ISPITIVANJE UTJECAJA TURIZMA NA POLJOPRIVREDU U GRADU VRGORCU I OKOLICI

Antunović, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:297741

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ISPITIVANJE UTJECAJA TURIZMA NA POLJOPRIVREDU U GRADU VRGORCU I OKOLICI

Mentor:
doc.dr.sc. Lana Kordić

Student:
Luka Antunović

Split, lipanj 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD 3

1.1. Problem istraživanja 3

1.2. Ciljevi rada 4

1.2. Metode istraživanja 4

1.3. Struktura rada 5

2. POLJOPRIVREDNA PROIZVODNJA I TURIZAM – ŠANSA ZA RAZVOJ RURALNIH PODRUČJA 5

2.1. Povijesni razvoj poljoprivrede u Republici Hrvatskoj 5

2.2. Povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj 8

2.3. Razvoj ruralnog turizma – povezanost turizma i poljoprivrede 11

2.4. Trenutno stanje na relaciji turizam - poljoprivreda 14

2.5. Kakva je uloga fondova Europske Unije (EU) za razvoj poljoprivrede kroz turizam? 17

3. ULOGA TURIZMA U RAZVOJU POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U VRGORCU I OKOLICI 18

3.1. Istraživačke hipoteze 18

3.2. Metodološki aspekti empirijskog istraživanja 18

3.3. Opće karakteristike uzorka istraživanja 18

3.4. Stavovi poljoprivrednika o povezanosti poljoprivrede i turizma 19

4. ZAKLJUČAK 27

LITERATURA 29

INTERNET IZVORI 30

POPIS GRAFIKONA 31

POPIS SLIKA 32

POPIS TABLICA 33

SAŽETAK 34

SUMMARY 35

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

S obzirom na situaciju u Republici Hrvatskoj, turistička industrija je okarakterizirana kao generator ekonomskog rasta države. Prihodi od turizma redovito stvaraju suficit na računu platne bilance Republike Hrvatske, te se zemlja, u nedostatku ostalih izvora prihoda okreće turizmu. Iako je turizam kao gospodarska grana iznimno nestabilan te osjetljiv na eksterne čimenike poput političke situacije i prirodnih katastrofa, blagodati koje donosi u trenucima kada nije ugrožen nikakvim smetnjama uvelike su značajne, kako za pojedince tako i za cjelokupno društvo. U Republici Hrvatskoj turizam se najviše razvio u priobalnom prostoru te na taj način počeo stvarati razlike između dotad ekonomski ujednačenih regija. No, kako je turizam doista sastavljen od različitih oblika proizvodnje, tako i njegovo postojanje ima različite utjecaje na ekonomiju. Ekonomske funkcije turizma su elementi koji nam govore koliko i kako turizam utječe na određene ekonomske pokazatelje prostora u kojem se odvija, te prostora koji okružuju određeno turističko tržište. Za kompletan razvoj turizma nije samo dovoljno raditi na razvoju turističkih kapaciteta ili društvenih događanja, već je iznimno bitno da se turističke potrebe opskrbljuju različitim proizvodima potrebnim za cjelokupni doživljaj turizma. Tu svoju priliku za razvoj prepoznaje i poljoprivreda, koja osim primarne funkcije koja bi trebala biti prehranjivanje domicilnog stanovništva, pridonosi i izvozu putem turizma. Prednost plasiranja poljoprivrednih proizvoda putem turizma jest to što su na taj način uvelike umanjeni troškovi transporta proizvoda, koji su u protivnom za poljoprivredne proizvode zbog njihove kvraljivosti vrlo visoki. Nadalje, neizostavni dio svakog turističkog proizvoda jest gastronomija. Ona kao vještina pripreme i uživanja hrane zahtjeva proizvode izuzetne kvalitete kako bi bila ukras destinacije, te kako bi se pomoću nje ta destinacija razlikovala u moru turističke ponude. Zaključno tome, mnogi krajevi Hrvatske koji nemaju izrazito razvijenu turističku ponudu upravo se pokušavaju specijalizirati u poljoprivrednoj industriji. Na pojedinim područjima tradicija uzgoja različitih poljoprivrednih kultura ostala je i danas primarni izvor zapošljavanja i prihoda, a povećanim razvojem turizma budi se nada i u njenu održivost. Turizam je moguće promatrati kao sredstvo za postizanje gospodarskog i društvenog razvitka i obnove, odnosno kao učinkovit izvor dohotka i zaposlenosti u ruralnim područjima gdje su tradicionalne poljoprivredne djelatnosti u opadanju. Osim spriječavanja daljnje depopulacije, deagrarizacije i deruralizacije, moguće je povećati dohodak

gospodarstva snažnijim povezivanjem turističke i poljoprivredne djelatnosti. Iako su autori u teorijskim radovima suglasni oko navedenih veza, u praksi se one otežano ostvaruju te je nužno ispitati stavove poljoprivrednika o postojećim preprekama za lakše uspostavljanje navedene situacije.

