekih konkretnih projekata (smještajni kapaciteti, imovina i sl.) po principu privatno-javnog partnerstva za što postoji konkretni pozitivni primjeri (Vrsar, Bale).

3. RESURSI I DJELATNOSTI

Poželjan turistički razvoj Općina Fužine podrazumijeva upravljanje njegovim ukupnim resursima na način koji će pridonijeti dugoročno održivom razvoju i blagostanju lokalne zajednice.

Resursi i njihove karakteristike značajno opredjeljuju turističku djelatnost, a istovremeno determiniraju kvalitetu života stanovništva. U sljedećem poglavlju navode se lokacija i površina, demografska slika, zaposlenost i nezaposlenost stanovništva, reljef i klima, biljni i životinjski svijet, poljoprivredne površine, vodno bogatstvo, povjesni i kulturni resursi, infrastruktura (prometnice, vodoopskrba, elektroopskrba, plinovod, telekomunikacijski promet, komunalna djelatnost), društvena djelatnost (obrazovanje, kultura, sport), gospodarstvo (turizam i ugostiteljstvo, poljoprivreda, malo i srednje poduzetništvo).

3.1. Lokacija i površina

Primorsko-goranska županija na sjeveru graniči s Republikom Slovenijom, na zapadu s Istarskom županijom, na istoku s Karlovačkom i Ličko-senjskom županijom, a na jugoistoku u Kvarnerskim vratima ima morsku granicu sa Zadarskom županijom. Županiji pripada i dio obalnoga mora s državnom granicom udaljenom 22 km jugozapadno od otoka Suska. Prostor Primorsko-goranske županije dijeli se na tri dijela – goransko područje, primorsko i otočno područje – i obuhvaća površinu od 3.588 km², ili 6,3 % državnog teritorija. U Primorsko-goranskoj županiji ima 14 gradova, 22 općine i 510 naselja.

Kopnena površina iznosi 3.588 km², a dužina morske obale iznosi 1.065 km.

Prema rezultatima Popisa stanovništva iz 2011. godine Primorsko-goranska županija ima ukupno 296.195 stanovnika i s udjelom od 6,9 % peta je po veličini u Republici Hrvatskoj (4.284.889) – iza Grada Zagreba (790.017), Splitsko-dalmatinske županije (454.798), Zagrebačke županije (317.606) i Osječko-baranjske županije (305.032).

Grad Rijeka – sjedište Primorsko-goranske županije sa 128.624 stanovnika treći je grad po veličini u Hrvatskoj – iza Grada Zagreba (790.017) i Grada Splita (178.102). Najmanji grad u Primorsko-goranskoj županiji po ukupnom broju stanovnika je Grad Cres s 2.879 stanovnika, a najmanja općina je Općina Brod Moravice sa 866 stanovnika.

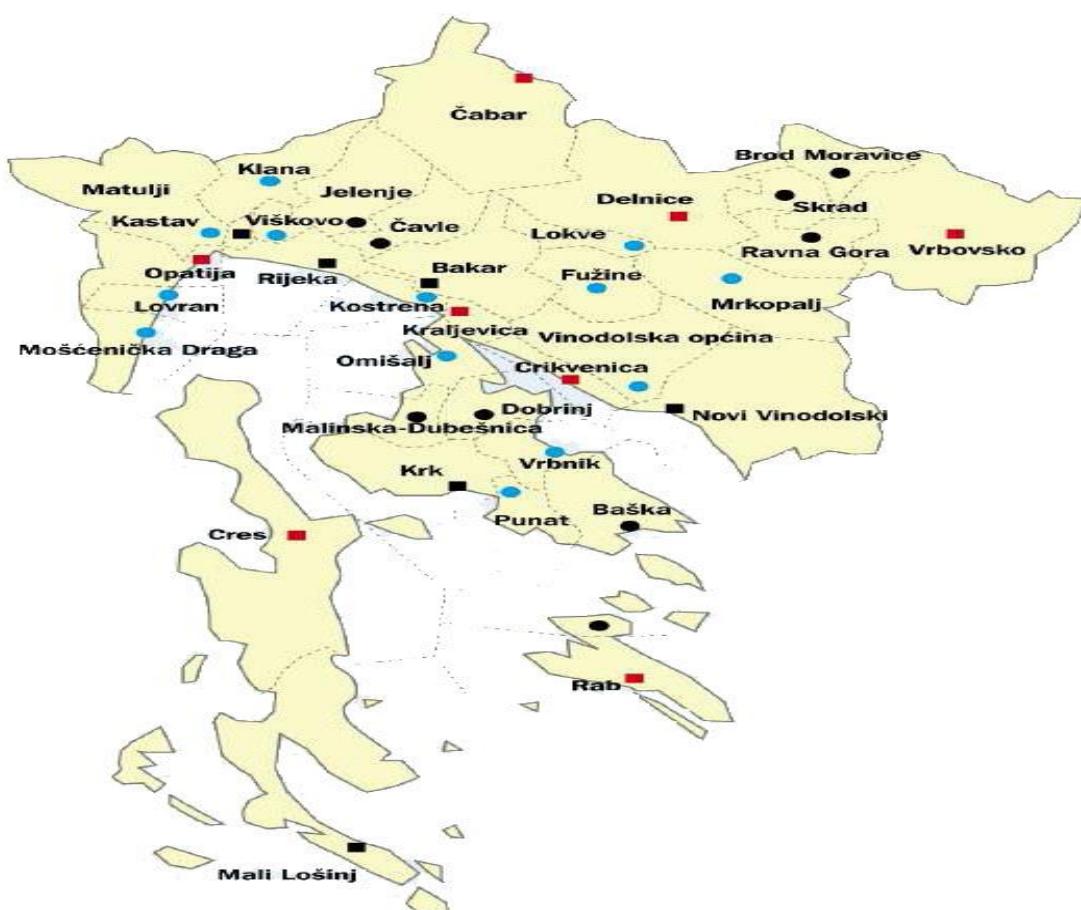
Goransko područje s umjerenom kontinentalnom do planinskom klimom s mnogim šumskim i vodnim resursima, prostor je koji se odlikuje kvalitetom zraka i vode i ima vrlo bogatu floru i faunu. Područje je malo izgrađeno i vrlo slabo nastanjeno. U zapadnom dijelu Gorskoga kotara najviši su vrhovi Risnjak (1528 m) i Snježnik (1506 m), a u jugoistočnom Bjelolasica (1534 m) i Viševica (1428 m). Između njih prema sjeveroistoku proteže se dolinama Dobre i Kupe niža središnja zona. Rijeka Kupa, najveća u Županiji, teče prema Savi u crnomorski sliv, ponornica Ličanka preko Dubračine u jadranski sliv.

Primorsko područje ima pretežito mediteransku klimu s utjecajima planinske klime (bura, kiša i snijeg) tijekom zimskih mjeseci, a proteže se polukružno uz Riječki zaljev i Vinodolski kanal, između grebena Učke (1396 m) na zapadu i rubnih planina Gorskoga kotara (Obruč 1376 m, Tuhobić 1109 m i dr.) na sjeveru i sjeveroistoku. Obuhvaća istočnu padinu Učke prema sjeveru krške Ćićarije, odvojenoj udolinom Jušići – Rupa od Klane i pitome Kastavštine. U riječkom je zaleđu Grobničina s prostranim Grobničkim poljem s nataloženim pleitocenskim šljunčanim naslagama. Iznad Bakarskoga zaljeva proteže se krasičko-hreljinski

plato i prema jugoistoku plodni Vinodol. Niski vapnenački greben presijecaju Potok, Rječina, Draški potok, Bakarska vrata i Suha Ričina.

Otočno područje s izrazitim značajkama mediteranske klime, sastavljen je od dvaju nizova kvarnerskih otoka: zapadni s Cresom i Lošinjem i nekoliko manjih otoka, a istočni s Krkom i Rabom te nekim manjim nenaseljenim otocima između njih. Najveći su otoci Krk i Cres – svaki po 405.8 km², za razliku od Krka koji je dvostruko širi, Cres je dvostruko duži. Vransko jezero na otoku Cresu, s razinom oko 13 m iznad mora, jedinstven je hidrografski fenomen na Jadranu, površine 5.5 km² i 74 m dubine (najdublji je dio jezera 60 m ispod morske razine) te sadrži više od 200 mil. m³ iznimno čiste pitke vode kojom se opskrbljuju mjesta na otocima Cres i Lošinj. Za vodoopskrbu otoka Krka služe dva mala jezera – Ponikve i Jezero te neki manji izvori, dok na otoku Rabu, uz nekoliko nedovoljnih lokalnih izvora

Slika 1. Primorsko-goranska županija i položaj Općine Fužine



Izvor: Karta PGŽ-Fotosavez PGŽ

3.2. Demografska slika Primorsko-goranske županije i Općina Fužine

Demografska povijest Primorsko-goranske županije pokazuje velike oscilacije u broju stanovnika, što je ponajprije uvjetovano zemljopisnim položajem, miješanim sastavom stanovništva, ratovima i s time povezanim političkim okolnostima u povijesti, a u sadašnje vrijeme najviše gospodarskim razlozima i migracijama po tom osnovu.

U Primorsko-goranskoj u promatranom vremenskom razdoblju na razini županije prevladavaju negativna demografska kretanja (ukupna depopulacija).

Glavni razlozi ukupne depopulacije su niska stopa nataliteta i negativna migracijska bilanca zbog kojih su demografska kretanja negativna, tj. dolazi do ukupne depopulacije tih županija. Postoje prostorne razlike u demografskim kretanjima u mikroregijama promatranih županija između kontinentalnog područja te primorja i otoka – ukupna depopulacija je izraženija u kontinentalnom području.

Tablica 1. Prirodno kretanje stanovništva u RH i PGŽ u razdoblju 2011.-2015. g

	Broj živorođenih		Broj umrlih		Prirodni prirast		Vitalni indeks (živorođeni na 100 umrlih)	
	RH	PGŽ	RH	PGŽ	RH	PGŽ	RH	PGŽ
- 2011.	41.197	2.499	51.019	3.513	-9.822	-1.014	80,7	71,1
- 2012.	41.771	2.504	51.710	3.632	-9.939	-1.128	80,8	68,9
- 2013	39.939	2.422	50.386	3.440	-10.447	-1.018	79,3	70,4
- 2014.	39.566	2.370	50.839	3.530	-11.273	-1.160	77,8	67,1
- 2015.	37.503	2.344	54.205	3.784	-16.702	-1.440	69,2	61,9
UKUPNO:	199.976	12.139	258.159	17.899	-58.183	-5.760	77,5	67,8

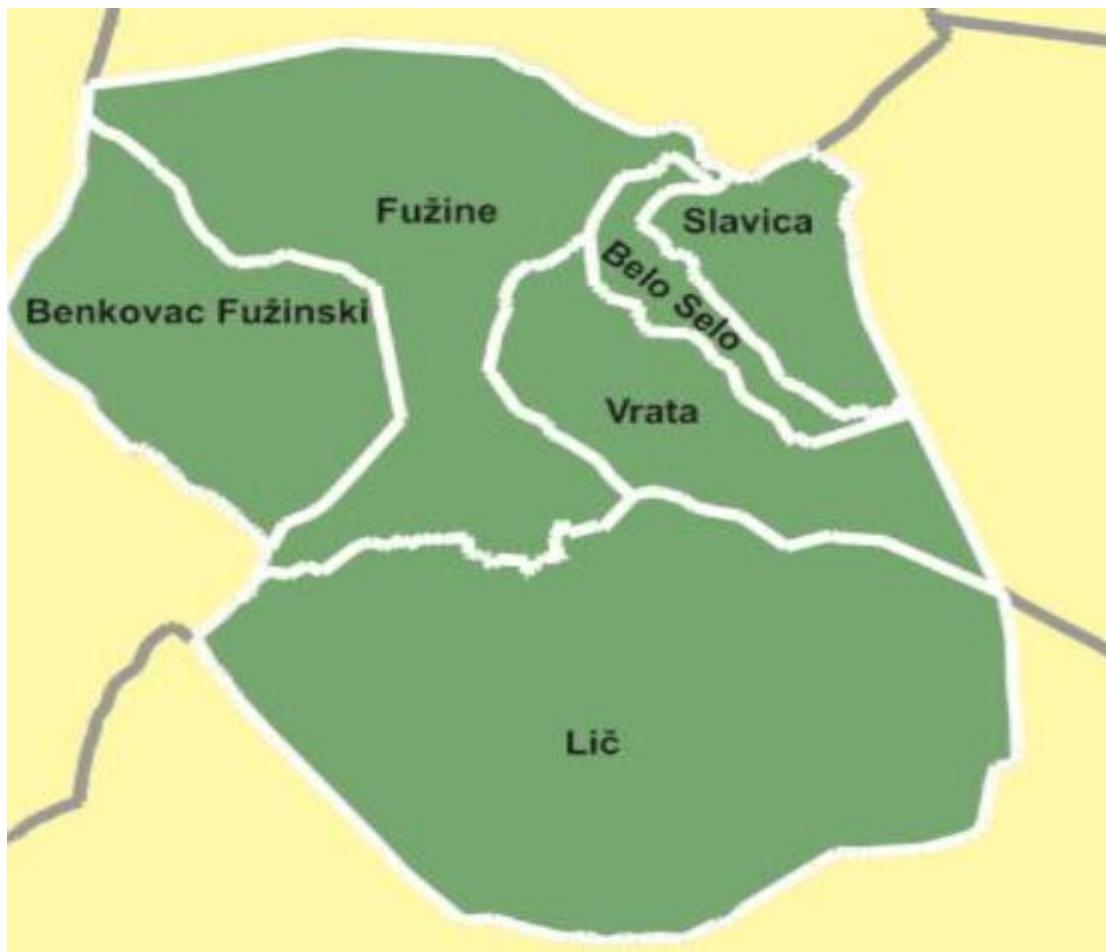
Izvor: DZS – Prirodno kretanje stanovništva Republike Hrvatske 2011.- 2015. godina

Negativan prirodni prirast stanovništva, kako u RH tako i u PGŽ, zabilježen je i u proteklih pet godina nakon zadnjeg Popisa stanovništva. Broj umrlih u RH bio je za 58.183 veći od broja živorođenih, a u PGŽ za 5.760. Najpovoljniji prirodni prirast u PGŽ-u bio je 2011. godine, kada je, iako negativan, iznosio -1.014, odnosno broj živorođenih bio je za toliko manji od broja umrlih osoba. Najnepovoljnija situacija u ovom pogledu bila je 2015. godine kada je 1.440 osoba umrlo više nego što je bilo živorođenih.

Fužine su relativno mlado naselje nastalo u 17. stoljeću kada su Zrinski ondje počeli kopati željeznu rudu. Zbog neisplativosti je posao ubrzo napušten, no Fužinama je iz toga vremena ostalo ime. „Fužinarstvo“ je pojam za iskop i preradu (željezne) rude, a korijen riječi vjerojatno dolazi od talijanskog izraza „fucina“ ili njemačkog „fusioniren“. Naselje se potom razvilo na Karolinskoj cesti (1726.-1737.) koja povezuje unutrašnjost i more, kasnije na željezničkoj pruzi Zagreb – Rijeka (1873.) te danas na auto cesti Rijeka – Zagreb (1995.) s čvorишtem u Vratima. Fužine su smještene 730 metara nad morem, u jugozapadnom dijelu Gorskog kotara, okružene slikovitim planinama, tišinom stoljetnih šuma crnogorice i ljepotom svojih jezera. Od svoga postanka pa do današnjih dana, Fužine mogu zahvaliti razvoj vrlo dobrom prometnom položaju i blizini tranzitnih pravaca – nekada cesti Karolini, koja je povezivala unutrašnjost s priobaljem, željezničkoj pruzi, a danas autocesti Zagreb – Rijeka, koja skraćuje put do mora na samo pola sata. Općina Fužine smještena je u zaleđu Bakra i Crikvenice, a cestovno je udaljena od županijskog središta, grada Rijeke, 39 km. Najbliži

veliki hrvatski gradovi Općini Fužine su Karlovac (82 km), i Zagreb (130 km), Opatija (48 km), Trst (110 km). Općina Fužine obuhvaća 86,34 km² i čini 2,40 % ukupne kopnene površine Primorsko-goranske županije. U sastavu Općine su sljedeća naselja: Belo Selo, Benkovac Fužinski, Fužine, Lič, Slavica i Vrata.

Općina	Površina / km ²	Broj naselja	Broj kućanstava	Broj stanovnika	Gustoća stanovnika/na km ²
			2001. 2011.	2001. 2011.	2001 . 2011.
Fužine	86,0	6	703 661	1.855 1.592	21,57 18,52



Izvor: Prikaz područja Općine Fužine (Autor: Marko Jukić)

Tablica 2 . Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima

	Spol	Ukupno	Starost																			
			0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
Primorsko-goranska županija																						
Općina Fužine	sv.	1.592	48	51	64	67	72	89	86	99	90	121	138	148	138	81	111	100	64	17	5	3
	m	796	26	25	38	37	40	45	49	48	52	59	75	78	79	37	45	37	20	4	2	-
	ž	796	22	26	26	30	32	44	37	51	38	62	63	70	59	44	66	63	44	13	3	3
Naselja																						
Belo Selo	sv.	50	-	1	1	-	-	2	-	2	5	3	2	2	4	8	9	4	4	3	-	-
	m	23	-	1	1	-	-	-	-	1	4	3	-	1	1	3	5	2	1	-	-	-
	ž	27	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2	1	3	5	4	2	3	3	-	-
Benkovac Fužinski	sv.	33	1	-	2	-	2	-	1	2	1	1	4	5	3	3	1	2	5	-	-	-
	m	18	-	-	2	-	1	-	-	1	1	1	1	4	2	2	-	-	3	-	-	-
	ž	15	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	3	1	1	1	1	2	2	-	-	-
Fužine	sv.	685	19	23	25	32	38	36	41	44	36	62	67	59	59	22	37	46	26	9	3	1
	m	335	10	10	14	18	18	16	24	21	25	23	38	32	34	10	14	17	6	3	2	-
	ž	350	9	13	11	14	20	20	17	23	11	39	29	27	25	12	23	29	20	6	1	1
Lič	sv.	504	19	17	23	19	19	30	30	33	26	32	43	45	49	30	34	32	19	2	2	-

	Spol	Ukupno	Starost																			
			0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
	m	259	11	7	15	11	14	17	16	16	13	16	24	24	29	14	12	11	8	1	-	-
	ž	245	8	10	8	8	5	13	14	17	13	16	19	21	20	16	22	21	11	1	2	-
Slavica	sv.	33	-	1	1	-	-	-	1	-	3	2	3	1	3	2	7	7	2	-	-	-
	m	19	-	1	1	-	-	-	1	-	-	2	2	-	3	1	3	4	1	-	-	-
	ž	14	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	1	1	-	1	4	3	1	-	-	-
Vrata	sv.	287	9	9	12	16	13	21	13	18	19	21	19	36	20	16	23	9	8	3	-	2
	m	142	5	6	5	8	7	12	8	9	9	14	10	17	10	7	11	3	1	-	-	-
	ž	145	4	3	7	8	6	9	5	9	10	7	9	19	10	9	12	6	7	3	-	2

Izvor: DZS Popis stanovništva 2011.

Iz tablice 1. u Općini Općina Fužine prema popisu stanovništva iz 2011. godine živi 1.592 stanovnika, od toga 796 muškaraca i 796 žena. Najviša prosječna starost stanovništva je u dobi 55-59 godina, 148 (78 muškaraca te 70 žena). Slijede populacija starosne dobi od 65 do 69, 138 osoba, te populacija od 50 do 54, 138 osoba.

Tablica 3. Stanovništvo staro 15 i više godina prema najvišoj završenoj školi, starosti i spolu

	Starost	Spol	Ukupno	Bez škole	1 - 3 razreda osnovne škole	4 - 7 razreda osnovne škole	Osnovna škola	Srednja škola ¹⁾	Visoko obrazovanje				Nepoznat o
									Svega	Stručni studij ²⁾	Sveučil išni studij ³⁾	Doktorat znanosti	
Općina Fužine	Ukupn o	sv.	1.429	9	2	19	451	792	151	74	75	2	5
	m		707	2	1	4	142	486	72	39	32	1	-
	ž		722	7	1	15	309	306	79	35	43	1	5
	15-19	sv.	67	-	-	-	49	18	-	-	-	-	-
	m		37	-	-	-	25	12	-	-	-	-	-
	ž		30	-	-	-	24	6	-	-	-	-	-
	20-24	sv.	72	-	1	1	5	59	6	4	2	-	-
	m		40	-	1	1	3	31	4	3	1	-	-
	ž		32	-	-	-	2	28	2	1	1	-	-
	25-29	sv.	89	-	-	-	4	65	20	8	12	-	-
	m		45	-	-	-	2	39	4	2	2	-	-

Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine

	Starost	Spol	Ukupno	Bez škole	1 - 3 razreda osnovne škole	4 - 7 razreda osnovne škole	Osnovna škola	Srednja škola ¹⁾	Visoko obrazovanje				Nepoznat o
									Svega	Stručni studij ²⁾	Sveučilišni studij ³⁾	Doktorat znanosti	
		ž	44	-	-	-	2	26	16	6	10	-	-
	30-34	sv.	86	-	-	-	6	60	20	8	12	-	-
		m	49	-	-	-	2	36	11	6	5	-	-
		ž	37	-	-	-	4	24	9	2	7	-	-
	35-39	sv.	99	-	-	-	18	67	14	7	6	1	-
		m	48	-	-	-	7	36	5	3	2	-	-
		ž	51	-	-	-	11	31	9	4	4	1	-
	40-44	sv.	90	-	-	-	19	61	10	4	6	-	-
		m	52	-	-	-	11	35	6	3	3	-	-
		ž	38	-	-	-	8	26	4	1	3	-	-
	45-49	sv.	121	-	-	-	23	80	18	12	6	-	-
		m	59	-	-	-	9	39	11	9	2	-	-

Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine

	Starost	Spol	Ukupno	Bez škole	1 - 3 razreda osnovne škole	4 - 7 razreda osnovne škole	Osnovna škola	Srednja škola ¹⁾	Visoko obrazovanje				Nepoznat o
									Svega	Stručni studij ²⁾	Sveučilišni studij ³⁾	Doktorat znanosti	
		ž	62	-	-	-	14	41	7	3	4	-	-
	50-54	sv.	138	-	-	-	28	93	17	6	10	1	-
		m	75	-	-	-	12	53	10	4	5	1	-
		ž	63	-	-	-	16	40	7	2	5	-	-
	55-59	sv.	148	3	-	1	46	86	11	6	5	-	1
		m	78	1	-	1	14	57	5	2	3	-	-
		ž	70	2	-	-	32	29	6	4	2	-	1
	60-64	sv.	138	1	-	-	47	74	16	7	9	-	-
		m	79	1	-	-	17	54	7	3	4	-	-
		ž	59	-	-	-	30	20	9	4	5	-	-
	65-69	sv.	81	1	-	-	37	38	5	5	-	-	-
		m	37	-	-	-	9	28	-	-	-	-	-

Strateški plan razvoja turizma Općine Fužine

	Starost	Spol	Ukupno	Bez škole	1 - 3 razreda osnovne škole	4 - 7 razreda osnovne škole	Osnovna škola	Srednja škola ¹⁾	Visoko obrazovanje				Nepoznat o
									Svega	Stručni studij ²⁾	Sveučilišni studij ³⁾	Doktorat znanosti	
		ž	44	1	-	-	28	10	5	5	-	-	-
	70-74	sv.	111	1	-	8	54	38	9	6	3	-	1
		m	45	-	-	2	12	26	5	4	1	-	-
		ž	66	1	-	6	42	12	4	2	2	-	1
	75 i više	sv.	189	3	1	9	115	53	5	1	4	-	3
		m	63	-	-	-	19	40	4	-	4	-	-
		ž	126	3	1	9	96	13	1	1	-	-	3

Izvor: DZS Popis stanovništva 2011.

Tablica 4. Stanovništvo prema glavnim izvorima sredstava za život i spolu

	Spol	Ukupno 1)	Prihodi od stalnog rada	Prihodi od povremeno g rada	Prihodi od poljopr ivrede	Starosn a mirovin a	Ostale mirovin e	Prihodi od imovin e	Socijaln e naknade	Osta li prih odi	Povre mena potpor a drugih	Bez prihod a	Nepoznato
Primorsko -goranska županija	sv.	296.195	110.347	8.752	503	54.697	25.435	3.673	8.293	7.06 4	5.027	81.204	343
	m	143.085	60.442	5.019	352	25.411	9.052	1.526	3.332	3.16 5	2.441	36.559	147
	ž	153.110	49.905	3.733	151	29.286	16.383	2.147	4.961	3.89 9	2.586	44.645	196
Fužine	sv.	1.592	570	34	7	312	230	7	67	23	11	376	1
	m	796	345	16	5	155	85	3	28	12	5	167	-
	ž	796	225	18	2	157	145	4	39	11	6	209	1

Izvor: DZS Popis stanovništva 2011.

