

Dr. sc. Kristina Brščić
Institut za poljoprivredu i turizam
K. Huguesa 8, Poreč
kristina@iptpo.hr

Agroturizam - mogućnost i izazov za mlade poljoprivrednike

Brojni su čimbenici o kojima ovisi hoće li neka zemlja ili regija razvijati turističku aktivnost i u kojem obliku. Priroda turizma u različitim zemljama pod utjecajem je različitih čimbenika, kao što su primjerice: klima, geografska lokacija, povijest, jezik, razvoj sustava transporta, razina ekonomskog razvoja zemlje, odlike pejzaža i gradova, politika vlade prema turizmu, stupanju ekonomske i političke stabilnosti u zemlji (Swarbrooke, Horner, 1999). Svi ovi elementi utječu na razvoj turističkih aktivnosti u nekoj zemlji ili regiji. Prema izvješću UNWTO (2015) sve je veći broj odredišta širom svijeta koja ulažu u turizam, pretvarajući ga u glavni pokretač društveno-ekonomskog napretka kroz stvaranje radnih mjesta i poduzeća, generirajući prihod od izvoza te kroz razvoj infrastrukture, a tijekom posljednjih šest desetljeća turizam stalnim razvojem i diversifikacijom postaje jedan od najvećih i najbrže rastućih ekonomskih sektora u svijetu. Turizam u Hrvatskoj doprinosi sa 17,2 % u BDP (2014), a procjene za 2015. godinu iznose 18,1 % BDP-a te je po ovom pokazatelju Hrvatska na prvom mjestu u Europi što pokazuje veliku važnost turizma u gospodarstvu Hrvatske. Glavna obilježja turizma su masovnost i sezonalnost. Kao protuteža tome potiče se razvoj selektivnih oblika turizma, pa tako i agroturizma i ruralnog turizma.

Ruralna područja čine oko 90% ukupne površine Hrvatske i u njima živi oko 40 % stanovništva. Razvoj ruralnog turizma i agroturizma promovira se kao jedan od mogućih i poželjnih načina diversifikacije te ostvarivanja dodatnog izvora prihoda obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Prema podacima Ministarstva turizma i Hrvatske gospodarske komore objavljenim u Nacionalnom katalogu Ruralni turizam Hrvatske iz 2015. godine u ruralnim područjima Hrvatske registrirano je 317 gospodarstava što je manje negoli je bilo registrirano 2007. godine kada ih je bilo 352. Ponudu ruralnog turizma i agroturizma možemo naći u gotovo svim krajevima Hrvatske, a područja u kojima su ruralni turizam i agroturizam najbolje zaživjeli u praksi su područje Istarske županije, područje okolice Dubrovnika i područje Baranje. Razvoj agroturizma i ruralnog turizma u ovim područjima pod utjecajem je lokalnih inicijativa i vezuje se naslanja se na osnovnu turističku infrastrukturu. Dosadašnja istraživanja u Hrvatskoj pokazuju da se diversifikacija kroz turističku aktivnost pretežito razvija u ruralnim područjima koja imaju razvijenu turističku infrastrukturu, uz obalu (Lukić, 2013). Time se u praksi pokazuje da turizam kao poluga razvoja nerazvijenih ruralnih područja u Hrvatskoj još uvijek nije zaživio. Također, ideja da razvoj agroturizma doprinosi razvoju poljoprivrede, prema dosadašnjim istraživanjima u praksi ne pokazuje značajne rezultate.

U Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine procjenjuje se da ruralni turizam, uključujući i planinska područja, sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima s udjelom od oko 3 %, uz godišnji rast od oko 6 % te spada u kategoriju proizvoda s izraženom perspektivom razvoja.

S aspekta potrošača, agroturizam nudi jedinstvene proizvode koji se ne mogu u potpunosti standardizirati što je važan element privlačnosti na turističkom tržištu. Ciljano tržište za proizvode i usluge agroturizma su stanovnici urbanih područja koji žele zadovoljiti želju i potrebu za povezivanjem s prirodom i jednostavnim načinom života u ruralnim područjima. Kao poslovna aktivnost agroturizam daje mogućnost samozapošljavanja i ostanka mladih na selu te tako neizravno postaje sredstvo (mjera) za očuvanje ruralnih prostora.

