



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Mogućnosti i ograničenja razvitka agroturističkog gospodarstva – studij slučaja u Istri

Magdalena Zrakić¹, Ivo Grgić¹, Kristina Batelić², Marina Tomić¹, Željka Mesić¹, Josip Gugić³

¹Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Svetošimunska cesta 25, Zagreb (mzrakic@agr.hr)
252231 Nedešćina, Vrećari 8

³Veleučilište Marko Marulić, Krešimirova 30, 22300 Knin

SAŽETAK

Istra je regija s razvijenom turističkom ponudom u čemu značajno mjesto zauzima agroturizam kao selektivni oblik ruralnog turizma. Cilj je rada na temelju istraživanja odabranog agroturističkog gospodarstva – studij slučaja, utvrditi mogućnosti te osnovna ograničenja razvitka agroturizma na području Istre. Istraživanje je pokazalo da se poslovanje agroturističkog gospodarstva temelji na vlastitoj poljoprivrednoj proizvodnji, obiteljskoj radnoj snazi, znanju i edukaciji, suradnji s partnerima u okruženju, autohtonoj gastronomskoj ponudi uz razvijenu ponudu pratećih usluga te prikladan marketing. Osnovna ograničenja daljnjem razvoju prepoznaju se u administraciji i zakonskom okviru koji uređuje poslovanje te nedostatku povoljnih financijskih sredstava. Kao ograničenje prisutna je i nedovoljna educiranost pružatelja usluga u specifičnim znanjima (primjerice marketing) te (ne)dostupnost takvih tipova edukacije.

Ključne riječi: agroturizam, Istra, studij slučaja, intervju, SWOT

UVOD

Istraživanje turizma zahtjeva multidisciplinarni pristup zbog njegove ovisnosti o drugim djelatnostima, ali i zbog mnoštva neekonomskih čimbenika kao što su meteorološke promjene, politički, sigurnosni i drugi uvjeti destinacija, odnosno širih područja. U ruralnim područjima gdje postoje osnovni preduvjeti (čist i atraktivan okoliš, kulturno nasljeđe, povijesne građevine, dobra

razina kvalitete života), turizam u znatnoj mjeri doprinosi stupnju ekonomskog razvitka i općeg blagostanja (Becchetti, 1999.). Dajući svoj doprinos postizanju gospodarskog i društvenog razvitka i obnove, on je “učinkovit izvor dohotka i zaposlenosti, posebice u perifernim ruralnim područjima gdje su tradicionalne poljoprivredne djelatnosti u opadanju“ (Sharpley, 2002.).

Istarski poluotok obuhvaća površinu od

3.476 četvornih kilometara, a 90% te površine pripada Hrvatskoj¹. Istra kao regija ima vrlo povoljan geografski položaj. Administrativno je podijeljena na 41 jedinicu lokalne samouprave (10 gradova i 31 općinu). Broj stanovnika u Istarskoj županiji, prema Popisu iz 2011. godine, je 208.055 odnosno 4,85% stanovništva Hrvatske.

Glavnina raspoloživog zemljišta koristi se u poljoprivredi i šumarstvu, a prevladavaju vinogradarstvo i maslinarstvo te proizvodnja autohtonih proizvoda (vina, maslinova ulja, tartufi i proizvodi od tartufa, pršut, rakija i dr.). Poljoprivredna proizvodnja uvelike se prilagodila potrebama turizma, ali i struktura potrošnje prehrambenih proizvoda u turizmu utječe i na promjene u strukturi poljoprivredne proizvodnje.

U strukturi poljoprivrednih gospodarskih subjekata prevladavaju obiteljska poljoprivredna gospodarstva², a posjeduju više od 80% ukupnih poljoprivrednih površina.

Agroturistička ponuda u Hrvatskoj je sve značajnija (Grgić i sur., 2011.), kao i potražnja za takvom vrstom turizma od strane potrošača (Zrakić i sur., 2012). Agroturizam u Istri posljednjih godina se profilira u atraktivan

turistički proizvod, a Istra kao hrvatska regija prednjači u raznovrsnosti ponude (Ilak Peršurić, 2010.). Ponuditelji takvih usluga uspjeli su predvidjeti potražnju za agroturizmom kao oblikom turizma koji sve više dobiva na gospodarskom značenju. Tome pogoduju i dobro razvijeni glavni čimbenici kao što su prirodna i društvena privlačnost, prometna povezanost, ponuda u ruralnom turizmu, turističko posredovanje (Rajko, 2013.).

