

## **AGROTURISTIČKA PONUDA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE: OGRANIČENJA I MOGUĆNOSTI**

### **AGROTOURISM SUPPLY OF ZAGREB COUNTY: LIMITATIONS AND POSSIBILITIES**

**I. Grgić, Magdalena Zrakić, Marija Cerjak**

#### **SAŽETAK**

Agroturizam kao pojam je novijeg datuma u uporabi se udomaćio koncem dvadesetog stoljeća. On obuhvaća usluge ponude smještaja i prehrane, a uključuje seoski ambijent te ekonomske, kulturne i druge aktivnosti područja. Agroturistička ponuda Zagrebačke županije je još uvijek, s obzirom na mogućnosti, nedovoljno razvijena, ali trenutno zadovoljava potražnju stanovnika Grada Zagreba. Zagrebačka županija ima bogate kulturne, tradicijske i okolišne predispozicije za razvitak agroturizma, kao i dobru prometnu povezanost s urbanim središtima. U radu se istražuje agroturistička ponuda Zagrebačke županije i na osnovu toga glavna ograničenja te mogućnosti budućeg razvoja. Za potrebe istraživanja provedena je anketa na slučajno odabrana 102 obiteljska poljoprivredna gospodarstva kao potencijalnih davatelja agroturističkih usluga. Bez obzira na postojeće i očekivane probleme sa kojima se susreću obiteljska poljoprivredna gospodarstva istraživanje je pokazalo da postoji interes za bavljenje agroturizmom pri čemu je kao značajan problem istaknuto nedovoljno poznavanje prednosti agroturizma sa strane potražnje.

Ključne riječi: agroturizam, ponuda, Zagrebačka županija, ograničenja, mogućnosti

## ABSTRACT

Agritourism is a term of recent date. It is used from the end of twentieth century. It includes a supply of accommodation and meals services, also includes a rural environment and the economic, cultural and other area activity. Supply of agritourism services in the Zagreb County is still, considering its opportunities, insufficiently developed, but currently meets the demand of residents of Zagreb. Zagreb County has a rich cultural, traditional and environmental predisposition for development of agritourism, and also good transport links to urban centers. The paper explores the agritourism services supply of the Zagreb County, and on this basis the main constraints and opportunities for future development. There were 102 randomly selected family farms as a potential provider of agritourism services for the conducted study. Regardless of the existing and expected problems that the family farms are facing, research has shown that there is an interest to engage in agritourism. The problem is that demand site does not know the benefits of agritourism enough.

Keywords: agrotourism, supply, Zagreb County, constraints, opportunities

## UVOD

Turizam je bitna sastavnica i pokretač gospodarskog razvoja Republike Hrvatske. Broj gostiju se iz godine u godinu povećava<sup>1</sup> ali se povećava i potražnja za različitim oblicima turističke ponude. Iako je maritimni turizam u Hrvatskoj dominantan sve značajnija je potražnja za ponudom kontinentalnog turizma. Vrlo interesantan je ruralni turizam, a u njemu je svakako jedan od najzanimljivijih oblika agroturizam. Agroturizam je vrlo zanimljiv i stanovnicima ruralnog prostora. Kroz agroturizam se nudi postojeće bogatstvo područja ali i bogatstvo povijesti (kultura, običaji i sl.).

Agroturizam, kao pojam, počinje se koristiti krajem dvadesetog stoljeća. Ne postoji stroga definicija koja ga unificira i standardizira, pa se često poistovjećuje sa ruralnim turizmom i turizmom na seoskom gospodarstvu. Agroturizam je proces „oplemenjivanja“ postojeće poljoprivredne proizvodnje

---

<sup>1</sup> Ukupan broj turista u Republici Hrvatskoj povećao se sa 7,1 milijuna u 2000. na 10,6 milijuna u 2010. godini kao i broj noćenja (sa 39,2 na 56,4 milijuna).

na gospodarstvu jer se prodajom povećava poljoprivredni i dohodak domaćinstva.

Zagrebačka županija ima vrlo dobar potencijal za razvoj seoskog turizma jer osim poljoprivrednih mogućnosti, pogoduje joj geografski položaj, blizina Zagreba i dobra prometna povezanost sa drugim dijelovima Hrvatske (Franić, 2007). Zagrebačka županija, popularno zvana i "zagrebački prsten", smještena je u središnjem dijelu sjeverozapadne Hrvatske. Zauzima 3.078 kvadratnih kilometra na kojem živi oko 309 tisuća stanovnika. Površinom je šesta i naseljenošću četvrta po veličini hrvatska županija, a u njenom sastavu je 9 gradova i 25 općina. Specifičan geografski položaj, uz samu granicu sa Slovenijom te u neposrednoj blizini Zagreba, ovu regiju čini važnim raskrižjem europskih prometnih putova i značajnim tranzitnim područjem. Zagrebačka županija danas jedna od gospodarski najbrže rastućih domaćih regija, a svojom bogatom poviješću, tradicijom, kulturom, očuvanom prirodom, gastronomskom ponudom i prekrasnim živopisnim krajolicima prometnula se u posebno atraktivnu zelenu izletničko-turističku destinaciju (Grgić 2007). Čineći prsten oko hrvatske metropole županija je uspjela spojiti suvremeni urbanizam i očuvati tradicionalne narodne običaje i vrijednosti. Zahvaljujući tome, razvio se i agroturizam. Prema dosadašnjim istraživanjima agroturistička ponuda Zagrebačke županije je zadovoljavajuća. U prilog agroturizmu ide i pojava nekoliko društvenih procesa. Uz povećanje broja domaćih i stranih gostiju, povećava se i broj ekološki osviještenih potrošača. Ekološki osviješteni potrošači najčešće su i dobri poznavatelji problematike (kvalitete ponude) agroturizma. Također, sve je veći broj zaposlenih stranih državljana u veleposlanstvima, poduzećima, civilnim udrugama i slično, kao i članova njihovih obitelji. Navedeno potencijalno tržište zahtijeva nove i drugačije oblike, od dosadašnjih, turističke (jednodnevne i višednevne) ponude što je zasigurno i agroturizam. Uz navedene mogućnosti razvoja agroturizma, postoje i ograničenja. Neka od njih su: neprepoznatljiva ponuda ruralnog turizma u cjelokupnoj turističkoj ponudi, nepostojanje integriranog marketinga, nedorečen zakonski i institucionalni okvir koji nedovoljno potiče razvoj seoskog i/ili agroturizma, i slično.