Iz gornje tablice od ukupno 1.592 stanovnika na području Općine Fužine, njih 570 (345 muškaraca i 225 žena) živi od prihoda od stalnog rada. Slijede uživaoci starosnih mirovina njih 312 (155 muškaraca i 157 žena) te uživaoci ostale mirovine, njih 230. Iznenađuje veliki broj osoba bez prihoda, njih 376 (167 muškaraca i 209 žena).

Tablica 5. osiguranici mirovinskog osiguranja prema županijama, općinama i osnovama osiguranja

ŽUPANIJA: 08 PRIMORSKO-GORANSKA

Šifra i naziv općine, grada	Radnici kod pravnih osoba			Obrtnici			Poljoprivrednici			Samostalne profesionalne djelatnosti		
	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
117 Fužine	244	172	416	15	8	23	0	1	1	4	3	7
Šifra i naziv općine, grada	Radnici kod fizičkih osoba			Osig. zaposleni kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu			Osiguranici - produženo osiguranje			U K U P N O		
	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
117 Fužine	14	19	33	0	0	0	2	0	2	279	203	482

Izvor: HZMO 31. 12. 2019.

Iz tabele broj 5, osiguranici mirovinskog osiguranja, najviše je osoba njih 416 (244 muškaraca i 172 žene) zaposlene kod pravnih osoba, te 23 osobe kod obrtnika. Poljoprivredom se bavi jedna osoba. Kod fizičkih osoba, najviše je zaposleno, 35 osoba (16 muškaraca i 19 žena). Od samostalne djelatnost živi 482 osoba (279 muškaraca i 203 žene).

Tablica 6. Broj evidentiranih nezaposlenih osoba po obrazovanju, a imaju prebivalište na području Općina Fužine (prosinac 2017.)

Razina obrazovanja	siječanj	veljača	ožujak	travanj	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad	studen	prosinc
(0) Bez škole i nezavršena osnovna škola	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
(1) Završena osnovna škola	16	17	15	13	10	8	9	9	8	9	10	10
(2) Srednja škola	38	34	33	31	26	23	21	20	19	21	24	32
(2.1) S.Š. do 3 godine te za KV i VKV radnike	20	15	16	15	12	12	9	9	11	11	9	12
(2.2) S.Š. u trajanju od 4 i više godina	16	17	15	15	13	10	11	11	7	8	13	18
(2.3) Gimnazija	2	2	2	1	1	1	1		1	2	2	2
(3) Prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola	3	3	3	3	4	5	5	4	5	6	5	5
(4) Fakultet, akademija, magisterij, doktorat	6	7	6	4	6	3	5	5	4	4	4	3
Ukupni zbroj	67	65	61	53	48	41	42	40	38	42	45	52

Izvor: HZZO prosinac 2017.

Iz tablice 6. vidljivo je da je prvih 4 mjeseca nezaposlenost (najviše njih tj. 38 sa srednjom školom) bila najveća. Dolaskom turističke sezone, nezaposlenost je pala za cca 35 % u usporedbi s početkom godine.

3.3. Prirodni resursi

Cilj turističke valorizacije trebala bi biti kvantitativna i kvalitativna procjena vrijednosti svih popisanih prirodnih ili kulturnih resursa, kako bi se na osnovi te ocjene utvrdila njihova potencijalna vrijednost za turizam. Zbog toga ona spada u važnije i zasigurno jedne od najkompleksnijih faza u procesu planiranja i razvoja turizma. Valorizacija prirodnih resursa obuhvaća sustavno razvrstavanje pojedinih resursa u prostoru prema određenim čimbenicima kao što su njihovo rekreativno svojstvo, svojstvo znamenitosti, estetsko i kuriozitetno svojstvo, ali odgojna i gospodarska vrijednost.

3.3.1 Reljef i klima

To je relativno visoka krška regija građena pretežno od mezozojskih vapnenaca i izrazito odvojena od mediteranskog i peripanonskog područja. U najvećem dijelu Gorskog kotara pa tako i Općine Fužine prevladavaju karbonati (vapnenci, dolomiti i osobito dolomitizirani vapnenci) većinom jurske starosti. U smjeru Kvarnera sve je češći i čisti kredni vapnenački sastav. Ova obilježja bitno su utjecala na reljefne i hidrogeografske osobine Gorskog kotara, što čini Gorski kotar tipičnim krškim područjem koje obiluje sa svim krškim fenomenima. Područje Općine Fužine spada dijelom u zonu kontinentalne, a dijelom planinske klime. Od naročitog je značaja utjecaj vjetrova, osobito juga i bure koji znaju, posebice u višim predjelima poprimati žestoke razmjere. Kratka i svježa ljeta, duge i oštре zime s mnogo

snijega karakteristika su klime na ovom području. Prosječna godišnja temperatura zraka je 7,6 stupnjeva Celzija. Ljeti temperature rijetko prijeđu 30°, a toplih noći gotovo i nema. Stoga je ljeti klima izuzetno ugodna, kao što su to i stabilni zimski dani s bogatstvom snijega. Goransko područje je prvo u Hrvatskoj po količini padalina te srednja količina padalina iznosi 2.307 mm.

3.3.2. Biljni i životinjski svijet

Biljni svijet predstavlja osnovicu za razvoj ruralnog i eko turizma, ali i ima veliku ulogu u krajobraznom oblikovanju prostora, te estetskom dojmu destinacije. Na području Općina Fužine isprepliću se raznolike biljne zajednice koje ponajviše doprinose mozaiku ruralnog prostora i njegovojo atraktivnosti, s naglaskom na vazdazelene šume i mediteranski vrt kao važnu atrakciju u vidu urbanog okoliša.

U životinjskom svijetu na području Općina Fužine prevladavaju

- srna obična, divlje svinje
- jelen obični
- zec obični
- medvjedi

U Općini Fužine djeluje lovačko društvo „Srnjak“ u svom dijelu ima 1 lovište „Vranjak“ koje se prostire se na 3.467 hektara područja bogatog biljnim i životinjskim svijetom koja osim lokalnog stanovništva koriste i inozemni lovci

3.3.3 Poljoprivredne površine

Udio poljoprivrednog stanovništva na području Općine Fužine je vrlo nizak. Područje Fužina kao i ostalog dijela Gorskog Kotara zbog klimatskih i zemljopisnih uvjeta je ograničeno pogodno za tržišno orijentiranu poljoprivrednu proizvodnju. Na području Općine uzgajaju se pretežno različite vrste bobičastog voća te krumpir.

3.3.4. Vodno bogatstvo

Kroz područje Općine Fužine protječe nekoliko vodotoka: Kostanjevica, Lepenica, Benkovac, Potkoš, Vratarka, Podgrobje i najznačajniji – Ličanka. Na izvoru Ličanke nalazi se vodocrpilište i koristi se i za vodoopskrbnu namjenu (za piće). Ličanka je vodotok koji nastaje spojem dvaju Vrela – Velike i Male Ličanke. Njima se priključuju i vode potoka Kostanjevica i Lepenica. Ličanka nastavlja svoj prirodni tok prema polju Lič skupljajući uz put i vode nekoliko manje značajnih potoka (Benkovac, Potok pod grobljem), te završava svoj površinski tok u ponoru kod Potkobiljaka, na koti od oko 690 m.n.y.

3.3.5. Povijesni i kulturni resursi

Pojam kulturnog turizma općenito se primjenjuje na putovanja koja uključuju posjet kulturnim resursima bez obzira na inicijalnu motivaciju. On je ograničen utolikto što previđa važan element u turizmu, a to je „zabava“, te što isključuje duhovne dimenzije kulture. Kultura ne obilježava samo posjet muzeju ili koncertu, dakle njezinu institucionaliziranom obliku, već ona može biti i nematerijalne prirode. Neki oblici kulture, kao što su muzeji, galerije, festivali, arhitektura, povijesne gradine, umjetničke predstave i lokaliteti baštine, rutinski privlače turiste. Svi ti oblici kulture izrazi su ili sadrže izraz jedne ili više likovnih,

popularnih ili folklornih umjetnosti, ili pak izraz jednog ili više lokalnih stilova života – tradicijskog, povijesnog ili modernog.

4. Infrastruktura

Adekvatno riješena fizička infrastruktura (prometna, komunalna, itd.) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj bilo kojeg područja. Razvojni potencijal Općine, a samim time i turistička kvaliteta regije, postala bi još konkurentnija kada bi se više ulagalo u modernizaciju prometnica, sanaciju odlagališta otpada te izgradnjom sustava gospodarenja otpadom, u skladu sa standardima EU-a.

Potrebe međunarodne razmjene i ubrzani razvoj gospodarstva, posebno turizma kao jednog od oslonaca razvoja Istarske županije, uvjetuju potrebu za kvalitetnom prometnom infrastrukturom. Stoga se veliki napori ulažu u međuregionalno povezivanje unutar Hrvatske i uključivanju u širi europski prostor.

Izgradnji prometnog sustava kao dugoročnog procesa i sigurnosti prometa Primorsko-goranska županija posvećuje veliku pažnju, istovremeno vodeći brigu o zaštiti okoliša i primjeni načela održivog razvijanja.

U Općini Fužine planiraju se sljedeće površine za infrastrukturne sustave:

- prometni sustavi,
- energetski sustavi,
- vodno gospodarski sustavi.

4.1. Prometnice

Postojeću prometnu mrežu prostora Općina Fužine čine državne ceste, te županijske i lokalne ceste i ostale ceste. U hijerarhiji osnovnih cestovnih prometnih koridora, na državnu cestovnu mrežu naslanja se mreža županijskih cesta koja je u funkciji općinskog i međuopćinskog povezivanja. Lokalne ceste preuzimaju na sebe funkciju povezivanja naselja na prostoru Općine.

Cestovne veze

Područjem Općine Fužine prolazi najvažniji putnički prometni tok, državna autocesta A6, koja povezuje sjeverozapadnu i Srednju Europu preko Zagreba s jadranskim turističkim odredištimi. Područjem Općine Fužine prolazi dio autoceste **A6** (čvorište Bosiljevo II (A1) – Delnice – Rijeka (čvorište Orešovica, A7) u sklopu koje se nalazi prometno čvorište „Vrata“, vijadukt Bajer, tuneli „Tuhobić“ i „Sleme“.

Sve ostale ceste spadaju u nerazvrstane općinske ceste. Važno je napomenuti da je velika većina tih cesta ipak asfaltirana što je važno zbog bolje integracije prostora Općine. U cilju oživljavanja pojedinih dijelova Općine Fužine. Planom se također predviđa i izgradnja nekoliko novih ostalih cesta (nerazvrstanih). Ukupna duljina nerazvrstanih cesta na području Općine Fužine iznosi 45,173 km.

Željeznički promet

Željezničku infrastrukturu čini dionica željezničke pruge Zagreb – Karlovac – Vrbovsko – Moravice – Delnice – Fužine – Plase – Rijeka (državna magistrala I. reda) te koja je od međunarodnog značenja (glavna koridorska pruga M20216). Željeznički kolodvor u Fužinama namijenjen je putničkom prometu i prometu roba. Postojanje ovakve prometne infrastrukture značajno olakšava poslovanje potencijalnim budućim ulagačima te Općinu čini atraktivnom za smještanje različitih gospodarskih djelatnosti.

4.2. Vodoopskrba

Javni isporučitelj vodnih usluga na području Općine Fužine je trgovačko društvo Komunalac – vodoopskrba odvodnja d. o. o. iz Delnica koja puža svoje usluge u 7 JLS-ova (koje su i vlasnici udjela) na području Gorskog Kotara, a na sustav vodoopskrbe je priključeno 97 % kućanstava. Cilj je prioritetno intenziviranje izgradnje sustava prikupljanja i odvodnje otpadnih voda na prostoru Gorskog kotara (SJO Čabar, Tršće, Lokve – Homer, Delnice, Ravna Gora, Vrbovsko, Jablan i Fužine – Vrata). Na području Općine Fužine, sustav odvodnje je djelomično izgrađen.

4.3. Elektroopskrba

Napajanje sadašnjih potrošača te novi potrošači i povećane potrebe postojećih potrošača na području Općine osiguravat će se iz postojećih kapaciteta 20kV mreže, odnosno izgradnjom novih 20 kV vodova i trafostanica 20/0,4 kV, kada to bude potrebno. Budući vodovi 20 kV unutar građevinskih područja izvoditi će se obavezno podzemnim kabelskim vodovima, a postupno će se zamjenjivati nadzemni vodovi, koji danas prolaze kroz naselja.

4.4. Plinovod

Prostornim planom Primorsko-goranske županije usvojena je trasa međunarodnog transportnog plinovoda Italija – Hrvatska. Na trasi kopnenog dijela magistralnog plinovoda određene su mjerno reduksijske stanice (MRS) kao mjesta priključka županijske mreže plinovoda. Također je predviđena alternativna trasa magistralnog plinovoda, koja je vezana i uz mogućnost dobave ukapljenog prirodnog plina, a čini je podmorska dionica Plomin – Omišalj i kopnena Omišalj – Delnice – Republika Slovenija, koja dijelom prolazi i područjem Općine Fužine. Koncepcija plinifikacije Općine Fužine temelji se na Studiji i Idejnem projektu opskrbe prirodnim plinom Županije Primorsko-goranske. Na području Općine Fužine predviđena je lokacija reduksijske stanice RS Vrata i RS Lič, te MRS Vrata i Slavica. Kapacitet reduksijskih stanica predviđen je za pokrivanje ukupnih potreba za grijanjem, pripremom potrošne tople vode i kuhanjem u kućanstvima, kao i opskrbu plinom građevina gospodarske namjene.

4.5. Telekomunikacijski promet

Područje je gotovo potpuno pokriveno fiksnim telefonskim linijama i mobilnom telefonijom, čime je omogućeno i spajanje računala na internetsku mrežu, što je važno za razvoj gospodarstva, posebno turizma ali i kvalitete života stanovnika. Internetska mreža je dostupna na većem području, no ona je nedovoljne kvalitete i brzine. U Fužinama i Liču se nalaze poštanski uredi.

5. Komunalna djelatnost

5.1. Odvodnja otpadnih voda

Na području Općine Fužine, sustav odvodnje je djelomično izgrađen. Naselje Fužine ima riješen sustav odvodnje s pročistačem za oko cca 75 % naselja, dok ostala naselja nemaju riješen sustav odvodnje.

Otpadne vode s područja Općine Fužine ispuštaju se u sustav javne odvodnje te se iste dovode do uređaja za pročišćavanje otpadnih voda i ispuštaju u prijemnik. Objekti unutar Općine, a u naselju bez sustava javne odvodnje, svoje otpadne vode zbrinjavaju putem sustava interne odvodnje. Djelatnost javne odvodnje na području Općine Fužine obavlja javni isporučitelj vodne usluge Komunalac – vodoopskrba i odvodnja d. o. o. Delnice sa sjedištem u Delnicama.

5.2. Gospodarenje otpadom

Na području Općine Fužine djelatnost javne usluge prikupljanja miješanog komunalnog otpada, biorazgradivog komunalnog otpada i postupak odvojenog prikupljanja otpadnog papira, metala, stakla, plastike i tekstila te krupnog (glomaznog) komunalnog otpada obavlja Komunalno trgovačko društvo „Fužine“ d. o. o. Lič.

6. Društvene djelatnosti

Razvijenost obrazovnog sustava (srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj svake Županije. Naglasak ipak treba staviti na unapređenje sustava visokog obrazovanja Istarske županije, na upotrebu najnovijih znanja i tehnologije. Osnovna pretpostavka ka kvalitetnijim kadrovskim rješenjima jest poticanje želje za usavršavanjem te cjeloživotno učenje. Sustav društvenih djelatnosti Općine uključuje sljedeće:

- Predškolski odgoj
- Obrazovanje
- Kultura
- Sport
- Socijalna zaštita
- Zdravstvena zaštita
- Civilno društvo

Objekti društvenog standarda na području Općine iako skromno dimenzionirajući više značajnu i polivalentnu u korištenju osiguravaju dostatnu razinu društvenog standarda koja će se rastom stanovništva i broja turista morati prilagoditi novom standardu i zahtjevima tržišta.

6.1. Predškolski odgoj i obrazovanje

Osnovno školsko obrazovanje na području Općine odvija se od 1785. godine. Osnovna škola Ivanke Trohar Fužine, škola s bogatom tradicijom poučavanja, odgojila je i obrazovala velik broj uglednih znanstvenika, umjetnika i intelektualaca, kao i generacije djece iz Fužina, Liča i Vrata. Na području Općine djeluje i Osnovna glazbena škola „Ive Tijardovića“ iz Delnica, koju pohađa 23 učenika. Nastava se odvija u prostorima Osnovne škole „Ivanke Trohar“

Fužine. Fužine školu dobivaju već 1785. godine. To je jedna od najstarijih škola u ovom dijelu Hrvatske, a utjecala je na visok stupanj pismenosti i kulture stanovništva kroz povijest. U naseljima Općine Fužine govori se štokavsko, čakavsko i kajkavsko narječje, što se zadržalo do danas pa je govor svih triju dijalekata: ča-kaj-što zanimljiva karakteristika ovoga kraja. Na području Općine nema srednjih škola. Učenici najčešće nastavljaju školovanje u Delnicama i Rijeci. Na području Općine Fužine nema visokoškolskih obrazovnih ustanova, a studenti iz Općine odlaze na studij najviše u Rijeku, Karlovac i Zagreb.

6.2. Kultura

Kultura je cjelokupno društveno naslijede neke grupe ljudi, to jest naučeni obrasci mišljenja, osjećanja i djelovanja neke grupe, zajednice ili društva, kao i izrazi tih obrazaca u materijalnim objektima.

Općina Fužine sa svojim okolnim naseljima bogata je kulturnoškom ponudom, kao kulturni prostor mikrokozmos sačinjen od raznolikih kulturnih izričaja koji su se, unatoč standardizacijama jezika i kulturnih izričaja uopće, sačuvali do danas. Raznolikost je vidljiva i površnom promatraču, u krajobrazu i arhitekturi, običajima, organizaciji suvremenog života.

Kultурне znamenitosti u Općini Fužine

Župna crkva Sv. Jurja, viteza i mučenika u Liču

Naseljenicima iz 1605. Juraj Zrinski je sagradio prвobitnu crkvу Sv. Jurja, dok Nikola Zrinski kasnije gradi crkvу Sv. Jurja na današnjem mjestu. Kao godina početka gradnje uzima se 1630., a završetka 1662. Crkva je danas jednobrodna građevina sa lađom u kojoj se nalazi krstionica i kor, istaknutim svetištem (prezbiterijem), sakristijom i zvonikom (tornjem). Glavni oltar posvećen je Sv. Jurju koji se slavi 23. 4. kao zaštitnik mjesta, škole i župe Lič.

Crkva Majke Božje Lurdske u vratima

Gradnja crkvice započela je 1929. godine, postavljanjem kamena temeljca na inicijativu domaćeg svećenika Antuna Golika, a završena je u srpnju 1932. godine. Oltar u neogotskom stilu krasi prekrasan kip Gospe donijete iz Lourdesa. Strop je obložen ariševim drvom, a pod hrastovim parketom. Velik dio materijala za gradnju potječe od samih mještana Vrata, koji su sudjelovali i u gradnji crkve.

Crkva Svetog Jurja i svetište Majke Božje Snježne

U Liču, najstarijem mjestu Općine Fužine, nalazi se crkva **svetog Jurja (1662.)** i **svetište Majke Božje Snježne** u Ličkom polju.

Svetište ima povijest koja datira iz 1733. godine kada su prema predaji Ličani krenuli u obnovu ruševne crkve svetog Ivana Krstitelja, ali im se crkva stalno rušila da bi 5. kolovoza pao snijeg. Napravila se kapelica od snijega, a u njoj se ukazala Majka Božja. Zato se umjesto prвobitne zamisli izgradila kapela posvećena Gospoj Snježnoj.

Crkva Sv. Antona Padovanskog, Fužine

Crkva Sv. Antona Padovanskog najveći je sakralni objekt u Gorskem kotaru. Građena je punih 25 godina, od 1808. do 1833. godine na mjestu gdje se nekad nalazila kapelica i prvo fužinsko groblje. Crkva je uređena lijepim mramornim oltarima, vrijednim slikama i

kristalnim lusterima. Od originalnih djela u crkvi je „Posljednja večera“ iznad oltara koja je restaurirana, originalni Križni put te freske koje je naslikao poznati hrvatski slikar Antonini početkom 20. stoljeća. Crkva je posvećena zaštitniku Fužina, svetom Antonu Padovanskom, dominira naseljem i noćnim osvjetljenjem daje mu posebno obilježje.

Kulturno povjesna zbirka Lič

Etnografska zbirka smještena je u središtu Liča u zgradici osnovne škole. Kako je za školske potrebe sada dovoljna jedna učionica, to su vrijedni entuzijasti, članovi udruge, iz godine u godinu uređivali dio novih prostora i na taj način dali nove sadržaje i oplemenjivali zapušteni prostor koji je bio izvan funkcije.

Park dr. Franje Račkog

U Fužinama je 25. studenog 1828. rođen Franjo Rački, hrvatski političar i povjesničar, čovjek kojega se na prvi spomen uglavnom veže uz Josipa Juraja Strossmayera i osnutak tada Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti.

Cjelokupno područje Općine Fužine predstavlja izuzetnu, u značajnoj mjeri očuvanu ambijentalnu vrijednost koja se čuva i štiti sveukupnim planskim rješenjem.

Primarne atrakcije iznimno su važne za destinaciju i bitne za stvaranje dojma i privlačenje turista. Sve primarne atrakcije nisu jednako važne za potrošače. Atrakcije koje su jedinstvene i neobične, mogu privući turiste iz dalekih zemalja. Oni će putovati iz velikih udaljenosti kako bi doživjeli novo iskustvo, ali neće uložiti napor, novac i vrijeme da vide nešto uobičajeno. *Sekundarne su atrakcije* lokalno značajne. Važne su za turiste i mogu biti vrlo popularne, ali ne utječu na odluku turista o posjetu destinaciji.

Tercijarne atrakcije imaju još manji utjecaj na odluku o putovanju – turisti ih slučajno posjećuju kad već borave u destinaciji. Ista atrakcija može biti primarna, sekundarna i tercijarna, ovisno o motivima putovanja.

Prirodna baština

Špilja Vrelo u Fužinama otkrivena je slučajno pedesetih godina prošloga stoljeća kod izgradnje akumulacijskog jezera Bajer. Starost joj se procjenjuje na 3,5-4 milijuna godina.

Iako je dugačka samo 300 metara, izuzetno je lijepa i bogata špiljskim ukrasima. Osobitu vrijednost špilji daje joj voda – na samo pedesetak metara nalazi se prekrasan gorski izvor, jezero i ponor koji je čine posebno atraktivnom. Bistar i hladan gorski potok je iz porječja rijeke Ličanke i u izrazito kišnim razdobljima poplavljuje špilju.

Špilju Vrelo zbog svojih ljepota često nazivaju i „Postojna u malom“. Špilja je uređena za posjete i obnovljena novom rasvjjetom i pješačkom stazom s mostićima 1998. godine. Zbog blage konfiguracije terena, bez ijedne stepenice, jedina je turistički uređena špilja u Europi koju mogu posjetiti svi uzrasti, djeca, stariji pa čak i invalidi u kolicima.

Fužinska jezera

Fužinarski je kraj izuzetno bogat vodom. Fužine su naseljeno mjesto koje u Hrvatskoj primi najveću godišnju količinu oborine. Ovdje godišnje padne između 1500 do 2000 mm padalina

po četvornom metru, a u ekstremnim godinama i preko 4000 mm. Da bi se ta silna količina vode zadržala i iskoristila, u Fužinama su izgrađena tri akumulacijska jezera.

Najstarije jezero je Bajer izgrađen pedesetih godina prošloga stoljeća. Jezero je položeno u nekadašnjoj atraktivnoj dolini rijeke Ličanke, tik uz naselje Fužine. Jezero je prosječne dubine od 2 do 7 metara i raspolaze s oko milijun kubičnih metara vode. Pogodno je za vožnju čamcem, kajakom, kajakom i za surfanje zbog čestog strujanja vjetra.

Jezero Lepenica najveće je umjetno jezero u fužinarskom kraju. Izgrađeno je 1988. godine, površinom i količinom vode je znatno veće od Bajera, a maksimalna dubina mu je 18 metara. Izuzetno je ljeti pogodno i ugodno za kupanje (temperatura dosegne više od 23° Celzijusa. Na jezeru je 1989. održano Svjetsko prvenstvo u orijentacijskom ronjenju, a 2007. Svjetski kup. Oba su jezera izuzetno bogata ribom i mamac su za ribiče.

Najmlađe i najmanje jezero je Potkoš. Smješteno je u podnožju obronaka Bitoraja, između Fužina i Liča.

