

# KARLOVAČKA ŽUPANIJA



## OPĆINA TOUNJ

### STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

### 2018.-2025. godine.

Tounj, 2019.

**NAZIV PROJEKTA: Strategija razvoja turizma Općine Tounj**

DATUM: Ožujak, 2018.

NARUČITELJ: Općina Tounj

IZVOĐAČI: Adria Bonus d.o.o. Poreč

SURADNJA: Sveučilište Josip Juraj Strossmayer iz Osijeka

VODITELJI PROJEKTA: prof. dr. sc. Zdenko Tomčić

SURADNICI NA PROJEKTU: 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**



**STRATEGIJA RAZVOJA  
TURIZMA OPĆINE TOUNJ  
2018.-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.....	1
1.2 Metodologija .....	2
1.3. Integralni pristup ( koncept ) izradi Strategije razvoja turizma Općina Tounj .....	3
2. RESURSI I DJELATNOSTI.....	6
2.1 Lokacija i površina Karlovačke županije i Općine Tounj.....	6
2.2. Prirodni resursi .....	18
2.2.1 Reljef i klima.....	18
2.2.2. Biljni i životinjski svijet .....	18
2.3. Vodno bogatstvo .....	20
2.4. Povijesni i kulturni resursi.....	20
2.5. Infrastruktura.....	21
2.5.1. Prometnice.....	21
2.5.2.Vodoopskrba .....	21
2.5.3. Elektroopskrba .....	22
2.5.4. Plinovod .....	22
2.5.5. Telekomunikacijski promet.....	22
2.6. Komunalna djelatnost.....	22
2.6.1. Gospodarenje otpadom.....	22
2.7. Društvene djelatnosti.....	23
2.7.1. Predškolski odgoj i obrazovanje .....	23
2.7.2. Kultura.....	23
2.7.3. Sport .....	27
2.7.4. Zdravstvo.....	27
2.8. Gospodarstvo.....	27
2.8.1.Turizam i ugostiteljstvo.....	28
2.8.2. Poljoprivreda .....	29
2.8.3. Industrija.....	29
3.SWOT ANALIZA .....	34
4. RAZVOJNO - PLANSKA OPREDJELJENJA .....	35
4.1. Europski sustav .....	35
4.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. god.....	36
4.3. Master plan turizma Karlovačke županije.....	37
4.4. Prostorni planovi Županije .....	40
4.5. Prostorni planovi Općine.....	43
4.6. Strategija ukupnog razvoja Općina Tounj.....	46
5. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA .....	50
5.1. Prikaz stanja .....	50
5.2. Investicijsko okruženje.....	51
5.3. Korištenje EU fondova.....	51
6. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA .....	51
7. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE .....	53
7.1. Obilježja turističke ponude destinacije .....	54
7.1.1. <i>Opis elemenata stanja postojeće ponude – konkurentnosti:</i> .....	54
7.1.2. Obilježja turističke potražnje u destinaciji .....	58
8. TRŽIŠNI ELEMENTI.....	59
8.1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije .....	60

8.1.1. Tržišna kretanja i trendovi.....	61
8.1.2. Neusklađenost ponude i potražnje.....	63
<b>9. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI.....</b>	<b>67</b>
9.1. Razvojne mogućnosti .....	67
9.2. Mogući pravci razvoja.....	68
<b>10. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI.....</b>	<b>73</b>
10.1. Vizija – odabrana varijanta .....	73
10.2. Odabrani model razvoja .....	74
10.3. Najznačajniji ciljevi razvoja.....	74
<b>11. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI ( integralni pristup).....</b>	<b>77</b>
11.1. Poboljšanje postojećeg stanja.....	77
11.2. Novi proizvodi ( ponuda ) .....	79
<b>12. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING .....</b>	<b>84</b>
12.1. Destinacijski menadžment Općine .....	84
12.2. Destinacijski marketing Općine .....	85
12.2.1. Brendiranje destinacije.....	86
12.2.2 Sustav upravljanja turizmom.....	87
<b>13. PLAN PROVEDBE .....</b>	<b>89</b>
<b>14. SAŽETAK.....</b>	<b>93</b>
<b>15. IZVORI .....</b>	<b>95</b>

## 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. S dobro artikuliranom vizijom, prepoznatim strateškim područjima i jasnim planom djelovanja, turizam se treba, inicijalno, uklopiti 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 razvijanja 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 Strategije 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

Strategija razvoja turizma destinacije (SRT) Općine Tounj daje viziju održivog razvoja destinacije koja je namijenjena prvenstveno lokalnoj upravi i samoupravi, posebice njezinom turističkom i kulturnom sektorom, kao i njezinim ostalim dionicima. Svrha izrade plana razvoja turizma Općine Tounj 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 osam godina.

### 1.1. Cilj

Strategija razvoja turizma Općine Tounj predstavlja okvirni razvojni dokument, bolje rečeno, daje strateška opredjeljenja razvoja turizma Općine.

Za izradu Strategije razvoja turizma na prostoru Općine Tounj, cijeli je prostor tretiran kao ruralni (ima čitav niz karakteristika) uzimajući u obzir raspoložive resurse, a posebno tržišne trendove.

**Pri definiranju Strategije 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, prihodi u drugim djelatnostima 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 Strategije razvoja turizma Općine Tounj.

Cjelokupni proces izrade temelji se na sljedećim načelima:

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

Kako bi izrada Strategije razvoja turizma Općine bila transparentnija i kako bi se svi rezultati proizigli iz održanih radionica i dubinskih intervjua 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

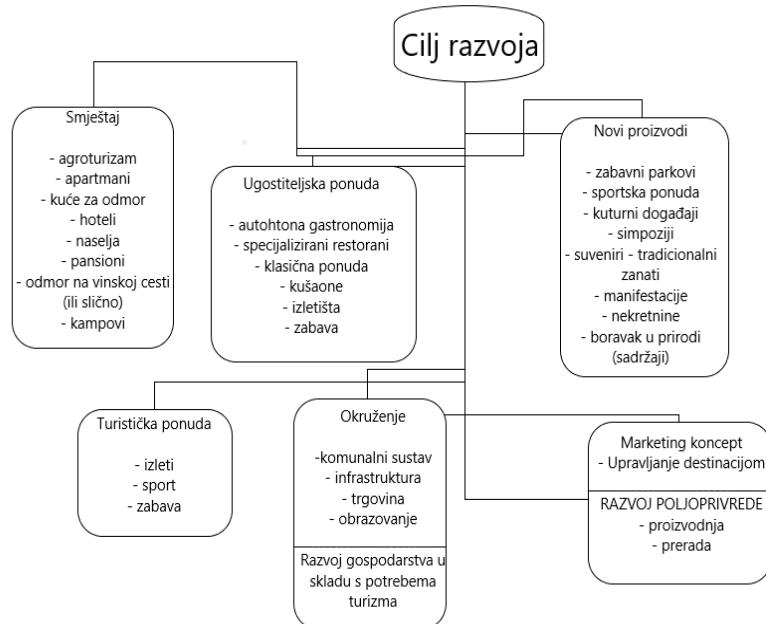
Konzultacijski proces je zahtijevao uključivanje predstavnika svih relevantnih dionika s područja Općine u proces izrade predmetnog plana. Na ovaj je način osiguran multidisciplinarni i partnerski pristup pri izradi Strategije razvoja turizma, te je uspješnije provedena analiza problema, definirati su ciljevi, prioriteti i mјere. 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 Strategije 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 Strategije razvoja turizma Općina Tounj**

Temelj određivanja turističke destinacija nije samo cilj putovanja, već sadržaj u prostoru koji se na turističkom tržištu može plasirati kao cijeloviti proizvod. Sa shemom smo ilustrativno prikazali u kom smislu treba promatrati i koncipirati razvoj turističke destinacije Općina Tounj, 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 uskladeni sa zahtjevima tržišta. Sukladno tome, Općina Tounj 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.

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 ekonomski 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, Strategija razvoja turizma Općina Tounj 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. RESURSI I DJELATNOSTI**

Poželjan turistički razvoj Općine Tounj podrazumijeva upravljanje njegovim ukupnim resursima na način koji će pridonijeti dugoročno održivom razvoju i blagostanju lokalne zajednice. Resursi i njihove karakteristike značajno opredjeluju 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).

### **2.1 Lokacija i površina Karlovačke županije i Općine Tounj**

U središnjoj Hrvatskoj na prekrasnom kraškom terenu prateći tokove najljepših rijeka, smjestila se Karlovačka županija. Zahvaljujući tranzitnom, prometnom i geostrateškom položaju, Karlovačka županije jedna je od najvažnijih županija. Tu se nalazi sjecište i čvorište najvažnijih prometnica koje povezuju Europu s jadranskom obalom. Karlovačka županija graniči s dvije susjedne države, Republikom Slovenijom i Republikom Bosnom i Hercegovinom, a u doticaju je i s četiri županije: Zagrebačkom, Sisačko-moslavačkom, Primorsko-goranskom i Ličko senjskom. Karlovačka županija nalazi se u središnjoj Hrvatskoj i pokriva površinu od 3.622 km<sup>2</sup> te se ubraja u red većih županija. U Karlovačkoj županiji živi 128.899 stanovnika (prema popisu iz 2011. godine). Obuhvaća 5 gradova: Duga Resa (11.180 stanovnika), Karlovac (55.705), Ogulin (13.915), Ozalj (6.817) i Slunj (5.076) općina: Barilović (2.990), Bosiljevo (1.284), Cetingrad (2.027), Draganić (2.741), Generalski Stol (2.642), Kamanje (891), Krnjak (1.985), Lasinja (1.624), Netretić (2.862), Plaški (2.090), Rakovica (2.387), Ribnik (475), Saborsko (632), Tounj (1.150), Vojnić (4.764) i Žakanje (1.889).



Izvor: Zavod za prostorno uređenje i zaštitu okoliša Karlovačke županije

Tounj se nalazi na pravcu Zagreb – Senj, udaljen 90 km od Zagreba, 70 km od Senja, 39 km od Karlovca i 14 km od Ogulina. Tounj je malo živopisno mjesto prekrasnih pejzaža smješteno u središnjem Hrvatskom predgorju, nalazi se na rječici Tounjčici koja se nekoliko kilometara nizvodno ulijeva u rijeku Mrežnicu. Grad Tounj prvi puta se spominje 1481. godine kao svojina kneza Stjepana Frankopana. Unuk kneza Stjepana, također imenom Stjepan, godine 1550. pridružuje grad Tounj svojoj imovini u podjeli sa obitelji Zrinski. Godine 1558. pljenidbeno izaslanstvo našlo je grad zapušten i prazan te ga pripojilo krajiškoj upravi i 1577. ga ponovno naselilo. Kapetan Stjepan Gucić je 1585. godine utrošio znatna sredstva za uređenje grada zbog sve češćih prodora Turaka. Izgradnjom Karlovačke tvrđave Tounj postaje još važniji za obranu Karlovca. Godine 1609. kralj je izdao nalog na banu Tomi Erdödyju da preda grad Tounj knezovima Frankopanima Tržačkim, ali do toga ne dođe jer mještani ne htjedoše predati grad bez znanja svog kapetana. Godine 1639. carski inženjer za nadzor utvrda zateče u Tounju zapovjednika grofa Petra Erdödyja koji je živio u glavnoj kuli.

Općina Tounj veličine 95 km<sup>2</sup> u svom sastavu ima naselja Tržić Tounjski, Potok Tounjski, Kamenica Skradnička, Gerovo Tounjsko, Rebrovići, Zdenac i mjesto Tounj.

Općina Tounj formirana je 17. siječnja 1997. godine Zakonom o područjima, županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj, iz bivše Općine Josipdol.

Po posljednjem popisu stanovništva, Općina sa naseljima broji 1173 stanovnika. Najveće mjesto je Tounj s 352 stanovnika, ujedno i sjedište Općine.

Tablica 1. Popis stanovnika po naseljima u Općini Tounj od 1948. godine do 2011. godine.

REDNI BROJ	NASELJE	BROJ STANOVNIKA PO GODINAMA POPISA							
		1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2001.	2011.
1	Gerovo Tounjsko	173	187	164	115	76	73	72	55
2	Kamenica Skradnička	753	734	680	643	509	352	280	278
3	Potok Tounjski	553	518	426	293	210	151	84	72
4	Rebrović	1107	990	841	639	445	304	200	186
5	Tounj	463	460	498	434	466	408	385	352
6	Tržić Tounjski	328	612	573	376	218	166	14	20
7	Zdenac	328	337	296	260	264	231	207	210
<b>Ukupno</b>		<b>3844</b>	<b>3838</b>	<b>2478</b>	<b>2760</b>	<b>2188</b>	<b>1685</b>	<b>1242</b>	<b>1173</b>

Izvor: Popis stanovništva DZS 2011.

Tablica 2. Osiguranici mirovinskog osiguranja Općine Tounj prema osnovama osiguranja na dan 31. 1. 2019.

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
557 Tounj	78	27	105	3	0	3	0	0	0	0	0	0
Šifra i naziv općine, grada	Radnici kod fizičkih osoba			Osig. zaposleni kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu			Osiguranici – produženo osiguranje					
	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
557 Tounj	3	3	6	0	0	0	0	0	0	84	30	114

Izvor: HZMO, 31. 1. 2019.

Iz gornje tabele najviše zaposlenih, njih 105 (78 muškaraca i 27 žena) zaposleno je kod pravnih osoba. Kod obrtnika su zaposlene 3 osobe. Kod fizičkih osoba zaposleno je 6 osoba (3 muškarca i 3 žene), ukupno 114 osoba, 84 muškaraca i 30 žena.

Tablica 3. Registrirane nezaposlene osobe sa prebivalištem u Općini Tounj po mjesecima, prema obrazovnoj strukturi

Razina obrazovanja	2018	
	· 01	· 02
Bez škole i nezavršena osnovna škola	<b>9</b>	<b>9</b>
Završena osnovna škola	<b>19</b>	<b>18</b>
S.Š. do 3 godine te za KV i VKV radnike	<b>20</b>	<b>21</b>
Srednja škola u trajanju 4 godine i više + Gimnazija	<b>15</b>	<b>15</b>
Prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola	<b>4</b>	<b>4</b>
Fakultet, akademija, magisterij, doktorat	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Ukupno</b>	<b>68</b>	<b>68</b>

Izvor: HZZ Karlovac, ožujak 2018.

Iz tablice 3. vidljivo je da je prva 2 mjeseca, nezaposlenih osoba ukupno bilo 68, najviše 21, sa SŠ do 3 godine, te KV i VKV radnika.

Tablica 4. Registrirane nezaposlene osobe sa prebivalištem u Općini Tounj po mjesecima, prema dobi i spolu

OPĆINA TOUNJ	2018			
	· 01		· 02	
Dob	· Muškarci	· Žene	· Muškarci	· Žene
· 15-19	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
· 20-24	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
· 25-29		<b>8</b>		<b>9</b>
· 30-34	<b>1</b>	<b>4</b>		<b>4</b>
· 35-39	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
· 40-44		<b>2</b>		<b>2</b>
· 45-49	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
· 50-54	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
· 55-59	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
· 60-64	<b>1</b>		<b>1</b>	
<b>Ukupno</b>	<b>23</b>	<b>45</b>	<b>21</b>	<b>47</b>

Izvor: HZZ Karlovac, Ožujak 2018

Iz gornje tabele vidljivo je da je u prva dva mjeseca 2018. god. najviše nezaposlenih muškaraca, njih troje, bilo u dobi od 50-54 god, a žena, njih 15, u istoj starosnoj dobi.

Tablica 5. Zaposlene osobe temeljem radnog odnosa s prebivalištem na području Općine Tounj, s evidencije Zavoda, po djelatnosti zaposlenja.

Djelatnost zaposlenja (NKD2007)	Prostorna pokretljivost	Zaposleni - RO				
		· 2018	· 2017	· 2016	· 2015	· 2014
· (A) POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	··· Izvan Maticne PS					<b>1</b>
	··· Maticna ISP		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	
· (C) PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	··· Izvan Maticne PS	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
	··· Maticna ISP		<b>7</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
	··· Izvan Maticne ISP		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
· (F) GRAĐEVINARSTVO	··· Izvan Maticne PS			<b>2</b>	<b>2</b>	
	··· Maticna ISP		<b>7</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	··· Izvan Maticne ISP		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	
· (G) TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA	··· Izvan Maticne PS	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	··· Maticna ISP		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
	··· Izvan Maticne ISP		<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
· (H) PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	··· Izvan Maticne PS		<b>5</b>			
	··· Maticna ISP		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
	··· Izvan Maticne ISP				<b>1</b>	
· (I) DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE	··· Izvan Maticne PS		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
	··· Maticna ISP		<b>1</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>
	··· Izvan Maticne ISP		<b>2</b>			<b>4</b>
· (J) INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE					<b>1</b>	
· (K) FINANSIJSKE DJELATNOSTI I DJELATNOSTI OSIGURANJA	··· Maticna ISP				<b>1</b>	
· (M) STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI	··· Izvan Maticne PS				<b>1</b>	
	··· Maticna ISP		<b>1</b>			<b>1</b>
· (N) ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI	··· Izvan Maticne PS				<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>2</b>		<b>1</b>	
· (O) JAVNA UPRAVA I OBRANA; OBVEZNO SOCIJALNO OSIGURANJE	··· Maticna ISP		<b>16</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	
· (P) OBRAZOVANJE	··· Izvan Maticne PS		<b>1</b>			
	··· Maticna ISP		<b>1</b>			<b>2</b>
· (Q) DJELATNOSTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE I SOCIJALNE SKRBI	··· Izvan Maticne PS		<b>1</b>		<b>1</b>	
	··· Izvan Maticne ISP					<b>1</b>
· (R) UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	··· Izvan Maticne PS		<b>1</b>			
				<b>1</b>		
· (S) OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	··· Maticna ISP		<b>1</b>			<b>1</b>
					<b>1</b>	
<b>Ukupno</b>		<b>2</b>	<b>64</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>40</b>

Izvor: HZZ Karlovac, ožujak 2018.

