

# Stupanj atraktivnosti agroturističkih gospodarstava iz perspektive posjetitelja

---

**Tubić, Dejan; Kovačević, Martina; Bakan, Rikard**

*Source / Izvornik:* **Proceedings of the 5th International Scientific and Professional Conference „The Challenges of Today“, 2021, 328 - 335**

**Conference paper / Rad u zborniku**

*Publication status / Verzija rada:* **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:165:215898>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-23**

*Repository / Repozitorij:*



Veleučilište u Virovitici

[Virovitica University of Applied Sciences Repository - Virovitica University of Applied Sciences Academic Repository](#)



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**PROCEEDINGS**  
**POLYTECHNIC OF ŠIBENIK**

ISBN 978-953-7566-46-3



**5<sup>th</sup> International Scientific and Professional Conference**  
**THE CHALLENGES OF TODAY**



**ŠIBENIK**  
7<sup>th</sup> – 9<sup>th</sup> October 2021

**PROCEEDINGS  
POLYTECHNIC OF SIBENIK**

5<sup>TH</sup> INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PROFESSIONAL CONFERENCE  
The Challenges of Today

ŠIBENIK  
7<sup>th</sup> – 9<sup>th</sup> October 2021

**Conference in partnership with:**

The Institute of Economics, Zagreb; The University Department of Professional Studies, Split; Alma Mater Europaea; Center for New Technologies and Entrepreneurship Trokut.

**PROCEEDINGS  
POLYTECHNIC OF SIBENIK**

**5<sup>TH</sup> INTERNATIONAL SCIENTIFIC  
AND PROFESSIONAL CONFERENCE**

**The Challenges of Today**

7<sup>th</sup> – 9<sup>th</sup> October 2021

Šibenik, 2021

## PROCEEDINGS

**Title:**

Proceedings of the 5<sup>th</sup> International Scientific and Professional Conference "The Challenges of Today"

**Editors:**

Oliver Filiposki, Dejan Metodijeski and Dragan Zlatovic

**Technical Editor:**

Tea Livaic

**Graphic design:**

2FG studio, Šibenik

**The Conference Organizer:**

Polytechnic of Sibenik

**The Conference Partners:**

The Institute of Economics, Zagreb; The University Department of Professional Studies, Split; Alma Mater Europaea; Center for New Technologies and Entrepreneurship Trokut.

**Publisher:**

Polytechnic of Sibenik

Trg Andrije Hebranga 11, HR - 22000 Sibenik, Croatia

Tel: +385 (0)22 311060

e-mail: dekanat@vus.hr

www.vus.hr

**For the publisher:**

Ljubo Runjic

**Organizing Committee:** Ljubo Runjić (President), Nada Alfirević, Ivana Kardum Goleš, Zvonimir Klarin, Tea Livaić, Ivan Livaja, Martina Ljubić Hinić, Dijana Mečev, Sanja Shihabi, Frane Urem, Sanja Veštic Mirčeta, Dragan Zlatović.

**Program Committe:** Ljubo Runjić – Polytechnic of Šibenik, Croatia (President); Gholamreza Anbarjafari – University of Tartu, Estonia; Zoran Aralica – The Institute of Economics, Zagreb, Croatia; Vesna Bedeković – Croatian Parliament – Croatia; Paško Burnać – University of Split, Faculty of Economics, Business and Tourism, Croatia; Vlad Ciprian – “Dunarea de Jos” University of Galati, Romania; Goran Ćorluka – University of Split, The University Department of Professional Studies, Croatia; Sofia David – “Dunarea de Jos” University of Galati, Romania; Irene Finocchi – Luiss Guido Carli, Italy; Ivan Grgurević - Faculty of Transport and Traffic Sciences, Croatia; Giuseppe F. Italiano – Luiss Guido Carli, Italy; Dorota Kamińska – Lodz University of Technology, Poland; Michal Kvet – University of Žilina, Slovakia; Ivan Malenica – Ministry of Justice and Administration, Croatia; Drago Marguš – NP Krka, Croatia; Karol Matiaško – University of Žilina, Slovakia; Danijel Mileta – City of Šibenik, Croatia; Elisabeth T. Pereira - University of Aveiro, Portugal; Rui Raposo – University of Aveiro, Portugal; Mili Razović – University of Zadar, Department of Tourism and Communication Studies, Croatia; Ludvik Toplak – Alma Mater Europaea ECM, Maribor, Slovenia; Barbara Toplak Perović – Alma Mater Europaea ECM, Maribor, Slovenia; Mário Vairinhos – University of Aveiro, Portugal; Oana Virlanuta – “Dunarea de Jos” University of Galati, Romania; Ana Vukičević – Polytechnic of Šibenik, Croatia; Sławomir Wiak – Lodz University of Technology, Poland; Grzegorz Zwoliński – Lodz University of Technology, Poland.