U literaturi se općenito prihvaća da je odmor u agroturizmu povezan s romantičnom idejom o jednostavnom načinu života, netaknutom prirodom i odnosom čovjeka i njegove prirodne okoline. S druge strane, agroturizam ima dvije različite uloge u životu vlasnika: to je poslovni subjekt, ali i dom. Obveze vlasnika proizlaze iz naravi poljoprivredne proizvodnje, bez obzira na to radi li se o biljnoj proizvodnji ili o uzgoju stoke, koja zahtijeva znanja o proizvodnji, vrijeme i sredstva. Međutim i turizam kao dodatna djelatnost ima svoje zahtjeve. Vlasnici i svi oni koji imaju kontakt s gostima moraju imati određenu razinu znanja o području, ali i razviti radnu kulturu, ponašanje i sposobnost komuniciranja s gostima. Diversifikacija obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava uključivanjem dodatnih turističkih aktivnosti veliki je izazov za obiteljska poljoprivredna gospodarstva u odnosu na njihov identitet i način života (Busby, Rendle, 2000, Nilsson, 2002, Di Domenico, Miller, 2011, Orlić, Brščić, 2012).

Glavne mogućnosti i izazovi za mlade poljoprivrednike proizlaze iz specifičnosti agroturizma. Glavna obilježja turizma kao proizvoda, pa tako i agroturizma, su ovisnost o mnoštvu elemenata, opipljivih i neopipljivih. Turisti kupuju sveukupni doživljaj, a ne jasno definiran proizvod kao što je to slučaj kod konvencionalnih proizvoda široke potrošnje. Turist je dio proizvodnog procesa i njegov doživljaj u velikoj je mjeri pod utjecajem čimbenika koji su izvan kontrole turista ili agroturističkog gospodarstva koje nudi turistički proizvod. Ova obilježja pretpostavljaju glavne mogućnosti i izazove za razvoj agroturizma čija je specifičnost interakcija poljoprivrede i turizma te uspješnost u balansiranju između ovih dvaju aktivnosti unutar jednog gospodarstva, a važan su element uspješnosti agroturističkog gospodarstva.

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja se žele baviti agroturizmom trebaju razmotriti sljedeće elemente koji su neophodni za uspješan rad agroturističkog gospodarstva. To su: ciljevi i filozofija cijele obitelji, profitni i neprofitni ciljevi obitelji, socijalne (društvene) vještine članova obitelji, lokacija gospodarstva unutar odredišta, raspoloživi rad članova obitelji, potreban utrošak vremena (za pojedinu aktivnost), zakonska regulativa.

Potencijalne koristi od agroturizma za lokalnu poljoprivredu su višestruke. Bavljenjem agroturističkim aktivnostima poljoprivrednim se proizvođačima mogu otvoriti razne mogućnosti za povećanje prihoda i osigurati održivost njihovih gospodarstava. Agroturizam može biti dobar način educiranja javnosti o važnosti poljoprivrede i doprinosa poljoprivrede lokalnom gospodarstvu te povećati kvalitetu života u ruralnim područjima. Turistička aktivnost na poljoprivrednom gospodarstvu može povećati ekonomske inicijative i utjecati na smanjenje različitosti između poljoprivrednih i urbanih područja te tako očuvati ruralna područja. Konačno, agroturizam može povećati potražnju za lokalnim proizvodima i stvoriti

dodanu vrijednost koja može stimulirati ekonomsku aktivnost te pozitivno utjecati na različite dijelove regije u kojoj se realizira.

Literatura:

1. Busby, G., Rendle, S.(2000) The transition from tourism on farms to farm tourism, *Tourism Management*, Vol. 21(6), 635-642 12
2. Considering an Agritainment Enterprise in Tennessee, Agricultural Extension Service UT, 2002
3. Di Domenico, M., Miller, G. (2011) Farming and tourism enterprise: Experiential authenticity in the diversification of independent small-scale family farming, *Tourism Management*, doi:10.1016/j.tourman.2011.03.007 14
4. Lukić, A. (2013) Tourism, Farm Diversification and Plurality of Rurality: Case Study of Croatia, *European Countryside*, Volume 5, Issue 4 (Dec 2013)
5. Nilsson, P. (2002) Staying on farms: an ideological background, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29(1), 7-24 13
6. Orlić, I, Brščić, K. (2012) The Role of Hospitality in Agrotourism // 21st Biennial International Congress TOURISM & HOSPITALITY INDUSTRY 2012 New Trends in Tourism and Hospitality Management / Perić, Jože (ur.).Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, 2012. 355-364
7. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN 55/13)
8. Swarbrooke J., Horner Susan (2001). *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann
9. Tourism statistics, EUROSTAT, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/hr, 2.6.2016
10. UNWTO, Tourism Highlights 2015 Edition, www.unwto.org/annualreports, 22.2.2016.