Tablica prikazuje nezaposlene osobe s evidencije HZZ-a, s prebivalištem na području Općine Tounj, koje su se zaposlile temeljem radnog odnosa i djelatnost u kojoj su se zaposlige. Također, može se razlučiti koliko od njih je zaposleno na području matične ispostave Ogulin (Matična ISP), koliko izvan ispostave Ogulin ali na području Karlovačke županije (Izvan Matične ISP), te koliko ne području druge županije (Izvan Matične PS).

## **2.2. 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.

### **2.2.1 Reljef i klima**

Geološki činitelji bili su presudni u oblikovanju sadašnjeg reljefa. Današnja reljefna slika posljedica je utjecaja mnoštva činitelja među kojima krški i fluvijalni (riječni) imaju najveće značenje. Izražena vapnenačko-dolomitna podloga, propust terena, vertikalna cirkulacija vode i njezina okosnica, te zastupljenost svih odgovarajućih krških oblika nisu rezultirali tipičnim krškim pejzažom, već ga karakterizira ozelenjenost krajolika, te ga stručnjaci definiraju kao ozelenjeni pokriveni krš, za razliku od južnohrvatskog oguljenog krša Dalmacije.

Na klimatske karakteristike utječe gorsko okružje i razmjerna blizina Primorja sa zapadne i panonskog prostora s istoče strane. Područje Tounja nalazi se na rubu kontinentalne klime koja u području kapelskog gorja prelazi u planinsku klimu. Može se reći da klimu karakteriziraju izražena ljetna i zimska godišnja doba. Sjeverozapadni dio ima srednju godišnju temperaturu zraka od 8 - 10°C, a sav ostali dio leži u području od 10 - 12°C. Ljeta su vruća, sparna, s pojmom pljuskova i proloma oblaka praćeni grmljavinama. Iako količine padalina dosežu i do 1600 – 1700 mm, kraj se općenito odlikuje relativnom suhoćom zbog poroznosti tla i otjecanja vode na nekoliko jačih vodotokova koji završavaju kao ponornice. Ljeti su također topliji niži reljefni oblici, a pokazuju pripadnost temperaturnoj amplitudi između 21 – 22°C, sjeverozapadni dio 16 – 18°C. Zime su duge i u pravilu hladne, djelom s naglim zatopljenjima.

### **2.2.2. Biljni i životinjski svijet**

Sagledavajući prirodne značajke Karlovačke županije, uočava se bogata raznolikost i isprepletenost različitih prirodnih vrijednosti i reljefnih karakteristika. Prostor se može podijeliti na više cjelina u kojima se izmjenjuju prirodne vrijednosti karakterizirane raznolikošću krajobraznih i bioloških komponenti.

Prema Karti staništa Republike Hrvatske na području geomorfološkog spomenika prirode Špilja u kamenolomu Tounj nalazi se sedam različitih tipova staništa 90 % površine pokrivaju mješovite hrastovo-grabove šume i čiste grabove šume te mezofilne i neutrofilne čiste bukove šume.

Životinjski svijet sisavaca i ptica sličan je kao u ostatku Gorskog kotara: mrki medvjed, vuk, ris, srna, više vrsta šišmiša, puhovi i ptice grabljivice kao suri orao (*Aquila chrysaetos*), sivi sokol (*Falco peregrinus*), škanjac osaš (*Pernis apivorus*).

Na području Karlovačke županije nalazi se ukupno 80 područja ekološke mreže RH, od toga 76 važnih područja za divlje svojte i stanišne tipove, te 4 međunarodno važna područja za ptice.

### **2.2.3 Poljoprivredne površine**

Prema podacima Agencije za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju, broj fizičkih i pravnih osoba upisanih u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava na području Karlovačke županije je oko 6.200. Najčešći problemi koji se javljaju u početku i tijekom unapređenja poljoprivredne proizvodnje su neriješeni imovinsko pravni odnosi te usitnjenošćem zemljišta prilikom okrupnjavanja poljoprivrednog zemljišta, financiranje proizvodnje, marketing, distribucija i skladištenje proizvoda. Poljoprivreda je zastupljena kroz proizvodnju i pripremu gurmanskih specijaliteta od mesa i povrća (izvrsna tradicionalna kuhinja), uz nadaleko poznati tounjski sir (svake godine u listopadu održavaju se Dani tounjskog sira), koji postaje brand tounjskog područja. Riječ je o specifičnoj recepturi proizvodnje sira koji se radi od visokokvalitetnog kravljeve, kozjeve ili ovčeve mlijeka. Dobri prirodni uvjeti za razvoj govedarstva, ovčarstva, kozarstva, pčelarstva, akvakulture kao i intenzivni razvoj voćarske proizvodnje i povrtlarstva na određenim lokacijama, samo su neke od prednosti Općine Tounj u cilju razvoja i unapređenja poljoprivrede. Iako su djelomično navedeni problemi proizvodnje, poljoprivreda u Općini Tounj predstavlja i značajan izvor prihoda za veći broj stanovnika. Određeni potencijali (prirodni) otvaraju mogućnost razvoja ribarstva.

Tablica 6. Korištenost poljoprivrednog zemljišta u Općini Tounj

Naziv naselja	ORANICA		LIVADA		KRŠKI PAŠNJAK		VINOGRAD	
	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)
Gerovo Tounjsko	10	1,56	17	4,69	5	3,94	-	0,00
Kamenica Skradnička	20	3,50	16	5,24	16	3,69	-	0,00
Potok Tounjski	30	8,02	16	4,24	16	5,51	2	0,12
Rebrovići	55	20,46	45	11,04	22	10,12	-	0,00
Tounj	52	9,89	33	9,78	15	5,64	-	0,00
Tržić Tounjski	-	0,00	5	4,17	27	21,23	-	0,00
Zdenac	34	10,29	18	5,57	5	1,81	1	0,04

	VOĆNE VRSTE		ORAŠASTO DRVENASTE KULTURE		MJEŠANI TRAJNI NASADI		MJEŠOVITO KORIŠTENJE ZEMLJIŠTA		UKUPNO	
Naziv naselja	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Ukupan broj ARKOD parcela	Ukupna površina ARKOD parcela (ha)
Gerovo Tounjsko	-	0,00	0,00	-	0,00	-	0,00	-	32	10.20
Kamenica skradnička	1	0,26	0,00	-	0,00	2	0,16	-	55	12.85
Potok Tounjski	5	0,72	0,00	2	1,19	7	1,17	-	78	20.78
Rebrovići	6	1,19	0,00	1	0,08	1	0,42	-	130	43.29
Tounj	10	2,70	0,00	-	0,00	-	0,00	-	110	28.02
Tržić Tounjski	1	0,40	0,00	-	0,00	-	0,00	-	33	25.80
Zdenac	3	0,27	0,00	1	0,14	6	0,74	-	68	18.85

Izvor: ARRKOD 31. 12. 2014.

Podaci iz ARRKOD parcela su prikazani prema vrstama uporabe poljoprivrednog zemljišta i prostornoj komponenti do kategorije naselja u kojem je ista smještena.

## **2.3. Vodno bogatstvo**

Kao glavni prirodni resursi koji obilježavaju Karlovačku županiju mogu se istaknuti bogatstvo voda te zdravih poljoprivrednih i šumskih površina koji su dijelovi vrijednih ekosustava.

Općinom Tounj protječe šest rijeka: Tounjčica (najveća pritoka rijeke Mrežnici), Mrežnica, Kukačica, Bistrica, Rudnica, Globornica, puno potoka i izvora koji potencijalno pružaju mogućnost za razvoj slatkovodnog ribarstva (ribnjaci i sl.).

## **2.4. 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 utoliko 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. Razvoj kulturnih projekata predstavlja dobrobit za društvo i ostvarenje širih gospodarskih ciljeva. Kultura obuhvaća tzv. opipljivu kulturu muzeje, galerije, koncerete, kazališta, spomenike i povijesne lokalitete i tzv. neopipljivu kulturu poput običaja i tradicije. Uključivanjem kulturnih programa i projekta u funkciju turizma, kulturni sektor na taj način doprinosi određenim direktnim i indirektnim koristima poput novih prihoda, većeg broja posjetitelja i alternativnim izvorima financiranja. Kulturno turistički proizvodi mogli bi obogatiti turističku ponudu destinacije i doprinijeti turističkom razvoju .

Prostornim planom Općine Tounj posebna pažnja posvećuje se :

Osnovna podjela po vrstama kulturnih dobara je sljedeća:

- Semiurbane cjeline
- Ruralne cjeline
- Arheološki lokaliteti
- Obrambene građevine
- Sakralne građevine
- Civilne građevine
- Gospodarske građevine – mlinovi
- Etnološke građevine – tradicijske kuće/okućnice
- Memorijalna obilježja
- Kulturni krajolik
- Povijesne komunikacije

## 2.5. Infrastruktura

Adekvatno riješena fizička infrastruktura (prometna, komunalna, itd.) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj bilo kojeg područja, a pogotovo Županije koja je poglavito turistička regija, te koja posjeduje jasno zacrtanu turističku strategiju. Na nivou cjelokupne Karlovačke županije, stanje u tom segmentu još uvijek nije u potpunosti riješeno; od sanacije svih komunalnih zadataka do efikasnije organizacije infrastrukturnih elemenata. Razvojni potencijal Karlovačke županije, a samim time i turistička kvaliteta regije, postala bi još konkurentnija kada bi se više ulagalo u modernizaciju prometnika, 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 Karlovačke županije, uvjetuju potrebu za kvalitetnom prometnom infrastrukturom.

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

U Općini Općina Tounj planiraju se sljedeće površine za infrastrukturne sustave:

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

### 2.5.1. Prometnice

Okosnicu prometnog sustava čini trasa ceste D23 koji se sastoji od kolnika bez pješačkih hodnika i ugibališta autobusa. Za ovu cestu treba osigurati koridor širene 100 m, odnosno 75 m. Ostatak postojećeg prometnog sustava (županijske i lokalne ceste) na području općine Tounj ne zadovoljava, te bi njegovo poboljšanje omogućilo ravnomerniji razvoj naselja. Značajniji razvoj imaju naselja Tounj i Zdenac.

*Županijske ceste su:*

Ž3256: D23 – Kamenica Skradnička – Gornje Primišlje – Slunj

Ž3220: Tounj – D23

Ž3221: Zdenac ( D23 ) – Rebrovići

*Lokalne ceste su:*

L34104: ( Ž3175 ) Trošmarija – Višnjić Brdo – Tounj ( Ž3220 )

L34105: D42 – Potok Tounjski – Zdenac

Kroz Tounj prolazi željeznička pruga na liniji Zagreb-Rijeka. Udaljenost od Zagreba je cca. 90 km, Karlovca 39 km, a od Ogulina 14 km.

### 2.5.2. Vodoopskrba

Područje Općine Tounj ima djelomično riješeno pitanje opskrbe pitkom vodom, jer je trasom ceste D23 položen vodoopskrbni cjevovod prema Generalskom Stolu, a od tog cjevovoda odvaja se cjevovod kroz Tounj do Gerova Tounjskoga, te do naselja Zdenac i Mejašići. No postojeći lokalni vodovod zbog dotrajalosti mreže i slabog kapaciteta ne zadovoljava potrebe (problem su za ljetnog perioda). U ostalim naseljima stanovništvo se opskrbljuje vodom iz

zdenaca ili betonskih cisterni. Ovakvo stanje zahtijeva rješenje opskrbe pitkom vodom svih naselja Općine, odnosno proširenje mreže. Neophodno je u dogledno vrijeme obnoviti dijelove vodoopskrbe cjevovoda uz povećanje tlaka kako bi se snabdijevanje vodom zadovoljilo tijekom čitave godine. U tu svrhu izrađen je Izvedbeni projekt vodoopskrbe za sva naselja Općine Tounj. Osnovni cilj je izvođenje vodoopskrbe prema izrađenoj projektnoj dokumentaciji.

### **2.5.3. Elektroopskrba**

Ne može se ocijeniti da su naselja Općine Tounj danas zadovoljavajuće opskrbljena elektroenergijom – učestali padovi napona i nestanak elektroenergije. Eventualne povećane potrebe riješit će se proširenjem postojećih objekata – trafostanica i obnovom dotrajalih magistralnih vodova. Prostором Općine Tounj prolaze elektroenergetski dalekovodi od 35 kV i 220 kV. Preporuča se kabliranje niskonaponske mreže. Koridor elektroenergetskih prijenosnih građevina čine:

- dalekovod 400 kW – 60 m
- dalekovod 200 kW – 50 m
- dalekovod 110 kW – 40 m
- dalekovod 35 kW – 20 m

Planira se izrada trase 400 kV zračnog dalekovoda Brinje – Mraclin uz postojeći 220 kV dalekovod Brinje - Mraclin.

### **2.5.4. Plinovod**

Na području Općine Tounj izведен je magistralni plinovod – dio plinovodnog sustava Like i Dalmacije. Uz izvedeni plinovod planira se izgradnja magistralnog plinovoda velikog kapaciteta (u koridoru postojećeg).

### **2.5.5. Telekomunikacijski promet**

Predviđa se povećanje kapaciteta. Današnje potrebe su zadovoljene iz postojeće mreže, a centrala u Tounju zadovoljava trenutne potrebe. Ukoliko će biti potrebno, postojeća centrala se može proširiti. Poboljšanje predviđa izgradnju novih podzemnih kabela. Postava baznih stanica mobilne telefonije ne može se vršiti na: poljoprivrednim površinama P1 i P2, u parku prirode, dijelu zaštićenih prirodnih, vrijednim panoramskim točkama, na vodozaštitnim područjima te građevinskom području naselja s manje od 1000 stanovnika. Izgradnju nove elektroničke komunikacijske mreže u urbanim dijelovima treba planirati polaganjem podzemnih kabela, dok se za individualne stambene objekte dopušta realizacija putem zračne mreže. Rekonstrukcija ili dogradnja postojeće mreže (pojedinačni priključci) može biti realizirana podzemno i/ili zračno. Broj pristupnih čvorova koji sadrže aktivnu opremu može se povećati. Aktivna oprema može se smještati u postojeće građevine, tipske objekte.

U Tounju postoji poštanski ured

## **2.6. Komunalna djelatnost**

### **2.6.1. Gospodarenje otpadom**

Prikupljanje, odvoz i odlaganje komunalnog otpada s područja Općine Tounj obavlja Eko-flor plus d. o. o. Oroslavje. Odvoz otpada odvija se dva puta mjesечно specijalnim vozilom

(smećarom) u pet naselja Općine Tounj, a u dva naselja se odvozi jedan puta tjedno. Odvoz stakla, plastike i papira putem zelenih otoka vršiti će se jednom kvartalno. Sakupljanje biorazgradivog otpada uključujući i otpad sa groblja obavlja koncesionar Eko-flor d. o. o. Oroslavje. Glomazni otpad odvozi se dva puta godišnje po pozivu davatelja koncesije, putem kontejnera 5 ili 7 m<sup>3</sup> postavljenih na lokacije koje će odrediti Općina Tounj u dogovoru s koncesionarem.

## 2.7. Društvene djelatnosti

Odgono-obrazovni sustav provodi djelatnost odgoja i obrazovanja usmjeren na opće dobro svih sudionika i društva u cjelini, kako bi se povećala kvaliteta obrazovanja u funkciji kulture življenja, gospodarstva i društva temeljenoga na znanju i demokratskim načelima te osiguralo pravo na obrazovanje. Odgoj i obrazovanje imaju ključnu ulogu u osposobljavanju djece, mladih i odraslih ljudi za ravnopravno uključivanje u društvenu zajednicu i svijet rada, bez obzira na njihovo društveno podrijetlo.

### 2.7.1. Predškolski odgoj i obrazovanje

Počeci školstva na području Tounja datiraju još iz 18.st. za vrijeme Vojne krajine i vlasti Habsburgovaca kada je Tounj bio značajna vojna utvrda jer je tu boravila satnija krajišnika. Zbog vojnih potreba za školovanim časnicima i dočasnicima, Habsburgovci donose odluku da se na području karlovačkog generalata osnivaju pučke škole. Tako je zbog vojnih interesa 1773. godine ustrojena pučka škola u Tounju. Izgradnja današnje školske zgrade u Tounju započeta je 1953., a nastava se u njoj održava od 1955. god. Škola u Tonju 1979. postala je područna osmogodišnja škola Osnovne škole Josipdol. Iste godine počinje s radom i školska sportska dvorana. Škola je mijenjala svoje ime nekoliko puta. Zvala se „13.april“ , „Tounj“, a od 1997. godine nosi naziv „Lucija Capan“ po poznatoj tounjskoj učiteljici te slavi svoj dan Škole 13.12. na svetu Luciju.

### 2.7.2. Kultura

**Kultura** je cijelokupno društveno naslijeđe neke grupe ljudi, to jest naučeni obrasci mišljenja, osjećanja i djelovanja neke grupe, zajednice ili društva, kao i izrazi tih obrazaca u materijalnim objektima. Riječ kultura dolazi iz latinskoga *colere* što je značilo: nastanjivati, uzgajati, štititi, štovati. Prostor Karlovačke županije vrlo je raznovrsno zemljopisno područje smješteno između središnje Hrvatske i planinskog područja Gorskog Kotara. U tom prostoru posebno se pri tom ističu četiri velike rijeke i veći broj manjih, po čemu je ova županija jedinstvena u prostoru Hrvatske. Ovaj prostor predstavlja vrlo vrijedan i do sada prilično očuvan i neonečišćen prirodni okoliš s osobito značajnim prirodnim resursima, što svakako nameće potrebu planske zaštite i očuvanja njegovih vrijednosti.

Općina Tounj 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.