**Review Committe:** Tomislav Ivančević – Zagreb School of Business, Croatia (President); Gholamreza Anbarjafari, - University of Tartu, Estonia; Zoran Aralica – The Institute of Economics, Zagreb, Croatia; Patrizia Battilani - Universita di Bologna, Italy; Vlad Ciprian – “Dunarea de Jos” University of Galati, Romania; Emilio Cocco – University of Teramo, Italy; Sofia David – “Dunarea de Jos” University of Galati, Romania; Paulina Filip - Rzeszow University of Technology, Poland; Oliver Filiposki – Goce Delchev University in Shtip, North Macedonia; Maros Finka – Slovak University of Technology in Bratislava, Slovakia; Ante Galić – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Anita Grubišić – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Mariola Grzebyk – Rzeszow University of Technology, Poland; Fotis Kilipiris – International Hellenic University Thessaloniki, Greece; Ivica Klinac – University of Zadar, Croatia; Gina Lugović – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Mirjana Miličević - University of Mostar, Mostar, Bosnia and Herzegovina; Dijana Mečev – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Matej Mertik – Alma Mater Europaea, Slovenia; Dejan Metodijeski – Goce Delchev University in Shtip, North Macedonia; Danijel Mileta – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Zuzana Palkova – Slovak University of agriculture in Nitra, Slovakia; Petar Pepur – The University Department of Professional Studies Split, Croatia; Elisabeth T. Pereira, – University of Aveiro, Portugal; Ivica Poljičak – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Ivan Rančić – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Mili Razović – University of Zadar, Croatia; Krzysztof Rokosz – Koszalin University of Technology, Poland; Ljubo Runjić – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Aleksander Sładkowski – Silesian University of Technology, Gliwice, Poland; Mladenka Šarolić - Polytechnic „Marko Marulić”, Knin, Croatia; Jelena Šišara – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Nako Taskov – Goce Delchev University in Shtip, North Macedonia; Ludvik Toplak – Alma Mater Europaea, Slovenia; Barbara Toplak Perović – Alma Mater Europaea, Slovenia; Frane Urem – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Bistra Vassileva – University of economics – Varna, Bulgaria; Oana Virlanuta – “Dunarea de Jos” University of Galati, Romania; Ana Vukičević – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Željka Zavišić – Zagreb School of Business, Croatia; Dragan Zlatović – Polytechnic of Sibenik, Croatia; Jelena Žaja – Polytechnic of Sibenik, Croatia.

**Sponsors and Patrons:** Ministry of Justice and Administration, Ministry of Economy and Sustainable Development, Ministry of Tourism and Sports, Central State Office for the Digital Society Development; Oracle Academy, National park Krka, Sibenik Knin county, Sibenik Knin county Tourist Board, Sibenik Student Centre, City of Sibenik, Municipality of Pirovac.

The Conference Time and Venue: Sibenik, October 7 – 9 2021

# Stupanj atraktivnosti agroturističkih gospodarstava iz perspektive posjetitelja

Dejan Tubić<sup>1</sup>, Martina Kovačević<sup>2</sup>, Rikard Bakan<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Odjel za turizam, Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, 33000 Virovitica, Hrvatska (dejan.tubic@vuv.hr),

<sup>2</sup> Odjel za turizam, Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, 33000 Virovitica, Hrvatska (martina.kovacevic@vuv.hr),

<sup>3</sup> Odjel za turizam, Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, 33000 Virovitica, Hrvatska (rikard.bakan@vuv.hr)

UDK: 338.48:631

Agroturizam turističku ponudu temelji na poljoprivredi, tradiciji i aktivnostima koje se odvijaju na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Razlikuje se od regije do regije te tako nudi široki spektar proizvoda i usluga tijekom cijele godine koji ispunjavaju zahtjeve suvremenih turista. Težnje suvremenih turista za iskustvom zahtijevaju diferencijaciju turističkih područja i atraktivnost turističke ponude na temelju čega se destinacije pozicioniraju na tržištu i ostvaruju konkurentsku prednost. Kroz teorijski pregled daje se uvid u pojam agroturizma, aktivnosti te korisnike agroturističke ponude. Uvažavajući bogatstvo proizvoda i usluga, ekonomiju doživljaja, autentičnost, interpersonalizirani pristup gostu i ostale karakteristike agroturizma, on može dodatno doprinijeti daljnjem razvoju turizma u cjelini. Osnovna svrha empirijskog dijela rada odnosi se na percepciju i stavove posjetitelja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava po pitanju razine atraktivnosti trenutne ponude agroturizma. Istraživanje je provedeno na području Bjelovarsko – bilogorske županije na uzorku od 40 ispitanika. Ispitanici su potencijalni i aktualni posjetitelji obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji su u istraživanju sudjelovali putem internet ankete.

Ključne riječi: *agroturizam, atraktivnost, Bjelovarsko – bilogorska županija, suvremeni turisti*

## 1. Uvod

Atraktivnost ponude u turizmu postaje glavni adut za pozicioniranje na tržištu i daljnji napredak u smislu širenja poslovanja. Agroturizam kao jedan od specifičnih oblika turizma na ruralnom području nastoji konkurirati ostalim oblicima svojom simbiozom između poljoprivrede kao primarne djelatnosti i turizma kao sekundarne djelatnosti. S obzirom na to da je u današnjici prisutna turistička potražnja koja traga za aktivnim odmorom, za razliku od pasivnog koji nudi masovni turizam, postavlja se pitanje da li je agroturizam dovoljno privlačan za takvu vrstu odmora. Cilj rada je utvrditi razinu atraktivnosti agroturizma iz perspektive posjetitelja na temelju određenih karakteristika i ograničavajućih čimbenika razvoja.