Kulturno društvene djelatnosti i udruge

Književna udruga „Pjesnici bez granica“

Mješoviti pjevački zbor Fužine

Udruga „dr. Franjo Rački“

Art klub

Etnografska udruga „Sv. Juraj“ Lič

Osnovna škola Ivanke Trohar Fužine

Puhački orkestar Fužine

Osim gore navedenih udruga, u Općini postoje i

Matica hrvatska ogrank Delnice

Hrvatska gorska služba spašavanja stanica Delnice

Udruga gluhih i nagluhih

Udruga invalida s mišićnom distrofijom PGŽ-a

Udruga slijepih PGŽ-a

Klub liječenih alkoholičara Delnice

Udruga invalida rada rijeka

Udruga Hrvatskih ratnih vojnih invalida Gorskog kotara

Klub 138. brigade Hv – Goranski risovi

Duhovno glazbene svečanosti Henriku i Dadi

Dobrovoljni davaoci krvi pri DVD-u Vrata

DVD Vrata

DVD Lič

DVD Fužine

Goranska kiparska radionica

Gljivarsko društvo „Grljak“ Lič

Lovačko društvo „Srnjak“ Fužine – Lokve

Udruga antifašističkih boraca i antifašista Općine Fužine

Posmrtno humanitarna udruga

Udruga umirovljenika

Društvo naša djeca

6.3. Sport

Postojeća sportska infrastruktura odnosi se na igrališta za sportsko-rekreativne potrebe stanovnika kao i one koje su i dio turističke ponude namijenjene turistima i posjetiteljima Općine. Na području Općine nalazi se jedno nogometno igralište i sportska dvorana površine 296 m², a koja je sagrađena 1975. godine. Također na području Općine nalazi se 9 biciklističkih staza, koje su dio mreže biciklističkih staza Gorskog Kotara

U Općini djeluju sljedeći sportski klubovi:

Nogometni klub „Omladinac“

Klub podvodnih aktivnosti „3. maj“

Šahovska družina „Goranka“

Sportsko rekreacijsko društvo „Viševica“

6.4. Socijalna zaštita.

Korisnici s područja Općine Fužine nalaze se u sustavu Centra za socijalnu skrb Rijeka, Podružnica Delnice. Na području Općine Fužine aktivan je jedan privatni Dom za starije i nemoćne osobe sa kapacitetom 20 osoba.

Općina Fužine donijela je program socijalne skrbi kroz Proračun Općine Fužine za 2019. godinu.

Ovim Programom predviđa se i osigurava:

1. Pomoć za podmirenje troškova stanovanja,
2. Pomoć za novorođenčad i dojenčad,
3. Pomoć za podmirenje troškova obrazovanja,
4. Pomoć u kući,
5. Pomoć osobama smještenim u socijalnim ustanovama,
6. Jednokratne novčane pomoći,
7. Ostale donacije iz područja socijalne skrbi,
8. Socijalne stipendije,
9. Paketi za starije osobe povodom božićnih blagdana

6.5. Zdravstvo

Primarna zdravstvena zaštita provodi se putem ispostave Doma zdravlja dr. Josip Kajfeš Delnice (čiji je osnivač Primorsko-goranska županija). Na području Općine nalazi se privatna ordinacija opće medicine, privatna stomatološka ordinacija te privatna ljekarna. Najbliža ispostava Zavoda za hitnu medicinu Primorsko-goranske županije nalazi se u Delnicama.

6.6. Civilno društvo

Prema podacima Ministarstva uprave na području Općine Fužine djeluju 34 aktivne registrirane udruge civilnog društva. Najbrojnije su udruge koje se bave sportom i rekreacijom (14) te različitim oblicima kulturnog djelovanja (8).

7. Gospodarstvo

Područje Općine Fužine gospodarski je najrazvijenije područje Gorskog kotara. Gospodarstvo na području Općine Fužine naslonjeno je na turizam i prerađivačku djelatnost.

Oslanjajući se na razvojne resurse i potencijale u cjelini promatrano gospodarski razvoj Općine temeljiti će se na:

- ugostiteljstvu i turizmu
- intenziviranju poljoprivrede
- industrijsko-servisnim uslugama, i obrtničkim i drugih usluga vezanim za građevinarstvo
- izletničko-rekreacijskom turizmu
- stvaranjem lokalnog partnerstva/lokalne akcijske grupe (LAG)

7.1.Turizam i ugostiteljstvo

Turizam iz godine u godinu postaje jedna od najznačajnijih gospodarskih grana na području Općine, pogotovo do one u unutrašnjosti svog teritorija. Cijelo područje Općine se tretira kao ruralno područje, te se samim time iz godine u godinu povećavaju kapaciteti, tj. ponuda ruralnog-agroturizma. Razvoj turizma na ruralnim područjima značajan je čimbenik aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju. Važnost ruralnog turizma, prije svega, ogleda se u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga – korištenjem postojećih resursa ruralnog prostora i sela, kao njegovog sastavnog dijela. Stoga je važna revitalizacija postojećih, tradicijskih objekata, kulturne baštine, kojima se daje nova, osvremenjena gospodarska – tj. turistička namjena. Osnovica razvoja ruralnog turizma su turistička seljačka obiteljska gospodarstva. U posljednjih 10-tak godina svjedoci smo sve većeg interesa državne uprave, lokalne samouprave, pojedinih institucija i poduzetnika u ruralnom prostoru za razvojem nekih novih, dosada nepoznatih oblika turističke ponude na ruralnom prostoru, čime se stvaraju preduvjeti za razvitak i *brendiranje* ruralnih destinacija. Turistički proizvod ruralnog turizma nastaje kao kombinacija agroturizma i drugih oblika ruralnog turizma. Pri tome se kao najvažniji resursi temeljem kojih se kreira turistički proizvod pojavljuju i sljedeći elementi: poljoprivreda i poljoprivredni resursi pri čemu je agroturizam nositelj, klima i prirodne atraktivnosti, lokalni običaji, lokalna zajednica, kultura i kulturološki resursi općenito i ostale turističke atrakcije i pogodnosti – pješačke i biciklističke ture, kulturno-zabavne manifestacije, izložbe i sajmovi autohtonih proizvoda, suveniri (lokalni obrt), kulturni i rekreacijski itinereri. U kreiranju proizvoda važna je i „turistička suprastruktura“ – prometni putovi, turistička signalizacija, uređenje cesta, putova, biciklističkih staza i slično.

Tablica 7. Struktura smještaja u Općini Fužine

vrsta smještaja	broj jedinica 2017.	kapacitet 2017.		broj jedinica 2018.	kapacitet 2018.	
		stalni kreveti	pomoćni kreveti		stalni kreveti	pomoćni kreveti
hotel	1	39	19	1	39	19
hostel	1	70	0	1	70	0

lovački dom	1	38	0	1	38	0
kamp	1	53	60	1	53	60
kuće za odmor	16	76	26	20	88	34
apartmani	66	172	88	77	200	110
sobe	22	44	6	22	44	6
UKUPNO:	108	492	199	123	532	229

Izvor: TZ Fužine 2019.

Tablica 8. Dolasci u Općini Fužine

dolasci domaći			dolasci strani		
2016.	2017.	2018.	2016.	2017.	2018.
781	823	735	1958	2636	2730
1149	1151	1111	447	348	344
322	91	109	42	0	15
324	287	204	127	268	229
2670	3267	3460	1143	1821	1653
5246	5619	5619	3717	5073	4971

Izvor: TZ Fužine 2019.

Manifestacije u Općini Fužine

Koncert Puhačkog orkestra Fužine uz 1.svibnja; Dječja gljivarijada i samoniklo bilje Lič; Marohljini i samoniklo bilje, Lič; 170 godina Glazbe Fužine; Biciklijada Renta-Ri-Bike; Antonja-dan zaštitnika Općine i Župe Fužine; Kup prijateljstva u ribolovu; 11. međunarodni polumaraton „Tri jezera“ Fužine (21 km, utrka građana 7 km, utrka djece 400 m); Gurman fest; Plodovi gorja u Općini Fužine; Gorski kotar bike tour; Tango festival; Ljeto u Fužinama – koncerti na jezeru; Koncertna večer; Večer dokumentarnog filma; Tradicionalno hodočašće na Svetište BDM Snježne u Liču; Koncert klape Contra, Fužine; Western dani u Kaubojskom gradu Roswell (Winnetou); 20. međunarodni susret puhačkih orkestara, Fužine; Papagalo i kalafat; Fužine 2 Sea – međunarodno biciklističko natjecanje „Adria bike“; Koncert Puhačkog orkestra Imotski; Adventske priredbe; Novogodišnji koncert puhača; Bakljama oko jezera, Fužine; Novogodišnja čarolija, Ispraćaj Stare godine u podne.

Gastro ponuda

Fužine su vrlo poznate po svojoj gastronomskoj ponudi (gulaš od divljači s palentom, goranski nadjev - budl, želudac domaći kravlji sir – škripavac pečeni krumpir i kiselo zelje domaće kobasice - pečenice s kupusom, krumpirove police sa slaninom, dimljeno meso – jelen, vepar ,pršut, medvjeda šapa, žablji kraci, ribe i gljive, štrudle i kolači od šumskog voća), te raznim vrstama sokova, likera i vina od šumskih plodova, meda i medica.

Smještaj

Smještaj u Općini Fužine se nudi u Hotelu Bitoraj, hostelu „Fužinarska kuća“, Lovačkom domu „Arnika“ pansionima, apartmanima, kućama za odmor, kampu.

Izleti i rekreacija

Općina Fužine je poznata po netaknutoj prirodi, svojim prirodnim resursima, **izletištima**. Izletište „Šumska bajka“ u Liču ima edukativni karakter. U prirodi djeca uče o biljnem i životinjskom svijetu gorskog kraja. Atrakcija izletišta je obilazak gatera sa šumskim životinjama (srne i veprovi), a pažnju će zasigurno privući likovi iz bajki izrađeni od drva, Goranskim tematskim Planinskim vrtom osjetila Karoline – upoznavanjem povijesti ceste Karoline, običaje vrta, stare alate, zabavni i paintball park Vrata, mirisnom šetnjom nasada planinske lavande, udaljeno svega oko 30 kilometara od mora, jezero Bajer postaje privlačno odredište na kojem je moguće osim šetnje po izgrađenim šetnicama uz njegove obale i iznajmiti čamac, Western grad Roswell – lokacija gdje je sniman film Winnetou (**planinarskim stazama** (Viševica (1428 m), Bitoraj (1386 m), Tuhobić(1109 m), **biciklističkim stazama** (Transverzalom upoznajete cijelo područje Gorskog kotara u dijelovima što omogućuje planiranje višednevног aktivnog odmora. Sastavljena je iz 7 etapa od 28 do 43 kilometra i ukupno broji 260 kilometara), a za ljubitelje **sporta** tu je Sportski centar Gorica, kao i mogućnost ribolova, i jahanja, vožnja kočijom obilaska Fužina (u zimskom periodu, saonicama).

7.2. Poljoprivreda

Područje Fužina kao i ostalog dijela Gorskog Kotara zbog klimatskih i zemljopisnih uvjeta je ograničeno pogodno za tržišno orijentiranu poljoprivrednu proizvodnju. Prema PPU Primorsko-goranske županije polazeći upravo od tih uvjeta za cijelo područje Gorskog Kotara preporučene poljoprivredne proizvodnje su stočarstvo, pčelarstvo, uzgoj divljači, slatkovodno ribarstvo, uzgoj ljekovitog i začinskog bilja ratarstvom, povrćarstvo, kontinentalno voćarstvo. Udio poljoprivrednog stanovništva na području Općine Fužine je vrlo nizak. Prema podacima iz Popisa stanovništva 2011. godine, 7 osoba ostvaruje prihode iz poljoprivrede što je 0,67 % ukupno radno aktivnog stanovništva. Poljoprivredna djelatnost nema veliko značenje, jer se svega 228 kućanstava može okarakterizirati kao poljoprivredno (34,49 %), dakle, većina kućanstava ne koristi poljoprivredno zemljište.

Na području Općine Fužine poljoprivreda nije značajna djelatnost. Od 661 kućanstva svega je 228 poljoprivrednih kućanstava (34,49 %). Područje Fužina kao i ostalog dijela Gorskog Kotara zbog klimatskih i zemljopisnih uvjeta je ograničeno pogodno za tržišno orijentiranu poljoprivrednu proizvodnju. Prema PPU Primorsko-goranske županije polazeći upravo od tih uvjeta za cijelo područje Gorskog Kotara preporučene poljoprivredne proizvodnje su stočarstvo, pčelarstvo, uzgoj divljači, slatkovodno ribarstvo, uzgoj ljekovitog i začinskog bilja ratarstvom, povrćarstvo, kontinentalno voćarstvo. Na području Općine Fužine došlo je do značajnog smanjenja stočnog fonda karakterističnog za ovaj kraj (goveda, ovce, koze) a time i nestanka proizvodnje mesa i mljeka. Broj pčelara se nije značajno povećavao u periodu od 2013.-2015. godine, ali se značajno povećao broj košnica što razvidno ukazuje na razvoj pčelarstva.

Na području Općine uzgajaju se pretežno različite vrste bobičastog voća te krumpir. Poljoprivredno tlo kao osnovni resurs treba štititi od svake izgradnje koja nije u funkciji obavljanja poljoprivrednih djelatnosti, a dijeli se na vrijedno obradivo tlo (P2) i ostala obradiva tla (P3).

Tablica 9. Poljoprivredne površine na području Općine Fužine

Poljoprivredno tlo osnovne namjene	Hektari
Vrijedno obradivo tlo (P2)	266,73
Ostala obradiva tla (P3)	961,12
Pašnjačke površine	2.032,46

Izvor. Ciljane izmjene i dopune Prostornog plana uređenja Općine Fužine

Tablica 10. Površina korištenoga poljoprivrednog zemljišta privatnih kućanstava

Naziv naselja	ORANICA		LIVADA		KRŠKI PAŠNJAK		VOĆNE VRSTE		UKUPNO	
	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Ukupna površina ARKOD parcela (ha)
Fužine	7	1.79	21	8.70	4	0.82	4	0,82	38	12.86
Lič	52	234.34	69	105	24	201.60	18	15.33	163	556.26
Benkovac Fužinski	2	0.25	5	4.64					7	4.89
Belo selo	1	0.11	2	0.28			3	0.37	6	0.76
Slavica	7	1.10	7	1.88			7	2.70	21	5.69

Izvor: ARKOD 31. 12. 2017.

Iskazana poljoprivredna zemljišta su ona zemljišta kojima su se koristila privatna kućanstva koja žive na području Općina Fužine, bez obzira na to nalazi li se zemljište na području Općine ili bilo gdje drugdje u Republici Hrvatskoj (ne gleda se gdje se nalazi zemljište, nego gdje živi kućanstvo koje koristi zemlju).

Tablica 11. Broj OPG-ova na području Općine Fužine

	F	M	Ukupno
Fužine	15	20	35
Fužine	9	9	18
Lič	5	10	15
Slavica	1		1
Vrata		1	1

Izvor: APPRRR 31. 12. 2018.

7.3. Šumarstvo

Šumarstvo te njegovi proizvodi – različiti drvni sortimenti predstavljaju osnovnu sirovinu prerađivačke industrije Općine Fužine. Šumarstvo i prerađivačka industrija bazirana na preradi drva zapošljava značajan broj radnika Općine. Više od polovice površine Općine, uključujući i neplodno zemljište, vode, infrastrukturu i izgrađena područja čine šume (55 %). Područje Općine Fužine je vrlo bogato planinskim šumama koja su najveći razvojni potencijal ovog područja. Po nastanku su te šume uglavnom autohtone, prirodne šume bukve, jеле i smreke. Glavninu šuma čine državne šume, kojima upravljaju Hrvatske šume d. o. o., Uprava šuma Delnice – Šumarija Fužine koja obuhvaća Gospodarske jedinice Brloško, Kobiljak i Bitoraj. Na ovom području postoje i privatne šume. Ukupna površina državnih šuma Šumarije

Fužine iznosi 4.933 ha od čega je 4.806 ha (94,4 %) obraslo šumom. Površina državnih gospodarskih šuma iznosi 4.677 ha (94,8 %), površina zaštićenih šuma 113 ha a šuma s posebnom namjenom 16 ha. Veliki gospodarski potencijal državnih šuma vidi se iz podataka o prosječnoj drvnoj masi koja iznosi 355 m³/ha. Državne šume na području Šumarije Fužine imaju ukupnu drvnu masu 1.706.552 m³ od čega je: crnogorica - 1.109.747 m³ te bjelogorica - 596.805 m. Deset godišnji etat (sječiva drvna masa) iznosi 248.328 m³ crnogorice i 98.547 m³ bjelogorice, što ukupno daje 346.875 m³, ili prosječno, 72 m³ po hektaru.

7.4. Malo i srednje poduzetništvo

Mikro, mala i srednja poduzeća važan su generator novog zapošljavanja i kreiranja dodane vrijednosti svakog nacionalnog gospodarstva. U Općini Fužine od malog i srednjeg poduzetništva, najzastupljenije su djelatnosti u građevinarstvu, trgovini na veliko i malo, prerađivačkoj industriji, prijevozničke usluge, uslužne djelatnosti, servisi itd. Na području Općine malim i srednjim obrtništvom se bavi 40-ak društava.

Struktura aktivnih trgovачkih društava po područjima djelatnosti u općini Fužine u 2016. godini

Područje djelatnosti		Broj trgovачkih društava	Broj zaposlenih
A	POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	2	Z
B	RUDARSTVO I VAĐENJE	1	Z
C	PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	6	185
D	OPSKRBA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM, PLINOM, PAROM I KLIMATIZACIJA		
E	OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, ZBRINJAVANJE OTPADA TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA	1	Z
F	GRAĐEVINARSTVO	4	26
G	TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA	4	12
H	PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	2	Z
I	DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE	5	29
J	INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE		
K	FINANSIJSKE DJELATNOSTI I DJELATNOSTI OSIGURANJA		
L	POSLOVANJE NEKRETNINAMA	1	Z
M	STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI	5	14
N	ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI	2	Z
O	JAVNA UPRAVA I OBRANA; OBVEZNO SOCIJALNO OSIGURANJE		
P	OBRAZOVANJE		
Q	DJELATNOSTI HUMANE MEDICINE I SOCIJALNE SKRBI		
R	UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	1	Z
S	OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	1	Z
T	DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KAO POSLODAVACA; DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KOJA PROIZVODE RAZLIČITU ROBU I OBAVLJAJU RAZLIČITE USLUGE ZA VLASTITE POTREBE		
U	DJELATNOSTI IZVANTERITORIJALNIH ORGANIZACIJA I TIJELA		
Ukupno		35	296

Izvor: Državni zavod sa statistiku , siječanj 2019.

Iz gornjih podataka vidljivo je da najviše stanovnika Općina Fužine živi od prihoda u djelatnosti prerađivačke industrije. Na drugom mjestu su stanovnici koji prihode ostvaruju od

djelatnosti pružanja smještaja i usluživanja hrane, a na trećem mjestu su stanovnici koji prihode ostvaruju iz građevinarstva.

7.5 Poslovne zone

Osnovna karakteristika poduzetničkih zona je zajedničko korištenje infrastrukturno opremljenog i organiziranog prostora od strane poduzetnika kojima se poslovanjem unutar poduzetničke zone omogućuje racionalizacija poslovanja i korištenje raspoloživih resursa poduzetničke zone zajedno s ostalim korisnicima poduzetničke zone.

Na području Općine Fužine prema PPUO Fužine nalaze se sljedeće poslovne zone:

- K1-1 poslovna zona Vrata 1
- K1-2 poslovna zona Fužine 1
- K1-3 poslovna zona Lič 1
- K1-4 poslovna zona Lič 2
- K1-5 poslovna zona Vrata 2
- K1-6 proizvodna zona Lič 3

LAG GORSKI KOTAR

Ruralna područja u Republici Hrvatskoj danas zauzimaju više od 90 % njene sveukupne površine te se bilježi njihovo konstantno zaostajanje za urbanim i peri-urbanim područjima. Slično je stanje i u Europi, koja je odavno prepoznala slične, ali opet specifične probleme ruralnih zajednica, te je provedbom LEADER pristupa omogućila razvoj lokalne zajednice temeljen na pristupu „odozdo prema gore“. To je metodologija koja podupire razvojne inicijative koje dolaze sa sela i predstavlja temelj održivog razvoja ruralnih područja te je značajan izvor financiranja ruralnih potreba europskih zemalja kroz europski program ruralnog razvoja. LEADER pristup temelji se na lokalnom partnerstvu kojeg čine javni, civilni i poslovni sektor, a osnovu čini realizacija lokalnih razvojnih strategija (LRS) kojima upravljaju lokalne akcijske grupe (LAG-ovi). Teritorij JLS-a može pripadati samo jednom LAG-u te članovi jednog LAG-a ne mogu biti članovi drugih LAG-ova. Pristup je to koji se temelji na sedam načela:

- 1) Održivi ruralni razvoj
- 2) Pristup temeljen na osobitostima područja
- 3) Pokretanje zajednica i uključivanje u razvojne procese
- 4) Pristup odozdo prema gore
- 5) Razvoj lokalnih partnerstava u pristupima i djelovanju
- 6) Umrežavanje i suradnja
- 7) Inovativnost i integralni pristup

LAG Gorski kotar obuhvaća cijelo područje Gorskog kotara koje se nalazi u zapadnom dijelu Republike Hrvatske i jedna je od šest mikroregija Primorsko-goranske županije koja, unutar NUTS 2 statističke klasifikacije Hrvatske, pripada Jadranskoj Hrvatskoj. Ukupna površina Gorskog kotara je 1.273,532 km², što čini 35,46 % površine PGŽ-a, dok u njemu živi samo 23.011 stanovnika, odnosno oko 8 % stanovništva PGŽ-a. Područje je to kojeg karakterizira visoki planinski reljef, visoka kvaliteta zraka te bogati prirodni resursi i biološka raznolikost područja. Od ukupne površine, 85 % površine je šuma, dok je oko 82,5 % površine pod Naturom 2000. Naselja su raštrkana i slabo naseljena, ali relativno dobro cestovno povezana. Karakteristika područja je izrazito velika depopulacija gdje živi stanovništvo starije životne dobi. LAG Gorski kotar obuhvaća cijelo područje Gorskog kotara, odnosno svih devet

jedinica lokalne samouprave – Općine Brod Moravice, Fužine, Lokve, Mrkopalj, Ravnu Goru i Skrad te gradove Čabar, Delnice i Vrbovsko, s ukupno 255 naselja.

Misija

Razvoj Gorskog kotara kao ruralnog područja Republike Hrvatske u skladu s njegovim potrebama prema EU standardima na načelima LEADER-a.

Vizija

Da Gorski kotar postane cjelina, koja će objediniti interese stanovnika svih 9 jedinica lokalne samouprave, a kroz koju će Gorski kotar zajednički nastupati izvan svojih granica u skladu s načelima održivog razvoja i prirodnim uvjetima koji se smatraju izuzetnim bogatstvom.

Ciljevi

- Poticati razvoj ruralnih zajednica, osnaživati njihove sposobnosti te pridonositi razvoju participativne demokracije u ruralnom području Hrvatske
- Zagovarati interes lokalnih dionika s ruralnog prostora u procesima izrade, donošenja i provedbe politika i propisa
- Zajedničkim djelovanjem i suradnjom s organizacijama iz različitih sektora i s različitim razina pridonositi održivom razvoju ruralnog područja u Hrvatskoj i u Europi
- Poticati razmjenu mišljenja, prijenos znanja i iskustava i širenje informacija bitnih za razvoj ruralnog prostora

Tablica 12. Ocjena i razvrstavanje jedinica lokalne samouprave prema razvijenosti

Odluka o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema razvijenosti (NN 132/17) koja je stupila na snagu 1. siječnja 2017.

Jedinica lokalne samouprave (JLS)	Županija	Razvojna skupina JLS	Indeks razvijenosti JLS	Vrijednosti osnovnih pokazatelja za JLS					Vrijednosti standardiziranih pokazatelja za JLS						
				Prosječni izvorni prihodi po stanovniku	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva	Indeks starenjaka	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65)	Prosječni dohodak po stanovniku	Prosječni izvorni prihodi po stanovniku	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva	Indeks starenjaka	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65)	
				2014.-2016.	2014.-2016.	2014.-2016.	2016./2006.	2011.	2011.	2014.-2016.	2014.-2016.	2014.-2016.	2011.	2011.	
Fužine	Primorsko-goranska	6	104,463	38.957,15	5.851,80	0,1205	88,35	225,7	0,1539	122,78	117,67	105,91	96,15	88,05	104,16

Izvor: Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije 2017.

4. RAZVOJNO-PLANSKA OPREDJELJENJA

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Direktno i indirektno stvara oko 22 % domaćeg bruto proizvoda, te više od 40 % cijelokupnog izvoza, što ga bez sumnje stavlja među ključne komponente nacionalne ekonomije i vanjskotrgovinske razmjene. Hrvatska ima vrlo atraktivni turistički potencijal, prije svega jedinstvenu prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu. U ovom poglavlju tretirani su najvažniji dokumenti s kojima strategija razvoja turizma Općina Fužine mora korespondirati.