METODE RADA I KORIŠTENI IZVORI

Potencijal agroturističke ponude na razini jednog gospodarstva središnje Istre analiziran je metodom studije slučaja, odnosno analizom stanja na agroturističkom gospodarstvu. Metoda studije³ slučaja je kvalitativna metoda kojom se proučava određeni slučaj s obilježjima koji su predmet istraživanja.

Metodom ispitivanja i promatranja prikupljeni su primarni podaci. Za potrebe rada proveden je u mjesecu prosincu 2014. godine strukturirani dubinski intervju⁴ s nositeljem agroturističkog gospodarstva koje se nalazi u istarskom selu Špinovci⁵.

¹ Prema EU kriteriju 81,6% područja klasificirano je kao ruralni prostor s 36,3% ukupnog stanovništva i 82% naselja. Prosječna naseljenost je 73 stanovnika/km². U ruralnom području gustoća naseljenosti je manja (33 st./km²), što je posljedica male veličine naselja i njihove raštrkanosti.

² Prema podacima Agencije za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju (APRRR), posljednjih godina više je novootvorenih obiteljskih gospodarstva na području Istarske županije, od onih koji su ugasili svoje poslovanje, što svakako doprinosi opstojnosti poljoprivredne djelatnosti i diversifikaciji ponude. Jedan od vidova diversificirane ponude tih gospodarstava je agroturizam.

³ Osnovni postupak u studiji slučaja sastoji se u sagledavanju svih važnijih aspekata jedne pojave ili situacije, uzimajući kao jedinicu analize pojedinačni subjekt, u ovom slučaju agroturističko gospodarstvo.

⁴ Metoda intervjua je oblik razgovora dvije osobe koji se vodi s točno određenom svrhom i ciljevima, s unaprijed izrađenim planom razgovora. Upitnik po kome se vodi razgovor naziva se osnova razgovora. Za potrebe ovog rada razgovor je proveden u obliku standardiziranog i individualnog face-to-face intervjua u kućanstvu ispitanika.

⁵ Mjesto u blizini grada Motovuna, 20 km od grada Poreča.

Upitnik se sastojao od 35 pitanja podijeljenih u 6 tematskih cjelina (opis gospodarstva, opis agroturističke djelatnosti, opis gostiju, marketing koji koriste, suradnja s dionicima turizma u okruženju te planovi za budući razvoj). Rezultati su upotpunjeni analizom sadržaja nekih prethodnih istraživanja.

REZULTATI I RASPRAVA

Agroturizam podrazumijeva pružanje usluge smještaja i prehrane na obiteljskome gospodarstvu, s uključenim doživljajima seoskog ambijenta, kulturne baštine, ekonomije područja i slično. Uz mnoge polemike o definiranju pojma u stručnoj literaturi, zajednički nazivnik većini definicija je da agroturizam podrazumijeva „interakciju između poljoprivrede i turizma kao djelatnosti na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu“ (Zrakić i sur., 2012. prema Blacka i sur., 2001., Caballe, 1999., Przezborska, 2003.). Prema Grgić i sur. 2011. agroturizam je definiran kao način „oplemenjivanja“ postojeće poljoprivredne proizvodnje na gospodarstvu, jer se prodajom proizvoda i usluga povećava poljoprivredni i dohodak domaćinstva. U posljednje vrijeme potražnja za odmorom na takvim imanjima se povećava. Gosti u većini slučajeva odlaze na agroturistička gospodarstva prvenstveno iz gastronomskih razloga (uživanje u domaćim jelima i tradicijskim pićima), a nešto manje se javlja i interes za razgledavanjem imanja, domaćih životinja ili zbog drugih aktivnosti na gospodarstvu (Franić i Cunj, 2007.).

Uloga agroturizma za ruralno područje i samo gospodarstvo je višeznačna. S

gledišta pružatelja usluga, agroturizam je relativno jednostavan i poželjan prodajni kanal poljoprivrednih proizvoda i način povećanja dohotka. Osim ove neposredne koristi za proizvođače, javljaju se posredni učinci za cjelokupno područje u kojem se agroturizam odvija. To su primjerice: nova dodana vrijednost lokaliteta i prepoznatljivost destinacije od potencijalnih turista, očuvanje tradicije i identiteta mjesta (Erstić i sur., 2011.), uz otvaranje novih radnih mjesta i ublažavanje negativnih procesa u ruralnom prostoru (depopulacija, deagrarizacija, senilizacija, urbanizacija i sl.).