## 2. Agroturizam

Ruralno područje u većem postotku (91,6%) zauzima teritorij Republike Hrvatske (Bolfek, Jakičić, Lončarić, 2013 prema DZZS, 2012) te se kao najbrži rastući oblik turizma koji je usko vezan za ruralno područje izdvaja agroturizam. Ruralno područje karakterom se promatra kao suprotnost urbanim, a podrazumijeva malu koncentraciju stanovništva, bavljenje tradicionalnom poljoprivrednom djelatnošću, seoski identitet te brojne različitosti krajolika (Ružić, 2009). Ruralno područje može se poistovjetiti s ruralnom idilom usporenog ritma življenja gdje ljudi zauzimaju određeno mjesto i imaju zasebne uloge te da taj prostor čine



četiri elementa: selo, poljoprivreda, okoliš i tehnologija; iz čega proizlaze četiri dimenzije: sociokulturna, ekonomska, ekološka i tehnološka (Šundalić, 2006). Kako bi se uvidio značaj agroturizma u zadovoljavanju novih zahtjeva suvremenih turista potrebno je prvenstveno terminološki razlikovati tri pojma: ruralni turizam, seoski turizam i agroturizam. Ruralni turizam kao najširi pojam obuhvaća oblike turizma koji se odvijaju u seoskom okruženju, odnosno na ruralnom području. Seoski turizam kao užiji pojam od ruralnog turizma, a opet širi pojam od agroturizma, podrazumijeva sve elemente i aktivnosti vezane za ruralno područje, dok je agroturizam primarno vezan za poljoprivredu i sekundarno za turizam (Ministarstvo turizma RH, 2011). Ruralni i seoski turizam poistovjećuju se u financijskom smislu iz razloga što ne moraju predstavljati dodatni izvor prihoda, dok agroturizam kroz svoju sekundarnu djelatnost ostvaruje prihode (Tubić, 2019). S obzirom na to da se agroturizam različito definira od strane raznih autora (Kušen, 2006; Baćac, 2006; Marques, 2006; Kizos i Losifides, 2007; Leko-Šimić i Čarapić, 2007; Singh, 2008; Bršić, Franjić i Ružić, 2010; Barbieri, 2013; Vrsaljko i Viljac, 2015; Tubić, 2019) može se zaključiti da ne postoji opće prihvaćena definicija koja obuhvaća sve njegove elemente poput: mjesta u kojem se odvija, aktivnosti koje provodi, dionike koji se bave agroturizmom i provode mjere na svim razinama, autentičnost, svrhu za turiste i slično. U tom smjeru sastavlja se definicija koja uključuje sve elemente, a glasi *„Agroturizam je pojavni oblik ruralnog turizma koji podrazumijeva privremeno kretanje izvan uobičajene sredine stalnog boravka turista koje uključuje kratkoročne i dugoročne posjete aktivnom ili pasivnom poljoprivrednom, hortikulturnom ili inom poslovnom subjektu u ruralnom području sa svrhom edukacije i zabave gdje je pružanje turističkih usluga dopunska djelatnost koja oplemenjuje i stvara višu vrijednost poljoprivredi kao primarnoj djelatnosti, što ujedno donosi dodane pogodnosti i mogućnost ekonomskog, sociokulturnog i ekološkog karaktera vlasnicima gospodarstva, lokalnoj zajednici i okolišu, dok turistima omogućuje stjecanje jedinstvenih iskustava i doživljaja o poljoprivredi i svakodnevnom načinu života lokalnog stanovništva i općenito o autentičnom ruralnom području“* (Tubić, 2019, 186). Agroturizam na području Bjelovarsko-bilogorske županije suočen je s brojnim ograničavajućim čimbenicima poput: zakonske regulative, poreznih nameta, administracije i birokracije, nedostatka financijskih sredstava, nepostojanja strategije razvoja ruralnog turizma. Iz tog razloga potrebno je razvoj usmjeriti na nacionalnu, regionalnu i lokalnu razinu, prvenstveno uzimajući u obzir vlasnike agroturističkih imanja koji iz prve ruke mogu ukazati na problematiku razvoja i prikazati moguća rješenja (Kovačević, 2018).