## NEKA OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA EUROPSKE UNIJE

Hrvatska je trenutačno suočena s novim izazovima u svom sadašnjem stadiju razvitka, očekujući integraciju sa EU pri čemu će punopravno članstvo Hrvatskoj omogućiti korištenje strukturnih fondova.

Ruralni turizam nije dio zajedničke politike EU, već je predmet strategije razvitka svake zemlje članice, a promatra se kao gospodarska grana, koja svojim aktivnostima zadire u Zajedničku poljoprivrednu politiku EU (CAP) te u različite strukturne fondove i inicijative.

Službeni stavovi EU naspram turizmu je da on predstavlja «*crosscutting*» sektor, koji kroz i unutar sebe objedinjuje mnoge druge ekonomske djelatnosti: transport, građevinu, maloprodaju i veliki broj drugih djelatnosti koji produciraju «*business-travel related services*.»

Turistička djelatnost od velike je važnosti kada govorimo o većini europskih regija. Infrastruktura koja se postavlja razvitkom turističkih djelatnosti doprinosi lokalnom razvitku i kreiranju novih radnih mjesta<sup>2</sup>.

Broj turista uključenih u ovaj oblik turizma značajno se povećava iz godine u godinu te on danas, prema procjenama, sudjeluje s oko 10 do 20% u ukupnim turističkim aktivnostima u Europi<sup>3</sup>.

Održivi turistički razvitak ima glavnu ulogu u očuvanju i poboljšanju kulturnog i prirodnog blaga, počevši od umjetnosti i lokalne gastronomije, obrtništva do očuvanja bioraznolikosti (Ciani 1999). Europska Komisija i

---

<sup>2</sup> Prema Skuras, Petrou i Gordon (2006) razvoj ruralnog turizma jedna je od mogućih strategija diversifikacije, posebno za manje razvijena i planinska područja unutar Europske Unije. Oni istražuju ponašanje u potrošnji korisnika ruralnog turizma prema modelu potražnje za heterogenim (kompozitnim) dobrima. Empirijska analiza je provedena pomoću ankete ponašanja u potrošnji na uzorku od 465 turista u dva ruralna i nerazvijena područja Grčke. Na ukupnu kvalitetu turističkog iskustva značajno i pozitivno utječe visina dohotka, izvor informacija kojim se turist koristi (Internet, novine, časopisi...) i količina informacija koju turist traži prije putovanja. S druge strane, kvaliteta turističkog iskustva je glavni unutarnji faktor koji pozitivno utječe na potrošnju u ruralnom turizmu.

<sup>3</sup> Seoski turizam u zemljama s razvijenim tržišnim ekonomijama podrazumijeva visoku ugostiteljsku razinu usluga i doživljaj aktivnog sudjelovanja u seoskom načinu života i s time povezanim najraznovrsnijim aktivnostima.

turistički sudionici odavno su prepoznali ove potencijale i trebali bi ih u skoro vrijeme detaljno elaborirati kroz dokument «*European Agenda 21 for Tourism*».

Među socijalnim čimbenicima, koje izazivaju potrebu za novom turističkom ponudom, najznačajnije su promjene u demografskoj strukturi, koje su obilježene trendom velikog broja ljudi starije dobi. S tim u vezi osim znatnog rasta broja turista, sektor turizma očekuju i znatne promjene u samoj ponudi odredišta. Sve atraktivnija grana turizma odnosi se na zdravstveni turizam i turističke odredišta povezane sa kulturnim i prirodnim blagima pojedine zemlje. Ekonomska, socijalna i okolišna održivost mora biti ključna premissa za održanje konkurentnosti europskog turizma (Becchetti 1999).

Politika turizma mora definirati jasan «*added-value*», koji će se definirati na nacionalnom i regionalnom nivou.

Znači, EU nema izravan utjecaj na politiku turizma zemalja članica, ali zato ima znatan utjecaj na politike iz ostalih područja što čini sve jači utjecaj na turističku djelatnost. Mnoge aktivnosti subvencionirane kroz EU programe (sport, mladi, usavršavanje i edukacije te regionalna politika), upravo ostvaruju znatan utjecaj u ovom području.

Kroz Strukturne fondove Komisija je predvidjela mogućnost financiranja održivih turističkih projekata (potpora socioekonomskom razvitku).