Opis gospodarstva, lokacije i agroturističke djelatnosti

Agroturističko gospodarstvo (Tablica 1.) je smješteno u selu Špinovci koje se nalazi južno od rijeke Mirne u Općini Karojba⁶, a nasuprot grada Motovuna. Stanovništvo toga kraja pretežito se bavi poljoprivredom (vinogradarstvo, a u posljednje vrijeme javlja se i maslinarstvo). Područje je udaljeno oko 14 km od morske obale. Zbog utjecaja mediteranske i kontinentalne klime područje se razlikuje te je prisutna krška zaravan u jugozapadnom dijelu i brdovito područje sjeveroistočnog dijela.

Motiv bavljenja ovom djelatnošću za obitelj bio je dodatni izvor prihoda kroz smještaj te osiguranje egzistencije mlađoj obiteljskoj generaciji.

Proizvode Istarsku malvaziju, Motovunski teran te ekstra djevičansko maslinovo ulje iz vlastitih vinograda i maslinika. Najstariji vinograd na imanju ima oko 120 godina, a najmlađi 7. Vinogradarstvom se ozbiljnije

⁶ Općina Karojba osnovana je 1997. godine izdvajanjem iz općine Motovun. Ukupna površina iznosi 34,66 km², a prema Popisu stanovništva iz 2011. godine broji 1.442 stanovnika. Sastoji se od četiri veća naselja: Karojbe, Motovunskih Novaki, Rakotula i Škropeti. U blizini gospodarstva su turističke atrakcije Motovun i Čičarija.

počinju baviti 2005. godine na 4 hektara poljoprivredne površine uz maslinik s 800 stabala maslina. Za potrebe ponude prehrane na gospodarstvu proizvodi se sve što je u mogućnosti proizvesti na samom gospodarstvu (krumpir, povrće, tov svinja, perad, jaja, pšenica, voće), dok se mlijeko i mliječni proizvodi otkupljuju od lokalnih proizvođača.

Agroturizam je započeo kada je renovirana i adaptirana stara kamena kuća⁷ u tri rustikalna apartmana i restoran s autohtonom gastronomskom ponudom. Svi radno aktivni članovi kućanstva bave se poljoprivrednom proizvodnjom u kojoj vino i maslinovo ulje (sorti leccino i istarska bjelica) čine osnovicu ponude na gospodarstvu. Prihod od agroturizma je danas dominantan izvor dohotka.

Cjelokupna gastroenološka ponuda na gospodarstvu potječe iz vlastite poljoprivredne

proizvodnje. Dodanu vrijednost gospodarstva čini držanje domaćih životinja u edukativne svrhe. Uz uslugu prehrane i smještaja, nudi se usluga degustacije vina i maslinova ulja te sudjelovanje u različitim aktivnostima ovisno o sezoni (berba šparoga, tartufa i ostalih šumskih plodova te sudjelovanje u poljoprivrednim poslovima). Postoji paket usluga smještaja u obliku polupansiona, punog pansiona i noćenja s doručkom te samo noćenja. U sastavu agroturističke posjete preporučuje se posjet istarskim gradovima Motovun, Grožnjan i Oprtalj.

Opis gostiju i marketing

Tip gostiju koji najčešće posjećuju gospodarstvo je obitelj. U podjednakom omjeru pojavljuju se potrošači muškog i ženskog spola,

Tablica 1. Osnovne karakteristike agroturističkog gospodarstva

| | |
|---------------------------------------|---|
| Godina pokretanje agroturizma | 1999. |
| Veličina gospodarstva | 13 ha |
| Tip poljoprivredne proizvodnje | Vinogradarska i vinarska proizvodnja, maslinarstvo i proizvodnja maslinova ulja, povrće i voće, držanje domaćih životinja |
| Broj članova obitelji | 9 |
| Dob članova | od 28 do 64 godine |
| Broj zaposlenih | 8 (5 članova obitelji i 3 vanjska djelatnika) |
| Vještine članova obitelji | Strani jezici (talijanski, engleski i njemački) te znanja iz ekonomije i informatike |

Izvor: Vlastito istraživanje

⁷ Poput 200 godina stare kamene kuće prenamijenjene prijemu gostiju s dva apartmana za boravak.

a prevladavaju oni srednje životne dobi od 30 do 45 godina. Značajan je udio tzv. poslovnih ljudi s višim stupnjem obrazovanja i većim prihodima.