## **2.1. Odvijanje aktivnosti unutar agroturizma**

Dobivanjem na značaju i kao pojam novijeg doba, agroturizam podrazumijeva usluge smještaja i prehrane, ekonomske, kulturne i druge aktivnosti koje su vezane za seoski ambijent (Grgić, Zrakić i Cerjak, 2011). To potvrđuju i Bršić, Franić i Ružić (2010) koji agroturizam promatraju kao usko vezanim za lokalnu zajednicu, njezinu tradiciju, kulturu, običaje i geografska obilježja. Pod pojmom agroturizam podrazumijevaju se aktivnosti poput: poljoprivrede, gastronomije, folklor, manifestacija etnologiju i stare zanate koji su usko vezani za ambijent sela u kojem se odvijaju (Hajdaš Dončić, Horvat i Šmid, 2007). Seoski ambijent podrazumijeva boravak turista i njegovu mogućnost za sudjelovanje u radu i životu na imanju (Franjić i Cunj, 2007). Život na imanju podrazumijeva kontakt s poljoprivredom djelatnošću te može biti podijeljen u tri vrste: izravan (opipljivo obilježje, npr. mužnja krava), neizravan (kontakt s poljoprivrednom proizvodnjom, npr. prerada hrane) i pasivan kontakt (turizam i poljoprivreda su neovisni, ali je farma zajednička te se npr. odvijaju aktivnosti na otvorenom) (Phillips, Hunter i Blackstock, 2010). Neke od aktivnosti agroturizma su: ture, aktivnosti na

otvorenom, manifestacije, rekreacija, labirinti, jahanje konja, kušaonice, razgledavanje životinja... (Barbieri i Mshenga, 2008). Agroturističko poslovanje specifično je radi utjecaja na socioekonomske odnose i ruralni prostor u kojemu se odvija prema čemu se zaključuje da je ambijent okruženja bitan za provođenje aktivnosti turista i zadovoljavanje njihovih potreba (Brščić, 2006). Agroturizam u poslovnom smislu podrazumijeva otvaranje novih profitabilnih tržišta te se pritom osiguravaju nova putna iskustva u smislu obrazovanja, sudjelovanja u poljoprivrednim aktivnostima i uživanja (Chiang, 2013). Iako se ne bilježe statistički podaci vezani za razvoj agroturističkih imanja, neophodno je pratiti razvoj aktivnosti koje utječu na atraktivnost područja u kojem se odvijaju da bi se stvorio uvid u konkurentnost i dosljednost praćenja aktualnih tržišnih promjena.

## **2.2. Utjecaj suvremenih turista na određivanje agroturističke ponude i atraktivnost**

Suvremeni turisti imaju nove zahtjeve i poglede na utrošak slobodnog vremena te ujedno kreiraju nove trendove na turističkom tržištu. Atraktivnost agroturističke ponude odražava se kroz potrebu za diferenciranim, bogatijim sadržajem koji se odvija na agroturističkim imanjima tijekom cijele godine. Pojavom novih interesa suvremenih turista koje privlači prirodni ambijenti u ruralnim sredinama, agroturizam postaje sve značajniji u turističkoj ponudi Hrvatske (Curić, 2010). Prema karakteristikama suvremenih turista oni se mogu kategorizirati u dvije skupine turista: klasični turisti - tragaju za dodatnim sadržajima i atrakcijama pored sunca i mora; i novi turisti - tragaju za avanturizmom, drastičnim promjenama, nepoznatim, drugačijim sadržajima (Korlević i Krajnović, 1999). O promjenama tržišta potražnje ruralnog turizma govori i Jelinčić (2007) navodeći da turisti tragaju za aktivnim odmorom koji podrazumijeva brigu o okolišu i brigu o zdravlju, a ujedno su takvi boravci skraćeni, dakle putuje se sve češće, ali kraće. Na raznim turističkim odredištima, osim konzumacije proizvoda i usluga, turisti procjenjuju kvalitetu usluga na temelju koje grade svoja iskustva i dijele ih s drugima (Prebensen, 2007). Agroturizam proizlazi iz avanturističkog duha suvremenih posjetitelja koji podrazumijeva boravak u seoskoj ambijentu, kušanje tradicionalnih jela karakterističnih za podneblje i empirizam (Šegro i Tomičić, 1998). Sudjelovanje turista u ruralnim aktivnostima moguće je u poljoprivrednim djelatnostima, u uživanju krajolika i agro-biološke raznolikosti i u istraživanju lokalne kulture (Harrera Catalino i Lizardo, 2004). Posjetitelji na obiteljskim poljoprivrednim imanjima zainteresirani su za praktičnost, raznolikost sadržaja, mogućnošću kupovine proizvoda s dodanom vrijednošću tijekom i nakon posjeta te žele imati veći pristup informacijama o imanju, proizvodima i aktivnostima (McGehee, 2007). Osim prirodnog ambijenta i brojnih aktivnosti na ruralnom području neizostavno je uzeti u obzir i radnu snagu koja pruža turističke usluge i proizvodi turističke proizvode te ujedno utječe na atraktivnost pojedinog ruralnog područja. Obrazovanje radne snage ima velik značaj pri definiranju aktivnosti i dostizanju atraktivnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (Curić, 2010). Osim znanja u području poljoprivrede moraju posjedovati i određene komunikacijske i poduzetničke vještine, ali i kulturu ophođenja s ljudima kako bi pružili izvorni proizvod u duhu tradicije (Curić, 2010). Interpersonalizirani odnos domaćin-gost svakako utječe na kvalitetu turističke ponude (Ružić, 2009; Roman, 2015). Privlačni (pull) čimbenici mogu biti promatrani:

- u materijalnom: atributi destinacije, usluge prehrane, smještaj, transportni objekti, članovi obitelji koji žive u destinaciji, te ostali sadržaji uključujući komunikaciju,
- i nematerijalnom obliku: mentalna slika o destinaciji, ambijent i iskustvo destinacije na temelju prethodnog posjeta, politički/socijalni aspekti, okoliš, relativni trošak turističkog paketa (Tubić, 2019 prema Saverimuttu i Varua, 2017).