Cjelokupno područje Općina Tounj predstavlja izuzetnu, u značajnoj mjeri očuvanu ambijentalnu vrijednost koja se čuva i štiti sveukupnim planskim rješenjem. Planom su određena područja kulturnih dobara upisanih u registar kulturnih dobara: arheološka baština

Do 2002. godine na području Općine Tounj nije bilo niti jedno kulturno dobro upisano u Registar kulturnih dobara, Listu zaštićenih kulturnih dobara. Od 2002. do 2009. godine popis je promijenjen upisom 8 novih građevina:

Tounj, stari grad; Z – 3095

Tounj, župna crkva sv. Ivana Krstitelja; Z – 2714

Tounj, kapela sv. Ivana Nepomuka; Z – 2713

Tounj, kurija župnog dvor; Z – 2714

Zdenac, most preko rijeke Tounjčice; Z – 1785

Kamenica Skradnička, ruševine mlina na rijeci Tounjčici ispod mosta; Z – 1785

Rebrovići, Orljak 85, tradicijska okućnica; Z – 1786

Tounj, Stari grad Tounj – arheološki lokalitet; Z - 3095

### ***Prirodna baština***

Povijest Tounja daleka je i bogata, a iza sebe je ostavila vidljive tragove kroz mnoštvo očuvanih arheoloških, kulturno-povijesnih spomenika različitih etničkih kultura i razdoblja. Tounj se smjestio na rijeci Tounjčici, glavnoj izvorišnoj pritoci rijeke Mrežnice, jednog od najvećih hrvatskih prirodnih bogatstava. Tounjčica izvire iz prostrane, tristo metara duboke pećine podno krševitog brda Krpela, a upravo uz tu pećinu vezana je priča o samim početcima grada Tounja. Vrijedi spomenuti kako je ime naselja nastalo iz riječi Htone, što znači duboka voda ili jezero, što se doista i vidi kad se s kamenog mosta pogleda prema dolje.

Prema predaji, a koju potvrđuju i određeni povjesničari, u toj pećini su se od Turaka branile tri hrvatske obitelji: Fumić, Juraić i Rebrović. Pećina je bila zazidana i u potpunosti uređena i opremljena za obranu, s puškarnicama i izlazima u gornju pećinu koja je skrivena od pogleda u bujnom grmlju i šikari. Te tri obitelji smatraju se osnivačima i prvim graditeljima grada Tounja. Smatra se da samo ime Tounja dolazi od riječi Htone u značenju jezera ili duboke vode. Sam grad Tounj se u povijesnim spisima prvi puta spominje 1481. godine kao vlasništvo kneza Stjepana Frankopana. U narednim desetljećima sADBINA Tounja će biti čvrsto vezana uz hrvatsku plemićku obitelj Frankopana. Unuk kneza Stjepana, također imenom Stjepan, godine 1550. pridružuje grad Tounj svojoj imovini u podjeli s drugom silnom hrvatskom obitelji Zrinski. S vremenom grad Tounj biva napušten pa ga godine 1558. pljenidbeno izaslanstvo nalazi praznim i zapuštenim. Ubrzo se Tounj pripaja krajiškoj, graničarskoj upravi i 1577. biva ponovno naseljen. Zabilježeno je da je kapetan Stjepan Gusić 1585. godine utrošio znatna sredstva na uređenje grada zbog sve češćih prodora turskih pljačkaša. Izgradnjom Karlovačke utvrde Tounj postaje još važniji za obranu Karlovca i cijelog karlovačkog kraja od turskih navalja. Godine 1609. kralj je izdao nalog banu Tomi Erdödyju da preda grad Tounj knezovima Frankopanima Tržačkim, ali do toga nije došlo jer mještani nisu htjeli predati grad bez znanja svog kapetana. Godine 1639. carski inženjer za nadzor utvrda je u Tounju zatekao zapovjednika grofa Petra Erdödyja koji je živio u glavnoj kuli.

1897. godine, na mjestu dotrajale stare crkve, gradi se prema projektu slavnoga projektanta Zagrebačke prvostolnice, Hermanna Bolléa, nova crkva sv. Ivana Krstitelja.

### ***Josefinski most na rijeci Tounjčici***

Najznačajniji spomenik i simbol mjesta jest dvokatni kameni most preko rijeke Tounjčice, izgrađen na mjestu gdje Jozefinska cesta prelazi preko kanjona rijeke Tounjčice, visok 12 metara, jedini takve vrste u Hrvatskoj. Uvidjevši posve nedostatne putne veze između Senja i zaleda, Josip II je izdao nalog da se započne sa gradnjom nove trgovačke i poštanske ceste od Senja do Karlovca. Upravu gradnje povjerio je inženjerskom časniku Vinku Struppiju. Cesta je građena od 1775.-1779. godine. Početak joj je u Karlovcu te se preko Kapele, Brinja i Vratnika spuštala do Senja. U čast svog inicijatora dobila je nova cesta naziv Via Josephina, tj. Jozefinska ili Josipova cesta. Trasa ceste položena je tako da je prolazila naseljima i drugim istaknutim točkama, slijedeći uz to približno potez nekog starog puta. Stoga je cesta imala mnogo tzv. izgubljenih padova i vrlo strmih odsjeka, naročito na prijelazu preko Velike Kapele i na spustu s Vratnika u Senjsku Dragu.

Prvi kat je izgrađen 1775. godine, a drugi nadograđen 1836. godine. Rub mosta krase četiri skulpture rimskih vojnika, kao i spomen ploča caru Josipu.

### ***Špilje na području Općine Tounj***

Tounjski krš poznat je po špiljama i izvorima. Rijeka Tounjčica izvire iz istoimene prostrane špilje duljine 465 m koja je potopljenim kanalima vezana za špilju u kamenolomu Tounj. Špilja u kamenolomu Tounj po duljini je na petom mjestu u Hrvatskoj što je izuzetno značajan geomorfološki podatak.

### ***Špilja u kamenolomu Tounj***

Špilja u kamenolomu Tounj je stanište pravih podzemnih životinja, te je dosadašnjim istraživanjima je utvrđeno 18 vrsta vodenih i 8 vrsta kopnenih životinja. Špilja se nalazi 300 metara jugozapadno od željezničke stanice Tounj, na samom dnu kamenoloma. Postoje dva jamska ulaza. Sama Tounjčica izvire iz istoimene pećine, a po cijelom kraju postoje neistražene i međusobno povezane špilje s podzemnim jezerima, od kojih je u zadnje vrijeme poznata Špilja u kamenolomu Tounj, duga cca 8,5 kilometara. U obje spomenute špilje, kao i u još nekoliko njih, živi ogulinska špiljska spužvica, endemska vrsta i jedina podzemna slatkvodna spužva na svijetu. Posebnost špilje u kamenolomu su obložne sige, jedinstveni tip takvih siga u svijetu. Do sada je na području Tounja otkriveno 78 špilja i jama.

### ***Špilja Tounjčica***

Jedna je od najpoznatijih špilja tounjskog krša. Ulag je smješten u početnom dijelu kanjina Tounjčice, a nekoliko metara iznad njega nalazi se ulaz u još jednu špilju, nazvanu Mala Tounjčica. Špilja je riznica endemske faune i tipski lokalitet za neke vrste.

### ***Izvor špilja Zdena***

Jedan od brojnih krških izvora, Zdenac, izvire iz istoimene špilje. Špilja je duga 35 m. Godine 2013 održana je promocija i predstavljanje projekta poučna staza Tounjčica.

### ***Prirodna baština (zaštićena područja)***

Geološke karakteristike područja formiraju vidljive oblike reljefa na površini Zemlje, kao i u podzemlju (reljef, otoci, obale mora, jezera i rijeka, špilje), koji mogu zadovoljiti motive odmora i oporavka te sportske rekreativne aktivnosti dok pojedini geološki oblikovni, paleontološki i arheološki zanimljivi dijelovi mogu biti proglašeni zaštićenima i predstavljati se kao dijelovi zaštićene prirodne baštine.

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

Za 10 građevina, građevinskih sklopova i arheoloških lokaliteta utvrđena su spomenička svojstva zbog kojih je predviđeno donošenje rješenja o preventivnoj zaštiti i upis u Registar kulturnih dobara Republike RH, Listu preventivno zaštićenih kulturnih dobara. Postupak provodi i rješenje donosi nadležni konzervatorski odjel (Konzervatorski odjel u Karlovcu). Rješenje o preventivnoj zaštiti predviđeno je za sljedeće građevine, građevinske sklopove i arheološke lokalitete:

Potok Tounjski – česma uz Novu Jozefinsku cestu (Vrelo Božidar)

Tržić Tounjski (Sastavki) – mlin na utoku Tounjčice u Mrežnicu

Tržić Tounjski (Šušnjari) – mlin na rijeci Mrežnici

Gerovo Tounjsko – tradicijska okućnica

Gerovo Tounjsko – tradicijska kuća

Gerovo Tounjsko – tradicijska okućnica

Potok Tounjski – tradicijska okućnica

Rebrovići, Filipovići – tradicijska kuća

Potok Tounjski, Bartolka, Crkvice - arheološki lokalitet

Tounj, Bistrac Tounjski, Hajdučka špilja - arheološki lokalitet

### ***Kultурне društvene djelatnosti***

Tijekom dvadeset posljednjih godina oslanjajući se na bogatu kulturnu baštinu Karlovačka županija je samo potvrdila da je njen kulturni proizvod, kao i proizvod gradova i općina koji se u njoj nalaze, ustvari bogatstvo prožimanja kulturnih izričaja te dinamična scena bogata događajima.

#### **Udruge u Općini Tounj**

##### **DVD Tounj**

Dobrovoljno vatrogasno društvo Tounj

##### **KUD Tounjčica**

Kulturno umjetničko društvo Tounjčica Tounj

##### **ZKOT**

Zavičajni klub Općine Tounj

##### **LD Srnjak Tounj**

Lovačko društvo „Srnjak“

##### **UHDDR-a**

Udruga hrvatskih branitelja Kamenica 91. Udruga dragovoljaca domovinskog rata OT Tounj

##### **Zavičajni klub prijatelja Kamenice**

Kamenica Skradnička, Kamenica 55 – 47264 Tounj,

### 2.7.3. Sport

Sportska aktivnost mještana upražnjava se djelom na području Općine, a djelom na širem području) U Općini Tounj postoji nogometni klub Tounj koji je osnovan 1994 god.

### 2.7.4. Zdravstvo

Sadašnji kapaciteti primarne zdravstvena zaštite svode se na ordinaciju opće medicine. Obzirom na blizinu dodatnih zdravstvenih sadržaja u Gradu Karlovcu i Gradu Ogulinu, postojeći kapaciteti mogu zadovoljiti minimalne potrebe stanovništva. U gradu Tounju postoji ambulanta prve pomoći.

## 2.8. Gospodarstvo

Na području Karlovačke županije posluje 3.936 poduzetnika i to:

- trgovačkih društava 1.414 ili 35,9 %
- obrta 2.522 ili 64,1 %

Promatrano po veličini prevladavaju mali poduzetnici koji čine 97,9 % ukupnog broja poduzetnika. Udjel srednjih poduzetnika iznosi 1,7 %, a velikih svega 0,4 % ukupnog broja poduzetnika. Poduzetnici ukupno zapošljavaju 22.167 radnika. Pretežiti dio ili 66 % zaposleno je u trgovackim društvima, a preostalih 34% u obrtu. Pri tome trgovacka društva u prosjeku zapošljavaju 10,3 radnika, a obrti 3 radnika. Najveća koncentracija poduzetnika, zaposlenosti i gospodarske aktivnosti ostvaruju se u gradskim središtima Županije. Prerađivačka industrija, građevinarstvo i trgovina ostvaruju 85,1 % ukupnih prihoda, te 79,4 % dobiti gospodarstva Karlovačke županije, zajedno zapošljavaju 78 % ukupnog broja zaposlenih, a sve te rezultate ostvaruje 66,5 % ukupnog broja poduzetnika.

Poradi bolje ilustracije gospodarske slike Karlovčke županije ukazujemo na dio lepeze šarolike ponude roba i usluga koje proizvode i pružaju gospodarski subjekti na području naše županije. Najprepoznatljivija potpodručja djelatnosti i tvrtke s potvrđenom kvalitetom roba i usluga su:

- **Proizvodnja hrane i pića** – Karlovačka pivovara d. d., Karlovačka mljekara d. d., PPK – Karlovačka mesna industrija d. d., Žitoproizvod d. d., Vuljanić d. o. o., Madig, d. o. o
- **Proizvodnja strojeva i uređaja** – Alstom Hrvatska d. o. o., Adriadieseld.d., TTK – Tvornica turbina , d. o. o., Croatia Pumpe Nova d. o. o., Tvornica plinskih turbina d. o. o., Turboteh d. o. o., TKL d. o. o., Uniweldstrojevi d. o. o.
- **Proizvodnja metala i proizvoda od metala** – Hs-produkt d. o. o. – proizvodnja pištolja i usluge strojne obrade, Kordun grupa, Že- če novi d. o. o., IM- metal d. o. o., AB montaža d. o. o., Kontal d. o. o., Ljevaonica Duga Resa d. o. o., Beti d. o. o.
- **Proizvodnja tekstila i tekstilnih proizvoda** – LolaRibar d. d., Kelteks d. o. o., Pamučna industrija Duga Resa d. d., Maier textil d. o. o., Štahan d. o. o., Iva d. o. o., Beti d. o. o.
- **Proizvodnja proizvoda od gume i plastike** – Aquaestil d. o. o., IV-er-kvc d. o. o., Ilsad d. o. o., Kaplast d. o. o., Kaplast-eko d. o. o., Pipe-life-Hrvatska d. o. o.
- **Proizvodnja proizvoda od kože** – Mr. Joseph d. o. o.

- **Proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda** – Kemijsko građevinska industrija d. o. o., Nova chem d. o. o., Linde plin d. o .o.
- **Proizvodnja ostalih nemetalnih mineralnih sirovina** – Wienerberger Ilovac d. o. o., IGM d. o. o. Tounj

Prioriteti gospodarskog razvoja temelje se na postojećim resursima, izvanrednom prometnom položaju i prirodnim prednostima, a koji su još uvijek nedovoljno iskorišteni. Neiskorišteni potencijali postoje u nedovoljnoj povezanosti poljoprivredne proizvodnje, šumskog bogatstva i prerađivačke industrije. Resurse treba koristiti za više stupnjeve prerade, te uvesti nove proizvode i usluge. Obzirom na tradiciju i kvalificirani kadar, te lokacijsku prednost Županije, potrebito je dalje razvijati metaloprerađivačku i tekstilnu industriju, a naročito putem marketinga, obuke i uvođenjem novih proizvoda poboljšati poslovno povezivanje poduzetnika, posebice malih s velikima.

Oslanjajući se na razvojne resurse i potencijale, gospodarski razvoj Općine Tounj bi se trebao temeljiti na:

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

### 2.8.1. Turizam i ugostiteljstvo

Turizam iz godine u godinu postaje jedna od najznačajnijih gospodarskih grana na području Županije, i u tom razvoju Općina mora svojom ponudom pronaći svoje mjesto. 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 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 (lokálni obrt), kulturni i rekreacijski itinereri. U kreiranju proizvoda važna je i „turistička suprastruktura“ – prometni putovi, turistička signalizacija, uređenje cesta, putova, biciklističkih staza i slično.

U Općini Tounj djeluju 4 domaćinstva koja raspolažu sa 14 kreveta, koja su 2017 godine ostvarila 797 noćenja.

Na mjesto utoka Tounjčice u Mrežnicu, Sastavci, smješten je Etno park Slap. U ponudi su: razgledavanje do jednog sata etno sadržaja, cijelodnevni boravak (razgledavanje uz vodstvo i prezentaciju zanimljivih crtica iz starog načina života, kupanje, priprema hrane, vožnja lađama), noćenje na otvorenom ili u kolibama, pustolovne aktivnosti (splavarenje, rafting, kanu izleti, pješačenje, penjanje, jamarenje), izlet do najvišeg Šušnjarevog slapa i Dujine doline koja sa svojom kanjonskom vegetacijom pruža mogućnost promatranja biljnih i životinjskih vrsta, posjet farmi koza i razgled stare pilane, upoznavanje s načinom života na selu te sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima, šetnja Lujzinom stazom do vidikovca Gradina te razgledavanje ostataka starog grada Ključa iz 15.st. uz priče o slapovima i mlinovima. Temeljna vrijednost ovog prostora je očuvani prirodni i kultivirani krajolik, specifični i slikoviti vodotoci rijeka Mrežnice, Tounjčice, Kukačice i Bistrice s mlinovima ili njihovim ruševinama, šumoviti masiv Krpela, te očuvana ruralna naselja arhitektonske, etnološke i ambijentalne vrijednosti, sakralne građevine i brojni arheološki nalazi. Arhitektonska i etnološka vrijednost prevladavajuće pojedinačne građevne strukture unutar pojedinih naselja je značajna, budući da se radi o prilično očuvanom građevinskom fondu.

## **Manifestacije u Općini Tounj**

Dani sira,  
Dan Općine Tounj,  
Dan Sv. Ivana Krstitelja (Dan župe),  
Dan Sv. Mihovila u Kamenice,  
Malonogometni turnir.

### **2.8.2. Poljoprivreda**

Poljoprivreda ovog područja uglavnom je vezana uz individualnu proizvodnju povrtarskih kultura, voća, pogotovo trešanja, jabuka, te proizvodnjom poznatog tounjskog sira-škripavca, autohtonog proizvoda. Da je ovaj sir izrazito popularan govori i podatak da se svake godine u listopadu organiziraju Dani tounjskog sira. Tounjski sir postao je svojevrstan brand tounjskog kraja i daje mu prepoznatljivi identitet s gastronomskog aspekta čime navedena studija dobiva još veći značaj. Danas se time bavi i mala sirana Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Velebit, čiji je vlasnik obitelj Paher. Tounjski sir je poznat u dvije inačice – kao svježi i dimljeni, dok novitet s OPG-a Paher donosi sir s plavom plemenitom pljesni koji je „odležao“ 21 dan u šipilji Tounjčici.

U Tounju djeluju poljoprivredni obrt „Trešnja“ koja se bavi uzgojem i prodajom jabuka i trešanja. Karlovačka županija se ponosi autohtonom proizvodnjom sireva u obiteljskim siranama naših obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Ova proizvodnja se odvija u za to zakonom reguliranim objektima. Upravo ovakva proizvodnja sireva je temelj Ceste sira Karlovačke županije.

### **2.8.3. Industrija**

Najveće poduzeće na području Općine Tounj je Kamenolom Tounj – Rudar d. o. o. Kamenolom Tounj započeo je s radom i dobio sve potrebne dozvole i koncesiju do 31. 12. 2028. godine proizvodnjom od 350 000 m<sup>3</sup> kamena na godinu.