Od domaćih gostiju većina ih dolazi iz urbanih središta - Pule, Rijeke i Zagreba, dok inozemni gosti dolaze iz Ujedinjenog Kraljevstva, Francuske, Njemačke, Austrije i skandinavskih država. Talijanskih gostiju je osjetno manje. Pretpostavlja se da je razlog tomu slična ponuda koju mogu pronaći na svome domaćem tržištu.

Prema dobivenim podacima utvrđena je najveća posjećenost u jesen i proljeće, dok je ljeti i zimi nešto manja. Dok su jednodnevni boravci na gospodarstvu planirani ponajviše zbog obiteljskih objeda uz kušanje domaće hrane i pića, višednevni boravci uglavnom traju od 7 do 10 dana, što potvrđuje i rezultate istraživanja autora Grgić i sur. (2011.). Od proizvoda na gospodarstvu najveća je potražnja za domaćom hranom i vinom te ostalim poljoprivrednim proizvodima.

Analizirano agroturističko gospodarstvo nema razvijenu marketing strategiju za ostvarenje ciljeva u budućnosti te na tome još radi. Kao glavne razloge tomu navode neznanje i neinformiranost u osmišljavanju marketing strategije koju bi koristili u agroturizmu. Franić i Grgić (2002) u rješavanju tih nedostataka predlažu pridruživanje stručnim udruženjima (udruzi, zadruzi), što bi omogućilo lakši pristup poslovnim informacijama, financijskim izvorima i boljoj promociji samog gospodarstva.

Ponuda se na gospodarstvu prilagođava uglavnom prema potrebama gostiju, a turisti svoje doživljaje boravka na agroturizmu iskazuju u komentarima na internetskim stranicama gospodarstva koja su dostupna na tri strana jezika, zatim na Facebook stranici

te na stranici Trip Advisor. Cjenovna politika agroturističkog gospodarstva omogućuje domaćim gostima 20% popusta, dok su cijene u sezoni od mjeseca svibnja do listopada više. Popust od 10% se daje za grupe posjetitelja u restoranu, a djeca do 6 godina u sobi s roditeljima ne plaćaju boravak. Uz navedeno, djeca do 12 godina ne plaćaju boravišnu pristojbu, a osobe od 12 do 18 godina plaćaju boravišnu pristojbu umanjenu za 50%. Gospodarstvo se promovira oglašavanjima na Internetu, tiskanjem brošura, letaka i prospekata. Ne koriste se agencije za oglašavanje i promoviranje, a najbolji način oglašavanja je usmena predaja gostiju. S potencijalnim gostima komunicira se putem novina, časopisa, letaka, manje na sajmovima, izložbama, a zbog previsokih cijena se tiskani i turistički vodiči manje koriste kao i oglasi i plakati. Najučinkovitiji oblik komuniciranja s potencijalnim gostima je internetska stranica samog gospodarstva.

Suradnja s dionicima turizma u okruženju i budući razvoj

Malim je gospodarskim subjektima suradnja s dionicima u istom gospodarskom segmentu neophodan dio uspješnog poslovanja. Potencijalni suradnici agroturističkom gospodarstvu su lokalno stanovništvo, lokalni OPG-ovi s ili bez registrirane turističke djelatnosti, lokalna samouprava, turističke agencije, regionalne razvojne agencije, resorno ministarstvo, financijske institucije i slično.

Analizirano agroturističko gospodarstvo ima dobru suradnju s lokalnom turističkom zajednicom, dok lokalna samouprava zbog ograničenih proračunskih sredstava ne pomaže izravno razvoj agroturizma, ali neposredno (izgradnjom infrastrukture) potpomaže njegov razvoj. Suradnja s ostalim

agroturističkim gospodarstvima u okruženju i s lokalnim poljoprivrednim proizvođačima postoji, a očituje se u pružanju savjeta te razmjeni informacija o organizaciji i poslovanju pojedinog ponuđača, te nabavci poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

Cijeli projekt predmetnog agroturističkog gospodarstva je financiran kreditima i vlastitim prihodima, a u budućnosti se planira kandidatura za poticaje u okviru programa Ruralnog razvoja 2014-2020. U skladu s tim, planovi za razvoj idu u smjeru obogaćivanja i proširenja postojeće ponude. Planira se otvaranje ruralnog kampa, koji je veoma atraktivan u Italiji, kao i adaptacija dodatnih smještajnih jedinica te proširenje postojeće poljoprivredne proizvodnje.