Neki od osnovnih elemenata atraktivnosti koje utječu na agroturističku potražnju su: blizina povijesnih i kulturnih sadržaja, privlačan okoliš, tradicija te ljubazno osoblje na imanjima (Franić i Grgić, 2002). Iz elemenata proizlaze prosudbe ruralnih potrošača o kvaliteti turističkog iskustva koja predstavlja mjerilo zadovoljstva/ne zadovoljstva i ispunjenim/ne ispunjenim očekivanjima (Skuras, Petrou, Clark, 2006). Specifični oblici turizma poput agroturizma pružaju turistima mogućnost za zadovoljenje njihovih individualnih potreba i zahtjeva koji dovode do promjena u svrsi, načinu i sadržaju provođenja odmora.

### 3. Metodologija istraživanja

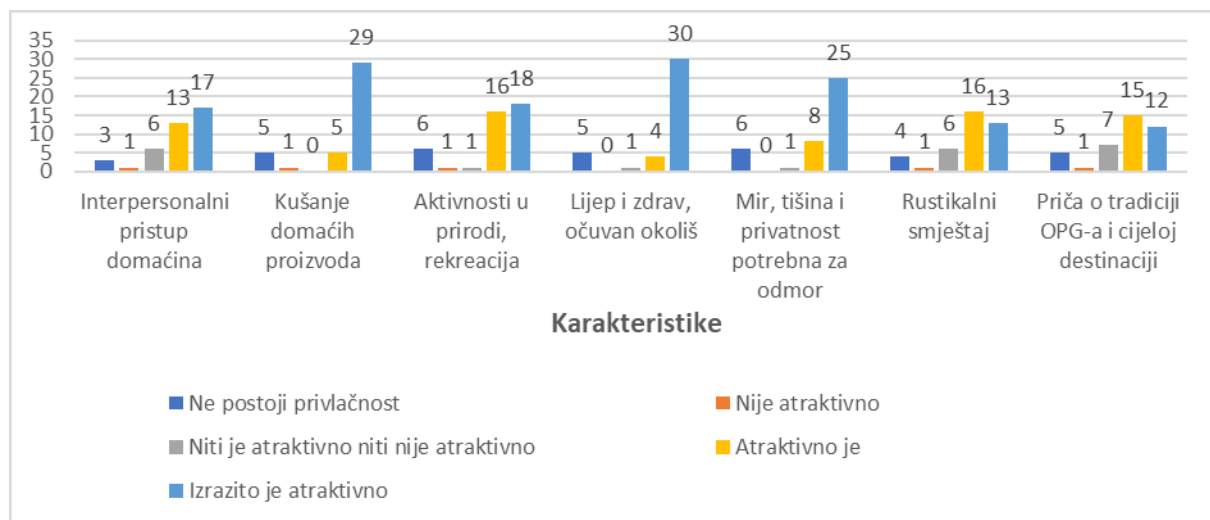
Na području Bjelovarsko – bilogorske županije ispitano je 40 ispitanika u razdoblju od 1. do 17. srpnja 2020. godine. Sudionici istraživanja ispitani su pomoću anketnog upitnika dostavljenog putem interneta. Upitnik je bio usmjeren na ukupno 100 ispitanika, što ukazuje na to da 60% ispitanika nije htjelo sudjelovati u istraživanju iz nepoznatih razloga. Anketni upitnik sadržavao je 10 pitanja kroz dvije tematske cjeline. Unutar prve cjeline postavljena su 3 pitanja vezana uz socio-demografske karakteristike, a unutar druge 7 pitanja vezanih uz razinu atraktivnosti agroturizma. Cjelokupno istraživanje provedeno je s ciljem utvrđivanja razine atraktivnosti agroturizma iz perspektive posjetitelja na temelju određenih karakteristika i ograničavajućih čimbenika razvoja.

### 4. Rezultati istraživanja

Iz prve tematske cjeline ankete može se zaključiti da je prosječni posjetitelj agroturističkih imanja ženska osoba starosti od 26 do 40 godina, visoke stručne spreme te da posjećuje agroturistička imanja barem 3 puta godišnje.

Unutar druge tematske cjeline ispitanici su označili u kojoj mjeri smatraju da su pojedine karakteristike agroturizma atraktivne te izdvojili ih nekoliko poput: lijepog, zdravog i očuvanog okoliša, kušanje domaćih proizvoda i mir, tišina i privatnost potrebna za odmor (Graf 1).