4.1. Europski sustav

Turizam je važan sektor u gospodarstvu Europske unije koji podupire gospodarski rast i zapošljavanje. Međutim, jedan od najvećih izazova s kojim se suočavamo jest ojačati i unaprijediti održivi razvoj turizma u cilju osiguranja dugoročne konkurentnosti sektora. Održivim upravljanjem turizmom nastojimo osigurati prepoznavanje ograničenja i kapaciteta naših turističkih resursa i poticati razvoj turizma kojim se postiže ravnoteža između neposrednih gospodarskih, ekoloških i sociokulturnih koristi te osigurava dugoročna budućnost europskog turizma. Godine 2010. donesena je europska strategija turističkog razvoja „Europa – svjetska destinacija broj 1: Novi politički okvir za turizam u Europi“.

Osnovni ciljevi ove strategije su:

- povećanje konkurenčnosti kroz poticanje inovacija i distribuciju
- promoviranje održivog, odgovornog i visoko-kvalitetnog turizma
- konsolidiranje europskog turističkog imidža i profila
- povećanje mogućnosti korištenja europskih finansijskih instrumenata za turistički razvoj.

Europa je broj jedan turističko odredište u svijetu, s najgušćom i najraznolikijom ponudom turističkih atrakcija. Upravo zbog toga, turistička industrija je postala ključni sektor gospodarstva EU, koji stvara preko 5 % BDP-a EU-a (direktno ili indirektno) te zapošljava 9,7 milijuna građana. Razvoj Europskog sustava pokazatelja za turizam za održivo upravljanje odredišta jedna je od glavnih inicijativa, čija se provedba u Komunikaciji traži od Komisije. Cilj je Europskog sustava pokazatelja doprinijeti unaprjeđenju održivog upravljanja odredišta na način da se dionicima u turizmu osigura jednostavan i koristan komplet alata. On će dionicima pomoći u mjerenu i praćenju upravljanja procesima održivosti i omogućiti im da razmjenjuju i uspoređuju ostvareni napredak i rezultate u budućnosti.

Turizam je ključan, jer stvara značajan udio BDP-a EU-a (preko 5 % u 2013.) te isto tako zapošljava preko 5% radne snage. Turizam iznimno puno znači za lokalni razvoj te zapošljavanje, pogotovo za daleka područja planina i otoka. Prema preliminarnim podatcima organizacije *World Tourism Organization*, u 2016. godini zabilježeno je 1,235 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu, što je 3,9 % više u odnosu na 2015. godinu i predstavlja novu (drugu godinu zaredom) rekordnu razinu tog pokazatelja. Prošla godina bila je sedma godina u uzlaznom nizu nakon što je 2009. godine zabilježen pad međunarodnih turističkih dolazaka. Od ukupnog broja međunarodnih turističkih dolazaka, već uobičajeno najveći dio (50,2 %) zabilježen je u Europi u kojoj je prošlogodišnje povećanje turističkih dolazaka iznosilo 12,2 milijuna dolazaka.

Nakon Europe, prema udjelu u dolascima, slijedi regija Azija i Pacifik (24,5 %) u kojoj je zabilježen gotovo dvostruko veći apsolutni skok dolazaka u odnosu na Europu, tj. zabilježeno

je 23,6 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka više u odnosu na 2015. godinu. Pritom je najveći rast zabilježen u Sjeveroistočnoj Aziji (11,8 milijuna više).

4.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. god.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Promjene koje su se u međuvremenu dogodile na turističkom tržištu, kako na svjetskoj razini, tako i u relevantnom konkurentskom okružju, kao i niz drugih promjena koje obilježavaju život i rad ljudi na početku 21. stoljeća, nameću potrebu kritičkog propitivanja dobrih i manje dobrih učinaka dosadašnjeg razvoja turizma u nas, kako bi se, na tim osnovama, mogle utvrditi nove razvojne smjernice, strateški razvojni ciljevi, odnosno mjere turističke politike u nastupajućem desetogodišnjem razdoblju. Glavni razvojni cilj Strategije je ulazak Hrvatske u vodećih 20 turistički najkonkurentnijih zemalja svijeta, a naša bi zemlja 2020. godine trebala biti „globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja“. Hrvatski turizam bi u 2020. godini trebalo obilježiti 7 milijardi eura novih investicija, 955 tisuća ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima (+7 %), oko 30 tisuća novozaposlenih u turizmu i pratećim djelatnostima, 86 milijuna turističkih noćenja (+43 %) i 14,3 milijarde eura turističke potrošnje.

Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma:

10 ključnih razvojnih usmjerenja Republike Hrvatske do 2020.

- Institucionalno dereguliranje
- Turizam na cijelom prostoru
- Partnerstvom do uspjeha
- Hoteljerstvo-ključni pokretač investicijskog ciklusa
- Kultura kvalitete
- Inoviranje tržišnog nastupa
- „Zeleno“ kao filozofija djelovanja
- Autentičnost i kreativnost
- Više od sunca i mora
- Hrvatski proizvod za hrvatski turizam

Najvažniji ciljevi (strateške postavke)

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma (razvojno opredjeljenje)
- Turizam u funkciji razvoja ukupnog prostora (sinergijski efekti)
- Poboljšanje standarda života (individualno i društveno)
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima, te ukupnim društvenim razvojem
- Turistički proizvod će biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja

- Definiranje razvojnog programa i ponude
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici)

Razvoj turističke ponude

Razvoj turističkih proizvoda

- Fokus i poticaji razvoju diferenciranih proizvoda s ciljem ublažavanja sezonalnosti

Brza privatizacija i aktiviranje državne imovine

- Brownfield i greenfield

Unapređenje smještajne ponude

- Novi kapaciteti većinom u hotelima i resortima 4-5* te malim hotelima, povećanje kvalitete obiteljskog smještaja, podizanje kvalitete kampova

Unapređenje ostale turističke ponude

- Tematski parkovi, centri za posjetitelja, plaže, staze i šetnice, shopping ponuda, zabava

Ciljevi razvijanja hrvatskog ruralnog prostora

Ciljevi s aspekta sela:

- revitalizacija ruralnog prostora
- osposobljavanje seoskog stanovništva za samostalni razvitak
- cjelovito rješavanje problema ruralnog prostora i sela
- aktivno uključivanje žena u ruralni razvitak
- zaštita, razvitak i očuvanje karakteristika ruralnih područja i sela, njihovih vrednota i identiteta
- razvoj poljodjelstva
- poticanje primarne seljačke proizvodnje i prerađe poljoprivrednih proizvoda

4.3. Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020.

Jedno od načela politike regionalnog razvoja je *strateško planiranje*, koje se ostvaruje donošenjem i provedbom višegodišnjih planskih dokumenata. Zakonom o regionalnom razvoju Republike Hrvatske, koji je usklađen s pravnom stečevinom Europske unije, županijama su dodijeljene nove odgovornosti i ovlasti u sferi regionalnog razvoja, prije svega u planiranju razvoja te koordinaciji i praćenju provedbe.

Najznačajniji razvojni dokument je Županijska razvojna strategija. Svrha izrade ŽRS-a je utvrđivanje realnih, sveobuhvatnih, prihvatljivih i mjerljivih ciljeva, prioriteta, mjera i projekata te uspostava sustava za provedbu i praćenje kako bi se međusektorskim pristupom svi raspoloživi resursi usmjerili na postizanje održivog društveno-gospodarskog razvoja Županije. Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. temeljni je planski dokument za održivi društveno-ekonomski razvoj Županije, izrađena je sukladno navedenim zakonskim odrednicama planiranja i provedbe politike regionalnog razvoja Republike Hrvatske.

Strateški ciljevi i prioriteti

1. Razvoj konkurentnog i održivog gospodarstva

Prioriteti

Razvoj poticajnoga poduzetničkog okruženja

Rast investicija i izvoza

Razvoj gospodarstva temeljenog na znanju i inovacijama

Razvoj zelenog gospodarstva

Razvoj ključnih gospodarskih djelatnosti

2. Jačanje regionalnih kapaciteta i ravnomjeran razvoj

Prioriteti

Ravnomjeran razvoj mikroregija i povećanje teritorijalne kohezije

Održivo upravljanje okolišem, prostorom te prirodnim i kulturno-povijesnom baštinom

Jačanje kapaciteta te učinkovite suradnje s civilnim društvom

2. Razvoj ljudskih potencijala i povećanje kvalitete života

Prioriteti

Stvaranje uvjeta za razvoj tržišta rada i mobilnost radne snage

Unapređenje obrazovnog sustava te njegova usklađenost s potrebama u gospodarstvu

Unapređenje zdravlja i socijalnog blagostanja

Unapređenje socijalne sigurnosti i jačanje socijalne uključenosti

Unapređenje kvalitete i dostupnosti kulturnih i sportskih sadržaja

4.4. Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim marketing i operativnim programom 2016.-2020

Turizam Primorsko-goranske županije nedvojbeno ima veliko ekonomsko, društveno i kulturno značenje. S obzirom na dugu turističku tradiciju, bogatu kulturno-povijesnu baštinu, povoljne zemljopisne i klimatske značajke kao i izvrstan geoprometni položaj.

Strateški plan koncipiran kao osnovni strateški dokument, kojim se želi potaknuti razvoj turizma u PGŽ-u, na način da postane pokretačka snaga razvoja drugih djelatnosti, što su izvoditelji prihvatali i dosljedno provodili tijekom cijelog istraživanja, koje se nastavlja u i fazi monitoringa i provedbe. Opći cilj Strateškog plana je povećanje konkurentnosti turističke ponude ove turističke destinacije uz istovremeni porast blagostanja građana, posebno onih koji su svoju životnu sudbinu vezali na posredan ili neposredan način za sudbinu razvoja turizma. U tim okvirima se posebno značenje posvetilo problematici realizacije ekonomskih, ekoloških i društvenih ciljeva, čime se značenje Glavnog plana proširilo i na druga područja razvoja PGŽ-a, koja predstavlja okvir u kojem se definira turističke destinacije Kvarner. Posebno se naglašava cilj očuvanja okoliša, koji znači prihvatanje održivog razvoja kao koncepcije koja ima polazište u još uvijek raspoloživim prirodnim resursima (koje treba čuvati i unapređivati), ali i svijesti lokalnog stanovništva koje želi sačuvati autohtone vrijednosti. U turističkoj ponudi se naglasak stavlja na bolju valorizaciju kulturno-povijesne baštine i njena sustavnu zaštitu za generacije koje dolaze i zasnivanje budućeg razvoja na

tradiciji početaka turističkog gospodarstva u njegovoj stoljetnoj prošlosti. Strateški plan ima cilj sustavno poticati podizanje turističke ponude na višu razinu kvalitete, pri čemu treba uvažavati potrebe ljudi koji žive i rade na prostoru ove turističke destinacije što znači ujedno i povećanje kvalitete života građana PGŽ-a. Vizija razvoja turističke destinacije Kvarner, ali i svake pojedine uže turističke destinacije (subregije: Gorski kotar, Rijeka i riječki prsten, Crikveničko-Vinodolska rivijera, Opatijska rivijera, otoci Rab, Krk, Lošinj, Cres), temelji se na polazištima jasno definiranih općih i pojedinačnih ciljeva, ali i potrebi da se uvaže njihove prostorne, povjesne, resursne i kulturne posebnosti (jedinstvo različitosti).

Opatijska rivijera kao klaster obuhvaća priobalni dio koji je izrazito aktivan u smislu sezonskog turizma, te zaledje koje karakterizira drugačija turistička ponuda i potencijal za značajan razvoj u segmentu kulturne, gastronomске i ponude aktivnog odmora.

Za pozicioniranje ovog klastera potrebno je imati u vidu da je sastavljen od tri subregije. Prva subregija obuhvaća Grad Opatiju uz koji se vezuju i najznačajniji događaji povjesnog razvoja turizma, te u kojem leži najveći dio trenutne prepoznatljivosti na tržištu. Druga subregija je niz priobalnih naselja i općina (Ičići, Ika, Lovran, Medveja, Mošćenička Draga, Mošćenice i Brseč) koje imaju razvijen sezonski turizam, te posjeduju potencijal dodatnog valoriziranja vlastitog kulturološkog identiteta i specifičnih atrakcija koji još uvijek nije iskorišten. Treća subregija je najmanje turistički prepoznatljiva i valorizirana, a odnosi se na zaledje u kojem dominira visokovrijedan prostor Parka prirode Učka i Općine Matulji, koji nude doživljaje drugačije od prethodne dvije subregije, ali potpuno komplementarne u smislu valorizacije i pozicioniranja klastera kao zaokružene i održive cjeline (značajni prirodni resursi, mogućnost razvoja ruralnog turizma, eko poljoprivrede, razvoja sportsko rekreacijske ponude i drugo).

Vrijednost ovog prostora su uz prirodne uvjete nedvojbeno i ljudi, koji prednjače po obrazovanju, znanju i toplini komunikacije. Dodaju li se tome izvrsni klimatski i optimalni hidrografski uvjeti, povjesne priče, povoljan geoprometni položaj, blizina svjetskih središta i druge pogodnosti, definirane su smjernice za realizaciju postavljenih općih i posebnih ciljeva ukupnog turističkog razvoja PGŽ-a.

4.5. Program provedbe mjera ruralnog razvoja Primorsko-goranske županije 2017.-2020.

Program ruralnog razvoja PGŽ-a je strateški dokument koji osigurava jedinstvenu primjenu politike ruralnog razvoja na cijelokupnom ruralnom području RH, a znatan doprinos razvoju ruralnog područja Županija želi postići provedbom i regionalne i lokalne politike. Stoga ovaj Program predstavlja alat za učinkovitije i uspješnije upravljanje razvojem poljoprivrede, poduzetničkih aktivnosti, turizma, šumarstva i drugih ruralnih aktivnosti, a sve kako bi se poboljšala kvaliteta života i spriječila daljnja depopulacija ruralnih područja Županije. Iako PRR ima velik broj mjera za razvoj ruralnog prostora, Županija je prepoznala potrebu za uvođenjem i provedbom dodatnih, ali komplementarnih, mjera specifičnih za područje Županije. Vizija ruralnog razvoja Županije je da ruralno područje Županije postane privlačno područje za sve stanovnike i posjetitelje, da bude područje poželjno i ugodno za život, rad i boravak.

Glavni ciljevi razvoja ruralnih područja PGŽ-a:

1. Održivi razvoj mikro, malog i srednjeg poduzetništva na ruralnom području

- Prioritet 1. Povećanje konkurentnosti i održivosti poljoprivrede*
- Prioritet 2. Povećanje konkurentnosti i održivosti malog gospodarstva*
- Prioritet 3. Povećanje konkurentnosti i održivosti poduzetnika u turizmu*
- Prioritet 4. Povećanje konkurentnosti i održivosti šumarstva*
- Prioritet 5. Poticanje organizacije plasmana proizvoda i usluga te certificiranje proizvoda*

2. Podizanje kvalitete života stanovništva kroz unaprjeđenje infrastrukture te zaštitu prirodnih i kulturnih dobara

- Prioritet 1. Unaprjeđenje komunalne, cestovne i poduzetničke infrastrukture*
- Prioritet 2. Razvoj društvene infrastrukture*

3. Poboljšanje društvene i socijalne uključenosti te gospodarskog razvoja

- Prioritet 1. Prijenos znanja i uključivanje svih skupina u društvo i gospodarstvo*
- Prioritet 2. Održivo upravljanje ruralnim razvojem*

Glavni cilj razvoja ruralnih područja PGŽ-a ostvarit će se kroz:

- jačanje konkurentnosti sektora poljoprivrede i šumarstva,
- poboljšanje kvalitete života u ruralnim područjima i
- postizanje raznolikosti ruralnoga gospodarstva i povećanje poduzetničke i turističke aktivnosti.

4.6. Prostorni planovi Županije

Županijska skupština Primorsko-goranske županije na 3. sjednici od 12. 9. 2013. godine donijela je Prostorni plan Županije.

Ovim prostornim planom određena su sljedeća osnovna načela organizacije prostora:

1. Regionalni koncept.
2. Otvorenost prostora
3. Prostor kao resurs.
4. Policentrizam.
5. Interaktivnost.
6. Održivi razvitak.

Prostornim planom Primorsko-goranske županije određeni su sljedeći temeljni ciljevi razvitka u prostoru Županije:

- Kvalitetno vrednovati geostrateški položaj i prirodne resurse Županije putem naglašene pomorske orijentacije i izgradnje nedostajuće infrastrukture.
- Osigurati prepostavke za visoku stopu rasta gospodarstva koja jamči uravnotežen i održiv razvitak na području cijele Županije i povećati opću razinu razvijenosti.

- Povećati standard ljudi, zaposlenost i kakvoću življenja te uspostaviti gospodarsku i demografsku ravnotežu rasta i razvijanja.
- Razviti kvalitetan prometni sustav, sukladan potrebama prometnog povezivanja na svim razinama (regija, država, EU), integrirajući sve prometne grane.
- Razvijati sustave vodoopskrbe i posebno sustave odvodnje.
- Izgraditi cjelovit županijski sustav zbrinjavanja otpada.
- Osigurati prostorno-planske preduvjete za zadovoljavanje osnovnih potreba stanovništva osloncem na vlastite snage i resurse u uvjetima koje mogu izazvati kraj ere jeftine energije i fosilnih goriva kao i/ili klimatske promjene.
- Očuvati biološku raznovrsnost ekosustava na kopnenom i podmorskim dijelu Županije, posebno područja bogata biljnim i životinjskim vrstama

Za svako područje ugostiteljsko-turističke namjene unutar općine ili grada. Određen je položaj, vrsta, maksimalna površina građevinskog područja i maksimalni kapacitet.

Vrsta ugostiteljsko-turističke namjene određena je za svaki lokalitet. Ugostiteljsko-turistička namjena po vrsti dijeli se na:

- hotel (T1) podrazumijeva hotel kao osnovni ugostiteljski objekt u kojem se pružaju usluge smještaja i prehrane i slične smještajne objekte iz skupine hoteli;
- turističko naselje (T2), je jedinstvena funkcionalna cjelina (građevna čestica) koju čini više samostalnih građevina u kojima su: recepcija, smještajne jedinice, ugostiteljski i drugi sadržaji. Unutar vrste Turističko naselje mogu se nalaziti i objekti vrste: hotel, apartotel, turistički apartmani i/ili kamp;
- autokamp i kamp (T3), podrazumijeva ugostiteljski objekt u kojem smještajne jedinice nisu povezane sa tлом na čvrsti način.

Područje ugostiteljsko-turističke namjene po Prostornom planu Primorsko-goranske županije za Općinu Fužine

OPĆINA GRAD	POLOŽAJ	MAX. POVRŠINA (ha)	VRSTA	MAX. KAPACITET (ležaja)
Fužine	Vrelo 1 (Fužine)	8	T1 i/ili T2	900
	Lepenica (Fužine)	3	T3	360
	Bajer (Fužine)	8	T1 i/ili T2	900
	V ždrelu (Vrata)	6	T1 i/ili T2	650
	Gradina (Lič)	5	T1 i/ili T2	550

Ukupan broj ležaja iznosi 3360.

4.7. Prostorni planovi Općine

Prostorni plan uređenja Općine Fužine, osnovni je strateški dokument prostornog uređenja Općine kojim se određuju usmjerenja za razvoj djelatnosti i namjenu površina te uvjeti za održivi i uravnoteženi razvitak u administrativnim granicama.

Temeljni dokumenti, značajni za oblikovanje Strategije razvoja Općine Fužine su, prvenstveno, strateški dokumenti doneseni na razini Republike Hrvatske, Primorsko-goranske županije i same Općine. U okvirima tih dokumenata izdvojeni su oni najznačajniji za razvoj područja:

- Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014-2020
- Županijska razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020.
- Prostorni plan Primorsko-goranske županije -SNPGŽ 32/13
- Prostorni plan uređenja Općine Fužine – SNPGŽ 5/05, 16/09, 16/11
- Lokalna razvojna strategija LAG-a Gorski Kotar za razdoblje 2014.-2020.
- Plan ukupnog razvoja Općine Fužine te njegova revizija
- Akcijski plan energetske učinkovitosti na području Općine Fužine za razdoblje 2016.-2019. godine
- Akcijski plan energetski održivog razvijanja za Općinu Fužine

Izrada prostornog plana užeg područja Općine – urbanističkih planova uređenja određuju se sve neuređeni dijelovi građevinskog područja naselja i za građevinska područja izdvojene namjene. Urbanističkim planovima uređenja obuhvaćeni su i izgrađeni, kao i neizgrađeni uređeni dijelovi građevinskih područja naselja, a obuhvaćeni su s ciljem omogućavanja kvalitetne prostorne organizacije i spajanja na postojeću osnovnu infrastrukturu.

Prostorno planiranje kao interdisciplinarna djelatnost je institucionalni i tehnički oblik upravljanja prostornom dimenzijom održivosti, kojom se na temelju procjene razvojnih mogućnosti u okviru zadržavanja osobnosti prostora, zahtjeva zaštita prostora i očuvanje kakvoće okoliša, određuju namjena prostora/površina, uvjeti za razvoj djelatnosti i njihov razmještaj u prostoru, uvjeti za poboljšanje i urbanu obnovu izgrađenih područja te uvjeti za ostvarivanje planiranih zahvata u prostoru. Prostorno planiranje teži za optimalnim rasporedom ljudi, dobara i djelatnosti na određenom teritoriju radi njegove optimalne uporabe.

Izmjenama i dopunama prostornog plana uređenja donesenim 2017. utvrđuju se osnove i uređivanja prostora u skladu s potrebama društvenog i gospodarskog razvoja Općina Fužine, a posebno:

Ciljevi razvoja turizma Općina Fužine

Ciljevi razvoja turizma trebali bi biti usklađeni s globalnim gospodarskim, te društvenim ciljevima Općine. Dugoročni je cilj razvoja turizma na području Općine je prvenstveno blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta. Potrebno je istaknuti da ne postoji subordinacija ciljeva te da su sví navedeni ciljevi jednako važni i da se međusobno uvjetuju. Značajno odstupanje od bilo kojeg cilja nedvojbeno bi bitno poremetilo ravnotežu odnosa. Turistički proizvodi Općine uklapaju se u sustav turističke ponude Istarske županije, koji samo objedinjenom ponudom mogu postići očekivanu razinu konkurentnosti na zahtjevnom turističkom tržištu. Turistički proizvodi se, dakle, nadograđuju s turističkim proizvodima susjednih destinacija izazivajući sinergijski efekt, te zajedno tvoreći integralni turistički proizvod PGŽ-a.

S obzirom da je područje Općina Fužine uglavnom ruralnog karaktera, po toj osnovi postoji potencijal za još veći razvoj i ponudu ruralnog turizma.

Tablica 13. Građevinska područja za izdvojene namjene

OPĆINA FUŽINE	GRAĐEVINSKA PODRUČJA ZA IZDVOJENE NAMJENE	Izgrađeni dio(ha)	Neizgrađeni dio(ha)	Površina ukupno (ha)	Postotak od ukupne površine Općine
	Oznaka				
	UGOSTITELJSKO TURISTIČKA NAMJENA	T			
	Turistička naselja	T2			
Vrelo 1	T22	0,00	7,22	7,22	
Gradina	T23	0,00	4,11	4,11	
Bajer	T26	0,00	6,86	6,86	
V ždrelu	T27	0,00	4,99	4,99	
Turistička naselja	UKUPNO	T2	0,00	23,18	23,18
	Kamp	T3			
Lepenica	T31	2,01	0,95	2,96	
Kamp	UKUPNO	T3	2,01	0,95	2,96
UGOSTITELJSKO-TURISTIČKA NAMJENA	UKUPNO	T	2,01	24,13	26,14

Izvor: PP Općine Fužine V. izmjene i dopune (prijedlog plana) 2016.

Općina Fužine mora primijeniti model razvoja turizma koji će joj osigurati konkurentske prednosti u tržišnoj utakmici s destinacijama sličnih obilježja, usmjerenih k istim cilnjim skupinama. Pored ekonomskih, razvoj turizma donosi brojne promjene i izazove za turističke destinacije. Posebice se navedeno odnosi na fizički utjecaj na okoliš. Turizam je, pored procesa industrijalizacije i urbanizacije, jedan od najznačajnijih izvora pritisaka na okoliš. Pritisak ovisi o procijenjenom nosivom kapacitetu, vrsti selektivnog turizma, ekološke osviještenosti i pismenosti nositelja turističke ponude, broja turista koji istovremeno borave u destinaciji, njihovoj ekološkoj pismenosti, itd. Utjecaj se očituje u onečišćenju zraka, tla i vode, korištenju prirodnih resursa, stvaranju otpada, prometne zakrčenosti, prostornih devijacija, itd. Općina Fužine svjesna je utjecaja i promjena koje donosi turizam, no planom održivog razvoja turizma u dogовору sa svim relevantnim sudionicima, veliku pažnju poklanjanju otklanjanju nepovoljnih utjecaja na cjelokupni okoliš.