Preko Europskog regionalnog fonda za razvitak (European Regional Development Fund), a pod ciljevima *Konvergenција* (Convergence), *Konkurentnost i zaposlenost* (Competitiveness and employment) i *Europska teritorijalna suradnja* (European Territorial cooperation), financirati će se održivi razvitak turizma u smjeru povećavanja vrijednosti nacionalnog i povijesnog nasljeđa, razvitka infrastrukture (široko dostupna i mobilna), promocije informacijsko-komunikacijske tehnologije, potpore inovativnih malih i srednjih poduzeća, poslovnih mreža i klastera, usluga koje mogu ponuditi visoku dodatnu vrijednost, prekograničnog udruživanja u smjeru zajedničkog razvitaka strategije turizma i međuregionalne suradnje u vidu razmjene iskustava.

Za razvitak ruralnog turizma naročito su važne okolišna i transportna infrastruktura, a financirati će se iz Kohezijskog fonda. Europski ribarski fond (European Fisheries Fund) također će financirati eko-turizam.

U sklopu Europskog socijalnog fonda (European Social Fund) financirat će se razvitak turističke djelatnosti, u smjeru potencijala rasta zaposlenosti. ESF će financirati također edukacijske projekte koji će doprinijeti rastu produktivnosti i kvalitete zaposlenosti i usluga u turističkom sektoru.

Najznačajniji utjecaj na turizam ruralnih europskih područja ima Europski fond za poljoprivredu i ruralni razvitak (European Agriculture Fund for Rural Development), u okviru kojeg se brojnim dostupnim mjerama pruža mogućnost financiranja ruralnog turizama. Posebni naglasak je na pristupu LEADER (metodološka os), gdje se projekti lokalnog ruralnog razvitaka financiraju od strane EU i nacionalnih vlada, regionalnih i lokalnih vlasti te privatnih subjekata (Ribeiro 2000).

Ruralni turizam je od različitog značaja u pojedinim europskim zemljama.

Najprepoznatljiviji je ruralni turizam u Francuskoj (Gites de France), Austriji (Urlaub am Bauernhof) i Italiji (Agroturismo).

U zemljama razvijenog turizma u ruralnim područjima postoje određene prihvaćene specifičnosti koje određuju pojam ruralni turizam kao na primjer:

- u Finskoj on predmnijeva ponudu/iznajmljivanje turistima malih seoskih kućica,
- u Mađarskoj označava ponudu usluga i aktivnosti koje se nude turistima u seoskom ambijentu (cjenovno prihvatljiv/jeftin smještaj, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima i sl.),
- u Sloveniji je najvažniji oblik ruralnog turizma upravo turizam na obiteljskim gospodarstvima (naglasak se stavlja na gastronomiju i posjete imanju),
- u Nizozemskoj predmnijeva prvenstveno kampiranje u obiteljskim gospodarstvima s naglaskom na dodatne aktivnosti kao npr. biciklizam, pješačenje, jahanje i slično,
- u Grčkoj je glavni proizvod ruralnog turizma “noćenje i doručak” uz smještaj u tradicionalno opremljenim sobama, s tradicionalnim doručkom često utemeljenim na domaćim proizvodima.

Da je riječ o ozbiljnim nastojanjima da se ruralnom turizmu priđe na organizirani način svjedoči i ustanovljavanje Europske federacije «EuroGites» (The European Federation of Farm and Village Tourism), koju čini 29

profesionalnih organizacija iz 24 europske zemlje s preko 180.000 objekata i oko 2 milijuna kreveta<sup>4</sup>.

U pojedinim europskim zemljama postoje asocijacije ruralnog turizma kao što je to slučaj, primjerice, u Austriji<sup>5</sup>, Bugarskoj<sup>6</sup>, Češkoj<sup>7</sup>, Francuskoj<sup>8</sup>, Mađarskoj<sup>9</sup>, Ukrajini<sup>10</sup> itd..

U Hrvatskoj je aktivno udruženje «RURALIS - konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre», koji predstavlja ugovorno interesno povezivanje dionika agroturizma i ruralnog turizma Istre kroz autonomnu i profesionalnu instituciju

Osnovni cilj povezivanja, udruživanja sudionika ruralnog turizma je stvaranje dodane vrijednosti.

Stav Europske komisije je da je potrebno primjenjivati pristup razvitku "odozdo" (*bottom-up*), tj. s lokalne razine, kako bi se potaknuo lokalni i regionalni gospodarski razvitak i razvitak poduzetničkog okruženja. Lokalne razvojne inicijative nužno je poduprijeti posebnim poticajima mjerama, s državne i s lokalne/regionalne razine. Zapravo je riječ o kombiniranju pristupa «odozdo» s elementima pristupa «odozgo» (*top-down*).

---

<sup>4</sup> (<http://www.eurogites.org>).

<sup>5</sup> «Farm Holidays» uključuje oko 3.400 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava.

<sup>6</sup> Asocijacija «BAAT» (Bulgarian Association for Alternative Tourism) okuplja preko 90 članica: nacionalne i regionalne turističke zajednice, parkove prirode, turooperatore, obiteljske hotele, gostionice, te fizičke osobe.

<sup>7</sup> Postoji «ECEAT CZ» (European Centre for Eco-Agro Tourism) kao članica europske asocijacije «ECEAT Europe».

<sup>8</sup> «Gites de France» u najvećoj mjeri surađuje s turoperatorima, a u svojoj mreži raspolaže s 43.800 ruralna objekta i oko 10.000 konačišta.

<sup>9</sup> Udruženje ruralnog i agroturizma («Hungarian Federation of Rural and Agrotourism») raspolaže s 10.000 kreveta s tendencijom stalnog rasta

<sup>10</sup> Klaster ruralnog turizma («Rural Tourism Cluster – RTC») postoji u Ukrajini od 2002. godine.