Graf 1. Stupanj atraktivnosti pojedinih karakteristika agroturizma

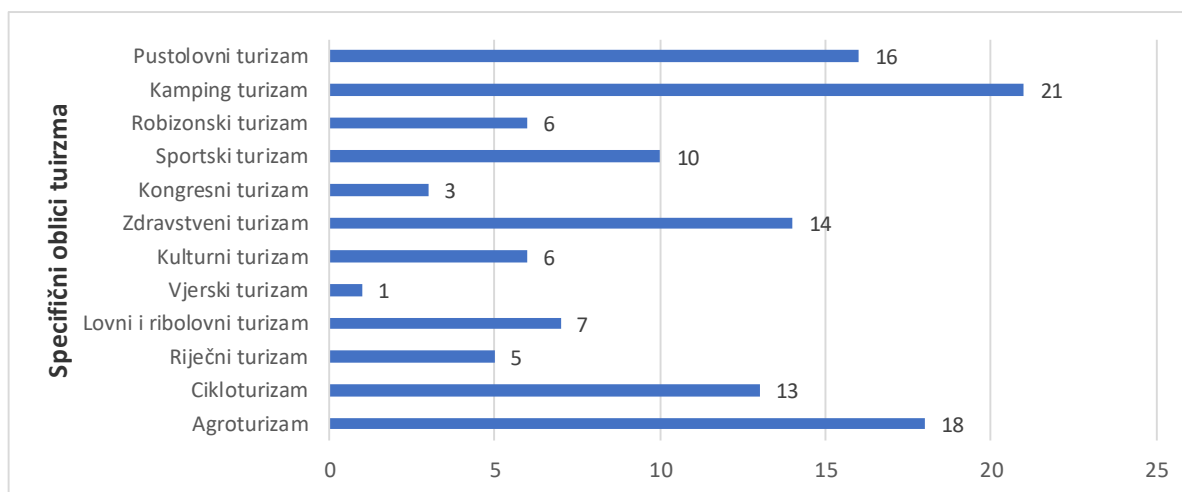


Izvor: Autor, obrada podataka u srpnju 2020.

S druge strane, rezultati istraživanja ukazuju da brojni čimbenici negativno utječu na atraktivnost agroturizma poput: neadekvatnog radnog kadra, nedostatka inovacija, ne mogućnosti smještaja, ne očuvanje okoliša i ne mogućnost samostalne pripreme domaće hrane. Također, većina ispitanika smatra da je turistička ponuda sadržaja na agroturističkim imanjima nedovoljno razvijena, da nedostaje sadržaja preko zime, sadržaja za mlade i djecu te sadržaja vezanih za sudjelovanje u sezonskim poslovima. Ispitanici su naveli nekoliko preporuka za povećanje atraktivnosti agroturizma, odnosno koje sve usluge bi dodali ili unaprijedili kako bi spomenuti oblik turizma bio dovoljno atraktivan. Većina odgovora vezana je za promotivne aktivnosti putem društvenih mreža, promo videa i zajedničkog nastupa na tržištu, odnosno udruživanje lokalnih imanja u svrhu zajedničke turističke ponude.

Nadalje, pomoću istraživanja saznalo se više o oblicima turizma koji nisu dovoljno razvijeni, a pritom i nedovoljno atraktivni (Graf 2). Izdvajaju se kamping turizam, agroturizam i pustolovni turizam.

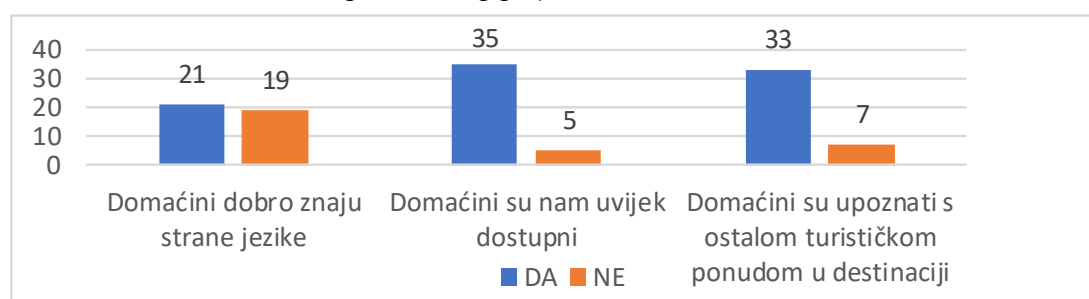
Graf 2: Odabir triju specifičnih oblika turizma koji bi se trebali još više razvijati na području Bjelovarsko – bilogorske županije



Izvor: Autor, obrada podataka u srpnju 2020.