Kako bi se lokalne zajednice orijentirane turizmu sposobile, obično su potrebne društvene i institucionalne promjene kao preduvjet za raspodjelu moći koja će omogućiti promjene. Lokalno stanovništvo je vrlo važan dionik u razvoju turizma destinacije, a zainteresirano je za njen razvoj jer je svjesno da iskorištanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može rezultirati uništavanjem postojećih vrijednosti u njihovoј životnoј sredini. Kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja..

Ključno je pitanje, pri tom, kako lokalna zajednica sudjeluje u razvoju turizma destinacije i to u procesu planiranja i odlučivanja o razvoju, u predlaganju ideja i realizaciji projekata, o ulozi turizma u prostoru i razvoju i u preraspodjeli koristi i troškova razvoja turizma.

Turistička atrakcijska osnova svake turističke destinacije predstavlja ishodište i uvjet za kreiranje optimalnog turističkog proizvoda. Riječ je o «turističkoj sirovini» za stvaranje turističkog proizvoda, na području Općine Fužine koja tek moraju formirati turistički proizvod kojim bi privukli značajniju turističku potražnju. Sustavna analiza resursne i atrakcijske osnove neophodna je kako bi se o njoj mogli skrbiti te time osigurati održivi turistički razvoj te kako bi cjelokupnu resursnu osnovu mogli vrednovati u smislu stvaranja prepoznatljive i samosvojne cjeline koja određuje značajke optimalnog destinacijskog proizvoda kojeg je moguće kreirati u konkretnoj destinaciji.

Strategija razvoja Općine Fužine

Strateški ciljevi Strategije razvoja Općine Fužine detaljno su usklaćeni i sa strateškim ciljevima nadređenog strateškog razvojnog dokumenta regionalne razine, Županijskom razvojnom strategijom Primorsko-goranske županije za razdoblje 2016.-2020.:

1. Razvoj konkurentnog i održivog gospodarstva
2. Jačanje regionalnog kapaciteta i ravnomjeran razvoj
3. Razvoj ljudskih potencijala i povećanje kvalitete života

Razvojni ciljevi Općine Fužine

1. Razvojni cilj – Osigurati učinkovito poticajno okruženje za razvoj dinamičnog poduzetništva i transfer znanja od institucija prema gospodarstvu u svrhu povećanja udjela inovacija, s naglaskom na povećanje konkurenčnosti i razvoj novih tehnologija
2. Razvojni cilj – Povećanje % ekonomski aktivnog stanovništva, uz poboljšanje kvalitete života svih generacija, smanjivanje opasnost od siromaštva te promicanje cjeloživotnog obrazovanja
3. Razvojni cilj Fužina – destinacija održivog turizma u kojoj se kontinuirano ulaže u turističku infrastrukturu, integralnog turističkog proizvoda, upravljanog po načelima destinacijskog menadžmenta
4. Razvojni cilj Općine Fužine – energetski učinkovita i intermodalno povezana s okruženjem i urbaniziranim centralnim naseljem, pruža stanovnicima pogodnosti življjenja u očuvanom okolišu.

5. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA

Sagledavanje razvoja s aspekta izvora financiranja razvojnih projekata Općine prepostavlja identifikaciju izvora, opsega, načina te uvjeta osiguranja potrebnih finansijskih sredstava. Uzveši u obzir nedostatak finansijskih sredstava u Općini, strategija financiranja povezana je s pristupom fondovima Europske unije (uključujući i druge izvore). Cilj je korištenje dostupnih fondova Europske unije za maksimaliziranje učinaka dostupnih fondova Vlade RH i drugih multilateralnih i bilateralnih fondova. Zbog brojnih ograničenja i barijera razina investicijske aktivnosti u hrvatskom turizmu u proteklom razdoblju nije bila zadovoljavajuća. Premalo je bilo *greenfield* investicija novih ulagača, a skromne su bile i investicije postojećih poduzeća. Posebno valja naglasiti da je gotovo u cijelosti izostalo ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija. Republika Hrvatska, pa tako i Primorsko-goranska županija, općine i gradovi, apliciraju na natječaje Europskih fondova. Jedna od najznačajnijih politika Europske unije je Kohezijska politika, za koju je EU u finansijskom razdoblju 2014.-2020. će izdvojiti 376 milijardi eura iz svog proračuna.

5.1. Prikaz stanja

Mogući izvori finansijskih sredstava često su jedini fokus planiranja razvoja. To predstavlja opasnost, budući da će Općina morati zadržati kontrolu nad razvojnim procesom i pitanjima, te privlačiti sredstva u projekte koji će podupirati razvojnu strategiju Općine. Za sredstva postoji natjecanje isto kao i natjecanje među donatorima i finansijskim organizacijama za „dobrim projektima“. Dobri projekti su prioritetni projekti koji ostvaruju razvoj u pravcu koji je utvrđen strategijom. Prema tome, strategija određuje sredstva, a ne obrnuto.

Kao mogući izvori financiranja razvojnih projekata koriste se:

1. Proračunska sredstva Općine
2. Proračunska sredstva Županije;
3. Krediti, bilo da se radi o kreditnim linijama poslovnih banaka i mogućnosti korištenja sredstava po komercijalnim uvjetima ili nekom obliku poticajnog financiranja poduzetnika, putem Hrvatske banke za obnovu i razvitak i suradnje Ministarstva gospodarstva, Županije i poslovnih banaka temeljem trostranih ugovora o suradnji;
4. Bespovratna sredstva/donacije namijenjena financiranju razvoja;
5. Zajednička ulaganja, prije svega putem direktnih stranih ulaganja ali i ulaganja u temeljni kapital Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR) te
6. Samofinanciranje, odnosno mogućnosti, prije svega gospodarskih subjekata, da vlastitim izvorima (sadržanim u neto dobiti i izdvojenim sredstvima amortizacije osnovnih sredstava) financiraju planirana ulaganja.
7. Ostali poticaji koji stimuliraju razvoj i poslovanje

Primorsko-goranska županija, a tako i Općina Fužine prepoznala je turizam kao važan element jačanja ukupnog gospodarstva na svom području koji će, u raznim svojim pojavnim oblicima, doprinijeti značajnom i trajnom povećanju blagostanja. Nositelji razvoja turizma su fizičke i pravne osobe koji u procesu realizacije investicijskih projekata trebaju imati podršku i zaštitu javnog sektora kroz određene poticajne mjere kao što su porezne i izvan porezne

povlastice, potpore za otvaranje novih radnih mjesta, potpore za usavršavanja i druge potpore materijalnog i nematerijalnog oblika.

5.2. Investicijsko okruženje

Operacionalizacija razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma podrazumijeva i pokretanje konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će svojim kvalitativnim značjkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonus te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža. Uspostavljanje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja u današnjim uvjetima pretpostavlja snažan angažman nositelja javne vlasti, kako u pripremi institucionalnih i drugih uvjeta za pospješivanje konkurentske sposobnosti turizma, tako i u iniciranju velikih razvojno-investicijskih projekata. Strategijom razvoja turizma RH do 2020. pokreću se brojne mjere koje imaju za cilj stvoriti uvjete koji će osigurati dugoročno tržišno održivo poslovanje i investiranje. Uz aktivnosti vezane uz marketing i razvoj proizvoda te razvoj ljudskih potencijala i upravljanje turističkom politikom, stvaranje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja zasnovano je na uklanjanju ograničenja poduzetničke i investicijske aktivnosti, smanjenju fiskalne presije, realizaciji sustava poticaja te utvrđivanju novih pravila upravljanja.

5.3. Korištenje EU fondova

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su prije svega strukturalni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond), Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. U tom smislu značenje Strateškog plana razvoja turizma RH do 2020. od ključne je važnosti, budući da je strateška utemeljenost osnovno načelo za definiranje i izradu nacionalnih. Kohezijska politika jedan je od stupova zajedničkih politika EU koja odražava razmjer socioekonomskih razlika unutar EU, ali i politički značaj kohezije za projekt ujedinjene Europe. Pri tome se odrednice kohezijske politike pomicu s početnog naglaska na postizanje ujednačenog razvijenja unutar EU prema jačanju globalne konkurentnosti i održivog rasta gospodarstva EU.

Nacionalni strateški referentni okvir Republike Hrvatske kao ključna područja razvoja određuje prometnu infrastrukturu, energetsku infrastrukturu, infrastrukturu zaštite okoliša, poticanje konkurentnosti, poticanje ravnomernog regionalnog razvoja, poticanje zapošljavanja i obrazovanja radne snage za potrebe na tržištu rada te jačanje učinkovitosti sustava državne uprave i pravosuđa. Operativnim programom ravnomernog regionalnog razvoja u sferi turizma predviđeni su projekti javne i poslovne turističke infrastrukture kao pretpostavke razvoja turizma. Operativnim programom ljudskih potencijala u sklopu prioriteta podrške održivom zapošljavanju i unapređenju ljudskog kapitala aktivnosti u sferi turizma sredstva se usmjeravaju ponajprije na razvoj projekata podizanja kapaciteta obrazovnih institucija.

6. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA

Krajem 2008. svjetska ekonomska kriza manifestirala se u Hrvatskoj, prvotno zaustavljanjem gospodarskog rasta, zatim smanjenjem proizvodnje i potrošnje te naposljetu padom BDP-a od 5,8 %.

Prvih par godina (7-8 godina) gospodarstvo u RH, pod utjecajem recesije u Svijetu i Europi, ali i vlastitih negativnosti bilježi kontinuirani pad svi parametra koji obilježavaju gospodarska kretanja. Radi se o dubokim problemima prvenstveno strukturne naravi. Trenutačno promatranje ukazuje na neke pozitivne trendove. Određeni optimizam proizlazi iz činjenice da je RH ušla u EU što bi dugoročno moglo imati pozitivnog utjecaja na društveno-ekonomska kretanja.

Kad prognoziramo kretanja turizma javljaju se određeni pozitivni trendovi i do sada (u ovim recesiskim vremenima), a prognoze su pozitivne i za ubuduće (stopa rasta, tržišna kretanja, naša konkurentnost, investicijska ulaganja).

Nedvojbeno je da se egzaktne prognoze društveno-ekonomske kretanja nezahvalan posao, međutim smatra se da bi bilo više neodgovorno o tim kretanjima ne voditi računa, nego kod prognoze djelomično pogriješiti. Stoga smo se opredijelili za ovaj rad, prognozirati društveno-ekonomska kretanja i njihov utjecaj na ostvarenje strateških kretanja razvoja turizma.

Kroz tri moguća scenarija pokušali smo predviđati kretanja (društvena i ekonomska), te smo se na kraju opredijelili za jedan od ponuđenih scenarija.

SCENARIJ 1:

(NISKE STOPE RASTA)

- U EU – niske stope rasta (nekoliko godina), a poslije povećana;
- U RH – niske stope rasta (nekoliko god.), a poslije nešto povećana;
- Turizam će imati pozitivnu stopu rasta (3-4 % godišnje);
- U Primorsko-goranskoj županiji i bližem okruženju:
 - Prepostavka je da će turizam kontinuirano imati stopu rasta (3-4 % godišnje);
 - Prepostavka je da će poljoprivreda, trgovina, uslužne djelatnosti, malo i srednje poduzetništvo dijeliti sudbinu globalnih kretanja (niske stope rasta);
 - Bliže okruženje županije u turizmu moglo bi imati nešto povoljnije trendove;
 - U takvom okruženju (uže i šire) moguće je planirati u prvih nekoliko godina stope rasta turizma 3-4 %,

Kao što se iz prikaza vidi, u ovom slučaju predviđamo, tijekom dužeg perioda niske stope rasta.

SCENARIJ 2:

(SREDNJA STOPA RASTA)

- U EU – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %,
- RH – dvije godine stopa rasta 3-4 %;
- U ŽUPANIJI I BLIŽEM OKRUŽENJU
 - Turizam, povećanje potražnje 4-5 % i kvalitativno
 - Poljoprivreda, povećanje stope rasta godišnje 2-3 %;
 - Trgovine, usluge, mali i srednji poduzetnici prate globalna kretanja, povećanje 2-3 %

U ovakovom okruženju (šire i uže) moguće je planirati stopu rasta u turizmu do 4-5 % godišnje.

Smatramo da bi ovo mogao biti realni scenarij, pa smo se zato za njega opredijeliti.

SCENARIJ 3:

(VISOKE STOPE RASTA)

- U EU – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %, a poslije 4-5 %;
- U RH – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %, a poslije 4-5 %;
- U ŽUPANIJI I BLIŽEM OKRUŽENJU
 - Turizam- povećanje stope rasta 7-9 %
 - Poljoprivreda- povećanje stope rasta 3-5 %;
 - Trgovina, usluga, malo i srednje poduzetništvo – povećanje stope rasta 3-5 %;

U takvom okruženju moguće je planirati stopu rasta u turizmu do 6-8 %.

Kao što smo istakli, naše je opredjeljenje u kreiranju strateških ciljeva za razvoj turizma, vezujemo za scenarij 2. Dapače, kod nekih postavki razvoja opredijelili smo se i za veće stope rasta, i to iz osnovnog razloga što je sadašnja razvijenost turističkog sektora na niskoj razini.

7. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. U ovom poglavlju govorimo o obilježjima turističke destinacije, ponudom i obilježjima potražnje destinacije-Općina Fužine.

7.1. Obilježja turističke ponude destinacije

Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.

Osim pokretačkih čimbenika u Općini Fužine koji djeluju na dolazak turista u turističku destinaciju, za turističko gospodarstvo posebno su značajni čimbenici ponude. U čimbenike ponude ubrajaju se: prirodne karakteristike nekog turističkog mjesta, bogatstvo povijesnog i kulturnog naslijeda, prometna infrastruktura, raspoloživi objekti za smještaj i prehranu turista, objekti za zabavu, rekreaciju i sport i drugi sadržaji zanimljivi turistima. Na temelju vlastite procjene atraktivnosti, zanimljivosti i podobnosti svakog od navedenih čimbenika, potencijalni se turist opredjeljuje za konkretnu zemlju i mjesto provođenja godišnjeg odmora. Destinacije danas nastoje razviti brojne turističke proizvode kako bi se prilagodile sve izbirljivijem turističkom tržištu. Proizvodi će, između ostalog, biti uspješniji što više imaju komponenti posebitosti i što se više oslanjaju na specifičnosti destinacije. Upravo će ih ta komponenta izdvojiti od mnoštva sličnih proizvoda koje potrošači mogu jednostavno zamijeniti jedne s drugima. Proizvodi koji se razvijaju moraju biti u funkciji želenog pozicioniranja destinacije kao i u skladu s očekivanjima gostiju.

Da bi Općina Fužine postala privlačna destinacija potrebno je uvesti promjene na području poboljšanja i proširenja turističke ponude. Proizvodi se trebaju mijenjati u svom sadržaju i dizajnu u različita godišnja doba. Odmorišni proizvod koji se nudi ljeti u druga godišnja doba treba se nadopuniti i mijenjati različitim sadržajima rekreacije i razgledavanja. Promjene koje se dešavaju u prirodi godišnjim dobima trebale bi se održavati i u sadržajima boravka u destinaciji. Samim time Općina bi u svoj proizvod uvela mnoge turistima privlačne resurse okoline (poznata izletišta, planinarske staze, trekking, biciklističke staze, seljačka gospodarstva, kulturna ponuda i drugo). Aktivnom ponudom različitih proizvoda u različitim sezonom moguće je smanjiti razliku između glavne i pred i posezone.

Atraktivnost destinacije značajno utječe na privlačenje ljudi u samu destinaciju. Ljudi željni odmora, zabave, razonode, rekreacije, doživljaja i sl. dolaze u destinacije koje ih ponudom najviše privlače. U atraktivne se čimbenike ubrajaju: klima, reljef, hidrografski elementi (more, rijeke, jezera), šarolikost biljnog i životinjskog svijeta itd. U atraktivne čimbenike destinacije, osim navedenih prirodnih atraktivnosti, ubrajaju se i društvene atraktivnosti. U te atraktivnosti ubrajaju se: kulturna i povijesna baština, različite društvene manifestacije, folklor i sl. Ovi sadržaji upotpunjavaju samostalno, ali češće u kombinaciji s prirodnim atrakcijama, ukupnu privlačnost neke destinacije.

7.1.1. Opis elemenata stanja postojeće ponude – konkurentnosti

A/ Lokacija

- Općina je dobro zemljopisno pozicionirana (blizina auto ceste Rijeka – Zagreb)

- Dobar pristup (cestovni, zračni)

B/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, jer će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentska snaga u turističkoj djelatnosti.
- Kako bi turistička ponuda mogla svojom kvalitetom odgovoriti na izazove razvoja turističkih djelatnosti, potrebno je mlađe stanovništvo animirati, stipendirati, usmjeravati jer trenutno ovaj prostor nema dovoljan broj školovanih turističko-ugostiteljskih i drugih profesionalnih kadrova za domenu turizma.

C/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije.
- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj ekološkog turizma i mamac su za nove potrošače (netaknuta priroda)
- Fužinska jezera (jezero Bajer, jezero Lepenica, jezero Potkoš)
- Održivi razvoj mora biti stalno nit vodilja razvoja.

D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri, no usprkos tome prezentira ih se u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci su relativno dobro uređeni, a putovi koji vode do njih bi trebali biti bolje označeni.
- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) se sve više promoviraju, potrebno je bolje određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.

E/ Komunalna infrastruktura

- Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

F/ Prometna infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine
- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesto)
- Prometna i turistička signalizacija bi trebala biti još bolje riješena

G/ Društvene djelatnosti

- Destinacija ima povoljnu osnovu za razvoj društvenih djelatnosti
- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture koju treba više i brže razvijati
- Za kvalitetniji razvoj turizma treba stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, sporta i preventivnog zdravstva.

H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz turistička ponudu, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, proizvodnji domaćih proizvoda, meda, prirodnih rakija, ljekovitog bilja itd.

- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište).
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju s kojim treba biti u korelaciji
- Ukoliko postoji neka gospodarska djelatnost koja nije u skladu s turističkim razvojem mora se pronaći adekvatna rješenja

I/ Razvojno planska dokumentacija

- Razvojno planska dokumentacija-često je ograničavajući faktor razvoja turizma
- Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta

J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (finansijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo).
- Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjeru razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu sa Strateškim planom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma Primorsko-goranske županije
- Veću pažnju posvetiti korištenju sredstava EU

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) je zadovoljavajuća,
- Dosadašnji smještajni kapaciteti (apartmani, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje) su u mogućnosti prihvati i ugostiti veći broj turista.

L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja.

M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije

Tablica 14. Struktura smještaja u Općini Fužine

vrsta smještaja	broj jedinica 2017.	kapacitet 2017.		broj jedinica 2018.	kapacitet 2018.	
		stalni kreveti	pomoćni kreveti		stalni kreveti	pomoćni kreveti
hotel	1	39	19	1	39	19
hostel	1	70	0	1	70	0
lovački dom	1	38	0	1	38	0

kamp	1	53	60	1	53	60
kuće za odmor	16	76	26	20	88	34
apartmani	66	172	88	77	200	110
sobe	22	44	6	22	44	6
UKUPNO:	108	492	199	123	532	229

Izvor: TZ Fužine 2019.

7.2. Obilježja turističke potražnje u destinaciji

Iako kvantitativni trendovi ukazuju na stabilan rast, ono što se mijenja tijekom posljednja dva desetljeća je struktura putovanja. Promjena trendova na globalnom turističkom tržištu uzrokovana je prvenstveno evolucijom svijesti turističkih potrošača koja je rezultirala pojavom novih vrijednosnih stavova, odnosno promjenom odnosa turista, kako prema sebi samima, tako i prema svijetu koji ih okružuje. Nove turiste, s jedne strane, karakterizira želja za aktivnim sudjelovanjem u životu destinacije. Oni od turističkog putovanja ne očekuju samo odmor, zabavu i rekreaciju nego i stjecanje novih spoznaja, proširivanje horizontata, te duhovni rast i razvoj. S druge strane, novi turisti također pokazuju povećanu razinu brige za zaštitu okoliša i često, iz principijelnih razloga, ne žele putovati u destinacije koje degradiraju svoj okoliš dok su, istodobno, spremni platiti veću cijenu za boravak u onim destinacijama koje percipiraju kao ekološki osviještene. Trendovi potražnje za turizmom posebnih interesa, osobito sve izraženiji interes za kulturni turizam, gastro-enološku ponudu, rekreacijsku ponudu i ostale ponude, kombinirani sa sve većim brojem turista koji preferiraju upoznavati turistički neotkrivena odredišta, stavljuju turistički razvoj Općine u relativno povoljan položaj. Ostali motivi, kao kulturne znamenitosti i sportske aktivnosti, su neiskorišteni potencijal, te ih valja na primjereno način razvijati i promovirati. Stupanj zadovoljstva pojedinim elementima ponude jedno je od temeljnih obilježja boravka turista u destinaciji. Motivacija turista pojavljuje se kada oni nastoje zadovoljiti svoje potrebe, a krucijalna je prilikom planiranja marketinskih i ostalih strateških aktivnosti. Svi koji su uključeni u proces planiranja i razvoja turističke ponude moraju znati što potiče ljudi na dolazak u neku destinaciju.

Tablica 15. Dolasci u Općini Fužine

dolasci domaći			dolasci strani		
2016.	2017.	2018.	2016.	2017.	2018.
781	823	735	1958	2636	2730
1149	1151	1111	447	348	344
322	91	109	42	0	15
324	287	204	127	268	229
2670	3267	3460	1143	1821	1653
5246	5619	5619	3717	5073	4971

Izvor: TZ Fužine 2019.

Tablica 16. Ostvarena noćenja u Općini Fužine

noćenja domaći			noćenja strani		
2016.	2017.	2018.	2016.	2017.	2018.
1346	1172	1235	2537	2957	3236
3362	3779	3665	3644	2834	2476
623	187	184	74	0	24
1383	786	1001	1179	2168	1919
9041	8413	8445	4218	6391	7816
15755	14337	14530	11652	14350	15471

Izvor. TZ Fužine 2019.

Tablica 17. Prvih 10 posjetitelja Općine Fužine

TOP 10	2016.	2017.	2018.
1	Hrvatska	Hrvatska	Hrvatska
2	Njemačka	Njemačka	Njemačka
3	Koreja	Koreja	Koreja
4	Francuska	Srbija	BIH
5	Izrael	Italija	Italija
6	Srbija	Nizozemska	Nizozemska
7	SAD	Rumunjska	Srbija
8	Italija	Ujedinjena kraljevina	Francuska
9	Ujedinjena kraljevina	Izrael	Mađarska
10	Nizozemska	Francuska	Australija

Izvor. TZ Fužine 2019.

8. TRŽIŠNI ELEMENTI

U ovom poglavlju dajemo pregled tržišne pozicije turizma, tržišna kretanja, neusklađenost ponude i potražnje kao i mišljenja vezana u poboljšanje gore navedenih poglavlja.

8.1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije

Turizam je iznimno složen gospodarski sustav sastavljen od niza fragmenata struktorno različitih gospodarskih grana i djelatnosti u svim sektorima nacionalnog gospodarstva. Turizam se definira kao visoko sofisticiran integralni sustav u okvir nacionalnog gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuvisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu. Na mnoga suštinska pitanja razvoja turizma odgovor ne leži u okviru samo jedne gospodarske grane, sektora gospodarstva, institucije, politike ili zakona, već traži mnogo složeniji pristup zbog visokog stupnja fragmentiranosti, disperziranosti i kompleksnosti turizma.

Turistička potrošnja predstavlja osnovu svih ekonomskih učinaka turizma jer bez njene realizacije ne bi bilo moguće postići niti jedan ekonomski učinak koji bi proizašao iz razvoja turizma. Turistička potrošnja je ukupna potrošnja roba i usluga koje turist kupuje ili konzumira da bi zadovoljio prvenstveno svoje turističke potrebe, bez obzira na to da li se akt potrošnje dogodio u mjestu stalnog boravka turista, tijekom putovanja ili u turističkoj destinaciji. Nužno je razlikovati domaću i inozemnu turističku potrošnju zbog razlika u ekonomskim učincima koji iz njih proizlaze, ali i zbog razlika u analitičkom (metodološkom) pristupu:

- Domaćom turističkom potrošnjom vrši se preraspodjela stečenog dohotka u okviru nacionalnog prostora koji „migrira“ iz jedne prostorno-administrativne cjeline (npr. županije ili grada) u drugu što ne utječe znatno na BDP zemlje.
 - Inozemnom turističkom potrošnjom vrši se prelijevanje dohotka iz turistički emitivne u turistički receptivnu zemlju, na temelju koje se postižu znatni ekonomski učinci, naročito u smislu povećanja BDP-a zemlje
 - Inozemna turistička potrošnja predstavlja dio osobnog dohotka pojedinaca stečen izvan granica promatranog gospodarstva, čija agregatna vrijednost čini proširenu potrošnju u zemlji privremenog boravka.
-
- Ekonomski učinci turizma su promjene koje nastaju u strukturi gospodarstva turistički emitivnih, tranzitornih i turistički receptivnih područja kao posljedica turističkih kretanja i turističke potrošnje, a u konačnici i turističkog razvoja.
 - Ekonomске učinke turizma nije moguće izolirano promatrati, jer su u neraskidivoj međuvisnosti s ostalim učincima koji se postižu razvojem turizma: društvenim, kulturološkim, ekološkim (prostornim) i ostalim učincima

Ekonomske učinke moguće je klasificirati u sljedeće kategorije:

- redistribucija dohotka i priljev strane valute
- generiranje prihoda
- utjecaj na zaposlenost,
- poboljšanje ekonomskih struktura,
- poticanje poduzetničkih aktivnosti,
- stimuliranje regionalnog razvoja i smanjenje regionalnih nejednakosti.