Proizvodni program:

1. višestruko drobljenje i premeljavanje kamene sitneži vapnenačkih stijena
2. utovar i oprema proizvoda

3. proizvodnja betona i betonskih prefabrikata
4. proizvodnja asfalt betona
5. sve vrste radova niskogradnje (ugradnja asfalta s modernom mehanizacijom, iskopi kanala i širokih otkopa u zemljištu svih kategorija-kanalizacija, odvodnja oborinskih voda, vodovod)
6. rudarski radovi (radove bušenja miniranja u vapnenačkim stijenama na površinskim kopovima, etažama)

Tablica 7. Tvrtke koje djeluju na području Općine Tounj

R.B.	NAZIV TVRTKE	ADRESA	BROJ ZAPOSLENIH
1.	Hrvatske pošte d. d.	Branimirova 4, Zagreb	2
2.	Gavranović	Majstorska 9, Zagreb	4
3.	Pribanić d. o. o.	Linije 2B	6
4.	Rudar d. o. o.	Tounj 17, Tounj	100
5.	PLEŠ COMMERCE	Zdenac 36b, Zdenac	1
6.	Prijevoz i ugostiteljski obrt Košare	Košare 138A, Kamenica Skradnička	3
7.	Razonoda-ugostitelj. obrt	Zdenac 21, Zdenac	4
8.	Mate Commerce d. o. o.	Matešići 9A, Zdenac	2
9.	Pustolovni obrt Slap	Oštarije 457 B, Oštarije	0
10.	Poljoprivredni obrt „Trešnja“	Tounj 93 A, Tounj	1
11.	Obiteljsko gospodarstvo Paher	Zdenac 37 A, Zdenac	1
12.	Likarija d. o. o.	Ključ 39, Tržić Tounjski	1
13.	Ugostiteljski obrt „DMM“	Zdenac 24, Zdenac	2
14.	Kluntal d. o. o.	Tounj 76, Tounj	Osloboden
15.	Polj.stoč.voć.zadruga Tounj	Tounj 93 A, Tounj	
16.	IN TECH d. o. o.	Linije 3B, Tounj	1
17.	IGM TOUNJ d. d. u stečaju	Tounj 17, Tounj	U stečaju 10
18.	Trgovačko društvo Keleman energija d. o. o.	Ključ 38, Tržić Tounjski	1
19.	Obrt za automehaničarske radove	Ivica Vranešić, Zdenac	1

### Poduzetničke zone

Općina Tounj u svom prostornom planu definirala je tri lokacije za poduzetničke zone i to:

1. Poduzetnička zona „Vrtača“ površine 7,4 ha ( $74.000 m^2$ ) s mogućnošću proširenja. Nalazi se u južnom dijelu Općine, smještena uz državnu cestu D23 Duga Resa – Senj. Zonom prolazi vodovod i vodovi visokog napona 10 000 V. Postoji mogućnost priključka na željezničku prugu, a od autoputa Zagreb – Split udaljena je 15 km.
2. Poduzetničko-proizvodna zona "Velebit", površine 2,2 ha ( $22.000 m^2$ ), poljoprivredno zemljište.
3. Poduzetničko-proizvodna zona „Kamenica“ 2,6 ha ( $26.000 m^2$ ), pogodna za punionicu vode jer se nalazi u zoni izvora rijeke Rudnice s jakim protokom kvalitetne pitke vode.

Tablica 8. Struktura aktivnih trgovачkih društava po područjima djelatnosti u Općini Tounj 2016. godini

Područje djelatnosti		Broj trgovačkih društava	Broj zaposlenih
A	POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	1	Z
B	RUDARSTVO I VAĐENJE		
C	PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	1	Z
D	OPSKRBA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM, PLINOM, PAROM I KLIMATIZACIJOM	1	Z
E	OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, ZBRINJAVANJE OTPADA TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA		
F	GRAĐEVINARSTVO	1	Z
G	TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA		
H	PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	1	Z
I	DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE		
J	INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE		
K	FINANSIJSKE DJELATNOSTI I DJELATNOSTI OSIGURANJA		
L	POSLOVANJE NEKRETNINAMA		
M	STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI		
N	ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI		
O	JAVNA UPRAVA I OBRANA; OBVEZNO SOCIJALNO OSIGURANJE		
P	OBRAZOVANJE		
Q	DJELATNOSTI HUMANE MEDICINE I SOCIJALNE SKRBI		
R	UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA		
S	OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI		
T	DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KAO POSLODAVACA; DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KOJA PROIZVODE RAZLIČITU ROBU I OBAVLJAJU RAZLIČITE USLUGE ZA VLASTITE POTREBE		
U	DJELATNOSTI IZVANTERITORIJALNIH ORGANIZACIJA I TIJELA		
<b>Ukupno</b>		<b>5</b>	<b>85</b>

Izvor: Državni zavod sa statistiku, siječanj 2018.

## LAG Frankopan

LAG Frankopan osnovan je 2011-te godine. LAG Frankopan obuhvaća područje općina Bosiljevo, Cetingrad, Generalski Stol, Josipdol, Plaški, Saborsko i Tounj te gradova Slunj, Ogulin i Otočac. Prostor LAG-a administrativno pripada području Karlovačke i Ličko-senjske županije. Površina LAG-a je 2.392,48 km<sup>2</sup> te obuhvaća 4,23 % kopnenog teritorija države, što ga čini jednim od najvećih LAG-ova u Republici Hrvatskoj. Prostor LAG-a obuhvaća 250 naselja u kojima, prema popisu 2011., živi 42.367 stanovnika.

Prosječna gustoća stanovnika od 16,19 st/km<sup>2</sup> daleko je ispod državnog prosjeka te područje LAG-a svrstava u iznimno ruralna područja Republike Hrvatske. LAG je osnovan kao udruga građana čiji su osnivači jedinice lokalne samouprave, lokalne javne ustanove poput škola, predstavnici lokalnog poslovnog sektora te udruge građana iz ruralnih sredina.

Ključna razvojna tema LRS za razdoblje do kraja 2020. je uređeno ruralno područje koje nudi kvalitetan život i poticajno radno okruženje s očuvanim vrijednostima, u kojem se nalazi jaka

i uspješna gospodarska aktivnost koja stanovnicima omogućuje veću ekonomsku neovisnost.  
**Glavni tematski ciljevi koji se žele postići razvojnom strategijom su:**

- Povezivanje ponude područja u zajedničku ponudu jedinstvene cjeline LAG-a
- Razvoj i poboljšanje diverzifikacije i djelovanja ruralnog gospodarstva LAG-a
- Očuvanje zdravog okoliša

Glavni tematski ciljevi postići će se putem ostvarivanja strateških razvojnih ciljeva kojima se usmjerava rad LAG-a kroz nekoliko podtema koje su se prioritetno izdvojile iz dosadašnjeg rada i iskustava lokalnih razvojnih dionika i samog LAG-a:

- Radna mjesta u ruralnim područjima
- Turizam
- Poticajno okruženje
- Trening, obrazovanje, informiranje, savjetovanje
- Uređenje i očuvanje okoliša
- Kultura i tradicija
- Infrastruktura na ruralnim područjima

**Strateški ciljevi razvoja LAG-a su:**

1. Povećanje održive poljoprivrede i šumarstva poticanjem modernizacije i stvaranja proizvoda s dodanom vrijednosti u svrhu jačanja identiteta LAG-a
2. Razvoj očuvanja i održivog korištenja razvojne resursne osnove u svrhu diverzifikacije gospodarstva i povećanja kvalitete života na području LAG-a
3. Jačanje upravljanja lokalnim razvojem vođenim lokalnom zajednicom (CLLD)

Ovi ciljevi moraju biti međusobno povezani i postizani tijekom realizacije strategije putem provedbe širokog spektra aktivnosti, s naglaskom na ključne razvojne sektore: turizam, poljoprivredu, drvnu preradu i slatkovodno ribarstvo.

Tablica 9. Ocjena i razvrstavanje jedinica lokalne samouprave prema razvijenosti

Jedinica lokalne samouprave (JLS)	Županija	Razvojna skupina JLS	Indeks razvijenosti JLS	Vrijednosti osnovnih pokazatelja za JLS						Vrijednosti standardiziranih pokazatelja za JLS					
				Prosječni dohodak po stanovniku	Prosječni izvorni prihodi po stanovniku	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva	Indeks starenja	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65)	Prosječni dohodak po stanovniku	Prosječni i izvorni prihodi po stanovniku	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva	Indeks starenja	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65)
				2014.-2016.	2014.-2016.	2014.-2016.	2016./2006.	2011.	2011.	2014.-2016.	2014.-2016.	2014.-2016.	2016./2006.	2011.	2011.
Tounj	Karlovačka	2	93,689	21.753,34	1.565,71	0,2436	87,37	157,7	0,0253	95,93	95,86	93,33	95,34	97,01	85,61

Izvor: Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije 2018.

### 3. 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**

- Pozitivan odnos stanovništva prema razvoju turizma
- Donekle razvijena mreža autocesta
- Raspoloživost kvalitetnog prostora za novu turističku izgradnju
- Obilje (stavio bi Raznoliki sadržaj) raznolikih sadržaja kulturno-povijesne baštine iz svih povijesnih razdoblja
- Interes lokalne samouprave za razvoj turizma
- Donekle povoljna gospodarska struktura (poljoprivreda, prerada)
- Ljepota i raznolikost krajolika
- Zelenilo i šumovitost prostora
- Gostoljubivost lokalnog stanovništva
- Povoljan geografski položaj za razvoj gospodarskih aktivnosti i turizma i međunarodno umrežavanje

#### **SLABOSTI**

- Slaba mobilnost radne snage i niska razina motivacije zaposlenih
- Loše stanje/ održavanje lokalnih prometnica
- Premali broj novostvorenih turističkih atrakcija
- Neusuglašenost turističkog i prostornog planiranja
- Neprimjerena valorizacija prirodnih i kulturnih atrakcija
- Slaba institucionalna regulacija sustava zaštite kulturno povijesnih spomenika

#### **MOGUĆNOSTI**

- 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 zajednice (s JLS u okruženju)
- Ponuda različitih turističkih iskustava na razmjerno malom prostoru
- Razvoj turizma na ruralnom području

#### **PRIJETNJE**

- Nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora u razvojnim projektima u turizmu
- Konični nedostatak specijaliziranih zanimanja zbog neprilagođenosti sustava obrazovanja
- Smanjenje ulaganja u razvoj prometne infrastrukture zbog prezaduženosti
- Spori gospodarski oporavak Europe
- Porast interesa za izgradnjom kuća za odmor i apartmana
- Propadanje objekata - kulturno povijesne baštine zbog izostanka investicija i / ili lošeg održavanja

## 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 sa kojima strategija razvoja turizma Općina Tounj 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 konkurentnosti 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 10 % BDP-a EU (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 (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 poljodjeljstva
- poticanje primarne seljačke proizvodnje i prerađe poljoprivrednih proizvoda

### **4.3. Master plan turizma Karlovačke županije**

Geografski položaj i prometna povezanost Karlovačke županije predstavljaju ključne predispozicije turističkog razvoja Županije. Kroz Županiju se odvija znatna količina turističkog tranzita koji predstavlja potencijalno gravitacijsko tržište zajedno sa stanovništvom i gostima koji borave u destinacijama do 3 sata vožnje automobilom.

Tradicionalno je Županija bila usmjerena na prerađivačku industriju i građevinarstvo, a turizam je bila djelatnost od marginalnog značaja. Dodatno, nedostatak ekonomskih prilika utječe na iseljavanje mladog i obrazovanog stanovništva. Turizam kakvog danas Županija poznaje, nema snagu nadoknaditi propuštene prilike u drugim industrijama i stvoriti dovoljno ekonomske koristi i radnih mjesta.

Opći cilj Master plana turizma izrađenog 2018 god. definiranje projektnim zadatkom je omogućiti razvoj kontinentalnih dijelova projektnog područja sustavnim pristupom turističkom razvoju. Turizam u Karlovačkoj županiji još je uvihek u začetku unatoč stalnom godišnjem rastu. Polazeći od prirodnih resursa, nezagodenog okoliša, bogatstva još uvihek očuvanih prirodnih ljepota, različitih lokaliteta kulturno-povijesnog nasljeđa, kao i od

jedinstvenog krškog krajolika protkanog vodotocima četiri rijeke, Karlovačke županije ukazuje na nedvojbenu činjenicu da postoje značajni potencijali za razvitak turizma. Pritom bi najveći naglasak valjalo staviti na kontinuiran razvitak selektivnih oblika turizma. Takva orijentacija trebala bi rezultirati brzim pozicioniranjem Karlovačke županije u destinaciju izuzetno pogodnu za aktivni odmor.

Polazeći od prirodnih resursa, nezagodenog okoliša, bogatstva još uvijek očuvanih prirodnih ljepota, različitih lokaliteta kulturno-povijesnog nasljeđa, kao i od jedinstvenog krškog krajolika protkanog vodotocima četiri rijeke, Karlovačke županije ukazuje na nedvojbenu činjenicu da postoje značajni potencijali za razvitak turizma. Pritom bi najveći naglasak valjalo staviti na kontinuiran razvitak selektivnih oblika turizma. Takva orijentacija trebala bi rezultirati brzim pozicioniranjem Karlovačke županije u destinaciju izuzetno pogodnu za aktivni odmor.

### Vizija razvoja turizma Karlovačke županije

*Karlovačka županija je 2025. godine vodeća hrvatska kontinentalna regija aktivnog odmora koja privlači posjetitelje kroz cijelu godinu. Svoju atraktivnost temelji na netaknutoj i očuvanoj prirodi, bogatstvu vode, kulturno-povijesnoj baštini, lakoj dostupnosti i ljubaznim domaćinima, tradicionalnoj gastronomiji temeljenoj na lokalnim namirnicama i bogatstvu prostora u kojem svaki gost pronađe utočište za bijeg od urbane svakodnevnice*

Strateški ciljevi su definirani na sljedeći način:

Strateški cilj 1: Rast smještajne ponude i podizanje kvalitete

Strateški cilj 2: Povećanje potražnje uz dulje zadržavanje i smanjenje sezonalnosti

Strateški cilj 3: Povećati prosječnu potrošnju gostiju u destinaciji

Strateški cilj 4: Profesionalni razvoj turističkih proizvoda i povezivanje s Plitvičkim jezerima

Strateški cilj 5: Podizanje prepoznatljivosti Karlovačke županije

Tablica 9. Struktura smještajnih kapaciteta u Karlovačkoj županiji

	Hoteli*	Hosteli	Kampovi**	Privatni smještaj***	Ostalo	Total
2012.						0
2013.						0
2014.						0
2015.						0
2016.	665	274	2773	2690	1006	7.408
2017.	665	423	2773	3103	1350	8.314

Izvor: TZ Karlovačke Županije 2018.

Tablica 10. Turistički dolasci u Karlovačku županiju prema vrsti smještajnih kapaciteta

	Hoteli	Hosteli	Kampovi	Privatni smještaj	Ostalo	Total
2012.	25.687	0	76.589	33.240	51.001	186.517
2013.	31.193	0	80.313	37.380	47.085	195.971
2014.	47.982	341	68.761	49.542	41.250	207.876
2015.	56.880	1.168	85.711	59.911	41.330	245.000

2016.	73.913	7.448	79.872	85.865	31.370	278.468
2017.	85.491	7.044	88.442	110.847	42.372	334.196

Izvor: TZ Karlovačke županije 2018.

Tablica 11. Turistički noćenja u Karlovačku županiju prema vrsti smještajnih kapaciteta

	Hoteli	Hosteli	Kampovi	Privatni smještaj	Ostalo	Total
2012.	34.803	0	120.655	51.419	96.645	303.522
2013.	42.958	0	130.854	60.085	90.142	324.039
2014.	59.695	532	117.087	82.620	71.192	331.126
2015.	70.153	1.811	156.407	98.899	68.078	395.348
2016.	100.824	13.029	146.394	150.297	70.019	480.563
2017.	105.676	13.727	165.795	189.885	100.987	576.070

Izvor: TZ Karlovačke županije 2018.

Tablica 12. Smještajna struktura u Karlovačkoj županiji prema vrsti smještajnih kapaciteta (2017. godina)

Grad/općina	Hoteli	Hosteli	Kampovi	Privatni smještaj	Ostalo	Total
<b>Barilović</b>	0	0	0	6	7	13
Bosiljevo	0	0	0	9	6	15
Draganić	0	0	0	5	7	12
Duga Resa	53	0	100	36	53	242
Generalski Stol	0	1	0	9	13	23
Josipdol	28	1	0	10	7	46
Kamanje	0	0	0	3	4	7
Karlovac	93	2	0	113	33	241
Netretić	20	1	0	4	4	29
Ogulin	31	0	0	100	61	192
Ozalj	0	1	0	11	21	33
Plaški	0	0	0	14	0	14
Rakovica	51	1	732	599	171	1.554
Ribnik	18	0	36	2	0	56
Saborsko	0	0	0	20	0	20
Slunj	44	1	0	180	38	263
Tounj	0	0	0	4	1	5
Vojnić	0	0	0	0	16	16
Žakanje	0	0	0	2	0	2

*Izvor. TZ Karlovačke županije 2018.*

### **Strategija razvoja ruralnog prostora Karlovačke županije**

Strateški program izrađen je u skladu sa metodologijom primijenjenom u izradi sličnih programa koji su u EU obavezni te poštujući razvojne smjernice nacionalnih i regionalnih programa. Sukladno tome, programom su definirani sljedeći strateški ciljevi:

- Podignuti ambijentalnu vrijednost ruralnog područja;
- Osigurati laku dostupnost ruralnim područjima iz perspektive kvalitete infrastrukture i oznaka;
- Podignuti kvalitetu svih dionika ruralnog turizma u vidu smještaja, gastronomске ponude, dodatnih aktivnosti i dr.;
- Definirati kvalitetne projektne prijedloge i prijaviti ih na nacionalne i EU fondove financiranja (npr. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima, Potpora za sudjelovanje poljoprivrednika u sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode u sustavu ekološke poljoprivredne proizvodnje, Potpora mladim poljoprivrednicima i sl.);
- Promovirati ruralna područja kroz njihove prirodne posebnosti, tradiciju i nasljeđe;
- Osmisliti tematske pakete;
- Poticati umrežavanje ključnih dionika s ciljem razvoja turističkog proizvoda i zajedničkih marketinških aktivnosti

Ruralni turizam, osobito turizam na seljačkim gospodarstvima, mora se sagledavati kao bitna sastavnica ukupnog, održivog razvijanja. To je sukladno dokumentima Europske Unije. U prilog navedenom govori činjenica da Hrvatska posjeduje znatne gospodarske, kulturne i prirodne uvjete za razvoj ruralnog prostora. Uz tradicionalnu proizvodnju i pripremu hrane, naime, ravnopravno treba uključiti i seoski turizam kao dopunsku djelatnost, i to u sklopu obnove sela i cjelokupnog razvijanja ruralnog prostora. Time se postiže povezivanje turizma i poljoprivrede kao hrvatskih komparativnih prednosti. Cilj turističke valorizacije se zasniva na razvoju ruralnog turizma, s obzirom na mnogobrojne resurse kojima Županija raspolaže, a njihova atraktivnost, prirodnog i društvenog karaktera, je visoka. Osnovica razvoja ruralnog turizma su turistička seljačka obiteljska gospodarstva. To su manje gospodarske cjeline smještene u turistički atraktivnom prostoru koje nude izravan proizvod ili uslugu gospodarstva, a u čiji su rad uključeni članovi obitelji

### **4.4. Prostorni planovi Županije**

Prostorni plan županije je temeljni dokument prostornog uređenja jedinice regionalne samouprave. Njime se razrađuju ciljevi prostornog uređenja i određuje racionalno korištenje prostora u skladu i u najvećoj mogućoj mjeri sa susjednim županijama, prostornim razvojem i zaštitom prostora. Sastavni dio prostornog programa županije, može biti i prostorni program područja posebnih obilježja za područja prirodnih vrijednosti županijske, odnosno Gradske razine određene prema posebnom zakonu.