Za daljnji razvoj neophodna su financijska sredstva, dodatna radna snaga te općenito veća organiziranost poslovanja agroturističkih gospodarstava u Istri s jasnom strategijom razvoja.

Prema SWOT analizi (Tablica 2.) predmetno agroturističko gospodarstvo nalazi se u regiji koja ima povoljan geografski položaj, dobru prometnu povezanost, bogatu kulturnu, prirodnu i gastronomsku ponudu te je profilirana kao turistički prepoznata destinacija. Ulaskom u EU otvaraju se prilike financiranja iz projekata EU ali i lakša prezentacija i oglašavanje ponude na otvorenom tržištu. Agroturističko gospodarstvo svojim radom može doprinijeti razvoju okolnih poljoprivrednih gospodarstava kroz bolju suradnju i veći otkup proizvoda ukoliko povećaju poslovanje. Za manju ruralnu zajednicu u kojoj se nalazi, agroturističko gospodarstvo neposredno utječe i na diversifikaciju djelatnosti jer se potencijalnim gostima mogu ponuditi i sadržaji izvan gospodarstva. Za razliku od kontinentalnog

oblika turizma, komparativna prednost je u mogućnosti povezivanja sadržaja i usluga maritimnog oblika turizma s agroturizmom zbog blizine morske obale. Osnovna ograničenja tom razvoju na samom gospodarstvu su dob članova kućanstva, nedostatna radna snaga te nedostatak marketinške strategije i nedostatno razvijena prometna infrastruktura. Nerazvijena marketinška strategija, nedostatak financijskih sredstava te specifičnih znanja i vještina koje nedostaju na gospodarstvu sa stajališta nositelja gospodarstva mogu usporiti daljnji razvoj. Posjećenost na predmetnom gospodarstvu ima sezonski karakter iako je agroturizam djelatnost koja ima predispozicije za cjelogodišnje aktivnosti. Prijetnje koje se javljaju na tržištu su (ne)mogućnost konkuriranja sličnoj ponudi u okolnom području. Najveća prijetnja iz perspektive nositelja gospodarstva dolazi od strane drugih tržišta koja su relativno blizu (Italija, Slovenija) te konkuriraju cijenom i ponudom.

ZAKLJUČAK

Uz ostale selektivne oblike suvremenog turizma, agroturizam u Istri doprinosi podizanju vrijednosti lokaliteta, prepoznatljivosti destinacije, očuvanju ruralnog prostora unutrašnjeg područja Istre. Na temelju studija slučaja agroturističkog gospodarstva zaključeno je da je osnovna djelatnost za pokretanje agroturizma poljoprivredna proizvodnja koja bi trebala osigurati većinu sadržaja i agroturističkih aktivnosti. Agroturistička djelatnost je djelatnost u kojoj sudjeluju svi članovi koji žive na gospodarstvu (izravno i neizravno) i ta djelatnost ima obilježje obiteljskog posla. Poljoprivredno gospodarstvo većinu poljoprivrednih proizvoda i prerađevina gospodarstvo prodaje izravno svojim gostima, na gospodarstvu tijekom boravka ali i u trenutku odlaska gostiju (kao suvenir ili

Tablica 2.: SWOT analiza agroturističkog gospodarstva

| PREDNOSTI | NEDOSTACI |
|--|--|
| - Povoljan geografski položaj regije | - Prosječno visoka starosna dob članova obitelji |
| - Prirodna raznolikost i ekološki očuvani krajolici | - Nedovoljna razvijena prometna i komunalna infrastruktura |
| - Kulturno – povijesna baština | - Slaba prometna povezanost |
| - Autentična seoska arhitektura | - Čekanje da se pokrenu projektni natječaji za razvoj agroturizma |
| - Autohtona gastronomska ponuda | - Broj gostiju ovisi o sezoni te financijama posjetitelja |
| - Vlastiti vinogradi i maslinici | - Nedostatak radne snage |
| - Posjedovanje domaćih životinja | - Nedostatak investicija |
| - Tradicionalno turistička regija | - Nepostojanje marketinške komunikacije |
| | - Nerazvijena marketinška strategija |
| PRILIKE | PRIJETNJE |
| - Mogućnost financiranja iz EU fondova | - Suradnja između lokalne zajednice i agroturističkog gospodarstva ograničena zbog nedostatka financijskih sredstava |
| - Mogućnost dobivanja EU poticaja | - Povećanje atraktivnosti i bolje ponude bližih konkurentskih destinacija, npr. Slovenije i Italije |
| - Razvoj agroturizma povećava trendove u proizvodnji i prodaji, pogotovo autohtone istarske hrane | |
| - Mogućnost razvitka malog i srednjeg poduzetništva | |
| - Mogućnost postojanja interesa lokalnog stanovništva i lokalne općine Karojba za razvoj agroturizma | |
| - Mogućnosti za veću edukaciju seoskog stanovništva | |
| - Mogućnost suradnje s ostalim poljoprivrednim gospodarstvima | |
| - Mogućnost povezivanja s ponudom maritimnog oblika turizma | |