## MATERIJAL I METODE

Kao osnovni izvor podataka korišteni su rezultati istraživanja provedeni na području Zagrebačke Županije 2008. godine (Grgić 2008). Kao glavni instrument istraživanja korišten je anketni upitnik. Anektirana su 102 obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja su morala zadovoljiti dva osnovna kriterija: da se nalaze u Upisniku poljoprivrednih gospodarstava i da je barem jedan član kućanstva sa najmanje srednjom školom. Anketni upitnik se sastojao od 34 pitanja pri čemu je značajan dio pitanja bio otvorenog tipa. Na ovaj način smo dobili širu lepezu odgovora, čak i neke koje ne bi sami predvidjeli, ali smo na taj način i izbjegli „navođenje“ ispitanika na odgovore. Dobiveni rezultati obrađeni su pomoću SPSS (*Statistical Program for Social Sciences 17.0*) paketa za statističku obradu podataka, te su prikazani tablično i grafički. U radu je korištena i SWOT analiza, zatim stručna literatura, baze podataka i sadržaji internetskih stranica.

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

Agroturizam je uži pojam od ruralnog turizma, a obuhvaća više komponenata nego turizam na seoskom gospodarstvu. Uz usluge ponude smještaja i prehrane, vezan je i za ambijent sela i njegove uže okolice te aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, zanatstvo i ostala gospodarska aktivnost) (Sharpley 2002). Ako zanemarimo problem uskog definiranja agroturizam je specifičniji i originalniji turizam od ostalih vidova turizma. On predstavlja dodatnu djelatnost na gospodarstvu i izvor je povećanja poljoprivrednog dohotka.

### **Agroturistička potražnja<sup>11</sup>**

Dosadašnja istraživanja na području Zagrebačke županije pokazala su da je potencijal agroturističkog tržišta značajno veći od današnje potrošnje (Grgić 2008). Glavni razlozi nekorištenja agroturističkih usluga su nezainteresiranost, neinformiranost, nedostatak prigode, financijski razlozi, preferencija mora te veza sa selom. I sam pojam „agroturista“ izaziva različite asocijacije i

---

<sup>11</sup> Više u Grgić 2008.



I. Grgić i sur: Agroturistička ponuda Zagrebačke županije:  
ograničenja i mogućnosti

definicije, ali prosječan agroturist okarakteriziran je kao “ljubitelj prirode, žitelj grada osoba sklona selu i starim običajima, starija osoba koja preferira prirodu i zdravu hranu odnosno osoba željna mira” (Grgić 2008).

O agroturizmu u neposrednoj blizini urbanih središta malo je informacija, ali usprkos tome mnogi stanovnici smatraju da je ponuda agroturizma u okolici Zagreba slaba odnosno gotovo nikakva.

Razlozi posjeta agroturističkim destinacijama su različiti. Različita su i očekivanja i zadovoljstvo ponuđenim i doživljenim. U našem istraživanju kao najveće vrijednosti agroturizma ističu se priroda, gostoljubivost domaćina te ponuđena hrana.

**Tablica 1. Ocjena „usluga“ posjećenih agroturističkih odredišta u okolici Zagreba (ocjene od 1=jako loše do 5=jako dobro)**

**Table 1. The evaluation of "services" for visited agrotourism destinations near Zagreb (ratings from 1 = very bad to 5 = very good)**

„usluga“/ocjena „service“/rating	1	2	3	4	5	ukupno total	Prosječna ocjena Average ratings
Smještaj (N=686) <i>Accommodation</i>	2,6	3,1	41,7	33,3	19,3	100,0	3,64
Hrana (N=666) <i>Food</i>	0,8	0,4	14,1	37,5	47,2	100,0	4,30
Priroda (N=669) <i>Nature</i>	0,4	1,2	6,5	33,5	58,4	100,0	4,48
Ureden okoliš (N=665) <i>Arrangement of the environment</i>	0,4	4,4	23,3	42,6	29,3	100,0	3,96
Gostoljubivost domaćina (N=667) <i>Hospitality</i>	0,4	1,6	10,1	38,9	49,0	100,0	4,34
Mogućnost bavljenja sportom (N=678) <i>Possibilities for sports activities</i>	3,0	15,7	36,0	28,4	16,9	100,0	3,41
Kulturne manifestacije (N=234) <i>Cultural events</i>	9,4	29,9	29,5	17,1	14,1	100,0	2,97

Izvor: Anкета korisnika agroturističkih usluga, 2008.

Source: Survey questionnaire of agrotourism service users, 2008.

Dodatni sadržaji važni su za manji broj ispitanika, pretežito mladih kao što su mogućnost bavljenja sportom, kulturne manifestacije te neki drugi turistički sadržaji.

I. Grgić i sur: Agroturistička ponuda Zagrebačke županije:  
ograničenja i mogućnosti

---

Ispitanici vide i očekuju poboljšanje agroturističke ponude Zagrebačke županije što bi se moglo učiniti boljom reklamom, povećanjem kvalitete usluge te nižim cijenama.

Jedan od značajnih problema za agroturistička gospodarstva je sezonalnost te neravnomjeran raspored posjeta tijekom tjedna što je posebice naglašeno sa aspekta potreba radne snage. To se vidi i kod ovoga istraživanja odnosno preferiranja posjeta agroturističkim gospodarstvima.