Na temelju odredbe članka 19. stavka 1. Zakona o prostornom uređenju (NN br. 30/94, 68/98, 35/99, 61/00, 32/02 i 100/04), suglasnosti Ministarstva zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva klase: 351-01/08-02/277, ur. broj: 531-08/3-1-1-07-2 od 7. listopada 2008. godine te članka 12. Statuta Karlovačke županije (GKŽ - pročišćeni tekst, broj 21/00,14/01) Županijska skupština na 26. sjednici održanoj 14. listopada 2008. godine donijela je odluku o donošenju izmjena i dopuna Prostornog programa Karlovačke županije.

Prostorni planovi koje donose predstavnička tijela gradova/općina moraju biti usklađeni i s prostornim programima koje donosi predstavničko tijelo Karlovačke županije. U tom smislu, a temeljem članka 107. Zakona om prostornom uređenju NN 153/13,65/17 Karlovačke županije izdaje mišljenje o usklađenosti prostornog programa s Zakonom i propisima donesenim na temelju Zakona, odnosno s dokumentima prostornog uređenja državne i područne (lokalne) razine, i temeljem članka 98. Zavod za prostorno uređenje Karlovačke županije daje mišljenje o usklađenosti prostornog programa s prostornim programom županije i prostornim programima susjednih županija te s drugim dokumentima prostornog uređenja od utjecaja na prostorni program iz stavka 1. istog članka.

*Županijskim planom navedeni su sljedeći ciljevi regionalnog, državnog međunarodnog značaja:*

- Razvijati Županijski prostor na prostornoj ravnoteži i regionalnim osobitostima prostora (načelo održivog razvijatka).
- Revitalizacija problemskih područja koja u svom zbiru pokrivaju prostor gotovo cijele Županije(pogranična područja, brdsko-programska područja, područja od posebne državne skrbi).
- Prostorna, infrastrukturna rješenja i zaštitu prirodnih, kulturnih dobara, te cjelokupnog okoliša uskladiti s razvitkom susjednih područja.
- Izgradnja i modernizacija državnih cesta.
- Vođenje infrastrukture programirati tako da se koriste postojeći koridori, po mogućnosti zajednički za više vodova.
- Prilikom određivanja namjene i korištenja prostora težiti očuvanju šumskih i kvalitetnih poljoprivrednih površina.
- Gospodarenje tlom i njegovu zaštitu provoditi usmjerenim gospodarskim utjecajem, uz sustavno praćenje, a oslanjajući se na znanstvene i stručne spoznaje, tako da posljedica tih utjecaja ne bude degradacija nego povećanje plodnosti tla.
- Postojeće površine šuma održavati pravilnim gospodarenjem temeljem šumsko gospodarskih osnova (obnavljanjem šumske vegetacije, poboljšanjem zdravstvenog stanja šuma obilježavanjem i sjećom bolesnih stabala i stabala u odumiranju).
- Identificirati zalihe i izvorišta pitke vode, utvrditi uvjete zaštite i racionalnog korištenja te maksimalno smanjiti gubitke na postojećem vodoopskrbnom sistemu.
- Spriječiti nekontroliranu eksploataciju mineralnih sirovina, težiti uravnoteženom iskorištanju, sukladno tržišnim potrebama, a primjereno specifičnoj poljoprivrednoj i vodno gospodarskoj situaciji određenog lokaliteta uz obavezu sanacije tijekom radova i nakon eksploatacije.
- Otvarati mogućnost upotrebi ekoloških (plin) i nekonvencionalnih izvora energije (plin, energija sunca, energija vjetra, geotermalna energija i dr.) uz racionalnu upotrebu postojećih energetskih resursa, kroz uvođenje energetski efikasnih tehnologija i smanjivanje gubitaka energije u transportu.
- Razvoj definirati na nosivim karakteristikama prostora.
- Sanirati izvore onečišćenja radi sprečavanja degradacije pojedinih ekosustava.

- Zaštititi vrijednosti prostora, prirodnih i stvorenih dobara uz očuvanje biološke raznolikosti svih tipova staništa.
- Zaustaviti trend pogoršanja kvalitete podzemnih i površinskih voda, provođenjem i održavanjem mjera zaštite, naročito onih voda koje su još čiste i zadovoljavaju propisane kriterije.
- Uklanjati izvore ili uzroke zagađivanja voda, sprječavati i smanjivati zagađivanje na mjestu njegova nastajanja te osigurati i ostvariti pravilno postupanje i konačnu dispoziciju otpada.
- Sprječiti nastajanje zagađenja na postojećim i potencijalnim izvoristima voda za opskrbu vodom, odnosno malim vodotocima, gdje uslijed koncentracije zagađenja i ograničenog kapaciteta prijemnika, potrebne mjere zaštite prelaze tehničke i ekonomske mogućnosti.
- Definirati propisane zone sanitарне zaštite u izvorišnim područjima i uspostaviti utvrđene mjere zaštite na osnovi prijeko potrebnih hidro geoloških i drugih istraživanja uz puno uvažavanje činjenice da velik dio Republike Hrvatske sačinjava područje krša.
- Izgradnja centralnih uređaja za zajedničko pročišćavanje gradskih (komunalnih) i industrijskih otpadnih voda, a gdje je to mogućeinicirati izgradnju individualnih uređaja za zaštitu tamo gdje nema tehničkog ili ekonomskog opravdanja za izgradnju zajedničkog sustava odvodnje s centralnim uređajima za pročišćavanje.
- Programima gospodarenja vodama osigurati povećanje malih protoka voda, odnosno povećanja kapaciteta prijemnika za prijem opterećenja, a kvalitetu površinskih i podzemnih voda i mora treba stalno kontrolirati kao i kvalitetu efluenta kojima se u vode unose zagađenja.
- Zaštita osobito osjetljivih područja (područje krša, obalna područja rijeka i akumulacije većih količina podzemnih voda).
- Izraditi županijski program intervencija u zaštiti okoliša te jasno definirati opasne djelatnosti proizašle iz opasnih tvari i procijeniti zone rizika.
- Oživotvoriti sustav gospodarenja otpadom, kako bi se prekinula praksa odlaganja otpada na nezaštićenu geološku podlogu koja rezultira zagađivanjem hidroloških resursa, a kroz:
  - smanjenje količina te sustavno zbrinjavanje otpada pri čemu izbor lokacije i tehnologije uređaja za trajno odlaganje pada u funkciji zaštite i racionalnog korištenja prostora,
  - prikupljanje i ponovno korištenje iskoristivog otpada,
  - trajno sigurno skladištenje i uništavanje štetnog i opasnog otpada,
  - još u fazi pripreme projekta, sagledati sve moguće nepovoljne utjecaje zahvata na okoliš kako bi se isti sveli na najmanju moguću mjeru.
- Sanirati ugrožena područja opterećena negativnim

1. Prostor kao resurs. Prostor racionalno koristiti i zaštititi u svim elementima korištenja, vodeći računa da je isti po definiciji neobnovljiva kategorija. Županijski prostor očituje se u velikoj raznolikosti, ljepoti, višežičnosti namjene i s vrlo povoljnim geoprometnim položajem. Prostor se ovim Planom utvrđuje kao najvjedniji resurs ove sredine, s prirodnim ljepotama, poljima, morem, podmorjem i pripadajućem živom svijetu, ali i vrlo osjetljivim resursima kao što su podzemne vode, priobalni prostor i šume.

2. Održivi razvitak. Održivi razvitak kao načelo organizacije prostora je polazište za sadašnji razvitak i jamstvo za budućnost, a to znači s gledišta korištenja prostora i prirodnih resursa, očuvanje razvojnih mogućnosti za nadolazeće generacije. Održivi razvitak označava onaj razvitak pri kojem su opseg i dinamika čovjekovih proizvodnih i potrošnih aktivnosti dugoročno usklađeni s opsegom i dinamikom procesa koji se odvijaju u prirodi. Održivi razvitak ne isključuje ekonomski rast ali ne smije ugrožavati čovjekovo zdravlje, biljne i životinjske vrste, prirodne procese i prirodna dobra.

3. Policentričnost razvoja. Razmještaj ljudi i dobara u prostoru temeljiti na policentričnom načelu, a to znači da organizacija regionalnog prostora ima više središta iz kojih se na određenoj razini utječe na razvitak gravitacijskog prostora. Međuodnos pojedinih središta u prostoru počiva na suradnji i konkurenciji. Policentričnost razvoja prepostavlja jaku inicijativu pojedinih središta, veći dinamizam i privlačenje kvalitetne gospodarske i uslužne strukture.

4. Otvorenost i integracija prostora. Područje Županije osim omeđenosti upravnim granicama je otvoreni prostor za međužupanijsku i međunarodnu suradnju. Stoga prostor Županije mora sadržavati organizacijski prostorni odrednice u odnosu na regionalnim prostorima i prema bližem i dalnjem okruženju. Otvorenost tog regionalnog sustava je činitelj reprodukcije tog područja i razvijanja. Organizacija prostora po načelu otvorenosti očituje se u svim elementima organizacije: gospodarskih, uslužnih, intelektualnih, prometnih i drugih funkcija. Integriranje prostora je neposredno vezano na otvorenost prostora Županije. Povezivanje Županije s obodnim prostorima potreba je i nužnost koju nameće gospodarska orientacija (promet, trgovina, turizam), a temeljena je na otvorenosti prostora. Otvorenost prostora doživljava svoj smisao i opravdanje u integraciji s obodnim prostorima što se ostvaruje preko važnih regionalnih, nacionalnih, europskih i svjetskih prometnih koridora i veza na kopnu, moru i zraku.

U organiziranju prostora treba se pridržavati i drugih načela, a posebno onih iz područja urbanističke discipline kao što su načela racionalnog korištenja prostora, kompatibilnosti namjene u prostoru, opterećenja prostora (nosivost prostora), humanosti u namjeni prostora, a posebno ljudskih naselja te načela koja se odnose na zaštitu i unapređenje prirodnog bogatstva.

## 4.5. Prostorni planovi Općine

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. Prostorni plan Općine donesen je 2008 god.

Prema prostornom planu Karlovačke županije za Općinu Tounj karakteristično je:

a) Najveći dio općine je sastavni dio brdsko-planinskog prostora južnog dijela Županije. Osnovna obilježja ovog prostora su:

- višegodišnji depopulacijski procesi osobito potencirani u područjima zahvaćenim ratnim događanjima (prirodni pad broja stanovnika, starost populacije, izumiranje,

poremećaj osnovnih struktura stanovništva, velik udio iseljenog stanovništva, demografska propast ruralnog područja);

- mali broj, a ponegdje i nepostojanje naselja koja je moguće klasificirati kao žarišta razvijanja;
- rijetka naseljenost;
- mala, izolirana i raspršena naselja koja će biti gotovo nemoguće revitalizirati, a često nisu atraktivna za naseljavanje;
- napuštena sela
- teški uvjeti života, rada i privređivanja, izrazito nepovoljniji od državnog prosjeka;
- gospodarsko stanje sa suženim mogućnostima rješavanja teških socijalnih prilika stanovništva;
- zapušteno poljodjelstvo i stočarstvo s otežanom mogućnošću organizacije proizvodnje;
- nedostatak prometnih veza, osobito prema središnjim naseljima opremljenim objektima društvenog standarda;
- nerazvijenost i nedostatak komunalne infrastrukture.

b) Cijela Općina je u sustavu područja od posebne državne skrbi 2. skupine.

Osnovna obilježja ovog prostora, prema Prostornom planu Karlovačke županije su:

- dugoročne posljedice rata očitovane demografskoj skici,
- smanjenje nataliteta i rast mortaliteta,
- negativna imigracijska bilanca, te kao posljedica toga veliki prazni prostor

Prioritet je stvaranje optimalnih uvjeta koji bi trebali maksimalno ubrzati obnovu i poticati razvitak:

- obnova i izgradnja infrastrukturnih sustava kroz odabir prioriteta koji će poslužiti kao osnova za usmjeravanje ostalih vrsta izgradnje;
- što prije izgraditi ključne prometne pravce koji će ovo višestruko problemsko područje (posebna državna skrb, brdsko-planinsko, ruralno) otvoriti prema regionalnim centrima i poticati proces urbanizacije;
- omogućiti optimalni razmještaj stanovništva kako bi se osigurali kontingenti stanovništva potrebni za obnovu i razvitak;
- odrediti prioritete za sadržaje od vitalnog značaja, sukladno gospodarskim parametrima, potencijalnim središtima razvoja i globalnoj koncepciji područnog razvijatka, te regionalnim i državnim strateškim interesima;
- stvoriti uvjete za razvitak obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, obrta i malog poduzetništva;
- osnažiti razvitak stočarstva na većim površinama, posebno ukoliko su u državnom vlasništvu, stvarati tradiciju, stimulirati izvoz i prodaju proizvoda;
- usmjeriti različitim poticajima stručne kadrove na području posebne državne skrbi kao pretpostavku inovacijskog procesa, novog načina rada i kvalitete života;
- što prije riješiti status izbjeglica s drugih područja bivše zajednice.

c) Ruralno područje obuhvaća cjelokupni prostor izvan naselja gradskog karaktera uključujući i ona naselja koja imaju neka prijelazna obilježja urbanizacije.

Prema Prostornom planu Karlovačke županije u toj grupi je i velik broj centralnih naselja s izrazito ruralnim obilježjima. Gotovo sva ruralna naselja obilježava prirodni pad broja

stanovnika, iseljavanje i izumiranje. Oživljavanje i jačanje seoskog gospodarstva najvećim dijelom ovisi o lokalnom naslijeđu.

Kako je ruralni prostor velik, u Prostornom planu Karlovačke županije izdvojeni su prioriteti. Ovisno o specifičnim obilježjima pojedinih cjelina, dijelimo ih na:

- prisutnost posebno vrijednih prirodnih resursa
- značaj područja u obrambenoj strategiji Države;
- infrastrukturna opremljenost područja;
- prisutnost skupina ili pojedinaca zainteresiranih za revitalizaciju pojedinih područja

### **Ciljevi razvoja turizma Općina Tounj**

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 svi navedeni ciljevi jednakovražni 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 Karlovačke županije, koji samo objedinjenom ponudom mogu postići očekivanu razinu konkurentnosti na zahtjevnem turističkom tržištu. Turistički proizvodi se, dakle, nadograđuju s turističkim proizvodima susjednih destinacija izazivajući sinergijski efekt, te zajedno tvoreći integralni turistički proizvod Karlovačke županije.

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

Polazeći od osnovne definicije ruralnog turizma, kojom se ruralni turizam definira kao turizam koji se odvija u ruralnom području te uključuje različite aktivnosti povezane s boravkom u prirodi, Općina sa svojim okolnim mjestima, već sada postaje jedna prepoznatljiva destinacija.

Općina Tounj mora primijeniti model razvoja turizma koji će joj osigurati konkurentske prednosti u tržišnoj utakmici sa destinacijama sličnih obilježja, usmjerenih ka 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 Tounj svjesna je utjecaja i promjena koje donosi turizam, no planom održivog razvoja turizma u dogовору sa svim relevantnim sudionicima, veliku pažnju poklanja otklanjanju nepovoljnih utjecaja na cijelokupni 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 životnoj 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.

Rudan (2012) ističe kako je zadovoljstvo životom u destinaciji sve veće i raste tijekom faze zrelosti razvoja turizma jer stanovnici materijalno osjete posljedice turističkog razvoja, ali kad turistički razvoj počinje opadati, opada i kvaliteta života u destinaciji.

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.

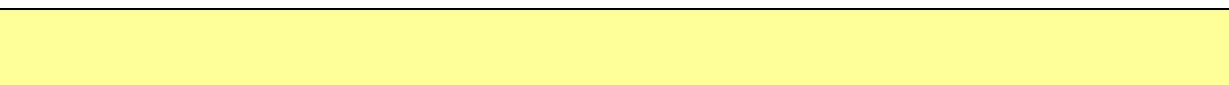
Turistička atrakcijska osnova svake turističke destinacije predstavlja ishodište i uvjet za kreiranje optimalnog turističkog proizvoda. Riječ je o „turističkoj sirovini“ za stvaranje turističkog proizvoda, na području Općine Tounj, koja tek moraju formirati turistički proizvod kojim bi privukli značajniju 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.

## 4.6. Strategija ukupnog razvoja Općina Tounj

Razvojni plan Općine je dugoročni i koordinirajući planski dokument, koji utvrđuje uvjete uređenja područja obuhvata Plana, određuje svrhovito korištenje, namjenu, oblikovanje, obnovu i sanaciju građevinskog i drugog zemljišta, zaštitu okoliša, te zaštitu kulturne baštine i osobito vrijednih dijelova prirode, za razdoblje do 2020. godine.