Smjer i intenzitet razvoja turizma u destinaciji u velikoj je mjeri određen vrstom njezinih turističkih resursa, kao i njihovom privlačnom snagom odnosno kvalitetom. Pojam emitivnog tržišta podrazumijeva područje, ili zemlju, koju karakterizira značajan broj stanovnika koji su ekonomski sposobni da se uključe u turistički promet. Pojam receptivnog tržišta podrazumijeva područje, ili zemlju, koje ugošćava turiste. Turistička ponuda i turistička potražnja stupaju u poslovni odnos na receptivnom tržištu, a preduvjet tog stvarnog odnosa su aktivnosti koje receptivni subjekt poduzima na emitivnom tržištu (praćenje, istraživanje, promocija i dr.). Receptivne turističke zemlje, bez obzira na geografsku veličinu, su područja na kojima je koncentrirana turistička ponuda. Preduvjet su iskoristivi turistički resursi i atrakcije. Turističke destinacije koje se uspiju prilagoditi suvremenim trendovima te unaprijediti svoju konkurentnost i atraktivnost, opstat će na tržištu i ostvarivati pozitivne fizičke i financijske rezultate. Planiranje turizma mora biti temeljna aktivnost svake destinacije, pogotovo u današnjem turbulentnom poslovnom okruženju. Integralno planiranje najpoželjnije je kod planiranja razvoja Općine, i planiranja pojedinih sektora kao što je turizam.

Integralno planiranje se strukturira na:

- strateško planiranje: definira cijelokupnu svrhu i smjer, odnosno daje smjernice za sve operativne aktivnosti, a od sudionika zahtjeva postizanje konsenzusa o srednjoročnim i dugoročnim ciljevima, i na
- operativno planiranje: koncentriра se na formuliranje detaljnih tehničkih programa, politika i procedura nužnih za ostvarenje strateškog plana

8.1.1. Tržišna kretanja i trendovi

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Ova Strategija određuje značenje novih trendova u hrvatskom turizmu i razvoja po načelima održivosti. Novi trendovi moraju na temelju intelektualnog kapitala i informacija pretvoriti prirodne preduvjete u konkurentske prednosti temeljene na inovacijama radi multipliciranja profita. „Zeleni hoteli” kao dobri primjeri novih trendova u turizmu predstavljaju priliku kvalitativnog preoblikovanja hrvatske smještajne ponude radi očuvanja okoliša, privlačenja zahtjevnijih turista, produženja turističke sezone i turističke valorizacije cijelokupnog prostora RH. Imajući u vidu da prilagodba novim trendovima u turizmu „budućnosti” neće biti nimalo laka s obzirom na sve veću dinamiku promjena, u ovom se poglavlju navode neki od suvremenih i vjerojatnih budućih trendova:

- gospodarski aspekti,
- ekološki aspekti,
- promjene na tržištu ponude,
- promjene na tržištu potražnje,
- ciljni segmenti i pozicioniranje.

Iako turizam kao industrija na globalnoj razini bilježi veliki rast te je potkraj 2012. godine prvi put u povijesti zabilježena milijarda međunarodnih dolazaka turista u jednoj godini (oni koji su putovali izvan zemlje boravišta), europsko tržište još uvijek potresa gospodarska kriza, što utječe i na turistička kretanja. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Mijenja se sastav turističke populacije u kojoj raste udio starijih osoba.

Gospodarska perspektiva za tradicionalno industrijske zemlje danas uključuje znatno usporen rast i stagnirajući raspoloživi dohodak po stanovniku. Nedvojbeno je da će na globalnoj razini konkurenциja novih destinacija i novih objekata koji se razvijaju i dalje rasti. Turističko tržište pruža priliku hrvatskoj turističko-ugostiteljskoj ponudi ostvarenje konkurentnosti temeljenoj na inovativnim proizvodima i afirmaciji lokalnih vrijednosti u funkciji diversificiranja od univerzalne globalne ponude. Posljedica sve veće svijesti o tome da ljudski rod i prirodni okoliš dijele zajedničku sudbinu, promoviranje je očuvanja prirodnih bogatstava na mnogim razinama. Pitanje odnosa turizma i zaštite prirode postavlja se danas često u proturječnom značenju, no ipak priroda i njezine ljepote spadaju u red osnovnih turističkih vrednota.

Sve veća ekološka svijest javnosti očituje se u tendenciji izbjegavanja onih destinacija koja su već prešla razinu tolerancije, ne samo prema mišljenju stručnjaka, već i s gledišta potrošača. Stanovnici turističkih područja sve više usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je prepostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Održivost u sebi sadrži načelo trajnog opstanka prirodnog resursa, dok razvoj označava koncepciju u sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa. Ako se analiziraju oba pojma zajedno, održivi razvoj se može definirati kao odnos između dinamičkih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičkih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži. Ako se analizira definiciju da je održivi razvoj „razvoj koji će zadovoljiti potrebe sadašnjeg naraštaja, a da se pritom ne dovedu u pitanje potrebe budućih naraštaja”, može se uočiti tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:

- koncept razvoja – u sebi uključuje kulturološki, društveni i gospodarski opseg razvoja,
- koncept potreba – pri čemu termine „osnovnih“ potreba i „kvaliteta“ života je potrebno preispitati i točno definirati,
- koncept budućih naraštaja – povezuje buduće generacije s današnjim razvojem uz prepostavku razvijene ekološke i moralne svijesti današnjeg stanovništva.

Potrebno je, dakle, pomno paziti da se aktivnostima ne ugroze prirodni resursi pa je stoga danas, prijeko potrebno napraviti zaokret u eksploataciji resursa te je potrebno posvetiti veću pažnju učinkovitosti u raspodjeli resursa i preraspodjeli bogatstva.

Trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje)
- Sve veća očekivanja od cijele destinacije
- Promjena u potrebama (manje slobodnog vremena, više puta godišnje putovanja, veći zahtjevi)
- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima (dobro održavani)
- Osobna sigurnost (sveukupna)
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti)
- Potražnja za složenim proizvodom (odmor u tišini, zabava, kupanje, rekreacija)
- Povećanje potražnje za ponudom koja održava elemente održivog razvoja
- Povećanje putovanja turista treće dobi
- Održavanost, opremljenost, urednost destinacije je sve značajniji element potražnje

8.1.2. Neusklađenost ponude i potražnje

Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Turistima manje razvijena i ruralna područja postaju sve zanimljiva za provođenje slobodnog vremena. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepo doživljaje svakim danom raste.

Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom postaje veoma zanimljiv. Razmatrajući sve relevantne čimbenike koji utječu na kvalitetu turističke ponude, a nisu u skladu sa potražnjom (manjim ili većim dijelom), dolazimo do sljedećih ocjena:

A/ Lokacija i površina 1. Prostorno-geografska komponenta 2. Pristup destinaciji	Fužine imaju odličnu prometnu povezanost. Kraj graniči s Kvarnerskim zaljevom pa je do morske obale - Rijeke i Crikveničko-vinodolske rivijere svega 30, a do otoka Krka samo 22 kilometra udaljenosti. Fužine su smještene su u neposrednoj blizini autoceste Zagreb – Rijeka i do njih se vrlo lako dolazi, a moguće je posjetiti ih već pomalo romantičnom vožnjom vlakom. Zbog toga je moguće u vrućim ljetnim danima ugodno noćiti u Fužinama, a tijekom dana boraviti na moru.
B/ Ljudski resursi 1. Zaposlenost 2. Obrazovna struktura	Problem kadrova a posebno obrazovna struktura je izražen (stanje nije zadovoljavajuće) što bi u razvoju mogao biti faktor ograničenja.

C/ Prirodni resursi Flora Fauna Poljoprivredno i šumsko zemljište Fužinska jezera	Nije u svim elementima korištenja i održavanja u skladu sa turističkim standardima. Inače, ove resurse treba daleko intenzivnije koristiti u turističkoj ponudi
D/ Kulturno-povijesna baština Arheološki lokaliteti Povijesne civilne građevine Povijesne sakralne građevine Povijesno seosko naselje Tradicijska graditeljstvo Tradicijska odjeća i obuća Tradicijska prehrana Tradicijski običaji Smotra folklora Edukacijske radionice za izradu originalnih suvenira Likovne izložbe Poticanje tradicijskih zanata Muzeji	Ovi resursi nisu planski održavani i razvijani, no u posljednje vrijeme se istima poklanja sve veća pažnja promoviranjem u turističkoj ponudi. Ovaj segment zahtjeva interdisciplinarni i planski pristup. Svaki od navedenih elemenata zahtjeva posebnu obradu.
E/ Komunalna infrastruktura Odvodnja otpadnih voda Sustav javne kanalizacije Energetska infrastruktura Pošta i telekomunikacije Groblja	Komunalna infrastruktura je zadovoljavajuća, osim što bi se trebalo više pažnje posvetiti poboljšanju usluga interneta (brzina i veze)
F/ Prometna infrastruktura Cestovna infrastruktura Parkirališne zone Turistička signalizacija Signalizacija uz prometnice Javni prijevoz	Cestovna infrastruktura je relativno dobro riješena, dok parkirna zona za ozbiljan turistički razvoj nije adekvatno riješena.
G/ Društvene djelatnosti Obrazovanje Kultura Tehnička kultura Sport Socijalna skrb Karitativne organizacije Udruge Zdravstvo	Ovo područje udovoljava potrebe stanovništva, međutim kada se promatra u odnosu na mogući razvoj turizma to nije dovoljno dobro. Kao i u ostatku zemlje, depopulacija postaja vrlo veliki problem.

H/ Gospodarstvo Trgovine, servisi, mali proizvodni obrti i druge uslužne djelatnosti Industrijske djelatnosti Poslovna zona Ugostiteljstvo i turizam Poljoprivreda i šumarstvo Poslovna namjena – komunalno-servisna	S obzirom na integralni pristup razvoja turističke destinacije ovom se području mora prići daleko organiziranije i planski. Svaki dio je problem za sebe i traži posebnu obradu.
I/ Razvojno-planska dokumentacija Republika Hrvatska Primorsko-goranska županija Općina	Dio planske dokumentacije još uvijek nije usklađen međusobno, a također s potrebama i željama razvoja.
J/ Poticajne mjere Poticaji turističkoj djelatnosti Kreditna sredstva Sredstva EU fondova Ostali poticaji	Za ozbiljan turistički razvoj mora biti razrađen i usklađen sustav poticaja. Sadašnje stanje nije zadovoljavajuće.
K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda Hoteli Apartmani Kuće za odmor Sobe za iznajmljivanje Gastronomска ponuda Poljoprivredni proizvodi u turističkoj ponudi Suveniri i stari zanati Zabava Lov Biciklizam Pješačenje Konjički sport Sportska ponuda Tranzitni turizam Izletnički turizam Kulturni turizam Manifestacije Plasman poljoprivrednih proizvoda Izleti	Svaki element ovog područja zahtjeva posebnu razradu, ocjenu i program poboljšanja.
L/ Urbano uređenje Javne površine Održavanje naselja (zgrada i okućnica)	S obzirom na važnost treba o tom segmentu stalno voditi računa.

M/ Suradnja Lokalna zajednica Turistička zajednica Gospodarstvo Lokalne institucije	Suradnju svih dionika u turističkoj destinaciji treba stalno razvijati.
N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja Turistička edukacija stanovništva Promocija novog koncepta razvoja	Općina Fužine kao suvremena destinacija traži bolji i organiziraniji pristup u zajedničkoj suradnji svih dionika u Općini

Izvor: Obrada autora, 2019.

Prema tome dolazak turista u destinaciju u velikoj je mjeri određen razinom ukupne atraktivnosti destinacijskog proizvoda. Uz naslijedene resurse i turističku infra i suprastrukturu, na atraktivnost destinacijskog turističkog proizvoda izravno utječe i sustav upravljanja turizmom u destinaciji, a koji se odnosi na povezivanje različitih interesnih skupina (razvojnih dionika) u destinaciji i njihovo sudjelovanje u upravljanju. Privređivanje u turizmu podrazumijeva izgradnju tzv. turističkog lanca vrijednosti na destinacijskoj razini. U njemu, svojim neposrednim aktivnostima, mora sudjelovati velik broj sudionika privatnog (smještajni objekti, objekti hrane i pića, različiti uslužni servisi, institucije financijskog posredovanja, turistički posrednici, trgovine i sl.) i javnog sektora (javni prijevoz, komunalna infrastruktura, čistoća i uređenost mjesta, sigurnost, turističke informacije, kulturne institucije i sl.).

Cjelovit (dubok i širok) turistički lanac vrijednosti omogućava međusobno kombiniranje, variranje, grupiranje i/ili doziranje različitih pojedinačnih (uslužnih) proizvoda različitih proizvođača (ponuđača), s ciljem i na način koji će udovoljavati različitim (posve individualiziranim) osobnim preferencijama potencijalnih korisnika .Promjene na strani potražnje, naime, dovode do potrebe uključivanja sve većeg broja različitih ponuđača u stvaranje destinacijskog lanca vrijednosti, a oni mogu imati različite stavove, a koji puta i konfliktne vizije i ciljeve destinacijskog turističkog razvoja. U takvim je složenim uvjetima upravljanje razvojem turizma u većini turističkih destinacija bitno otežano, zbog nepostojanja svojevrsnog lidera koji bi takav razvoj usmjeravao i koordinirao.

9. SWOT ANALIZA

SWOT analiza predstavlja metodu pomoću koje se ocjenjuje strategije i uključuje četiri ključna faktora: snage (*strengths*), slabosti (*weakness*), šanse (*opportunities*) i prijetnje (*threats*). Važnost SWOT analize je u tome što iz definiranih prednosti, nedostataka i tržišnih prilika proizlaze mogući smjerovi unapređenja postojećih i razvoja novih projekata, a na temelju istih se definira i vizija razvoja jedinica lokalne samouprave.

SNAGE

Razvijena mreža autocesta
Obilje raznolikih sadržaja kulturno-povijesne baštine
Interes lokalne samouprave za razvoj turizma
Kontinuirano podizanje razine kvalitete ponude
Turistička zajednica uspješno obavlja svoj dio aktivnosti
Ljepota i raznolikost krajolika
Zelenilo i šumovitost prostora
Gostoljubivost lokalnog stanovništva
Povoljan geografski položaj za razvoj gospodarskih aktivnosti i turizma i međunarodno umrežavanje.

SLABOSTI

Oscilacije u poslovanju (pojedini periodi godine)
Slaba mobilnost radne snage i niska razina motivacije zaposlenih
Djelomično neusuglašenost planskih dokumenata
Valorizacija prirodnih i kulturnih atrakcija

MOGUĆNOSTI

Stalno poticati i educirati stanovništvo na mogućnost turističkog razvoja
Privlačenje kvalitetnijih kadrova boljim uvjetima rada i napredovanja
Veća dostupnost sredstava iz fondova EU-a
Poboljšanje prometne dostupnosti Hrvatske nakon ukidanja granica prema EU
Razvijanje turizma posebnih interesa
Visok udio za Hrvatsku zainteresiranih potencijalnih posjetitelja na važnim europskim emitivnim tržištima
Razvoj turističke destinacije
Ponuda različitih turističkih iskustava na razmjerno malom prostoru
Razvoj turizma na ruralnom području
Odnos sa državnim tvrtkama (HEP, Hrvatske vode, Hrvatske šume)

PRIJETNJE

Nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora u razvojnim projektima u turizmu
Nedostatak specijaliziranih zanimanja zbog neprilagođenosti sustava obrazovanja
Stanje objekata kulturno-povijesne baštine zbog izostanka investicija i/ili lošeg održavanja

10. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije. Novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Općina Fužine moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na međunarodnom turističkom tržištu. Do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji jer će oni između ostalog biti odlučujući činitelji za putovanje u neko turističko odredište.

10.1. Razvojne mogućnosti

Analiza postojećeg stanja turizma Općina Fužine ukazuje na čitav niz karakteristika, a za ovu priliku ističemo:

- Postojeća turistička ponuda sa svim svojim karakteristikama, te poticajima, organiziranjem (upravljanjem destinacijom), marketingom itd., ne otvara mogućnosti ozbilnjijem razvoju turizma i njegov doprinos ukupnom razvoju.
- Nedvojbeno je da postoje značajni resursi, čine se određeni napor, ulažu se određena sredstva, poticaji i želje za razvojem itd., što otvara značajne mogućnosti razvoju turizma .
- Također treba naglasiti da potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku razvoja turizma na području Općina Fužine.
- Prema tome, može se zaključiti da su, bez obzira na postojeće stanje turizma Općine, mogućnosti razvoja velike

Vizija mogućeg razvoja

Vizija Općine Fužine polazi od primarne potrebe podizanja kvalitete života lokalne zajednice, očuvanje tradicije i naslijeđenih kulturno-povijesnih vrijednost te potrebu oblikovanja proizvoda koji će posjetiteljima pružiti ugodan i inspirativan doživljaj.

Vizija turističke destinacije predstavlja funkcionalnu i inspirativnu sliku turizma u destinaciji u određenom duljem vremenskom razdoblju (npr. za deset godina). Vizija je slika budućnosti kakva se želi. U tom kontekstu, vizija predstavlja ne samo osnovno polazište, već i najkritičniju komponentu turističke politike, s obzirom da se postavlja kao vodilja turističkog razvoja i, kasnije, turističkog upravljanja destinacijom.

Vizija treba ponuditi odgovor na pitanje: kakva ćemo destinacija biti, odnosno vizija je polazište za turističko pozicioniranje destinacije i odgovore na pitanja:

- kakav imidž želimo graditi,
- kakve goste/turiste želimo privući,
- kakve proizvode možemo ponuditi,
- kakve sadržaje ponude (glavne i sporedne) valja izgraditi/ponuditi (u smislu izgradnje cjelovitog lanca vrijednosti),
- kakve sadržaje i podršku valja osigurati (od obrazovanja do infrastrukture)
- kako će se koncipirati novi imidž destinacije.

Vizija razvoja

- Prepoznatljiva turistička destinacija (autohtono – prirodno održivo)
- Usklađeni razvoj turizma (proizvodi i usluge)
- Destinacija postupnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi)
- Cjelogodišnje poslovanje
- Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenim ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i drugi)
- Održivi i uravnotežen razvoj
- Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor)
- Podizanje kvalitete (ukupne)
- Uključenje u razvoj JLS, mali i srednji poduzetnici
- Poboljšanje ponude postojećih i novih proizvoda

10.2. Mogući pravci razvoja

Ruralni turizam sa svojom ponudom koja raste iz godine u godinu danas je dominantan turistički proizvod Općine, a to će ostati i u budućnosti pod uvjetom da se njegova konkurentska pozicija na tržištu kontinuirano unapređuje kroz sadržajno obogaćivanje i povećanje kvalitete smještajne i uslužne ponude, odnosno produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti.

Općina se u razdoblju do 2025. godine mora pojačano okrenuti razvoju turističkih proizvoda koji će omogućiti ne samo veće korištenje raspoloživih kapaciteta izvan ljetnih mjeseci, nego i aktiviranje svih turističkih potencijala Općine. Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitetu resursno atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih proizvoda, za razvoj turizma do 2025. godine, uz prirodu i atraktivnost područja, posebno su važne sljedeće grupe proizvoda: ruralni turizam, kulturni turizam, cikloturizam (*biking*), eno i gastroturizam, te pustolovni i sportski turizam. Uz te grupe proizvoda, Općina svoju priliku vidi i u razvoju nekoliko specifičnih grupa proizvoda, pri čemu ponajviše ekoturizma.

Za razvoj pojedinih proizvoda od izuzetne je važnosti osigurati suvremenu i inovativnu komunikaciju s tržištem, što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu, odnosno unapređenje *online* informacijsko-prodajnih portala ponuđača usluga i destinacija (npr. kontinuirani rad na sadržaju, usmjerenje prema ciljnim potrošačkim segmentima, doživljajan prikaz ponude, optimizacija portala prema tražilicama), intenziviranje mogućnosti online kupnje i ili rezervacije usluga (npr. smještaja, izleta, karata za događanja) na destinacijskim portalima .

U sljedećem prikazu nalaze se četiri varijante, odnosno mogući pravci razvoja turizma na području Općina Fužine u periodu od sljedećih šest godina.

Tablica 18. Varijante razvoja – mogući scenarij

OPIS	SADAŠNJE STANJE 1. VARIJANTA	250 POSTELJA GODIŠNJE 2. VARIJANTA	150 POSTELJA GODIŠNJE 3. VARIJANTA
Smještaj	Dobra	Struktura prema koncepciji	Struktura prema smještaju
Ugostiteljska ponuda	Dobra	Poboljšanja autohtonoga	Povećana autohtonoga
Turistička ponuda	Donekle dobra	Poboljšana	Povećana
Novi proizvodi (usluge)	Spori razvoj	Poboljšani	Povećani
Poboljšanje postojećeg stanja ponude	Spori neusklađeni razvoj	Bolje	Povećani
Okruženje	Spori razvoj	Poboljšani	Usklađeno
Struktura gostiju	Zadovoljavajuća	Poboljšana	Planska
Popunjenoš kapaciteta (dana)	43 dana	Povećana 75	75
Postelje	700	2.570	1.300
Noćenja	30.000	192.750	97.500

Izvor: Obrada autora, 2019.

Prva varijanta

Prva varijanta predstavlja zatečeno stanje u kojem ugostiteljsku ponudu čine već postojeći objekti, bez značajnijeg povećanja broja novih objekata. Turistička ponuda bi se zasnivala na postojećim smještajnim kapacitetima, već postojećoj ponudi izleta, kulture i sporta bez dodatnih poboljšanja, dakle ponuda bi se razvijala sistemom inercije. Prema navedenom modelu ne bi se razvijali novi proizvodi. Prateće bi se društvene i gospodarske djelatnosti sporo razvijale. Struktura gostiju ne bi se bitno mijenjala, a popunjenoš kapaciteta iznosila bi tek 43 dana, bez povećanja smještajnih kapaciteta odnosno novih postelja. Broj noćenja u prvom modelu bio bi približno 30.000.

Druga varijanta

Druga varijanta prepostavlja rast smještajnih kapaciteta od 250 postelja godišnje, uz naglašenu ponudu autohtonih specijaliteta u ugostiteljstvu. S obzirom na nove tendencije u turizmu, gdje se izrazito cjeni autentičnost i potreba doživljaja sredine u koju turisti dolaze, autohtonost u ponudi bila bi izrazito naglašena. Otvorili bi se tako novi objekti prehrane koji bi ponudu bazirali prvenstveno na autohtonim jelima. Postojeće bi se ugostiteljske objekte nastojalo potaknuti na promjenu u ponudi, a to bi se činilo i organiziranjem tradicionalnih manifestacija posvećenih lokalnoj gastronomiji (pučke fešte, prikazi nekadašnjeg života i sl.).

Turistička ponuda bila bi zasnovana na različitim novim proizvodima u skladu s tendencijama tržišta i obilježjima destinacije. Posebice bi se razvijao izletnički turizam, prirodi blizak turizam, agroturizam, gastrturizam, sportsko rekreativni i drugi oblici turizma. Postojeća bi ponuda bila dodatno osvremenjena i nadopunjena novim sadržajima, a rasla bi i ukupna kvaliteta ponude. Okruženje bi se razvijalo dinamično, dakle društvene i gospodarske djelatnosti pratile bi razvoj turizma. Na taj način turizam bi ostvarivao multiplikativnu ulogu koja se od njega i očekuje. Ciljana bi se tržišta polako mijenjala sukladno potražnji. Popunjenost kapaciteta iznosila bi 75 dana godišnje, uz rast postelja od 1.800. Po drugom bi se modelu broj noćenja u 2025. godini popeo na 192.750.