**Tablica 2. Vrste i vrijeme posjeta agroturističkim gospodarstvima**

**Table 2. Types and time of visits on agrotourism farms**

	Jednodnevni izleti One day excursion	Vikend Weekend	Do 5 dana Till 5 days	Više od 5 dana Over 5 days	Ne bih išao I would not go
Proljeće Spring	34,9	46,8	11,8	7,1	5,0
Ljeto Summer	20,1	23,6	13,6	10,4	10,9
Jesen Autumn	28,7	34,9	9,4	4,3	10,2
Zima Winter	19,4	24,7	8,2	4,3	17,2

Izvor: Anketa korisnika agroturističkih usluga, 2008.

Source: Survey questionnaire of agrotourism service users, 2008.

Najprivlačnije doba za posjet agroturističkim gospodarstvima je proljeće, a najmanje je privlačna zima. Većina ispitanih preferira jednodnevne izlete tijekom vikenda, a najmanje boravke duže od 5 dana. Većina ispitanika za jednodnevne i višednevne izlete koristi vlastiti prijevoz. Za njih je prihvatljiva udaljenost agroturističkog odredišta od pola sata do sat vožnje. Na isto agroturističko gospodarstvo čak 60% ispitanika dolazi više puta. Na odluku da se ponovo vrate na isto odredište najviše utječu dobra hrana i ugodna atmosfera, ljubaznost osoblja te kvaliteta usluge. Najveći dio ispitanika dolazi sa obitelji. Mnogi posjetitelji na gospodarstvu kupuju poljoprivredno prehrambene proizvode (vino, rakiju i sir), ali i druge proizvode seoskog prostora.

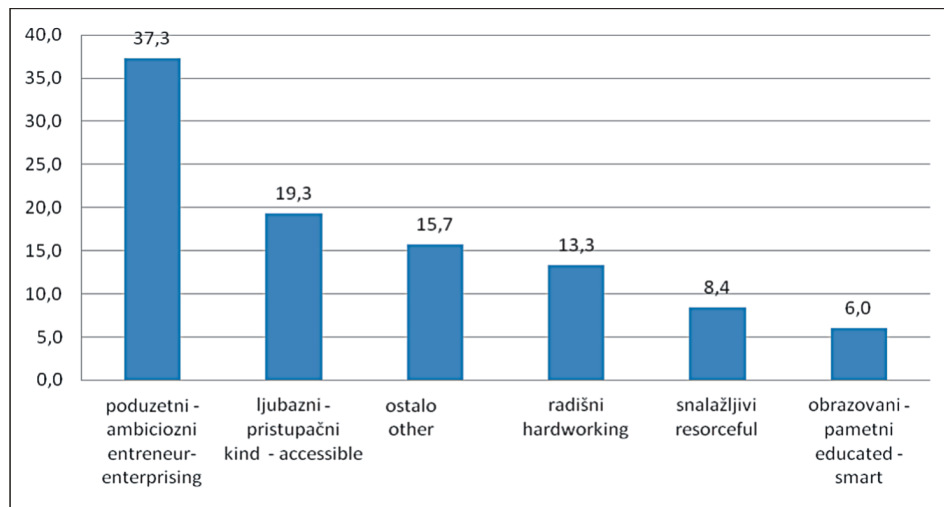
## Agroturistička ponuda

Prosječna veličina obradivih površina kod anketiranih gospodarstava je 4,2 ha (najveći dio ih je od 1 do 3 ha - 43,1%). Prosječna dob kućedomaćina je 48,1 godina, a kućedomaćice 45,09. U kućanstvima je prosječno 4,6 članova. Najveći dio ispitanika imao je srednju stručnu spremu, dok je u najviše slučajeva potencijalni nasljednik bio nepoljoprivrednik u radnom odnosu. Prema pretežitoj poljoprivrednoj proizvodnji najveći dio gospodarstava je vinogradarskog (24,5%) a najmanje povrtlarskog (7,8%) tipa. U posljednjih pet godina poljoprivredna proizvodnja se povećavala kod 34,3% gospodarstava, dok je samo manji dio njih koristio tuđu radnu snagu.

I anketirani različito akceptiraju pojam agroturizam i u najvećem broju za njih je on najbliži pojmu „turizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu“. Više od dvije trećine ispitanih poistovjećuje te pojmove, a 17,5% ih smatra da je to prodaja poljoprivrednih proizvoda na gospodarstvu.

**Grafikon 1. Budući davatelji agroturističkih usluga moraju biti (%):**

**Chart 1. Future providers of agrotourism services must be (%)**



Izvor: Anketa korisnika agroturističkih usluga, 2008.

Source: Survey questionnaire of agrotourism service users, 2008.

Agroturizam je novija djelatnost seoskog prostora i vrlo često je to poslovni i drugi izazov za stanovnike i potencijalne poduzetnike sela. Zanimljivo je promišljanje ispitanika o tome kakve glavne karakteristike odnosno osobine mora posjedovati budući davatelj agroturističkih usluga. Najznačajnija osobina koju treba imati potencijalni davatelj agroturističkih usluga su poduzetnost i ambicioznost (37,3 %), manje značajna (19,3%) je ljubaznost, još manje radišnost te snalažljivost, dok samo 6% ispitanih smatra da isti trebaju biti i obrazovani (Graf 1).

Različiti su motivi za ulazak u projekt agroturizma. U našem istraživanju glavni motivi bavljenja agroturizmom su bolja prodaja poljoprivrednih proizvoda (57,1%), bolja prodaja nepoljoprivrednih proizvoda (17,1 %) te ljubav prema selu i poljoprivredi (11,4%). Na taj način agroturizam ispunjava svoju ulogu očuvanja poljoprivredne proizvodnje i ruralnog prostora. Omogućava prodaju poljoprivrednih proizvoda uz minimalne troškove prodaje i najvišu prodajnu cijenu.