Strategija ukupnog razvoja Općine koja je prihvaćena 2015. god. sastoji od strateških ciljeva, prioriteta i mjera. Detaljnije, SUR-a se sastoji od:

- *Strategije (strateški ciljevi):* će se provoditi kroz prioritete i mjere *koje će voditi javni sektor*. Ti zadaci omogućavat će rast *poslovnog sektora i civilnog društva*. Poslovni sektor stvara „blagostanje“ u Općini, dok civilno društvo vodi poboljšanoj participacijskoj demokraciji.
- *Prioriteta i mjera:* Prioriteti u skladu sa Strategijom, predstavljaju žarišta aktivnosti koja bi trebalo provoditi ostvarenjem mjera. Osim nabrojanog, SUR će se baviti i važnim razvojnim temama Europske unije (tzv. Horizontalne EU teme ili principi) koje Europska unija podržava i koji bi trebali biti uključeni u svim segmentima SR-a. Ključne razvojne teme uključuju promociju informacijske tehnologije, održivo upravljanje okolišem i brigu za osiguranjem jednakosti spolova, ljudskih prava i učinkovite demokracije.



## VIZIJA OPĆINE TOUNJ (ELEMENTI)

1. Visoka kvaliteta života i životni standard europskog prosjeka (za 5 godina)
2. Razvijeno gospodarstvo, prvenstveno turizam, poljoprivreda, te malo i srednje poduzetništvo
3. Razvijati sustav *brendiranja* (turizam i na bazi ruralnog prostora)
4. Naglašen razvoj (dinamičan), uravnotežen, održiv, ekološki opravdan itd.
5. Usklađeno funkcioniranje javnog, poslovnog i civilnog sektora

### Strateški ciljevi, prioriteti i mjere

#### 1. STRATEŠKI CILJ – Visoka kvaliteta života i standarda

- PRIORITETI:**
1. Infrastruktura
  2. Društvene djelatnosti
  3. Potpuna zaposlenost i visoki dohoci

#### 2. STRATEŠKI CILJ – Razvoj gospodarstva

- PRIORITETI:**
1. Razvoj turizma
  2. Razvoj poljoprivrede
  3. Razvoj malog i srednjeg poduzetništva

#### 3. STRATEŠKI CILJ – Visoki standardi razvoja

- PRIORITETI:**
1. Održiv i uravnotežen razvoj
  2. Prepoznatljiv lokalni identitet
  3. Razvoj dobrih odnosa javnog, poslovnog i civilnog sektora
  4. Brend

#### 1. STRATEŠKI CILJ – Visoka kvaliteta života

PRIORITET: 1. Infrastruktura

MJERE:

- 1: Prometna infrastruktura
2. Parkirališta
3. Pročišćavanje otpadnih voda
4. Građevinski i kućni otpad
5. Vodovod
6. Uređenje naselja (fasade, površine)
7. Hortikultурno rješenje
8. Poticanje korištenja alternativnih izvora energije

#### 1. STRATEŠKI CILJ – Visoka kvaliteta života

PRIORITET: 2. Društvene djelatnosti

MJERE:

1. Socijalna skrb za starije i nemoćne
2. Valorizacija kulturnih i tradicionalnih vrijednosti (program turist. valorizacija)
3. Društveni život (strategija)
4. Tradicijske vrijednosti, identitet (zaštita)
5. Zdravstvene usluge (viši nivo)
6. Dodatni sadržaji za mještane i turiste
7. Sportski sadržaji i dječja igrališta
8. Program poticajne stanogradnje

### **1. STRATEŠKI CILJ – Visoka kvaliteta života**

PRIORITET: 3. Potpuna zaposlenost i visoki dohoci

MJERE:

1. Cjelogodišnje zaposlenje
2. Cjeloživotno učenje
3. Poticanje obrazovanja

### **2.STRATEŠKI CILJ – Razvoj gospodarstva**

PRIORITET: 1. Razvoj turizma

MJERE:

1. Koncepcija razvoja i funkcioniranje turizma (marketing pristup i upravljanje)
2. Prepoznatljiva turistička destinacija
3. Turističke manifestacije i atrakcije
4. Program ugostiteljske ponude (autohtona)
5. Producenje turističke sezone
6. Destinacija kvalitete (4 zvjezdice)

### **2.STRATEŠKI CILJ – Razvoj gospodarstva**

PRIORITET: 2.Razvoj poljoprivrede

MJERE:

1. Strategija ukupnog razvoja poljoprivrede i ribarstva
2. Udruživanje u poljoprivredi
3. Stimulacija razvoja gospodarskog područja
4. Potpora poljoprivrednim proizvođačima

### **2.STRATEŠKI CILJ – Razvoj gospodarstva**

PRIORITET: 3. Razvoj malog i srednjeg poduzetništva

MJERE:

1. Podrška i poticanje poduzetničke inicijative(drvena industrija)
2. Poticanje razvoja zanata za mještane ali i kao turistička atrakcija
3. Savjetodavno tijelo (neki vid)
4. Poticanje edukacije (edukacija i sufinanciranje)

### **3.STRATEŠKI CILJ – Visoki standard razvoja**

PRIORITET: 1. Održivi i uravnotežen razvoj

MJERE:

1. Poštivanje zakonskih odredbi i prostorno - planske dokumentacije
2. Zaštita autohtonih objekata i arhitekture
3. Zaštita krajobraza i autohtonih biljnih vrsta
4. Program kvalitete i upravljanje kvalitetom

### **3. STRATEŠKI CILJ – Visoki standard razvoja**

PRIORITET: 2. Prepoznatljiv lokalni identitet

MJERE:

1. Odnos kulture i običaja
2. Hrana i piće
3. Arhitektura, uređenje naselja i sl.

### **3. STRATEŠKI CILJ – Visoki standard razvoja**

PRIORITET: 3. Dobri odnosi javni, poslovni i civilni sektor

MJERE:

1. Javni sektor i informiranost
2. Razvoj (kontinuiran) partnerskih odnosa
3. Civilna društva- poticanje razvoja i podrška

### **3. STRATEŠKI CILJ – Visoki standard razvoja**

PRIORITET: 4. Brend

MJERE:

1. Program *brendiranja*
2. Vizualni identitet

### **Projekti Općine:**

#### KOMUNALNA INFRASTRUKTURA:

- 1.Izgradnja vodovoda za sva naselja u području Općine Tounj
- 2.Kanalizacija Tounja i Zdenca
- 3.Asfaltiranje i modernizacija svih općinskih, županijskih i državne ceste(nogostupi-rasvjeta)
- 4.Nastavak uređenja sportskih, društvenih i kulturnih objekata
- 5.Uređenje, gradnja dječjeg vrtića i dječjih igrališta-parkova
- 6.Nastavak uređenja općinskih groblja

#### GOSPODARSTVO:

- 1.Povećanje poduzetničke zone Vrtača, zapošljavanje (gradnja tvornice peleta) i gradnja zaobilaznice od kamenoloma prema poduzetničkoj zoni Vrtača
- 2.Otvaranje malih obrta
- 3.Komunalno poduzeće Općine Tounj
- 4.Proizvodni pogoni za proizvodnju električne energije
- 5.Poljoprivreda (voćarstvo, stočarstvo i ostali načini autohtone proizvodnje)
- 6.Povratak stanovništva, osobito mladih kroz razne programe školovanja
- 7.Starački dom Zdenac i Vatrogasni dom

#### TURIZAM I KULTURA:

- 1.Nastavak uređenja svih spomenika kulture (Tounjski most)
- 2.Uređenje spilja, poučnih staza i šetnica, te etno muzeja na lokaciji kuće Franjković
- 3.Turistička zajednica Općine Tounj
- 4.Javna ustanova za zaštitu prirode Općine Tounj
- 5.Gradnja slapa u Reljama, uređenje svih vodotoka i izvora te šipilje

## 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. Istodobno, iako se radi o pojavi koja se u pravilu događala izvan turističkih zona, nedovoljno kontrolirana izgradnja stvorila je percepciju o prekomernoj betonizaciji obale. Posebno valja naglasiti da je gotovo u cijelosti izostalo ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija. Republika Hrvatska, pa tako i Karlovačka 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

Karlovačka županija, a tako i Općina Tounj 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 mesta, 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 značajkama 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 Strategije 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 pomiču 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 konkurenčnosti, 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 recesijskim vremenima), a prognoze su pozitivne i za ubuduće (stopa rasta, tržišna kretanja, naša konkurentnost, investicijska ulaganja).

Nedvojbeno je da se egzaktne prognoze društveno-ekonomskih 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 Karlovačkoj i bližem okruženju:
  - Pretpostavka je da će turizam kontinuirano imati stopu rasta (3-4 % godišnje);
  - Pretpostavka 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 – Općine Tounj.

## 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 Općina Tounj 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 naslijeđa, 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 željenog pozicioniranja destinacije kao i u skladu s očekivanjima gostiju.

Da bi Općina Tounj postala privlačna destinacija i van glavne sezone 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 u tim godišnjim dobima (berba voća itd.) 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 u bližem okruženju Općine, seljačka gospodarstva, kulturna ponuda i drugo). Aktivnom ponudom različitih proizvoda u različitim sezonomama moguće je smanjiti razliku između glavne i pred i posezona.

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 povjesna 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 relativno dobro zemljopisno pozicionirana
- Loš 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.
- 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 ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci su relativno dobro uređeni, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih bi trebali biti bolje označeni.
- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, 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 osmisiliti 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 nije dobro riješena

#### **G/ Društvene djelatnosti**

- Destinacija ima dobru 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 koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, proizvodnji domaćih proizvoda, vina i prirodnih rakija itd. (stavio bi uz poljoprivrednu i dijelom stočarstvo )
- 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 sa 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 za 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 mјera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu s Master planom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma Karlovačke županije
- Veću pažnju posvetiti korištenju sredstava EU

#### **K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda**

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća, jer se bazira na jednostavnijim ponudama od onih koje tradicionalno obilježavaju područje
- Kraće poslovanje ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone
- Dosadašnji smještajni kapaciteti kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje nisu u mogućnosti prihvatiti i ugostiti veći broj turista, no kvaliteta ponude nije uvijek zadovoljavajuća.
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na produljenje sezone
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju

#### **L/ Urbano uređenje**

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja. Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti

#### **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

#### **GASTRO PONUDA**

Priroda karlovačkoga kraja doista je oduvijek darežljiva: od najrazličitijih vrsta riječnih riba Kupe, Korane, Mrežnice ili Dobre, do divljači i gljiva. Od tradicionalnih jela, vrijedno je spomenuti prežgane juhe, kisele juhe s trajbanim jajima, guste juhe od vrganja, mesnih juha s domaćim rezancima, pečenim koljenicama, butovima i prsima, pohanim mesom od peradi, kunićem u saftu s klinčićima. Tu su brojni riblji specijaliteti, ponajprije šaran, štuka, som ili smuđ spremani na razne tradicijske načine, variva od graha, ogulinskoga kiselog zelja i razne kaše od žitarica, samonikle gljive, te pravi domaći deserti – knedle od šljiva ili bazlamača, autohtone sireve izrađene mini-siranama, dugorešku žuljicu i slunjsku masnicu, tounjski sir škripavac. U Općini Tounj postoje dva kafića i jedan bistro.

## MANIFESTACIJE

Manifestacije u Općini Tounj su:

Dani sira, Dan Općine Tounj,  
Dan Sv. Ivana Krstitelja (Dan župe),  
Dan Sv. Mihovila u Kamenice,  
Malonogometni turnir.

## IZLETI

**Špilja u kamenolomu Tounj** po duljini je na četvrtom mjestu u Hrvatskoj što je izuzetno značajan geomorfološki podatak. U njoj su pronađeni vrlo rijetki sedimentacijski, koroziji i erozijski oblici koji spadaju u svjetske fenomene (posebne vrste freatičkih siga, faseta, tzv. „leopardovih koža” i „hijeroglifa”) te vrlo rijetko ustanovljeni fenomen neotektonsko uzdizanje i spuštanje vrlo bliskih blokova unutar špilje.

**Jozefinski most na Tounjčici** – Impozantni dvokatni kameni most, izgrađen na mjestu gdje Jozefinska cesta prelazi preko kanjona rijeke Tounjčice, predstavlja jednu od najpoznatijih znamenitosti te simbol Tounja. Prvi kat mosta izgrađen je 1775. godine za vrijeme početka gradnje Jozefine pod nadzorom graditelja i projektanta pukovnika Vincenza Giorgia Struppija. Most je u čast austrijskog cara i hrvatskog kralja Josipa II. nazvan Josipovim mostom, a prvotni se graditelj inspirirao velebnom starorimskom arhitekturom.

### *Izleti i turističke atrakcije u okruženju*

**Vodeničarsko naselje Rastoke-** Rastoke su nastale igrom prirode na utoku rijeke Slunjčice u rijeku Koranu. Priroda se poigrala modrozelenim vodama rijeke Slunjčice i rastočila ih u mnoštvo prštavih slapova i slapića od kojih su najljepši Buk, Hrvoje i Vilina kosa. Po svom nastanku Rastoke su zapravo prvi uvod u Plitvička jezera. Za razliku od tih jezera Rastoke su posebne po tome što se u to bogatstvo zelenila po otočićima i hridima pred tristo godina ispreplelo ljudsko naselje s mlinicama žličarama.

**Petrova gora** je jedan od najljepših i najbolje očuvanih gorskih šumovitih krajobraza u Hrvatskoj. Zbog iznimne krajobrazne vrijednosti središnji dio gore je zaštićen 1969. godine. Turistički centar (TC) Petrova gora čine rekreativno-edukacijski sadržaji i kulturno-povijesne znamenitosti.

**Akumulacijsko jezero Sabljaci**, tri kilometra udaljeno od Ogulina, zbog ljepote i veličine (sa 170 hektara jedanaesto je u Hrvatskoj) prozvano je Ogulinsko more. Nastalo je pregradnjom Zagorske Mrežmice 1959. godine za potrebe hidroelektrane Gojak. Iza brane se pruža plava

oaza usred gorsko-planinskog krajolika. Jezero je omiljeno izletište ljubitelja veslanja, jedrenja na dasci, plivanja, ronjenja, ali i stjecište ribolovaca. Ljeti je i poprište „Jezerskih igara”, uz veslačke regate i druga sportska nadmetanja

**Izletišta u Jelovom Klancu** – Jela – prekrasna kuća posve sagrađena od drva i okružena šumom. Niknula je na temeljima stare seoske obiteljske kuće, pod okriljem 400-godišnje lipe. Jela, ta raskošna seoska vila od 200 četvornih metara, zasijala je sjeme turizma i održivog razvoja u Jelovom Klancu.

**Baraćeve spilje:** Gornja, Donja i Nova. Spilje su služile kao stanište ljudi tijekom prapovijesti i srednjeg vijeka. Odlikuju se bogatstvom siga i kalcitnog nakita, ali i spiljske faune.

„**Zeleni kut**” je omiljeno odredište svih zaljubljenika u rijeku Mrežnicu. Nalazi se u naselju Zvečaj, u neposrednoj blizini ceste Karlovac – Senj (Jozefinska cesta). Odredište je poznato po odličnoj gastronomskoj ponudi, ali i raznim mogućnostima aktivnog odmora. Restoran je smješten uz Mrežnicu, tik uz prekrasan slap koji je podijeljen riječnim otokom. Nizvodno od slapa je kupalište, a do njega sportsko-rekreacijska igrališta (odbojka na pijesku, mali nogomet...).

### 7.1.2. 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. Osnovni motiv dolaska, odmor i relaksacija na moru, upućuje na masovnost turizma. 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 marketinških 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. 13 Ostvarena noćenja po zemljama u Općini Tounj 2016. i 2017.

Turist država prebivališta Naziv	Objekti u domaćinst vu Broj noćenja za 2016.	Objekti u domaćinstvu Broj noćenja za 2017.	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) Broj noćenja za 2016.	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) Broj noćenja za 2017.
Češka Republika	5	54	481	612
Mađarska	4	60	237	220
Hrvatska	93	271	50	13
Poljska	56	76	0	2
Njemačka	41	53	0	11
Nizozemska	5	30	41	0
Francuska	41	19	12	0
Velika Britanija i Sjeverne Irske	1	62	4	0
Italija	8	48	0	0
Država Izrael	0	28	16	0
Republika Austrija	1	25	3	1
Kraljevina Belgija	0	16	0	8
Slovačka	4	0	5	8
Rumunjska	1	14	0	0

Izvor: TZ Karlovačke županije 2018.

## 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 strukturno 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 stavnog 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 preljevanje 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, opstati će na tržištu i ostvarivati pozitivne fizičke i finansijske 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 usporeni rast i stagnirajući raspoloživi dohodak po stanovniku. Nedvojbeno je da će na globalnoj razini konkurenčija 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 s potražnjom (manjim ili većim dijelom), dolazimo do sljedećih ocjena:

<b>A/ Lokacija i površina</b> 1. Prostorno-geografska komponenta 2. Pristup destinaciji	Stanje, pogotovo pristup destinacije je loše riješen (ceste)
<b>B/ Ljudski resursi</b> 1. Zaposlenost 2. Obrazovna struktura	Problem kadrova a posebno obrazovna struktura je izražen (stanje nije zadovoljavajuće) što bi u razvoju mogao biti faktor ograničenja.
<b>C/ Prirodni resursi</b> Flora Fauna Poljoprivredno i šumsko zemljište	Nije u svim elementima korištenja i održavanja u skladu sa turističkim standardima. Inače, ove resurse treba daleko intenzivnije koristiti u turističkoj ponudi
<b>D/ Kulturno – povjesna baština</b> Arheološki lokaliteti Povijesne civilne građevine Povijesne sakralne građevine Povijesno gradsko naselje Povijesno seosko naselje Tradicionalna graditeljstvo Tradicionalna odjeća i obuća Tradicionalna prehrana Tradicionalni običaji Smotra folklora Edukacijske radionice za izradu originalnih suvenira Likovne izložbe Poticanje tradicijskih zanata Muzeji	Ovi resursi nisu planski održavani i razvijani u turističke svrhe što je veliki hendikep. Ovaj segment zahtjeva interdisciplinarni i planski pristup. Svaki od navedenih elemenata zahtjeva posebnu obradu.