Izvor: Autori

odgođenu potrošnju). Osim usluge hrane i pića, gospodarstvo nudi uslugu smještaja i sudjelovanja u aktivnostima na gospodarstvu, što je jedna od karakteristika potpune usluge na gospodarstvu. Većina gostiju koji posjećuju agroturističko gospodarstvo dolazi iz urbanih područja, a najčešće doba posjeta je proljeće i jesen. Komunikacija s gostima najčešće se odvija izravno (usmenim putem ili putem internetskih stranica) na temelju čega se formira ponuda na gospodarstvu. Osnovna ograničenja za daljnji razvoj agroturizma su financijska sredstva, odnosno novi kapital za daljnja ulaganja. Radna snaga, zbog starosne dobi, jedan je od ograničavajućih faktora razvoja. Cilj nositelja i obitelji je da se članovi educiraju u specifičnim znanjima, kao što je marketing i osmišljavanje marketinških strategija te poznavanje procesa prijave na EU projekte.

LITERATURA

- Becchetti, C. (1999). The Rural Tourism and Agrotourism: A Challenge for the Rural Areas Development. Objavljeno u: International seminar Key actions for the rural integrated and sustainable development strategy 23rd-25th September. Szeged, Hungary.
- Državni zavod za statistiku (2011). Popis stanovništva 2011. Stanovništvo prema starosti (pojedinačne godine) i spolu po županijama.
- Erstić, M., Mikuš, O., Mesić, Ž. (2012). Uloga agroturizma u socioekonomskom razvoju Zadarske županije – opažanja dionika ruralnih područja. *Agronomski glasnik*. 73 (4-5): 245-262.
- Franić, R., Cunj, L. (2007). Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji. *Agronomski glasnik*. 69 (5): 381-400.
- Franić, R., Grgić, Z. (2002). Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj – Pretpostavke i izgledi razvitka - studij slučaja. *Agriculturae Conspectus Scientificus (ACS)*. 67 (3): 131-141.
- Grgić, I., Zrakić, M., Cerjak, M. (2011). Agroturistička ponuda Zagrebačke županije: ograničenja i mogućnosti. *Agronomski glasnik*. 73 (1-2): 41-58.
- Ilak Peršurić, A. S., Oplanić, M., Trošt, K., Juraković, L., Rajko, M. (2010). Agroturizam u Istri – stanje i perspektive. Objavljeno u: Zbornik radova 2. kongresa o ruralnom turizmu, Katica, D.; Radoš, A. (eds.), 129-136. Zagreb, Hrvatska: Hrvatski farmer.
- Rajko, M. (2013). Upravljanje čimbenicima razvoja područja Središnje Istre. *Oeconomica Jadertina*, 3 (1): 4-15.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*. 23 (3): 233-244.
- Zrakić, M., Grgić, I., Županac, G., Gugić, J. (2012). Značajke agroturističke potražnje u odabranim županijama Hrvatske. Objavljeno u: Zbornik radova 47. hrvatski i 7. međunarodni simpozij agronoma, Pospišil M. (ed.), 239-243. Zagreb, Hrvatska: Agronomski fakultet.

Opportunities and constraints of agrotourism development - case study in Istria

ABSTRACT

Istria is an area with a highly developed tourist offer, in which agrotourism as a specific form of rural tourism plays an important role. The aim of this paper is to identify opportunities and basic constraints of agrotourism development in terms of Istria. The analysis is based on the research of selected agrotourist economy - case study. The study shows that the business of selected agrotourism is based on its own agricultural production, family labor force, knowledge and education, cooperation with partners in the region, authentic cuisine with a diversified range of supporting services and appropriate marketing. The main constraints of further development are reflected in the administration and the legal framework that governs the management and in the lack of favorable budget funds sources. As a constraint for further development there is also insufficient education of service providers in specific knowledge (e.g. marketing) and (non) availability of these types of education.

Key words: agrotourism, Istria, case study, interview, SWOT