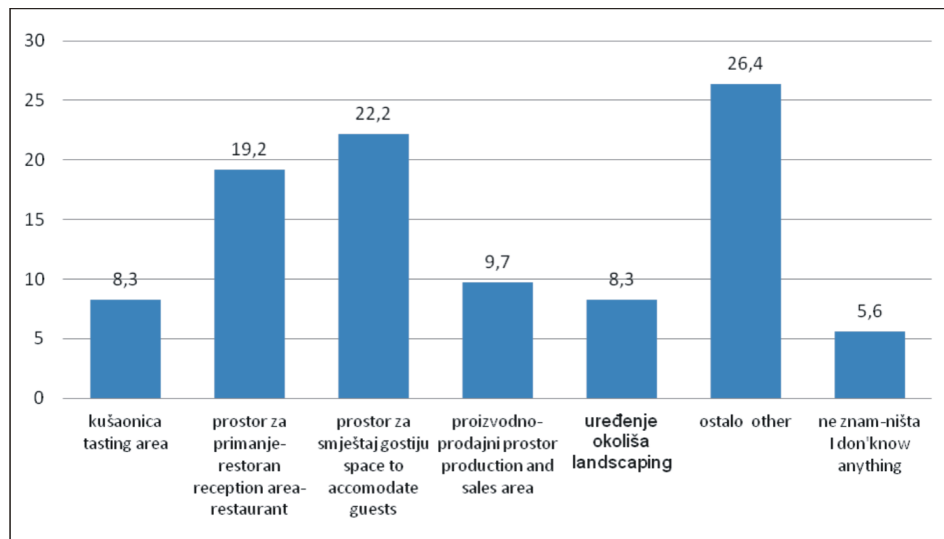
Ohrabrujuća činjenica je visoka zainteresiranost ispitanika za agroturizmom. U budućnosti se 27,4 % ispitanih planira baviti agroturizmom, 42,2 % ne planira, dok 30,4 % ispitanih ne zna. Ispitanici su svjesni da su za ozbiljniji ulazak u projekt agroturizma potrebna dodatna ulaganja. Većina ulaganja su u cilju povećanja kvalitete boravka gostiju na gospodarstvu (prostor za primanje, prostor za smještaj itd.) i vrlo mali dio (5,6%) ispitanika ne zna što bi mu trebalo odnosno što bi poboljšao.

Odluka o ulasku u nešto novo uvijek je teška i traži puno promišljanja i dodatnih informacija. Kod odluke bavljenja agroturizmom u budućnosti, više od polovice ispitanih (55%) bi se savjetovalo sa članovima obitelji. Savjet stručnjaka tražilo bi 19%, a osobe sa iskustvom konzultiralo bi 11% ispitanih. Uloga stručnjaka u agroturizmu je nedostatna i nerijetko podcijenjena od strane potencijalnih davatelja usluga. Osobe s vlastitim iskustvom u većini slučajeva, nisu spremne dijeliti ključeve vlastitog uspjeha.

Zbog nedostatnog vlastitog znanja anketirani očekuju pomoć i to najveći dio njih (69,6%) od lokalne samouprave i to u financijskom obliku (47,1%). Pomoć se očekuje i od službi ministarstava (40,2%), agencija koje se bave agroturizmom (37,3%), banaka (37,3%) i turističkih zajednica (29,4%).

**Grafikon 2. Potrebne investicije u slučaju bavljenja agroturizmom (%)**

**Chart 2. The necessary investments in case of dealing with of agrotourism (%)**



Izvor: Anкета korisnika agroturističkih usluga, 2008.

Source: Survey questionnaire of agrotourism service users, 2008.

Ispitanici su mogli navesti očekivane prepreke za bavljenje agroturizmom u budućnosti. Kao prepreke naveli su nedostatak financija (25,8%), sporu administraciju (18,2%), nedostatak znanja (13,6%) i problem radne snage (7,6%). Nedostatak financija je naročito značajan na početku bavljenja agroturizmom, a veća stručnost, unaprjeđenje menadžerskih vještina i marketinga neposredno mogu utjecati na smanjenje financijskih problema.

Ispitanici su mogli navesti koje usluge i sadržaje bi ponudili svojim gostima trenutno i za pet godina. Hrana i piće, danas (67,6%) i za pet godina (56,3%), imaju najveću ulogu. Smatraju da će boravak i rad na selu biti puno atraktivniji za goste za pet godina (15,6%) nego danas (4,1%). Ta projekcija ima opravdanje. Razlog tomu je činjenica sve veće urbanizacije prostora i gubitka veze sa selom (porast urbanog stanovništva). Smatraju da će priroda i rekreacija biti važan razlog dolaska na selo i danas (12,2%) i u bližoj budućnosti (12,5%).

I. Grgić i sur: Agroturistička ponuda Zagrebačke županije:  
ograničenja i mogućnosti

---

Agroturizam je multifunkcionalan i mnoga su očekivanja od njega. S aspekta ruralne zajednice on je bitan u diversifikaciji zaposlenosti stanovništva te povećanju dohotka obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Sa stanovništva naših ispitanika on uključuje i smanjenje rizika poslovanja gospodarstva, smanjenje troškova poslovanja te povećanje blagostanja.