<b>E/ Komunalna infrastruktura</b> Odvodnja otpadnih voda Sustav javne kanalizacije Energetska infrastruktura Pošta i telekomunikacije Groblja	Razvijena infrastruktura je preduvjet razvoja turizma, budući na svim područjima i sadržajima stanje nije zadovoljavajuće to može biti ograničavajući faktor razvoja.
<b>F/ Prometna infrastruktura</b> Cestovna infrastruktura Parkirališne zone Turistička signalizacija Signalizacija uz prometnice Javni prijevoz	Prometna infrastruktura nije riješena, što predstavlja veliki problem za ozbiljan turistički razvoj
<b>G/ Društvene djelatnosti</b> Obrazovanje Kultura Tehnička kultura Sport Udruge Zdravstvo	Ovo područje donekle udovoljava za potrebe stanovništva, međutim kada se promatra u odnosu na mogući razvoj turizma to nije dovoljno dobro.
<b>H/ Gospodarstvo</b> 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.
<b>I/ Razvojno-planska dokumentacija</b> Republika Hrvatska Karlovačka županija Općina	Dio planske dokumentacije još uvijek nije usklađen međusobno, a također sa potrebama i željama razvoja.
<b>J/ Poticajne mjere</b> 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.

<b>K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hoteli</li> <li>Apartmani</li> <li>Kuće za odmor</li> <li>Sobe za iznajmljivanje</li> <li>Gastronomска ponuda</li> <li>Poljoprivredni proizvodi u turističkoj ponudi</li> <li>Suveniri i stari zanati</li> <li>Zabava</li> <li>Lov</li> <li>Biciklizam</li> <li>Pješačenje</li> <li>Konjički sport</li> <li>Sportska ponuda</li> <li>Tranzitni turizam</li> <li>Izletnički turizam</li> <li>Kulturni turizam</li> <li>Manifestacije</li> <li>Plasman poljoprivrednih proizvoda</li> <li>Izleti</li> </ul>	Svaki element ovog područja zahtjeva posebnu razradu, ocjenu i program poboljšanja. Generalno je moguće podvući činjenicu da u suštini i kvalitativno skoro niti jedan element nije u skladu s turističkom potražnjom.
<b>L/ Urbano uređenje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Javne površine</li> <li>Održavanje naselja (zgrada i okućnica)</li> </ul>	Nije u skladu s turističkom potražnjom i standardima u turizmu.
<b>M/ Suradnja</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lokalna zajednica</li> <li>Turistička zajednica</li> <li>Gospodarstvo</li> <li>Lokalne institucije</li> </ul>	Suradnja svih dionika u destinaciji mora biti daleko bolja riješena, u zajedničkom interesu razvijanja Općine kao turističke destinacije
<b>N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turistička edukacija stanovništva</li> <li>Promocija novog koncepta razvoja</li> </ul>	Općina Tounj kao destinacija traži bolji i organiziraniji pristup

Izvor: Obrada autora, 2018.

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. 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 Tounj 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.

### 9.1. Razvojne mogućnosti

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

- Postojeća turistička ponuda sa svim svojim nedostacima, te poticajima, organiziranjem (upravljanjem destinacijom), marketingom itd., ne omogućava ozbiljniji razvoj 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 razvoju ruralnog turizma na području Općina Tounj.
- Prema tome, može se zaključiti da su, bez obzira na dosta loše postojeće stanje turizma Općine, mogućnosti razvoja velike

### Vizija mogućeg razvoja

Vizija Općine Tounj 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 sljedeće 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

- Prepoznatljiva destinacija (autohtono – RURALNI TURIZAM – turizam na ruralnom prostoru)
- Usklađeni razvoj poljoprivrede i turizma (proizvodi i usluge)
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi)
- Cjelogodišnje poslovanje (djelomično)
- Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenim ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i drugi)
- Cijela Općina će „disati“ turistički po uzoru na razvijene ruralne regije Italije, Francuske i Slovenije
- Održivi i uravnotežen razvoj
- Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor)
- Struktura smještajnih kapaciteta (hoteli, naselja, ruralni kamp, smještaj na seoskim domaćinstvima)

## 9.2. Mogući pravci razvoja

Ruralni turizam sa svojom ponudom koja raste iz godine u godinu, u Karlovačkoj županiji danas postaje sve dominantniji turistički proizvod, 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 razvoj turističke ponude, već će time i vezati poljoprivredu, kao i razvoj malog i srednjeg poduzetništva. Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitetne resursne atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih proizvoda, za razvoj turizma do 2025. godine, posebno su važne sljedeće grupe proizvoda: ruralni turizam, kulturni turizam, cikloturizam (*biking*), eno i gastrturizam, 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, usmjerjenje prema ciljnim potrošačkim segmentima, doživljajani 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 tri varijante, odnosno mogući pravci razvoja turizma na području Općina Tounj u periodu od sljedećih sedam godina.

Tablica 14. Varijante razvoja – mogući scenarij

OPIS	SADAŠNJE STANJE 1. VARIJANTA	50 POSTELJA GODIŠNJE 2. VARIJANTA	100 POSTELJA GODIŠNJE 3. VARIJANTA
<b>Smještaj</b>	Loša struktura	Struktura prema smještaju	Struktura prema smještaju
<b>Ugostiteljska ponuda</b>	Stihija	Poboljšanja autohtonog	Povećana autohtonog
<b>Turistička ponuda</b>	Loša	Poboljšana	Povećana
<b>Novi proizvodi (usluge)</b>	Spori razvoj	Poboljšani	Povećani
<b>Poboljšanje postojećeg stanja ponude</b>	Spori neusklađeni razvoj	Bolje	Povećani
<b>Okruženje</b>	Spori razvoj	Poboljšani	Usklađeno
<b>Struktura gostiju</b>	Stihija	Poboljšana	Planska
<b>Popunjenoš kapaciteta (dana)</b>	40 dana	Povećana 50	60
<b>Postelje</b>	40	350	700
<b>Noćenja</b>	<b>1.600</b>	<b>17.500</b>	<b>42.000</b>

Izvor: Obrada autora, 2018.

### 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 **40**.dana, bez povećanja smještajnih kapaciteta odnosno novih postelja. Broj noćenja u prvom modelu bio bi približno **1.600**.

### Druga varijanta

Druga varijanta prepostavlja rast smještajnih kapaciteta od **350** postelja godišnje. Ugostiteljska ponuda se ne bi značajnije mijenjala. Turistička bi se ponuda lagano razvijala u skladu sa zahtjevima tržišta. U destinaciji bi došlo do gradnje novih hotela više kategorije, turističkih naselja integriranih u okoliš (estetski i funkcionalno) i kampova. Društvene i gospodarske djelatnosti doživjele bi usporeni razvoj prateći pri tom razvoj turističke ponude. Struktura gostiju ostala bi ista, uz manje promjene uslijed provedbe segmentacije i odabira najzanimljivijih tržišta. Popunjenoš kapaciteta iznosila bi **50** dana, a došlo bi i do povećanja smještajnih kapaciteta s novih **350** postelja pri čemu bi se ostvarilo **17.500** noćenja u 2025. godini.

### Treća varijanta

Treća varijanta prepostavlja rast smještajnih kapaciteta od **700** postelja godišnje, uz naglašenu ponudu autohtonih specijaliteta u ugostiteljstvu. Ugostiteljski bi objekti bili potaknuti na uvrštanje tradicionalnih jela u ponudu. 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, gastroturizam, 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. Popunjenoš kapaciteta iznosila bi **60** dana godišnje, uz rast postelja od **700**. Po trećem bi se modelu broj noćenja u 2025. godini popeo na **42.000**.

### 9.3. Očekivani efekti

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

Tablica 15. Očekivani efekti

PONUDA	2018. Postelje stolice	% učešća	2025. Postelje stolice	% učešća	Razlika 2025. – 2016.
Hoteli			100	14.3	100
Turističko naselje			100	14.3	100
Kamp	25	62.5	300	42.9	275
Privatni smještaj	15	37.5	100	14.3	85
Agro turizam			50	7.1	50
Kuće za odmor			50	7.1	50
Ostalo					
<b>UKUPNI SMJEŠTAJ</b>	<b>40</b>	<b>100,00</b>	<b>700</b>	<b>100,00</b>	<b>660</b>
Ugostiteljska ponuda(stolice)	30		300		270
Turistička ponuda	Loša		Dobra		Dobra
Novi proizvodi	Loše		Kvalitetni		Kvalitetna
Okruženje prateće	Srednje		Dobro		Dobro

Izvor: Obrada autora, 2018.

Trenutno stanje ponude smještajnih kapaciteta iznosi **40** postelja, od čega **15** ponude čine privatni smještaj i 25 mesta u kampu. Planirani porast od **660** postelja do 2025. godine

raspoređen je tako da hoteli imaju udio od **14.3%** ponude, turistička naselja **14.3%** ponude, kampovi **42.9%** privatni smještaj **14.3%** ponude, agroturizam **7.1%**, te kuće za odmor **7.1%**. Iz gornje je tablice vidljivo da je postojeća ponuda obogaćena novim smještajnim kapacitetima.

Ugostiteljska ponuda je s trenutnih **30** stolica planirana na **300** stolica do 2025. godine, što predstavlja rast od **270** stolica.

Planirano je u narednih sedam godina razviti i ponuditi nove proizvode. Ukupno okruženje trenutno nije usklađeno 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

Četvrta je varijanta, s obzirom na karakteristike, najprihvatljivija za Općinu Općina Tounj 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 16. Planirani prihodi od turizma

Opis	2018.	2018. Prihod (€)	2025.	2025. Prihod (€)
Noćenja	1.600	48.000	42.000	2.100.00
Ugostiteljska ponuda (stolice)	30	30.000	300	450.000
Turistička ponuda (posjete, izleti)	500	10.000	3.000	90.000
Novi proizvodi (posjete)			500	20.000
Ukupni prihodi		88.000		2.660.000

Izvor: Obrada autora, 2018.

Iz tablice je vidljivo da su prikazane samo dvije godine – 2018. 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 2018. godinu iznosi **1.600** noćenja s prihodom od **48.000** eura, a plan za 2025. godinu predviđa **42.000** noćenja s prihodom od **2.100.000** eura. Nadalje, ugostiteljska ponuda sa sadašnjih **30** stolica i prihodom od **48.000** eura penje se na **300** stolica s prihodom od **450.000** eura. Turistička ponuda koja se sastoji od posjeta i izleta procijenjena je na **500** turista s prihodom od **10.000** eura za 2018. godinu, a planirani broj je **3.000** turista s prihodom od **90.000** eura u 2025. godini. Razvoj novih proizvoda planiran je za narednih sedam godina,

te bi na temelju tih proizvoda bilo moguće ostvariti ukupno **500** posjeta s prihodom od **20.000** eura.

Ukupni prihodi od turizma na području Općine procijenjeni su za 2018. godinu na razini od **88.000** eura, dok očekivani ukupni prihodi za 2025. godinu iznose **2.660.000** eura.

## 10. 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 Tounj 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.

### 10.1. 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 mjeseta, povećanje životnog standarda, rješavanje komunalne infrastrukture i sl.) diskusije o „turističkoj viziji“ i proces njezina donošenja mogu se činiti nevažnima. 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 (autohtoni lokalni novi imidž),
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja, selektivni vidovi turizma, i poboljšanje postojeće ponude,
- 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 Tounj 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 poštuju 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.

## 10.2. 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 **60** dana godišnje.

Odabrani model razvoja turizma na području Općine ima sljedeće karakteristike:

- Rast popunjenoš kapaciteta od 15 % godišnje (cilj je ostvarenje godišnjeg popunjavanja kapaciteta 60 dana),
- Rast osobne potrošnje 8-10 % godišnje,
- Rast turističkog prometa 15 % godišnje,
- Naglašena uloga turizma u razvoju ruralnog prostora, posebno poljoprivrede

## 10.3. 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 17. Strategija rasta i razvoja (u eurima)

Ponuda	Ukupna vrijednost ulaganja	Ulaganja u nove proizvode	Ulaganja u poboljšanje ponude
<b>Hoteli</b>	<b>6.000.000</b>	<b>6.000.000</b>	-
<b>Turističko naselje</b>	<b>4.000.000</b>	<b>4.000.000</b>	-
<b>Privatni smještaj</b>	<b>1.570.000</b>	<b>1.500.000</b>	<b>70.000</b>
<b>Agroturizam</b>	<b>750.000</b>	<b>750.000</b>	-
<b>Kamp</b>	<b>3.150.000</b>	<b>3.000.000</b>	<b>150.000</b>
<b>Kuće za odmor</b>	<b>750.000</b>	<b>750.000</b>	-
<b>Ukupno smještaj</b>	<b>16.220.000</b>	<b>16.000.000</b>	<b>220.000</b>
<b>Ugostiteljska ponuda (stolice)</b>	<b>5.100.000</b>	<b>5.000.000</b>	<b>100.000</b>
<b>Turistička ponuda</b>	<b>1.100.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>100.000</b>
<b>Novi proizvodi</b>	<b>3.100.000</b>	<b>3.000.000</b>	<b>100.000</b>
<b>Okruženje prateće</b>	<b>20.000.000</b>	<b>15.000.000</b>	<b>5.000.000</b>
<b>Ukupno</b>	<b>29.300.000</b>	<b>24.000.000</b>	<b>5.300.000</b>
<b>Sveukupno</b>	<b>45.520.000</b>	<b>40.000.000</b>	<b>5.520.000</b>

Izvor: Obrada autora, 2018.

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje do 2025. godine iznosi **25.520.000** eura, uz napomenu da je ulaganje u novu ponudu na razini **25.000.000** eura. Budući da je planirani prihod od turizma potrebno ostvariti do 2025. godine, uz već spomenute prioritete u prethodnoj tablici, u sljedećoj su tablici navedena ulaganja u turističku i komunalnu infrastrukturu.

Tablica 18. Prognoza ulaganja u infrastrukturu (komunalna i turistička)

Sadržaji	Vrijednost u ( 000 € )	Javni sektor	Privatni sektor
Prometnice			
Parking			
Otpadne vode			
Krupni otpad			
Vodovod			
Rasvjeta			
Zdravstvene usluge			
Obrazovne institucije			
Turističke zajednice			
Komunalne usluge			
Signalizacija			
Zajedničke manifestacije			

Izvor: Obrada autora, 2018.

Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom djelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga je u gornjoj tablici osmišljen sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike. Vidljivo je da se veći dio projekata treba financirati zajednički od strane javnog i privatnog sektora, dok se manji dio projekata treba financirati samo od strane javnog sektora kao što su prometnice te zdravstvene usluge i obrazovne institucije.

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje do 2025. godine iznosi ..... eura, uz napomenu da je ulaganje u novu ponudu na razini ..... eura. Struktura ulaganja u novu ponudu koja do sada nije postojala odnosi se prvenstveno na nove proizvode ..... eura, zatim ugostiteljsku ponudu sa ..... eura, na turističku ponudu sa ..... eura .

Budući da je planirani prihod od turizma potrebno ostvariti do 2025. godine, uz već spomenute prioritete u prethodnoj tablici. U tablici 29. navedena su ulaganja u turističku i komunalnu infrastrukturu.

## 11. 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 Tounj 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.

### 11.1. 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, športa i zdravstva.

#### **H/ Gospodarstvo**

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz 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 (finansijski, 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 Karlovačke županije.

## K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća, jer se bazira na jednostavnijim ponudama od onih koje tradicionalno obilježavaju područje
- Kraće poslovanje ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone
- Dosadašnji smještajni kapaciteti (apartmani, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje) nisu u mogućnosti prihvati i ugostiti veći broj turista, no kvaliteta ponude nije uvijek zadovoljavajuća
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na produljenje sezone
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju

## L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja. Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti.

## 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 konцепцијi razvoja destinacije.

## **11.2. 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 i rast *kombiniranih* odmora „sunca i mora“ 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 rekreativne ili profesionalizam, zahtijeva ambijent koji će motivirati na stvaranje, a područja u okolini (ruralni dijelovi Općine) pružaju uvijete 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 lovce 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 kulturološkog identiteta, oduvijek privlačila ljubitelje dobrog zaloga 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, cesta 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 mliječnih prerađevina.  
- Bolje popularizirati cestu meda i proizvoda od meda

#### **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, tako da su disco klubovi, kockarnice i sl. idealni punktovi gdje se svi mogu zabaviti i potrošiti novce.

### **18. Muzejske postave**

- veći dio povijesnog i kulturnog blaga (uzorci) smješten je u muzejima grada Karlovca, 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 slabo 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, kozmetičkih salona, ponuda ne samo da se obogaćuje, već pruža osjećaj ekskluzivne i potpune usluge.