1.2. Ciljevi rada

U ovome radu prikazat će se trenutna situacija u poljoprivrednoj proizvodnji u gradu Vrgorcu i okolici, razmišljanja poljoprivrednika, želje za razvojem ruralnog turizma kao i mogućnosti plasiranja poljoprivrednih proizvoda putem turističkih objekata. Konačno, analizirati će se rad turističke zajednice i ureda za poljoprivredu, te njihova suradnja i postaviti zaključna misao o utjecaju razvoja turizma na razvoj poljoprivrede. Rezultati istraživanja čine temelje na osnovu kojeg nositelji ekonomske lokalne politike mogu poduzeti adekvatne mjere u svrhu snažnijeg i učinkovitijeg povezivanja turističke i poljoprivredne djelatnosti.

1.2. Metode istraživanja

Pri istraživanju i prezentiranju poznatih saznanja te stjecanju i iznošenju vlastitih saznanja od metodoloških postupaka koristiti će se sljedeće znanstvene metode (Zelenika, 1998.): metoda analize, sinteze, deskripcije, eksplanacije, klasifikacije, komparacije, kompilacije, generaliziranja, indukcije te dedukcije.

U empirijskom dijelu rada analizirat će se rezultati dobiveni anketnim ispitivanjem. Naime, za potrebe ispitivanja stavova poljoprivrednika na području Vrgorca, o povezanosti turizma i poljoprivrede, odnosno kakve su pretpostavke i izgledi za njihovu daljnju suradnju, provelo se anketno ispitivanje na uzorku od 50 aktivnih poljoprivrednika.

1.3. Struktura rada

Prvi dio rada se odnosi na uvod.

U drugom dijelu rada analiziraju se osnovne informacije o poljoprivrednoj infrastrukturi, te količini i vrsti proizvodnje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava u gradu Vrgorcu i okolici. Kritički se analizira i turistička infrastruktura u bliskim područjima te njezin dosadašnji razvoj kao i povezanost poljoprivrede i turizma, odnosno šansa za njihov daljnji razvoj.

U trećem dijelu rada definirane su istraživačke hipoteze te je objašnjen metodološki aspekt empirijskog istraživanja. Nadalje, prikazani su rezultati istraživanja, odnosno stavovi poljoprivrednika o trenutnom stanju, mogućnostima razvoja i njihovim ambicijama o plasiranju poljoprivrednih proizvoda preko turističkih kanala.

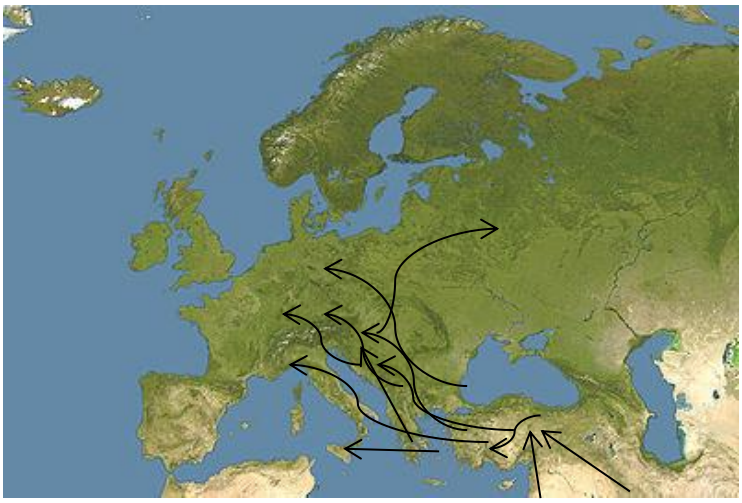
Četvrti, posljednji dio rada odnosi se na zaključak u kojem su sumirana saznanja do kojih se došlo izradom ovog rada, što čini podlogu za izradu daljnjih smjernica za razvoj povezanosti između ove dvije, a ujedno jedne od najvažnijih djelatnosti u cjelokupnom gospodarstvu Republike Hrvatske.