**Tablica 3. Utjecaj agroturizma na neke promjene kod agroturističkih gospodarstava**

**Table 3 The impact of agrotourism on some changes in agrotourism farms**

Utjecaj <i>The impact</i>	Jako <i>Strong</i>	Dosta <i>Enough</i>	Malo <i>Small</i>	Uopće ne <i>Not at all</i>	Ne znam <i>I don't know</i>
Smanjuje rizik poslovanja gospodarstva <i>Reduces business risk of the farm</i>	9,8	23,5	24,5	18,6	23,5
Potiče bolju prodaju poljop. proizvoda <i>Encourage product sale</i>	47,1	29,4	11,8	7,8	3,9
Pomaže boljem korištenju radne snage <i>Helps to improve labor exploitation</i>	18,6	30,4	27,5	8,8	14,7
Smanjuje troškove poslovanja <i>Reduces business costs</i>	8,8	31,4	34,3	13,7	11,8
Povećava dohodak i blagostanje članova kućanstva <i>Increase income and welfare of household members</i>	47,1	24,5	18,6	4,9	4,9

Izvor: Anketa korisnika agroturističkih usluga, 2008.

Source: Survey questionnaire of agrotourism service users, 2008.

## SWOT analiza

Analiza snaga, slabosti, prigoda i prijetnji za razvitak agroturizma temelji se na rezultatima istraživanja, prikupljenim podacima kao i na literaturnim izvorima.

I. Grgić i sur: Agroturistička ponuda Zagrebačke županije:  
ograničenja i mogućnosti

SNAGE (+)	SLABOSTI (-)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• očuvan i dovoljno čist krajobraz</li> <li>• bogato prirodno naslijeđe i kulturna baština (crkve, utvrde, dvorci itd.)</li> <li>• ekološki očuvano područje s brojnim prirodnim resursima</li> <li>• ekološki prihvatljiva proizvodnja</li> <li>• autohtoni i tradicionalni proizvodi</li> <li>• brojne prirodne i kulturno povijesne atrakcije</li> <li>• tradicionalna proizvodnja, stari zanati</li> <li>• tradicija malog i srednjeg poduzetništva</li> <li>• zemljopisna raznolikost i bogata kulturna ponuda vezana za običaje</li> <li>• neposredna blizina velikog tržišta potražnje – Grad Zagreb</li> <li>• strateška prometna pozicija s vrlo dobrom povezanosti sa drugim dijelovima Hrvatske i susjednim zemljama (autoceste, željeznica, zračna luka)</li> <li>• raznoliki turistički resursi</li> <li>• sve više interesa od strane lokalnog stanovništva i njihovo prepoznavanje potencijala za razvitak agroturizma</li> <li>• blizina turističkih odredišta u državi, gdje boravi veliki broj stranih i domaćih gostiju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• loše iskoristiva infrastruktura</li> <li>• loše održavano i za vrijeme rata devastirano prirodno i kulturno naslijeđe</li> <li>• nedovoljan broj kvalitetnih smještajnih kapaciteta u seoskim domaćinstvima</li> <li>• nedostatak profesionalnog kadra i njihove nerazvijene vještine</li> <li>• nedostatak prikladnog ruralnog (su)financiranja</li> <li>• neprikladni i kontradiktorni propisi</li> <li>• neusklađena i nedostatna koordinacija na nacionalnoj razini</li> <li>• nedostatak suradnje između javnog i privatnog sektora</li> <li>• pomanjkanje inovativnosti i ideja za razvitak pojedinih proizvoda</li> <li>• odsutnost vizije i konkretnih razvojnih ciljeva vezano za razvitak agroturizma</li> <li>• nedostatak konkurentne strategije i operacionalizacije zacrtanih strateških smjernica</li> <li>• nedovoljno strukturirana i organizirana ponuda</li> <li>• nedovoljno korištenje lokalnih i tradicionalnih arhitektonskih elemenata u uređenju interijera i eksterijera u smještajnim i ostalim objektima agroturizma</li> <li>• nepostojanje integrirane marketinške komunikacije prema tržištu</li> <li>• nejasna institucionalna podrška razvitku agroturizma</li> <li>• neriješeni imovinsko-pravni odnosi</li> <li>• nedovoljna razina znanja o agroturizmu u široj javnosti</li> <li>• nedostatak sustavnog praćenja tržišnih i gospodarskih učinaka agroturizma</li> <li>• nedovoljno razvijena infrastruktura (cestovna, komunalna) na cijelom području Županije</li> </ul>