## **23. Otvaranje turističkih agencija (u suradnji s ostalim JLS-ovima)**

- 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. Događaji i manifestacije**

-nema dileme da su događaji i manifestacije jedan od najznačajnijih elemenata ponude. Karlovačka 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. Organizacija srednjovjekovnih igara i slično**

-kao vid ponude je vrlo interesantan, svakako mora biti adekvatna tema

### **30. Park skulptura**

-značajno obogaćuje ponudu

### **38. Eko-etno selo**

-treba dobro ocijeniti mogućnosti

## 12. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING

### 12.1. 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 Tounj 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

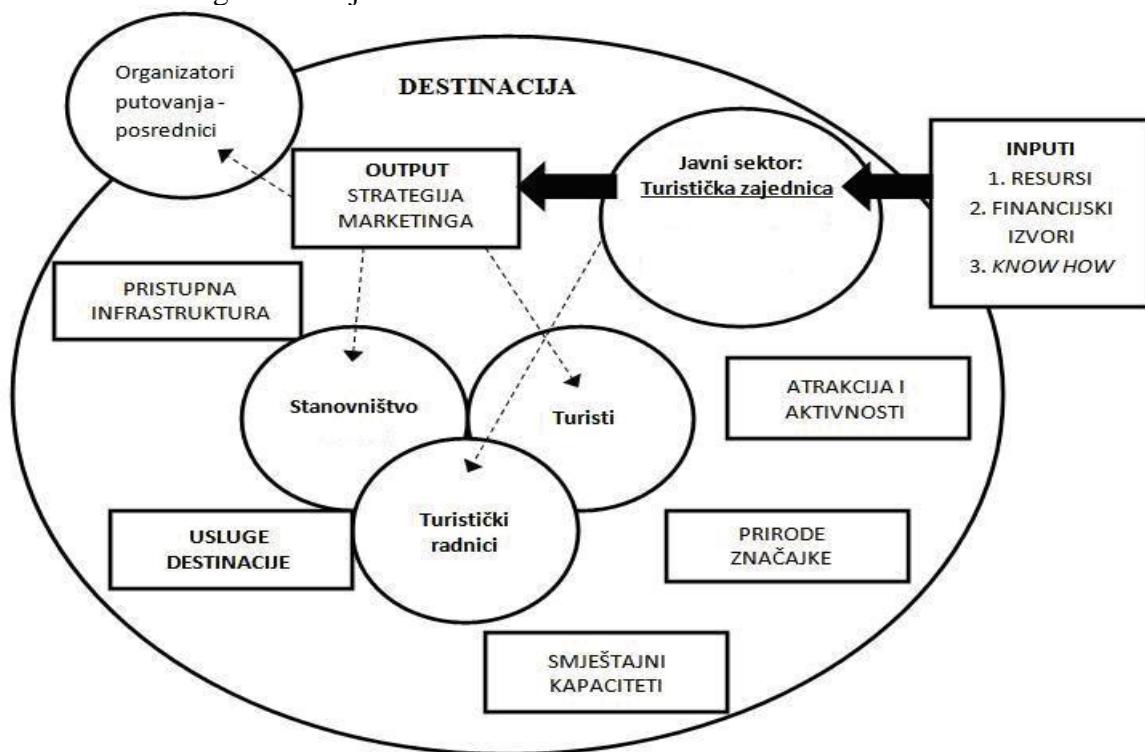
Aktivnom participacijom lokalne samouprave u sustavu upravljanja turističkom destinacijom, stvaraju se prepostavke za postizanje održivog razvoja samog turističkog gospodarstva. Konstantnom participacijom lokalne samouprave gradi se ukupna uspješnost poslovanja nositelja turističke ponude, što će rezultirati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

## 12.2. 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 cjelokupno usklađeno , što je prikazano u slici 1.

Slika 1. 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 Tounj

- 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, *online* medija za promotivne svrhe
- Predstavljanje destinacije na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim turističkim sajmovima

### 12.2.1. 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. Važni su popularnost i prepoznatljivost, a Karlovačka županija, pa i Općina Tounj to imaju. Ključ njihovog uspjeha je u spoju lokacije, aktivnosti, sadržaja, kao i emocija koje ljude vežu uz ta mjesta. Kontinuiranim radom na održavanju kvalitete i autentičnosti, ove su destinacije postale posjećene, poznate i iznimno profitabilne.

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

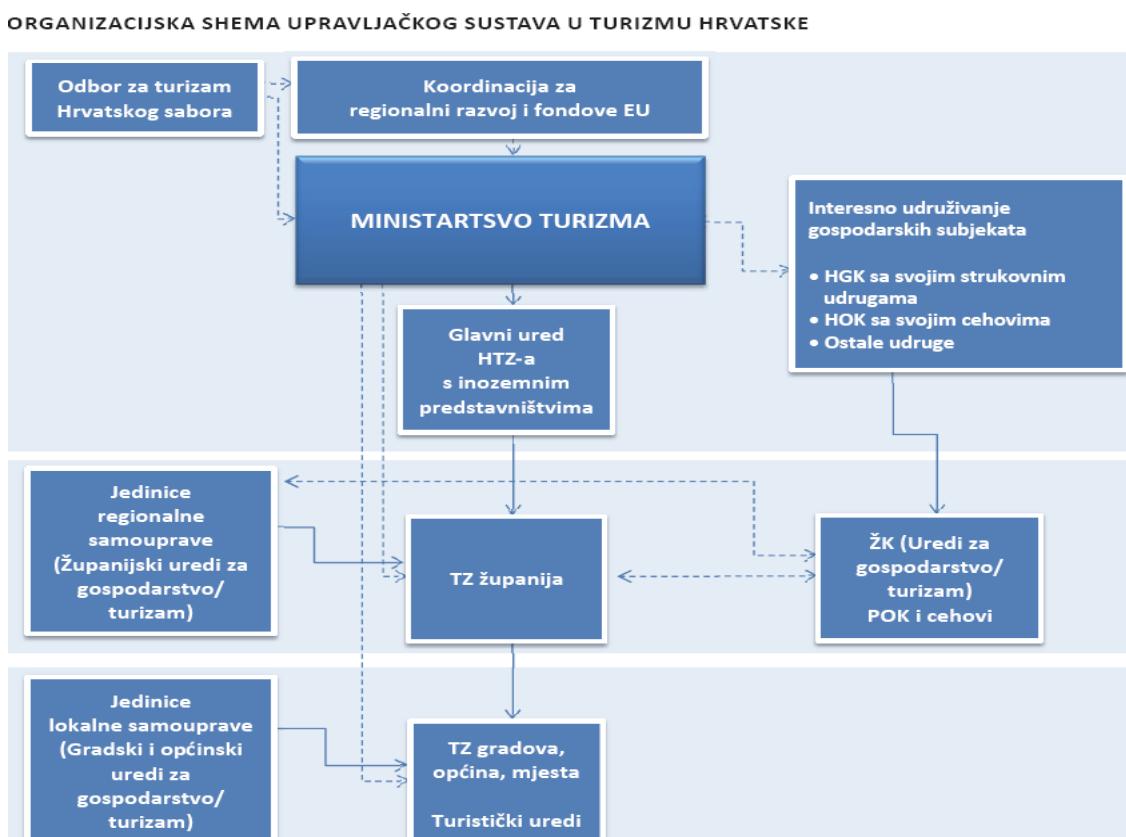
jedinstveno *brendiranje* destinacije važno je znati tko su nositelji turističke ponude, koja je njihova uloga, koje su atraktivnosti destinacije i po čemu se destinacija može razlikovati od konkurencije.

Što se tiče destinacijskog *brendiranja*, ne postoje dva jednakra 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.

### 12.2.2 Sustav upravljanja turizmom

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

Slika 2. Organizacijska shema



Izvor: Institut za turizam, Izvještaj 13, 2012.

#### 1. Odbor za koordinaciju i praćenje razvoja turizma Općina Tounj

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

## **2. Izvršioci na razini Općina Tounj – 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

## **3. Turističke zajednica Općina Tounj (u suradnji sa susjednim JLS-ovima)**

- 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)

## 13. 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 19. Plan provedbe

RE D. BR	MJERA , PROGRAM	Aktivnost (zadatak)	ROK	Inicijativa (Koordinacija)	Realizacija
1	<b>Lokacija i površina</b>	Analiza program	2019.	Općina	Detaljno analizirati cijelu površinu Općine sa aspekta turizma (kompatibilnosti prostora i turizma)
2	<b>Ljudski resursi</b>	Analiza program	2019.	Općina	Napraviti program promjena (cilj, mjere)
3	<b>Prirodni resursi</b>	Analiza program	2019. – 2020.	Općina	Vezano na analizu lokacije i površine (st.1)
4	<b>Kulturno – povijesna baština</b>	Analiza program valorizacije	2019. – 2020.	Općina	S obzirom na značaj ovog segmenta, u turističkoj ponudi potrebno je jako pažljivo i stručno tretirati ovo područje.
5	<b>Komunalna infrastruktura</b>	Analiza program	2019.	Općina	Analizirati i programirati posebno sa aspekta razvoja (svaki projekt, razvoj, traži određene zahvate)
6	<b>Infrastruktura</b>	Program	2019.	Općina	Isto kao i prethodno (r.b. 5)
7	<b>Društvene djelatnosti</b>	Program	2019.	Općina	Poticati program- projekte da se uključi širi krug mještana, posebno volonteru u turističku aktivnost. Riješiti problematiku zdravstva, obrazovanja, sporta.
8	<b>Gospodarstvo</b>	Kontinuirano		Općina	Programirati i pratiti usklađenost ukupnog gospodarskog razvoja i turizma, (poljoprivreda, prerađivački, uslužne djelatnosti), pristup integralnog razvoja
9	<b>Razvojno-planska dokumentacija</b>	Kontinuirano		Općina	Potrebna je detaljna analiza i ocjena utjecaja za razvoj, te davanje inicijative za promjene.
10	<b>Poticajne mjere</b>	Kontinuirano		Općina	Sadašnje stanje ne udovoljava, mora se koncipirati cijeli sustav poticaja
11	<b>Ugostiteljsko-turistička ponuda</b>	Prema konceptu SRT		Općina	Potrebna je ozbiljna, programirana i organizirana promjena u skladu sa SRT
12	<b>Urbano uređenje</b>	Program	2019.	Općina	Ovo područje je vezano na stavku br 1, međutim, ovdje treba do kraja jasno programirati aktivnosti po dinamici i sadržajima
13	<b>Suradnja-Sustav</b>	Sporazum	2019.	Općina	U realizaciji SRT 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	<b>Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja</b>	Plan aktivnosti	2019.	Turistička zajednica	Kao i prethodna točka i ova je vrlo značajna za realizaciju SRT i mora biti povezana sa njom
15	<b>Botanički vrt</b>	Ocjena i programa	2019. – 2020.	Općina -TZ	Razmišlja se o botaničkom vrtu podneblja
18	<b>Organiziranje umjetničkih kolonija</b>	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	U izradi programa treba angažirati nekog iz struke
19	<b>Cikloturizam</b>	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Programiranje mora biti sustavno, ne radi se samo o biciklističkim stazama već i svim potrebama biciklista
20	<b>Motociklizam</b>	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Prvenstveno treba procijeniti da li uopće organizirati ovaj vid turističke ponude. Ako da, pristup mora biti sustavan
21	<b>Lovni turizam</b>	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	<b>Gastronomска ponuda</b>	Program	Kontinuirano	TZ	Čini se lako shvatljivo i jednostavno, međutim to nije tako, stoga treba prići problemu seriozno i stručno
24	<b>Jahanje, hipodrom, škola jahanja</b>	Ocjena i programa	2019. – 2020.	TZ	Potrebno je detaljno razraditi program jer postoji vrlo široka i interesantna mogućnost u koncipiranju turističke ponude destinacije
25	<b>ZOO park</b>	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	<b>Vidikovci za promatranje okoliša</b>	Program	2019. – 2020.	TZ	Svakako je interesantno, treba pronaći lokalitet i teme promatranja.
27	<b>Formiranje cesta za branje gljiva i cesta sira, meda i sl.</b>	Program	2019. – 2020.	TZ	Ovaj vid ponude je neophodan s obzirom na strateški pristup razvoja turizma. Svakako zahtjeva studiozan i osmišljen pristup
28	<b>Trekking trčanje u prirodi</b>	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Programiranje treba vezati na valorizaciju cijelog prostora, posebno vezano na bicikлизam i tematske ceste itd.
29	<b>Pustolovni turizam- Avanturistički sportovi</b>	Ocjena i programa	2019. – 2020.	TZ	Prvenstveno je potreba procjena mogućnosti s obzirom na konfiguraciju teren i ostalo
30	<b>Organiziranje srednjovjekovnih igara i slično</b>	Ocjena i programa	2019. – 2020.	TZ	Ovo je vrlo interesantan predmet ponude

31	<b>Carting pista</b>	Ocjena i programa	2019. – 2020.	Općina i TZ	Također, vrlo interesantno
32	<b>Ljetni kampovi za dječje kolonije</b>	Ocjena i programa	2019. – 2020.	Općina	Ovo svakako vezati na postojeću ili novu ugostiteljsko turističku ponudu
33	<b>Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda</b>	Program	2019. – 2020.	Općina	Možda bi bilo adekvatnije ove programe vezati na ekološki turizam ili ponudu, pa program tretirati u paketu (zajedno)
34	<b>Izleti</b>	Program	2019.	TZ	Program izleta mora biti šire tretiran u smislu i vremenu i prostoru. Zato je potrebno uključiti sve neophodne dionike.
35	<b>Merchanding – izrada manjih tipičnih suvenira</b>	Ocjena i program	2019. – 2020.	TZ	Svakako u programiranju tretirati i plasman
37	<b>Zabava</b>	Ocjena potrebe	2019.	TZ	Ovo je širok pojam, veoma zahtjevan i stručan, a istovremeno mora biti sustavno tretiran i uskladen sa ostalom ponudom.
38	<b>Vjerski susreti</b>	Program	2019.	TZ	Svakako poseban mogući vid turističke ponude ili djelomično programiran kao nadopuna ponudi
39	<b>Muzejske postave</b>	Program	2019.	TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje
40	<b>wellness, fitness, aerobic, pilates</b>	Program	2019. – 2020.	Općina	Programirati se mogu pojedine ponude u postojećim objektima, novim u prirodi. Svakako bi cijelo područje moralno biti pokriveno ovom ponudom.
41	<b>Organiziranje festivala narodne glazbe i običaja, filmskih festivala</b>	Program	2019.	TZ	Zahtjevan program i povezan sa sustavom zabave i događaja
42	<b>Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica</b>	Program	2019.	Općina i TZ	Programirati i razvijati u okviru gastronomске ponude (sustava)
43	<b>Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina uslužnih djelatnosti</b>	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
44	<b>Nekretnine</b>	Ocjena potrebe	2019. – 2020.	Općina	Vrlo komplikirano područje koje je nezaobilazno i vezano za destinaciju i turističku ponudu
45	<b>Turistička signalizacija i info-punktovi</b>	Program	2019.	TZ	Treba detaljno razraditi i stalno inovirati
46	<b>Postavljanje „Parka skulptura</b>	Program	2019. – 2020.	TZ	Značajno obogaćuje ponudu i prostor

47	<b>Tematski parkovi</b>	Program	2019.	TZ	Tematski parkovi i poučne staze vezati na šetnice, biciklističke staze
48	<b>Kulturni turizam</b>	Program	2019.	TZ	Vid turizma koji se sve više razvija kao poseban segment turizma. Razmotriti mogućnost stanje destinacije i programirati posebno ili integralno
52	<b>Dogadjaji i manifestacije</b>	Program	2019. – 2020.	TZ	U kontekstu ukupne zabave planirati događaje i manifestacije
53	<b>Poljoprivredni prehrambeni proizvodi (autohtoni) – ugostiteljstvo i plasman</b>	Program	2019.	Općina	Tretirati slično ili zajedno sa ekološkim turizmom, mada nije uvek tako i ne mora biti
54	<b>Eko-etno selo</b>	Ocjena potrebe	2019. – 2020.	TZ	Možda odrediti jedno naselje koje bi se razvijalo u tom pravcu inače i turistički
55	<b>Sportski turizam</b>	Analiza i ocjena	2019.	TZ	Veoma širok pojam mogućnosti zato zahtjeva sveobuhvatno razmatranje i programiranje
56	<b>Turističke agencije</b>	Ocjena i konkretan 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, 2018.

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.

## 14. SAŽETAK

Strategija razvoja turizma Općina Tounj 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 Tounj i okolice je u početnoj fazi razvoja, turistički je proizvod potrebno izgraditi i repozicionirati na turističkom tržištu. Nedovoljna razvijenost turizma na području Općina Tounj zahtjeva primjenu dva razvojna modela: restrukturiranja i repozicioniranja, te ubrzanog razvoja kao teorijski utemeljenog, praktično provedivog, jasnog i poticajnog razvojnog modela turizma Općina Tounj. 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 usmjerena je na pružanje jasne i realne slike o mogućnostima rješavanja temeljnih otvorenih pitanja turističkog razvoja Općine Tounj, 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 Općina Tounj, kao i stvoriti stabilne uvjete za nove investicije u turizmu, te potaknuti involviranje lokalnog stanovništva za nove poduzetničke poduhvate direktno ili indirektno povezane s turizmom. Turistički sektor na području Općina Tounj, danas je, u usporedbi s mogućnostima, nedovoljno razvijen te ostvaruje ekonomski učinke ispod objektivnih mogućnosti. Prisutna je i devastacija visokovrijednog prostora na području Općine. To je dodatni čimbenik koji uvjetuje stvaranje regulatornog okvira budućega turističkog razvoja Općine Tounj.

Opće gospodarsko stanje na području Općina Tounj 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 najprimjerenija strateška usmjerena 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 Općina Tounj čini uz uvod jedanaest 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 (koncepcijska postavka), bez čega ne može biti ozbiljnog razvoja destinacije Tounj. To najpraktičnije znači da se cijelo područje Općine treba tretirati kao turistička destinacija koja mora djelovati uskladeno 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 su 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, uzeta 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 brendovi u turizmu, te usklađenost ponude otkriva čitav niz nedostataka skoro na svim područjima. Polazeći od rečenog, a posebno promatrajući potencijalne mogućnosti, moguće je konstatirati da prostor Općina Tounj 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,

*S toga 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 **60** dana. U krajnjem bi destinacija Općina Tounj na kraju planskog perioda ostvarivala **42.000** noćenja, značajno povećanje potražnje po noćenju sa sadašnjih **30** eura na **50** eura.
2. Povezati program *brendiranja* destinacije Općina Tounj koji mora imati sadržajno elemente uravnoteženog i održivog razvoja
  - u skladu s prirodom (povratak prirodi)
  - 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 Općina Tounj.
4. I na kraju, sa ciljem da se razvoj i funkcioniranje turističke destinacije Općina Tounj realizira prema zacrtanoj Strategiji, predložen je Plan provedbe u kojem je sublimirana koncepcionska postavka, a također su date 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 date 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 dat 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 postoje konkretni pozitivni primjeri (Vrsar, Bale).

## **15. IZVORI**

Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju 2016.

ARRKOD RH

DZS Popis stanovništva 2011.

HZZM Zagreb

Izmjene i dopune Prostorni plan Općine Tounj 2011.

Javna ustanova NATURA VIVA za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Karlovačke županije

Karlovačka županija <http://www.kazup.hr/>

Master plan razvoja turizma Karlovačke i Ličko-senjske županije 2008.

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije 2018.

Općina Tounj- razni dokumenti

PPU Tounj izmjene i dopune Konzervatorski podloge za Prostorni plan općine 2009.

Prostorni plan Karlovačke županije izmjene i dopune 2008

SUR Općina Tounj

Strategija razvoja turizma RH do 2020.

TZ Karlovačke županije – godišnji plan rada za 2018.

**OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE**

**Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj**



**STRATEGIJA RAZVOJA  
TURIZMA OPĆINE TOUNJ  
2018.-2025.**



**PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.**

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

*Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulazi u ruralna područja*