Treća varijanta

Treća varijanta prepostavlja rast smještajnih kapaciteta od 100 postelja godišnje. Ugostiteljska bi ponuda bila usmjerena na kombiniranje više modela, i to upravo modela iz varijante 1, 2 i 3, dakle, uz već postojeću ponudu, razvijala bi se ponuda ugostiteljskih objekata europske kuhinje, visoko specijaliziranih objekata, te objekata s naglašenom ponudom autohtonih specijaliteta. Na takav bi se način zadovoljio veoma širok krug potrošača – turista. Turistička bi se ponuda razvijala u najvećem mogućem opsegu. Tijekom prvih godina došlo bi do sveukupnog razvoja čitave ponude, a tijekom kasnijih godina opadao bi intenzitet investiranja i došlo bi do oplemenjivanja destinacije novim proizvodima. Uz sveukupni razvoj, posebice bi se pažnja posvetila kvaliteti i raznolikosti ponude, atraktivnosti sadržaja te ispunjavanju očekivanja turista. Novi proizvodi, koji bi se po trećoj varijanti razvijali u destinaciji, kombinirali bi se s postojećom ponudom. Okruženje u kojem bi se turizam razvijao bilo bi uskladeno s razvojem turizma, dakle, društvene i gospodarske djelatnosti paralelno bi se razvijale s turizmom te bi se međusobno u razvoju nadopunjavale. Treći model razvoja predviđa ozbiljniju promjenu strukture gostiju, no ta bi se promjena događala postupno, s razvojem destinacije i kreiranjem novih proizvoda. Posebice bi se razvijala ona tržišta koja bi omogućavala ostvarenje veće potrošnje, što je u skladu sa strategijom kvalitativnog razvoja destinacije. Popunjenost smještajnih kapaciteta u ovom modelu iznosila bi 75 dana u godini te bi se tako, uz porast broja novih postelja od 1.300, ostvarilo približno 97.500 noćenja.

10.3. Očekivani efekti

Na temelju podataka iz prethodnog poglavlja o mogućim pravcima razvoja turizma na području Općina Fužine razrađeni su očekivani efekti koji proizlaze iz četvrte varijante, a prikazani su u donjoj tablici kroz strategiju rasta i razvoja do 2025. godine.

Tablica 19. Očekivani efekti

PONUDA	2019. Postelje	% učešća	2025. Postelje	% učešća	Razlika 2025.-2019
Hoteli	60	8,5	250	19,2	190
Turističko naselje	-	-	100	7,7	100
Kamp	120	17,0	200	15,4	80

Apartmani	260	37,2	300	23,1	40
Sobe	50	7,2	100	7,7	50
Kuće za odmor	102	14,4	150	11,5	48
Hostel	70	10,0	150	11,5	80
Lovački dom	38	5,4	50	3,9	12
UKUPNI SMJEŠTAJ	700	100,00	1.300	100,00	600
Ugostiteljska ponuda(stolice)	350		1.000		650
Turistička ponuda	Zadovoljavajuća		Dobra		Dobra
Novi proizvodi	Zadovoljavajući		Kvalitetni		Kvalitetna
Okruženje prateće	Srednje		Dobro		Dobro

Izvor: Obrada autora, 2019.

Trenutno stanje ponude smještajnih kapaciteta iznosi 700 postelja, od čega 60 postelja ponude čine hotel, 225 postelja ponude imaju kamp, apartmani, privatni smještaj, sobe i kuće za odmor raspolažu s 412 postelja, hostel 70 postelja, lovački dom 38 postelja. Planirani porast od 600 postelja do 2025. godine raspoređen je tako da hoteli imaju udio od 19,2 % ponude, turističko naselje 7,7 % ponude, kampovi 15,4 %, ponude, hostel 11,5 %. i lovački dom 3,9 %. Iz gornje je tablice vidljivo da je postojeća ponuda obogaćena novim smještajnim kapacitetima. Ugostiteljska ponuda je s trenutnih 350 stolica planirana na 1.000 stolica do 2025. godine, što predstavlja rast od 650 stolica.

Planirano je u narednih šest godina razviti i ponuditi nove proizvode. Ukupno okruženje trenutno nije uskladeno s razvojem turizmom te ga do 2025. godine treba uskladiti, što znači da se društvene i gospodarske djelatnosti paralelno razvijaju s turizmom te se međusobno u razvoju nadopunjaju.

Opredjeljenje za varijantu

Treća je varijanta, s obzirom na karakteristike, najprihvatljivija za Općinu Fužine kao destinaciju na kojoj će se razvijati vrlo naglašeno turizam. Navedenom bi se varijantom ostvarili najveći prihodi po postelji, čime bi se znatno povećala i zaposlenost te bi u tom slučaju multiplikativni efekti na okruženje bili najviši.

Prihodi od turizma na području Općine iskazani su u donjoj tablici u eurima.

Tablica 20. Planirani prihodi od turizma

Opis	2019.	2019. Prihod (€)	2025.	2025. Prihod (€)
Noćenja	30.000	750.000	97.500	3.412.500
Ugostiteljska ponuda (stolice)	350	350.000	1.000	2.000.000
Turistička ponuda (posjete, izleti)	40.000	120.000	60.000	180.000
Novi proizvodi (posjete)	3.000	12.000	6.000	24.000
Ukupni prihodi		1.232.000		5.616.500

Izvor: Obrada autora, 2019.

Iz tablice je vidljivo da su prikazane samo dvije godine – 2019. godina kao početno stanje – i 2025. godina kao ciljna godina u kojoj bi trebalo ostvariti planske ciljeve. Zatim, u opisu su navedene pojedine vrste ponude koja je iskazana u apsolutnom iznosu i finansijskom iznosu.

Tako procjena za 2019. godinu iznosi 30.000 noćenja s prihodom od 750.000 eura, a plan za 2025. godinu predviđa 97.500 noćenja s prihodom od 3.412.500 eura. Nadalje, ugostiteljska ponuda sa sadašnjih 350 stolica i prihodom od 350.000 eura penje se na 1.000 stolica s prihodom od 2.000.000 eura. Turistička ponuda koja se sastoji od posjeta i izleta procijenjena je na 40.000 turista s prihodom od 120.000 eura za 2019. godinu, a planirani broj je 60.000 turista s prihodom od 180.000 eura u 2025. godini. Razvoj novih proizvoda planiran je za narednih šest godina, te bi na temelju tih proizvoda bilo moguće ostvariti ukupno 6.000 posjeta s prihodom od 24.000 eura.

Ukupni prihodi od turizma na području Općine procijenjeni su za 2019. godinu na razini od 1.232.000 eura, dok očekivani ukupni prihodi za 2025. godinu iznose 5.616.500 eura.

11. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI

Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turooperatorima). Sukladno tome, Općina Fužine kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U ovom poglavlju govorimo o viziji Općine – odabrane varijante, o odabranom modelu razvoja, najznačajnijim ciljevima razvoja, te dajemo strategiju rasta i razvoja, kao i prognozu ulaganja u infrastrukturu.

11.1. Vizija – odabrana varijanta

Proces „destinacijskog vizioniranja“ u kojem sudjeluju različite interesne skupine u destinaciji vrlo je težak. Postizanje rezultata, odnosno zajedničko donošenje razvojne vizije turističke destinacije koju lokalna zajednica razumije i prihvata, u koju vjeruje i koja ju inspirira, još je puno teže. Za brojne turističke destinacije u Hrvatskoj ovo su novi procesi. Dodatno, pod pritiskom gorućih egzistencijalnih problema (npr. generiranje novih radnih mesta, povećanje životnog standarda, rješavanje komunalne infrastrukture i sl.) diskusije o „turističkoj viziji“ i proces njezina donošenja mogu se činiti nevažnim. Razgovori na ovu temu nerijetko su izloženi riziku nezainteresiranosti od strane donosioca odluka, odnosno postaju forumi za iznošenje raznih pritužbi..

Polazeći od značajki turizma na području Općine, provedenih istraživanja i posebice, rezultata tematskih prezentacija i radionica o viziji turističke destinacije, temeljne vrijednosti lokalne zajednice na kojima se bazira turistička vizija ovog područja u nastupajućem razdoblju do 2025. godine, na bazi četvrte varijante, moguće je sažeti na sljedeći način:

- Prepoznatljiva destinacija (autohtono – novi imidž),
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja, selektivni vidovi turizma, i poboljšanje postojeće ponude,
- Producenje turističke sezone,
- Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenih ciljanim skupinama (ljubiteljima prirode, aktivnog odmora, rekreativcima, gurmanima, vikendašima, lovcima i ribolovcima, i drugima),
- Održivi i uravnotežen razvoj,
- Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor).

Vizija Općina Fužine kao turističke destinacije nužno je, dakle, odraz temeljnih vrijednosti lokalne zajednice: potrebe za prepoznatljivošću destinacije, za dinamičnim turističkim razvojem i produženja sezone, ponudom raznolikih sadržaja i događaja, te odgovornim društvenim ponašanjem. Ove vrijednosti već oblikuju i oblikovat će buduću turističku aktivnost u Općini, u smislu da će se priklanjati takvim oblicima turizma koji će omogućiti generiranje koristi za široki sloj domaćih ljudi, koji će koristiti prostorne, prirodne i kulturne resurse poštujući principe održivosti te koji će valorizirati tradicijsko i povjesno naslijeđe potičući integraciju ovog područja u širi europski kontekst. Viziju turističkog razvoja destinacije moguće je ostvariti ukoliko se poštaju osnovna načela razvoja i ukoliko se postave konkretni ciljevi tog razvoja. Vizija Općine polazi od primarne potrebe podizanja kvalitete

života lokalne zajednice, očuvanje tradicije i naslijedjenih kulturno-povijesnih vrijednosti te potrebu oblikovanja proizvoda koji će posjetiteljima pružiti ugodan i inspirativan doživljaj.

11.2. Odabrani model razvoja

Na temelju prethodnog poglavlja („Razvojne mogućnosti“) u kojem su navedene i opisane različite varijante razvoja turizma na prostoru Općine, u nastavku se navodi odabrani model. Model razvoja turizma na području Općine podrazumijeva sljedeće aktivnosti koje proizlaze iz četvrte varijante:

- Smještajni kapaciteti – godišnji rast od 100 smještajnih jedinica,
- Ugostiteljska ponuda – specijalizacija i autohtonost,
- Turistička ponuda – intenziviran razvoj (jako naglašena),
- Novi proizvodi – intenzivan razvoj,
- Okruženje – usklađeni razvoj (to znači intenzivan),
- Struktura gostiju ciljanog tržišta (marketing),
- Popunjenoš kapaciteta 75 dana godišnje.

Odabrani model razvoja turizma na području Općine ima sljedeće karakteristike:

- Rast popunjenoš kapaciteta od 15 % godišnje (cilj je ostvarenje godišnjeg popunjavanja kapaciteta **75** dana),
- Rast osobne potrošnje 8-10 % godišnje,
- Rast turističkog prometa 15 % godišnje,
- Zaposlenost (izravna i neizravna) na godišnjoj razini 10-15 novih radnih mesta,
- Naglašena uloga turizma u razvoju ruralnog prostora, posebno poljoprivrede

11.3. Najznačajniji ciljevi razvoja

Polazeći od identificiranih strateških prednosti i nedostataka turističkog sektora Općine te postavljene vizije Općine kao turističke destinacije, potrebno je specificirati ključne ciljeve kojima se osigurava okvir za razvoj i za kontinuirano povećanje konkurenčke sposobnosti turističkog sektora Općine te njezinih pojedinih dijelova.

Najznačajniji su ciljevi pri razvoju turizma na prostoru Općine:

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma na cijelom prostoru Općine (razvojno opredjeljenje),
- Turizam u funkciji razvoja cijelog prostora (sinergijski efekti),
- Poboljšanje standarda života (individualnog i društvenog),
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije,
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima te ukupnim društvenim razvojem,
- Turistički će proizvod biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja,
- Definiranje razvojnog programa i ponude,
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude,
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici).

U donjoj tablici prikazani su prioriteti u razvoju turizma (strategija rasta i razvoja) na prostoru Općine.

Tablica 21. Strategija rasta i razvoja (€)

Ponuda	Ukupna vrijednost ulaganja	Ulaganja u nove proizvode	Ulaganja u poboljšanje ponude
Hoteli, Hosteli	19.000.000	15.000.000	4.000.000
Privatni smještaj	3.860.000	3.000.000	860.000
Turističko naselje	10.000.000	10.000.000	-
Kamp	2.053.000	2.000.000	53.000
Ostalo	6.000.000	5.000.000	1.000.000
Ukupno smještaj	40.913.000	35.000.000	5.913.000
Ugostiteljska ponuda (stolice)	5.700.000	5.000.000	700.000
Turistička ponuda	2.200.000	2.000.000	200.000
Novi proizvodi	5.500.000	5.000.000	500.000
Okruženje prateće	25.000.000	20.000.000	5.000.000
Ukupno	38.400.000	32.000.000	6.400.000

Izvor: Obrada autora, 2019.

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje direktno i indirektno do 2025. godine iznosi 79.313.000 eura, uz napomenu da je ulaganje u novu ponudu na razini 67.000.000 eura.

12. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup)

S obzirom na ocjenu turističke ponude koja ne udovoljava potražnji, potrebno je mijenjati postojeću, a isto tako treba intenzivno, sustavno i organizirano razvijati novu ponudu jer na taj način Općina Fužine može nastati prepoznatljiva turistička destinacija. Da bi proizvod u konačnici bio uspješan i da bi gosti bili zadovoljni svojim posjetom i boravkom različiti gospodarski subjekti, poduzetnici, javna poduzeća, stanovništvo i drugi dionici svojim djelovanjem utječu na njega. Stoga stvaranje konkurentnih i zanimljivih proizvoda s jedne strane počiva na resursima destinacija a s druge strane na spremnosti i aktivnosti svih dionika u destinaciji da taj proizvod stvaraju, čine kvalitetnim i plasiraju na tržištu.

12.1. Poboljšanje postojećeg stanja

Sve čimbenike koji čine ili utječu na sadašnju turističku ponudu koja, smatra se, nije zadovoljavajuća, treba mijenjati tako da se stanje značajno poboljša. Da bi u tome bili uspješni potrebna je prije svega dobra suradnja i koordinacija kao i razumijevanje složenosti i slojevitosti turističkog proizvoda. Turistička zajednica može inicirati i poticati razvoj proizvoda, turističke agencije će ga nuditi na tržištu ali razumijevanje i prihvaćanje turizma kao razvojne opcije treba biti dio cjelokupne zajednice u Općini.

A/ Lokacija i površina

- Bez obzira na relativno zadovoljavajuće stanje, potrebno je o ovim elementu stalno voditi računa i organizirano ga održavati i mijenjati.

B/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, je će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentska snaga u turističkoj djelatnosti

S obzirom na stanje neophodno je planski prići rješavanju nezadovoljavajućeg stanja.

C/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije.

- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj turizma i mamac su za nove potrošače.

D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci nalaze neuređene su, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih zapušteni su.

- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.

- Promidžba tradicijskih elemenata (nošnje, gastronomije i običaja) događa se većinom na lokalnom tržištu.

E/ Komunalna infrastruktura

- Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

F/ Prometna infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine
- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta)

G/ Društvene djelatnosti

- Destinacija ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti na kojima treba surađivati sa svim dionicima društvenog života Općine
- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture koju treba bolje valorizirati
- Za kvalitetniji razvoj turizma treba više stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, sporta i zdravstva.

H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz prerađivačku i turistička ponudu koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, malom i srednjem poduzetništvu postojećoj turističkoj ponudi destinacije
- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište)
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju.

I/ Razvojno-planska dokumentacija

Razvojno-planska dokumentacija – često je ograničavajući faktor razvoja turizma. Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta

J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo)
- Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu s Master planom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma Primorsko-goranske županije.

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) je zadovoljavajuća,
- Dosadašnji smještajni kapaciteti (hotel, hostel, apartmani, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje) su u mogućnosti prihvati i ugostiti veći broj turista

L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja.

M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvjećivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije.

12.2. Novi proizvodi (ponuda)

Izrazita segmentacija tržišta, *nove* vrijednosti i rastuća sofisticiranost kupaca stvarat će potrebu za sve većom raznolikosti sadržaja, aktivnosti i usluga u destinaciji, širenje oblika smještajne ponude s drugim turističkim proizvodima.

1. Botanički vrt

- zbog obilja vegetacije područja, nudi bogat assortiman biljnih kultura (ljekovito bilje, raslinje) koje bi se u obliku botaničkog vrta mogle gostu prezentirati kao vrijednost koja u današnjim urbanim središtima više nije mnogima dostupna i vidljiva.

2. Organiziranje umjetničkih kolonija

- umjetnost, kao oblik rekreacije ili profesionalizam, zahtijeva ambijent koji će motivirati na stvaranje, a područja u okolini (ruralni dijelovi Općine) pružaju uvjete za ovakav turizam.

3. Cikloturizam

- postojeće rute, staze i stazice trebalo bi urediti i izgraditi nove jer su idealan način za organiziranje biciklijada ili turističkih vožnja biciklom, npr. za obitelji.

4. Pustolovni i avanturistički sportovi

- zbog zasićenosti tržišta komercijalnim oblicima turističke ponude, sve je više trend neistraženi i pustolovni turizam i vraćanje prirodi kroz istraživački odmor.

5. Lovni turizam

- predjeli bogati divljim životinjama (srne, zečevi, fazani) oduvijek su privlačili lovece iz cijelog svijeta, a u ovim dijelovima naglašeno je obilje flore i faune što je preduvjet razvoja lovnog turizma.

6. Gastronomска ponuda

- gastronomija je, kao dio kulturno-istorijskog identiteta, oduvijek privlačila ljubitelje dobrog zalogaja i kapljice. Tradicionalna kuhinja bogat je izvor gastronomске ponude za sve sladokusce, prezentirajući prvenstveno svoje najtipičnije specijalitete.

7. Jahanje, hipodrom, škola jahanja

- jahanje, kao dio turističke ponude, mogu ponuditi svoje usluge u suradnji s nekim lokalnim centrima za organizaciju trka, škola jahanja i izletničkog jahanja. Također, kao dio zdravstvenog, rehabilitacijskog turizma, ali i sportskih natjecanja.

8. ZOO PARK

- iskoristiti bogatstvo domaćih životinja na ruralnom prostoru, kao dio turističke ponude. Ne radi se o klasičnom ZOO vrtu nego bi životinjski svijet trebao da bude sa ovih prostora uže i šire.

9. Vidikovci za promatranje okoliša

- izrada sustava vidikovaca

10. Formiranje cesta za branje gljiva, cesta sira, meda i sl.

- očuvana priroda, kojim područje raspolaze, specifičnost raslinja (šuma) pogoduje gljivarstvu, pa bi se i ta prednost trebala bolje valorizirati
- čista voda i zdrava ispaša domaćih životinja preduvjet su za dobivanje kvalitetnog mlijeka i mlječnih prerađevina.
- Cesta meda i proizvoda od meda bolje popularizirati

11. Trekking, trčanje u prirodi

- konfiguracija terena nudi idealne uvijete za razvoj ove ponude

12. Karting pista

- brzina i opasnost privlače kako mlađe goste tako i starije, a pista za karting odličan je izbor razonode za sve one koji vole brzinu i zabavu.

13. Ljetni kampovi za dječje kolonije

- Izgradnja novih ili uređenjem postojećih objekata na atraktivnim lokacijama može se u ponudu uvrstiti sadržajni oblik edukativno-zabavnog karaktera za djecu, učenike i studente u područjima koja su vezana uz centar grada, ali se nalaze u dijelovima bogate vegetacijske raznolikosti.

14. Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda (turistička valorizacija)

- današnji trendovi u poljoprivredi i proizvodnji sve više vode ka umjetno uzgojenim proizvodima te je tako ovo područje, kao protuteža ovakvoj modificiranoj ponudi, odličan rezervat prirodne ishrane.

15. Izleti

- treba napraviti program koji će tretirati mogućnosti na području Općine, ali i izvan područja Općine

16. Merchanding – izrada manjih tipičnih suvenira

- svaki kraj ima svoje posebnosti i povijest koju na tržište možemo plasirati kroz oblikom manje ili veće suvenire koji će široj javnosti prezentirati tradicionalni duh kraja ili će ostati jedna lijepa uspomena na posjećenu destinaciju.

17. Zabava

- otvaranje novih i uređenje postojećih

- mlađi i stariji gosti, da bi upotpunili svoj odmor, najčešće vole izvor zabave potražiti i u noćnom veselom životu, učestvovanjem u nekim sportskim natjecanjima, učestvovanjem u manifestacijama tako da bi trebalo koncipirati program zabave

18. Muzejske postave

- etnografska zbirka smještena je u mjestu Lič čime se može nadopuniti još bolje turistička ponuda jer su dijelovi povijesti lokalizirani na jednom mjestu.

- Sagledati mogućnosti uređenja nekog vida muzejske ponude na području Općine

19. wellness, fitness, aerobic, pilates

- gosti vole prirodu, ali se mnogi ne odriču blagodati modernog društva, tako da svi oblici tzv. moderno-rekreativnog sadržaja trebaju biti dostupni gostu kao samostalni centri ili u sklopu postojećih hotela i prostora.

20. Organiziranje festivala narodne glazbe i običaja

- iako je i dosadašnja ponuda kulture, glazbe i običaja bila zastupljena, većom marketinškom djelatnošću lokalni se običaji i manifestacije mogu proširiti i internacionalizirati (npr. tradicija druženja pripadnika drugih naroda ili očuvanje tradicije).

21. Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica

- gastronomija kao jedan od najvažnijih čimbenika u turističkoj ponudi i promidžbi često je najbolja reklama za kulturu i tradiciju određenog kraja pa bi stoga otvaranje novih restorana trebalo biti prioritet u izgradnji novih ili uređenju postojećih ugostiteljskih objekata u tradicionalnom ruhu ili u kombinaciji starog i novog

22. Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina, uslužnih djelatnosti

- gost želi i voli potrošiti novce. Otvaranjem luksuznih butika, frizerskih salona, kozmetičkog salona, ponuda ne samo da se obogaćuje, već pruža osjećaj ekskluzivne i potpune usluge.

23. Otvaranje turističkih agencija

- otvaranje agencije koja će biti izvor informacija gostu preduvjet je zdravog razvoja turizma, kao i otvaranje ureda koji će svojom aktivnošću pratiti druge razvojne trendove i destinacije te na temelju iskustva pronaći idealna rješenja za razvoj vlastitog turizma. Turistička signalizacija.

24. Info-punktovi i turistička signalizacija

- lijepo osmišljeni i dobro opremljeni info-punktovi i paneli, postavljeni na adekvatna mesta, mogu pomoći u promociji destinacije.

25. Kulturni turizam

- kulturni turizam – etnografske zbirke, prezentacija starih obrta, prikaz običaja kraja ima značajnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi stoga je potrebno vrlo seriozno programirati i osmišljavati ovaj vid ponude.

26. Dogadaji i manifestacije

- nema dileme da su događaji i manifestacije jedan od najznačajnijih elemenata ponude. Primorsko-goranska županija nudi veliku i raznoliku ponudu događaja i manifestacija koje svakom godinom postaju sve popularnije, a time povećavaju i dolazak i boravak gostiju na ovom području.

27. Motociklizam

-U organizaciji moto klubova, promovirati motociklizam pa čak i na internacionalnom nivou, te ako postoji mogućnost, organizirati susrete motorista.

28. Sportski turizam

-sportski turizam predstavljaju svi oblici aktivnog ili pasivnog uključivanja u sportsku aktivnost, na individualnoj ili organiziranoj osnovi u komercijalne ili nekomercijalne svrhe, koji podrazumijevaju putovanje izvan uobičajenog mjesta boravka, oblik turističkih kretanja u kojima je sport glavni motiv. Sportski turizam svrstavamo u tzv. specifične oblike turizma koji se zasnivaju na motivaciji za putovanjem, odnosno ono što je važno za njihovo razlikovanje je „motivacija za putovanjem i sadržaj boravka u određenoj turističkoj destinaciji.“ Tako sportski turizam definiramo kao „turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu.“

29. Park skulptura

-značajno obogaćuje ponudu

30. Eko-etno selo

-treba dobro ocijeniti mogućnosti

13. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING

13.1. Destinacijski menadžment Općine

Destinacijski menadžment (u širem smislu) podrazumijeva uključivanja različitih sektora, grupe dionika i partnera – poput državnih agencija, lokalnih zajednica, poslovnih klubova i udruženja koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realiziraju zajedničke ciljeve pojedine destinacije. Sveobuhvatni destinacijski menadžment podrazumijeva profesionalno planiranje, implementaciju, redovno revidiranje i ocjenjivanje provedenih aktivnosti. Destinacijski menadžment Općina Fužine podrazumijeva uključenje svih struktura koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom (lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, turističko posredovanje, iznajmljivači, gospodarstvenici, interesne skupine i drugi (konkretno se predlaže formiranje odbora, koordinatora, TZ).

Prilikom upravljanja turističkom destinacijom, od temeljne je važnosti znati uvažavati i upravljati jedinstvenim prirodnim resursima, kulturnim atributima i interesima zajednice. Stoga, jedan od ciljeva efikasnog sustava destinacijskog menadžmenta je i postizanje održivog turizma visoke razine kvalitete i konkurentnosti na međunarodnom planu, što je ostvarivo uz uvažavanje prednosti tradicionalnih i autohtonih proizvoda i djelatnosti koji egzistiraju na prostoru turističke destinacije.