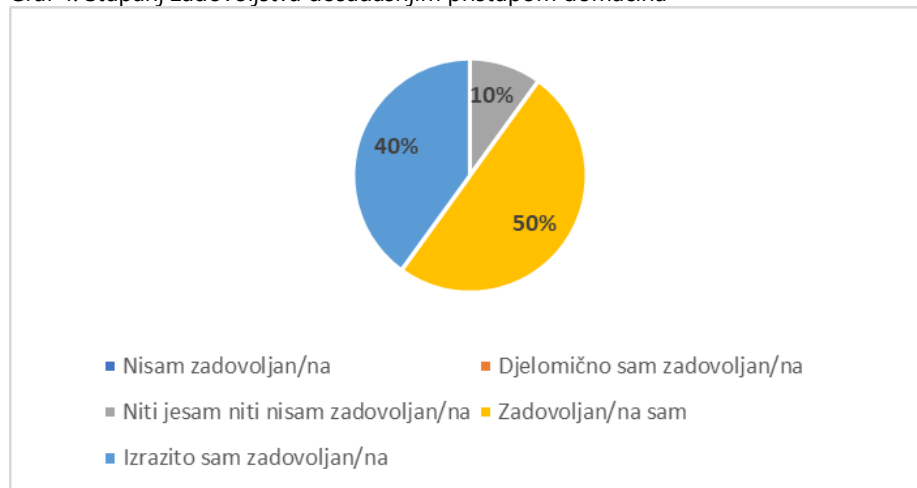
Izvori pomoću kojih ispitanici dolaze do informacija o agroturističkom imanju kojeg namjeravaju posjetiti ili su već posjetili u najvećoj mjeri (50%) odnose se na društvene mreže. Zatim putem preporuka bližnjih (27,50%), prilikom susreta na sajmovima (10%) te u nešto manjoj mjeri pomoću web stranica turističkih zajednica (5%), promotivnih materijala (5%) i web stranica OPG-a (2,50%). U zadnjem dijelu istraživanja ispitana je percepcija ispitanika o karakteristikama domaćina (Graf 3) i stupanj zadovoljstva dosadašnjim pristupom domaćina (Graf 4).

Graf 3: Karakteristike domaćina agroturističkog gospodarstva



Izvor: Autor, obrada podataka u srpnju 2020.

Graf 4. Stupanj zadovoljstva dosadašnjim pristupom domaćina



Izvor: Autor, obrada podataka u srpnju 2020.

## 4. Zaključak

Iz provedenog istraživanja može se utvrditi da je posjećenost obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava zadovoljavajuća te da su dolasci potaknuti društvenim mrežama kao najčešćem korištenom izvoru informacija. Iz privlačnih karakteristika agroturizma može se utvrditi da suvremeni turisti teže odmoru van urbanih središta, zelenom i mirnom okruženju uz korištenje brojnih aktivnosti među kojima je i kušanje domaćih proizvoda. Utvrđuje se da su domaćini uglavnom upoznati s cjelokupnom ponudom destinacije te da su uvijek dostupni svojim gostima što uvelike doprinosi dodatnom doživljaju i atraktivnosti na pojedinom agroturističkom imanju. Budući razvoj kamping turizma, agroturizma i pustolovnog turizma istaknuo se kao najveći interes iz perspektive posjetitelja na području Bjelovarsko – bilogorske županije. S obzirom na nedovoljnu razvijenost, ujedno i ne atraktivnost može se zaključiti da agroturizam nije dovoljno konkurentan među ostalim specifičnim oblicima turizma, ali da postoji velika zainteresiranost od strane turista za dodatnim sadržajima i aktivnostima. Ograničavajući čimbenici ujedno predstavljaju prilike za usavršavanje poslovanja. Dodatnom edukacijom, članovi agroturističkih imanja imaju priliku za obogaćivanje postojeće turističke ponude s kojom mogu privući i one posjetitelje koji do sada nisu pokazivali interes za takav oblik turizma te prilike za promišljanje o važnosti održivog razvoja. Obogaćeni turistički sadržaji odnose se na uvođenje dodatnih aktivnosti koje su prilagođene za sve uzraste i koje se odvijaju tijekom cijele godine. Odvijanjem aktivnosti na cjelogodišnjoj razini konkurira se ostalim oblicima turizma, a posebice masovnom turizmu koji se odvija samo tijekom ljetnih mjeseci. Uvođenjem novih turističkih sadržaja, unaprjeđenjem postojeće turističke ponude, edukacijom članova i vlasnika obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, marketinškim aktivnostima, zajedničkim oglašavanjima i udruživanjima stvara se slika jedinstvene, specifične, atraktivne turističke destinacije, a ujedno i zadovoljavaju potrebe suvremenih turista.

## LITERATURA

1. Baćac, R. (2006). Agroturizam – tradicijske vrijednosti u funkciji turizma. U: Petrović Leš, T., Pletenac, T. (ur.) *Zbornik radova Etnologija i kulturni turizam*. Zagreb: Filozofski fakultet – Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju.