I. Grgić i sur: Agroturistička ponuda Zagrebačke županije:  
ograničenja i mogućnosti

PRIGODE (+)	PRIJETNJE(-)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razvitak proizvodnje autohtonih, ekoloških i tradicionalnih proizvoda</li> <li>• produžavanje perioda iskorištavanja turističkih kapaciteta</li> <li>• smanjenje troškova proizvođača, direktna prodaja</li> <li>• poboljšanje životnih uvjeta</li> <li>• razvitak ruralnog turističkog odredišta i stvaranje ruralnog turističkog proizvoda - integralni pristup</li> <li>• diversifikacija turističkog proizvoda u zemlji i repozicioniranje turističke ponude</li> <li>• nova radna mjesta u ruralnim prostorima</li> <li>• trendovi porasta interesa za proizvodima ruralnog turizma</li> <li>• razvitak poduzetništva na selu</li> <li>• razvitak malih i obiteljskih smještajnih kapaciteta u ruralnom prostoru</li> <li>• visok postotak očuvanog kulturnog krajolika, kao potencijala za razvitak ruralnog turizma</li> <li>• poboljšanje organiziranosti svih aktera u ponudi ruralnog turizma</li> <li>• proizvodnja zdrave hrane i autohtonih proizvoda.</li> <li>• potencijal cjelogodišnjeg poslovanja.</li> <li>• neiskorišteni potencijal izletničko-rekreacijskog i ruralnog turizma.</li> <li>• županijski, državni i međunarodni programi i poticaji razvitaka ruralnog prostora i gospodarstva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• povećan pritisak na okoliš</li> <li>• prejak razvitak masovnog turizma u pojedinim područjima</li> <li>• prevelika ovisnost o tradicionalnim turističkim proizvodima i ponudama</li> <li>• spora izgradnja ruralne infrastrukture</li> <li>• problemi oko pravne legislative</li> <li>• nedostatak interesa banaka za kreditiranje obiteljskih gospodarstava</li> <li>• averzija poljoprivrednika od velikog rizika i strah od kredita</li> <li>• neprepoznatljiva ponuda ruralnog turizma u cjelokupnoj turističkoj ponudi</li> <li>• pasivnost i čekanje na „vanjske“ inicijative i investicijske prilike</li> <li>• neorganiziranost i premala suradnja aktera ruralnog turizma na nacionalnoj i lokalnim razinama</li> <li>• nedefinirana nacionalna strategija razvitaka poljoprivrede i ruralnog turizma</li> <li>• niska isplativost projekta ukoliko poduzetnik ne razvije atraktivan i konkurentan proizvod i/ili ne upravlja profesionalno</li> <li>• zagađenje okoliša nerješavanjem problema zbrinjavanja otpada i otpadnih voda</li> <li>• otežana provedba projekta razvitaka seoskog turizma nepostojanjem koordiniranih akcija u programu</li> </ul>

## ZAKLJUČAK

Zagrebačka županija ima značajan potencijal za razvoj agroturizma. Potencijal je u poljoprivrednim mogućnostima, geografskom položaju, blizini Zagreba i dobroj prometnoj povezanosti sa drugim dijelovima Hrvatske. Za mnoge stanovnike urbanih središta agroturizam je novina, rijetko korištena. Glavni razlozi nekorištenja agroturističkih usluga su nezainteresiranost,



neinformiranost, nedostatak prigode, financijski razlozi, preferencija mora te veza sa selom. U seoskom prostoru Županije postoji interes za bavljenje agroturizmom. U budućnosti se 27,4% ispitanih planira baviti agroturizmom, 42,2% ne planira dok 30,4% ispitanih ne zna. Glavni motivi bavljenja agroturizmom su bolja prodaja poljoprivrednih proizvoda, prodaja nepoljoprivrednih proizvoda i ljubav prema selu i poljoprivredi. Pri pokretanju projekta agroturizma ispitanici najveću pomoć očekuju od lokalne samouprave (69,6%) i to u financijskom obliku (47,1). Pomoć se očekuje i od službi ministarstva (40,2%), agencija koje se bave agroturizmom (37,3%), banaka (37,3%) i turističkih zajednica (29,4%). Glavne prepreke ulasku u projekt agroturizma su nedostatak financija (25,8%), spora administracija (18,2%), nedostatak znanja (13,6%) i problem radne snage (7,6%).

#### LITERATURA

1. Becchetti, C. (1999): The Rural Tourism and Agrotourism: A Challenge for the Rural Areas Development, abstract, International seminar Key actions for the rural integrated and sustainable development strategy, Szeged, Hungary, 23rd-25th September
2. Ciani, A. (1999): The Role of Rural Tourism for the Rural Integrated and Sustainable Development, proceedings from the Seminar in Italy: Rural Development: Contents,
3. Clarke, J., Denman, R., Hickman, G., Slovak, J. (2001): Rural tourism in Roznava Okres: a Slovak case study, *Tourism Management*. 22(2):193-202.
4. Franić, Ramona; Cunj, Lovorka (2007): Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji, *Agronomski glasnik (0002-1954)*, 5; 381-400
5. Grgić I. i sur. (2007): Socio-ekonomski čimbenici pokretljivosti pučanstva na ruralnom području Hrvatske i grada Zagreba (2007), *Agronomski fakultet i Gradski ured za poljoprivredu i šumarstvo, Grad Zagreb*
6. Grgić I. i sur. (2008): Razvitak agroturizma na području Zagreba i okolice, *Gradski ured za poljoprivredu i šumarstvo grada Zagreba*
7. Ribeiro, M. (2000): Tourism and Regional Development – Crossing Views From Inside, abstracts, X World Congress of Rural Sociology, Rio de Janeiro, Brasil, July, 30 to August, 5
8. Sharpley, R. (2002): Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus, *Tourism Management*. 23(3):233-244, Jun.

**Adresa autora – Authors addresses'**

Prof. dr. sc. Ivo Grgić,  
e-mail: [igrgic@agr.hr](mailto:igrgic@agr.hr),  
Magdalena Zrakić, mag. ing. agr.  
e-mail: [mzrakic@agr.hr](mailto:mzrakic@agr.hr),

**Primljeno – Received:**

20.04.2011.

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet  
Zavod za agrarnu ekonomiku i ruralni razvoj  
Svetošimunska c 25  
10 0000 Zagreb

Prof. dr. sc. Marija Cerjak  
Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet  
Zavod za marketing u poljoprivredi  
Svetošimunska c 25  
10 0000 Zagreb  
e-mail: [mcerjak@agr.hr](mailto:mcerjak@agr.hr)