Turizam mora omogućiti ostvarivanje pozitivnih efekata danas, ali i stvoriti perspektivno nasljeđe budućim generacijama (princip održivog razvoja). Efektivnost (raditi prave stvari) i efikasnost (raditi na pravi način) procesa planiranja, razvoja i marketinga određene destinacije zasniva se na istraživanjima i percipiranju potreba turista. Upravljati turizmom (i turističkom destinacijom) na nivou mjesta, regije ili šire geografske cjeline podrazumijeva usredotočenost na više čimbenika, odgovarajuću sustavnost u redoslijedu poteza, s ciljem utvrđivanja odgovarajuće menadžerske strategije i politike, koje će pridonijeti ostvarenju postavljenih ciljeva svake konkretnе turističke destinacije.

Za efikasan destinacijski menadžment najvažnije je :

- partnerstvo javnog i privatnog sektora
- fleksibilnost u upravljanju
- planiranje, organiziranje, kadroviranje, vođenje i kontroling

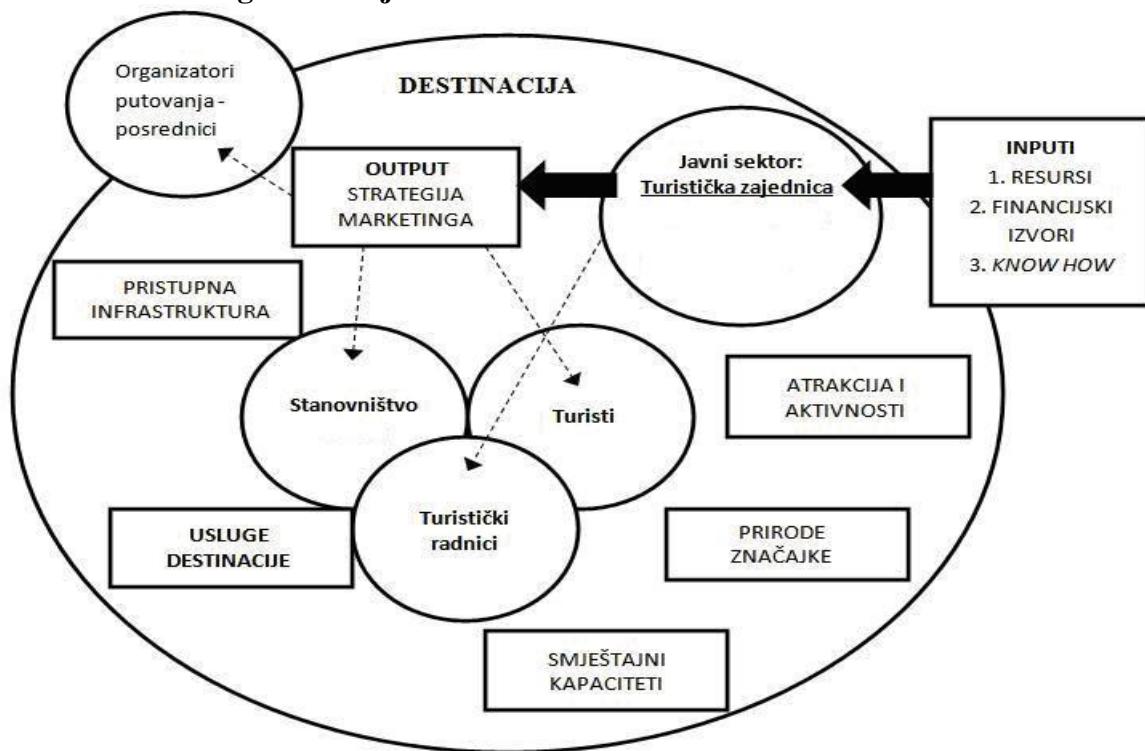
Aktivnom participacijom lokalne samouprave u sustavu upravljanja turističkom destinacijom, stvaraju se prepostavke za postizanje održivog razvoja samog turističkog gospodarstva. Konstantnom participacijom lokalne samouprave gradi se ukupna uspješnost poslovanja nositelja turističke ponude, što će rezultirati kvalitativnim i kvantitativnim poboljšanjima razine pružanja turističkih proizvoda i usluga iste.

13.2. Destinacijski marketing Općine

Kako bi se turistička destinacija ubrzano razvijala i postizala uspjeh u privlačenju turista u uvjetima jačanja konkurenčije, promjena u navikama turista i stvaranja novih destinacija na globalnom turističkom tržištu, treba se prilagođavati zahtjevima potrošača te prema njima usmjeriti marketinške aktivnosti. Marketinške aktivnosti, uz jednostavan pristup destinaciji, finansijsku pristupačnost, zanimljive aktivnosti, pejzaž, kulturu i klimu, predstavljaju ključan element koji stimulira dolazak turista u turističku destinaciju.

Marketinški u destinaciji treba pogotovo dobro „obraditi“ turističke zanimljivosti – atrakcije – na način da destinacijske specifične karakteristike dođu što više do izražaja potencijalnim turistima. Marketing, osim toga, mora učiniti destinaciju atraktivnijom od drugih sličnih destinacija. Marketingom, a posebice unutar marketinga promocijom potrebno je izgraditi imidž destinacije. Da bi se navedeno moglo postići, potrebno je sustavno odnosno cijelokupno usklađeno , što je prikazano u slici.

Slika 2. Marketing destinacije



Slika prikazuje cjeloviti pregled turističke destinacije sa sudionicima koji su dužni razvijati samu destinaciju u smjeru zacrtanog cilja. Svaka destinacija, pa tako i ova, ima jedinstveni spoj karakteristika koje utječu na turiste, ali i lokalno stanovništvo. Destinacija raspolaže mnoštvom resursa koji su grupirani u više cjelina. Ukupni resursi obuhvaćaju prometnu infrastrukturu, usluge u destinaciji, smještajne kapacitete, prirodne značajke, turističke atrakcije i aktivnosti. Uz resurse, na raspolaganju menadžmentu destinacije moraju stajati i odgovarajuća finansijska sredstva te potrebna suradnja sa stručnjacima iz područja turizma i marketinga.

Marketinški plan destinacije Općina Fužine

- Izrada krovnog vizualnog identiteta destinacije
- Izrada promotivnih materijala destinacije i linije proizvoda destinacije
- Suveniri s vizualnim identitetom: suvenira - majica, čaša, kapa, privjesaka, vrećica, kabanica
- Tradicionalni suveniri
- Promotivni materijali: brošure, katalozi, *pocket guide*, tiskanje brošura, plakata, razglednica,
- Organiziranje sponzoriranih posjeta destinaciji u partnerstvu s turističkim agencijama
- Poticanje javno-privatnih partnerstava u stvaranju pojedinih proizvoda destinacije
- Poboljšanje znanja u turizmu i uslužnim djelatnostima
- E-mail liste obavijesti potencijalnim dionicima destinacije.
- Web oglašavanje – paketi aranžmana – prema broju posjete ili pak prema korisnicima – kulturni odmor, avanturistički odmor
- Internet korišten u marketinške svrhe: rezervacija smještaj preko interneta, informacije o, ponudi destinacije kao i ponudi okolnih destinacija, ponuda „krojena“ po željama različitih skupina dobne skupine i psihografičke (avanturizam, romantika, opuštanje itd.)
- Novo uređenje web stranice – treba odražavati teme destinacije, izgled, privlačnosti destinacije te prijedloge za odmor ili jednodnevni posjet temeljene na lokalnim specifičnostima – ugostiteljstva, lokalnog jela i pića, festivala, prirode – šetnja i biciklizma, kulturnih događanja, sportskih aktivnosti itd.
- Razviti bolju upotrebu novih tehnologija i interneta, *on-line* medija za promotivne svrhe
- Predstavljanje destinacije na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim turističkim sajmovima

13.2.1. Brendiranje destinacije

Kako lokaciju pretvoriti u destinaciju? Odgovor leži u *brendiranju* turističke destinacije, a to podrazumijeva shvaćanje da je važno baš sve što vidimo, čujemo, pročitamo, znamo ili osjećamo o nekoj turističkoj destinaciji.

Kako bi se postiglo stvarno uspješno *brendiranje* turističke destinacije, *brend* mora postati živ za sve posjetitelje i turiste koji dolaze na destinaciju. Bez obzira što neko mjesto, otok ili grad ima moderne hotele, kongresne kapacitete, jedinstvenu kulturnu baštinu, prirodne atrakcije, zabavne sadržaje ili neke druge oblike turističkih sadržaja kojima nastoje privući pozornost i povećati vlastitu vrijednost, budući uspjeh privlačnosti za turiste ovisi o njihovoj mogućnosti kreiranja jedinstvenog identiteta i diferencijacije u odnosu na konkurenčiju. Na tržištu na kojem je potrebno uvjeriti turiste da posjete destinaciju, turistima treba ponuditi jedinstveno iskustvo, a oni će tada odluku o izboru destinacije donijeti temeljem osjećaja i stanja svijesti, a ne temeljem cijene.

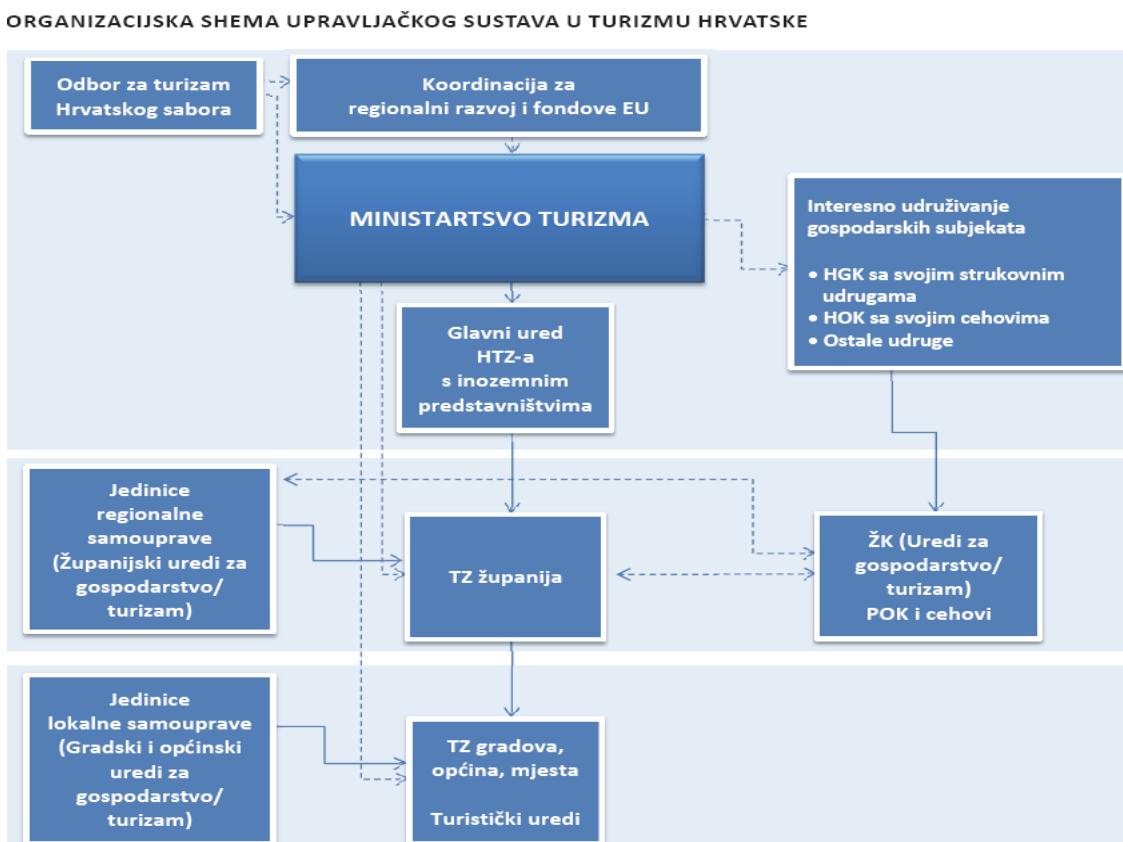
Bez obzira koliko je destinacija poznata, koliko je bogata njena kultura i njene prirodne ljepote, najvažnije mjerilo destinacije je kako ju posjetitelji dožive, kako su tretirani i kako su se osjećali prilikom boravka na određenom mjestu. Proces izgradnje turističkog brenda je dugotrajan i zahtjevan, ali i višestruko isplativ. Svaki je brend potrebno pratiti i unaprjeđivati, a praćenje uspješnosti brenda na tržištu omogućuje donošenje ocjene o aktualizaciji i potencijalnoj potrebi za redizajnom. Za uspješno i jedinstveno *brendiranje* destinacije važno je znati tko su nositelji turističke ponude, koja je njihova uloga, koje su atraktivnosti destinacije i po čemu se destinacija može razlikovati od konkurenčije.

Što se tiče destinacijskog *brendiranja*, ne postoje dva jednakata pristupa i ne postoji jedinstvena formula uspjeha, ali u svakom je slučaju važna svjesna i planska aktivnost usmjeravanja razvoja na određenom prostoru i shvaćanje destinacije kao turističkog proizvoda, za koji je iznimno važna tržišna konkurentnost, a na čijem održavanju treba neprekidno raditi.

13.2.2 Sustav upravljanja turizmom

Polazeći od predloženih stavova u prethodnim poglavljima, a uzimajući u obzir sustav funkcioniranja regionalne i lokalne uprave i samouprave, predlaže se sustav upravljanja turizmom Općina Fužine.

Slika 3. Organizacijska shema



Izvor: Institut za turizam, Izvještaj 13, 2012 .

1. Odbor za koordinaciju i praćenje razvoja turizma Općina Fužine

- Strateško planiranje
- Koordinacija i praćenje Strateškog plana razvoja turizma
- Koordinacija svih dionika destinacije
- Suradnja s dionicima turističkog sustava na nivou Županije
- Kontrola izvršenja zacrtanih razvojnih programa i projekata

2. Izvršioci na razini Općina Fužine – koordinator

- Plan realizacije strategije razvoja

- Kontrola izvršenja realizacije strategije razvoja
- Priprema i ažuriranje baze podataka razvojnih programa i projekata
- Izvješća o realizaciji razvojnih projekata
- Promocija i praćenje natječaja za EU fondove

4. Turističke zajednica Općina Fužine

- Suradnja sa Županijskom turističkom zajednicom
- Razmatranje i predlaganje stava u vezi strateškog i operativnog planiranja
- Marketing plan (strateški i operativni)
- Upravljanje kvalitetom destinacije
- Informiranje o destinaciji
- Inovativne inicijative u vezi razvoja turizma
- Program i događaji na razini destinacije
- Javna turistička infrastruktura (predlaganje)

14. PLAN PROVEDBE

Cilj je plana provedbe što jasnije i jednostavnije odrediti koje to zadatke treba realizirati, način realizacije, rok i nositelje. Svaka od navedenih mjera stvarno mora biti detaljnije sagledana, ocijenjena i ukratko programirana. To nikako ne znači da se sugerira izrada velikih programa koji bi izazivali dodatne troškove već bi svaku od mjera trebalo ukratko razraditi s prijedlogom konkretnih aktivnosti

Tablica 23. Plan provedbe

RE D. BR	MJERA , PROGRAM	Aktivnost (zadatak)	ROK	Inicijativa (Koordinacij a)	Realizacija
1	Lokacija i površina	Analiza program	2019.	Općina	Detaljno analizirati cijelu površinu Općine s aspekta turizma (kompatibilnosti prostora i turizma)
2	Ljudski resursi	Analiza program	2019.	Općina	Napraviti program promjena (cilj, mjere)
3	Prirodni resursi	Analiza program	2019.	Općina	Vezano na analizu lokacije i površine (st.1)
4	Kulturno – povijesna baština	Analiza program valorizacije	2019.	Općina	S obzirom na značaj ovog segmenta, u turističkoj ponudi potrebno je jako pažljivo i stručno tretirati ovo područje.
5	Komunalna infrastruktura	Analiza program	2019.	Općina	Analizirati i programirati posebno sa aspekta razvoja (svaki projekt, razvoj, traži određene zahvate)
6	Infrastruktura	Program	2019.	Općina	Isto kao i prethodno (rb. 5)
7	Društvene djelatnosti	Program	2019.	Općina	Poticati program – projekte da se uključi širi krug mještana, posebno volontera u turističku aktivnost. Riješiti problematiku zdravstva, obrazovanja, sporta.
8	Gospodarstvo	Kontinuirano		Općina	Programirati i pratiti usklađenost ukupnog gospodarskog razvoja i turizma, (poljoprivreda, prerada, uslužne djelatnosti), pristup integralnog razvoja
9	Razvojno-planska dokumentacija	Kontinuirano		Općina	Potrebna je detaljna analiza i ocjena utjecaja za razvoj, te davanje inicijative za promjene.
10	Poticajne mjere	Kontinuirano		Općina	Sadašnje stanje ne udovoljava, mora se koncipirati cijeli sustav poticaja
11	Ugostiteljsko-turistička ponuda	Prema konceptu SPRT-a		Općina	Potrebna je ozbiljna, programirana i organizirana promjena u skladu sa SPRT-a
12	Urbano uređenje	Program	2019.	Općina	Ovo područje je vezano na stavku br. 1, međutim, ovdje treba do kraja jasno programirati aktivnosti po dinamici i sadržajima

13	Suradnja-Sustav	Sporazum	2019.	Općina	U realizaciji SPRT-a ovo je najznačajnije područje. Ukoliko ovo ne bude funkcionalo javljat će se nepremostive poteškoće. To podrazumijeva usklađeno djelovanje odbora, JLS, koordinatora i TZ (kako je predviđeno u poglavlju sustava upravljanja razvojem turizma)
14	Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja	Plan aktivnosti	2019.	Turistička zajednica	Kao i prethodna točka i ova je vrlo značajna za realizaciju SPRT-a i mora biti povezana sa njom
15	Botanički vrt	Ocjena i programa	2019.-2020.	Općina -TZ	Razmišlja se o botaničkom vrtu podneblja PGŽ
18	Organiziranje umjetničkih kolonija	Program	2019.-2020.	Općina i TZ	U izradi programa treba angažirati nekog iz struke
19	Cikloturizam	Program	2019.-2019.	Općina i TZ	Programiranje mora biti sustavno, ne radi se samo o biciklističkim stazama već i svim potrebama biciklista
20	Motociklizam	Program	2019.-2020.	Općina i TZ	Prvenstveno treba procijeniti da li uopće organizirati ovaj vid turističke ponude. Ako da, pristup mora biti sustavan
21	Lovni turizam	Analiza ocjena	2019.-2020.	Općina i TZ	Ovo područje se čini vrlo interesantnim međutim na putu realizacije postoji čitav niz prepreka. Stoga je potrebno napraviti detaljan program (ako opredjeljenje bude pozitivno)
23	Gastronomска ponuda	Program	Kontinuirano	TZ	Čini se lako shvatljivo i jednostavno, međutim to nije tako, stoga treba prići problemu seriozno i stručno
24	Jahanje, hipodrom, škola jahanja	Ocjena i programa	2019	TZ	Potrebno je detaljno razraditi program jer postoji vrlo široka i interesantna mogućnost u koncipiranju turističke ponude destinacije
25	ZOO park	Ocjena i programa	2019.-2020.	Općina i TZ	Zamisao je da se konceptualno program postavi na bazi životinja ovog područja. Priča treba biti dobro osmišljena.
26	Vidikovci za promatranje okoliša	Program	2019.	TZ	Svakako je interesantno, treba pronaći lokalitet i teme promatranja.
27	Formiranje cesta za branje gljiva i cesta sira, meda i sl.	Program	2019.	TZ	Ovaj vid ponude je neophodan s obzirom na strateški pristup razvoja turizma. Svakako zahtjeva studiozan i osmišljen pristup
28	Trekking trčanje u prirodi	Program	2019.	Općina i TZ	Programiranje treba vezati na valorizaciju cijelog prostora, posebno vezano na biciklizam i tematske ceste itd.
29	Pustolovni turizam- Avanturistički sportovi	Ocjena i programa	2019.	TZ	Prvenstveno je potreba procjena mogućnosti s obzirom na

					konfiguraciju teren i ostalo
30	Carting pista	Ocjena i programa	2019.	Općina i TZ	Također, vrlo interesantno
31	Ljetni kampovi za dječje kolonije	Ocjena i programa	2019.	Općina	Ovo svakako vezati na postojeću ili novu ugostiteljsko turističku ponudu
32	Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda	Program	2019.-2020.	Općina	Možda bi bilo adekvatnije ove programe vezati na ekološki turizam ili ponudu, pa program tretirati u paketu (zajedno)
33	Izleti	Program	2019.	TZ	Program izleta mora biti šire tretiran u smislu i vremenu i prostoru. Zato je potrebno uključiti sve neophodne dionike.
34	Merchanding – izrada manjih tipičnih suvenira	Ocjena i program	2019.-2020.	TZ	Svakako u programiranju tretirati i plasman
35	Program zabave	Ocjena potrebe	2019.	TZ	Ovo je širok pojam, veoma zahtjevan i stručan, a istovremeno mora biti sustavno tretiran i uskladen sa ostalom ponudom.
36	Vjerski susreti	Program	2019.	TZ	Svakako poseban mogući vid turističke ponude ili djelomično programiran kao nadopuna ponudi
37	Muzejske postave	Program	2019.	TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje
38	wellness, fitness, aerobic, pilates	Program	2019.	Općina	Programirati se mogu pojedine ponude u postojećim objektima, novim u prirodi. Svakako bi cijelo područje moralno biti pokriveno ovom ponudom.
39	Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica	Program	2019.	Općina i TZ	Programirati i razvijati u okviru gastronomске ponude (sustava)
40	Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina uslužnih djelatnosti	Program	2019.-2020.	Općina i TZ	Ovo područje je odlučujuće važno u plasmanu lokalne proizvodnje, a može biti tretirano u okviru objekata i naselja, može kao posebni punktovi (sajmovi i sl.) Zato treba detaljno sagledati sinergijski efekt svih dionika
41	Nekretnine	Ocjena potrebe	2019.-2020.	Općina	Vrlo komplikirano područje koje je nezaobilazno i vezano za destinaciju i turističku ponudu
42	Turistička signalizacija i info-punktovi	Program	2019.	TZ	Treba detaljno razraditi i stalno inovirati
43	Postavljanje „Parka skulptura	Program	2019.	TZ	Značajno obogaćuje ponudu i prostor
44	Tematski parkovi	Program	2019.	TZ	Tematski parkovi i poučne staze vezati na šetnice, biciklističke staze
45	Kulturni turizam	Program	2019.	TZ	Vid turizma koji se sve više razvija kao poseban segment turizma. Razmotriti mogućnost stanje

					destinacije i programirati posebno ili integralno
46	Dogadaji i manifestacije	Program	2019.	TZ	U kontekstu ukupne zabave planirati događaje i manifestacije
47	Poljoprivredno prehrambeni proizvodi (autohton)- ugostiteljstvo i plasman	Program	2019.	Općina	Tretirati slično ili zajedno sa ekološkim turizmom, mada nije uvijek tako i ne mora biti
48	Eko-etno selo	Ocjena potrebe	2019.	TZ	Možda odrediti jedno naselje koje bi se razvijalo u tom pravcu inače i turistički
49	Sportski turizam	Analiza i ocjena	2019..	TZ	Veoma širok pojam mogućnosti zato zahtjeva sveobuhvatno razmatranje i programiranje
50	Turističke agencije	Ocjena i konkretni program	2019	Općina i TZ	Moguće ih je razmatrati u okviru područja gospodarstva, ali s obzirom na značenje prijedlog je da se sagledavaju odvojeno.

Izvor: Obrada autora, 2019.

Cilj provedbe ovog plana, mora biti, promjena sadašnjeg stanja ponude (turističkog proizvoda) i razvoj turizma u unutrašnjosti Općine (mali dio), te da taj razvoj postane kompatibilan i potiče i nadopunjuje jedan drugog.

U tom kontekstu neophodno je dinamično, usklađeno i organizirano realizirati ovaj plan provedbe. Isti će sigurno doživljavati i promjene s obzirom na nivo razvijenosti turizma, a isto tako vezano na turističku potražnju koja se brzo mijenja.

15. IZVORI

Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju 2016.
ARRKOD RH
DZS Popis stanovništva 2011.
Gospodarski profil Primorsko-goranske županije 1995-2015 (Miljenko Fičor dipl. oec.)
HZZM Zagreb
MRRFEU.
Općina Fužine- razni dokumenti
Prostorni plan Općine Fužine
Prostorni plan Primorsko-goranske županije 2013.
Program provedbe mjera ruralnog razvoja Primorsko-goranske županije 2017.
Razvojna Strategija Primorsko-goranske županije 2016-2020.
SUR Općina Fužine
Službene novine 2019. – 7. broj
Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske 2014. – 2020.
Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020
Turistička zajednica Fužine