2. Barbieri, C. (2013). Assessing the sustainability of agrotourism in the US: a comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures, *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 166-183.
3. Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia ruralis*, 48(2), 166-183.
4. Bolfek, Jakičić, Lončarić (2013). Mogućnosti razvoja turizma na ruralnom području Brodsko – posavske županije. *Oeconomica Jadertina*, 3(1), 73-87.
5. Brščić, K. (2006). Utjecaj agroturizma na poljoprivrednu proizvodnju. First International Conference on Agriculture and Rural Development. Topusko: 559-563.
6. Brščić, K., Franjić, R., Ružić, D. (2010): Why Agrotourism – owner's opinion. *Journal of Central European Agriculture*, 11(1), 21-42.
7. Chiang, L. (2013): *An evaluation of the levels of entrepreneurship and competitive advantages in small midwestern agritourism businesses*. Iowa: Iowa State University
8. Ćurić K. (2010). Agroturizam kao dodatne djelatnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 1(1), 101-104.
9. Franić, R., & Grgić, Z. (2002). Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj–Pretpostavke i izgledi razvitka-Studij slučaja. *Agriculturae conspectus scientificus*, 67(3), 131-141.
10. Franić, R., Cunj, L. (2007): Društveno – gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji. *Agronomski glasnik: Glasilo Hrvatskog agronomskog društva*, 69(5), str. 381-400.
11. Herrera Catalino, A., Lizardo, M. (2004): *Agriculture, environmental services and agro-tourism in the Dominican Republic*, 1(1), 87-116.
12. Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society & Politics*, 12(1), 59-77.
13. Korlević, K., Krajnović, A. (1999). Razvoj astroturizma u višnjanu. *Tourism and hospitality management*, 5(1-2), 85-96.
14. Kovačević, M. (2008). Ograničavajući čimbenici razvoja agroturizma Bjelovarsko – bilogorske županije. Diplomski rad. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici: Virovitica
15. Kušen, E. (2006). Ruralni turizam, 167-190., U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006), *Hrvatski turizam – plavo bijelo zeleno*. Zagreb, Institut za turizam.
16. Leko – Šimić, M., Čarapić, H. (2007). Agroturizam u istočnoj Hrvatskoj: Model razvoja i prilagodba novom tržišnom segmentu. U: Baćac, R. (ur.), *Zbornik radova 1. Hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem „Perspektive razvoja ruralnog turizma“*, Hvar: 17.-21. listopada 2007., Zagreb: Hrvatski farmer d.d., 281-289.
17. Marques, H. (2006). Searching for complementarities between agriculture and tourism—the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. *Tourism economics*, 12(1), 147-155.
18. McGehee, N. G. (2007). An agritourism systems model: A Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111-124.
19. Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism management*, 31(6), 754-758.

20. Prebensen, N. K. (2007). Exploring tourists' images of a distant destination. *Tourism management*, 28(3), 747-756.
21. Roman, M. (2015). Agritourism farms owners' competence in running their economic activities. *Polish Journal of Management Studies*, 11(1), 136-146.
22. Ružić, P. (2009). Ruralni turizam. Pula, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
23. Saverimuttu, V., Varua, M.E. (2017). Consumers and Rural Tourism in Developing Economies, 113.-132., U: Oriade, A., Robinson, P. (eds.) (2017). *Rural Tourism and Enterprise Management, Marketing and Sustainability*, Wallingford, Boston: CABI International
24. Singh, L.K. (2008). *Trend sin Travel and Tourism and Law*. Delhi, ISHA Books.
25. Skuras, D., Petrou, A., & Clark, G. (2006). Demand for rural tourism: the effects of quality and information. *Agricultural economics*, 35(2), 183-192.
26. Šegro, Z., Tomičić, Z. (1998). Kreiranje turističkih potreba u selektivnom turizmu. U: Peršić, M. (ur) *Zbornik radova Hotelska kuća '98*, Hotelijerski fakultet Opatija (311 – 320)
27. Tubić, D. (2019). *Ruralni turizam: od teorije do empirije*. Virovitica, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
28. Vrsaljko, A., Viljac, M. (2015). Agriturizam u Splitsko – dalmatinskoj županiji u poredbi s Bavarskom. *Agronomski glasnik*, 4-6: 185-206.
29. Zrakić, M., Grgić, I., Cerjak, M. (2011). Agroturistička ponuda Zagrebačke županije: ograničenja i mogućnosti. *Agronomski glasnik: Glasilo Hrvatskog agronomskog društva*, 73(1-2), 41-58.

## Summary

### **THE DEGREE OF ATTRACTIVENESS OF AGRITOURISTIC ESTATES FROM THE PERSPECTIVE OF THE VISITORS**

*Agritourism bases its tourism offer on agriculture, tradition and activities which take place on family farms. It differs from region to region and therefore offers a wide array of products and services which satisfy the needs of contemporary tourists. The aspirations of contemporary tourists demand a differentiation of tourism areas, and of the attractiveness of the tourism offer from which destinations place themselves on the market, and are able to achieve a competitive advantage. The theoretical overview gives insight into the term agritourism, the activities associated with it, and the consumers of its tourism offer. Taking into account the wealth of products and services, the experience economy, the interpersonal approach to the guest, and other characteristics of agritourism, we can conclude that it can further contribute to the development of tourism as a whole. The main purpose of the empirical part of the paper concerns the perceptions and attitudes of the visitors of family farms, specifically the question to what degree of attractiveness do they find the current agritourism offer. The research was carried out in the Bjelovar-Bilogora county area, with a sample size of 40 respondents. The respondents were potential and actual visitors of family farms who participated through an internet survey.*

*Keywords: agritourism, attractiveness, Bjelovar-Bilogora county, contemporary tourists*