2. POLJOPRIVREDNA PROIZVODNJA I TURIZAM – ŠANSA ZA RAZVOJ RURALNIH PODRUČJA

2.1. Povijesni razvoj poljoprivrede u Republici Hrvatskoj

Poljoprivreda se smatra najstarijom ljudskom djelatnošću. Njezina povijest započinje prije deset tisuća godina kada su prvi ratari počeli uzgajati usjeve i životinje za svoju prehranu. Pojavom poljoprivrede, odnosno obrade zemljišta, dotadašnji nomadski način života zamijenjen je sjedilačkim te su se na taj način počele razvijati prve velike svjetske civilizacije. Proizvodnja hrane, odnosno poljoprivredna proizvodnja započela je neovisno na tri geografska područja: Bliskom istoku, Dalekom istoku i Srednjoj Americi. S područja Bliskog istoka poljoprivreda se proširila po cijeloj Europi.(Jurić, 2002.) (Slika 1)

Slika 1. *Povijesno kretanje razvoja poljoprivrede*



Izvor: Izrada autora

Pošto je Hrvatska imala važnu transmisijsku ulogu u putanji razvoja poljoprivrede s Bliskog istoka prema Europi, dosta rano se poljoprivreda razvila i u njoj. Najveći razvoj poljoprivreda je ostvarila prvo u priobalnom dijelu Hrvatske te u sjeveroistočnom dijelu današnjeg teritorija, a prema unutrašnjosti se širila uz obale rijeka. Prvi oblici poljoprivrede pojavili su se uz obalu rijeke Neretve na jugu oko 6000 godina prije Krista, a na području Vinkovaca i Slavonskog Broda nešto kasnije. Na spomenuta područja poljoprivrednu aktivnost donijele su različite kulture, Impresso i Starčevačka. (Tablica 1.)

Tablica 1. *Kronološki redosljed pojave poljoprivrede na području današnje Hrvatske*

Prije Krista	JADRANSKA OBALA	CENTRALNA BOSNA	ISTOČNA HRVATSKA	CENTRALNA HRVATSKA	ZAPADNA MAĐARSKA	SRBIJA I JUG VOJVODINE
5000.	DANILSKA - HVARSKA	KAKANJSKA PA BUTMIRSKA	SOPOTSKA I KOMPLEKS LENĐELSKO-SOPOTSKE	KOMPLEKS LENĐELSKO - SOPOTSKE	KOMPLEKS LENĐELSKO - SOPOTSKE	VINČA
5500.	IMPRESO	STARČEVO I IMPRESSO	STARČEVO	LINEARNO - TRAKASTA (KORENOSKA)	LINEARNO - TRAKASTA	STARČEVO
6000.					STARČEVO	
	PRETPOLJOPRIVREDNO RAZDOBLJE					

Izvor: Jurić, I, 2002.,str. 190.

Izmjena različitih kultura na području današnjeg teritorija je uvelike utjecala na kompletan razvoj današnjeg izgleda kultura i stanovništva pa tako i poljoprivrede. Razvoj poljoprivrede dostiže svoju ekspanziju tek sredinom 19. stoljeća kada dolazi do ukidanja kmetstva, a nakon toga, u 20. stoljeću i poljoprivreda osjeća tehnološki napredak te se povećava proizvodnja.

Razvoj poljoprivrede uvelike su ometali ratovi koji su se vodili na današnjem teritoriju, a to se događalo u nekoliko navrata u povijesti. Prvi svjetski rat ostavio je veliki trag na razvoj poljoprivrede jer se u tom periodu poljoprivredna proizvodnja značajno smanjila, kao i za vrijeme Drugog svjetskog rata. Za vrijeme Domovinskog rata, poljoprivredna proizvodnja je također bila ugrožena, ali se na područjima manje zahvaćenim ratom ipak održala.

U poslijeratnom razdoblju dolazi do ubrzanog razvoja poljoprivrede, te se struktura proizvodnje kao i postotak zaposlenih u poljoprivredi bitno mijenja. Sredinom 20. stoljeća u poljoprivredi je radilo 50 posto stanovništva EU, te je poljoprivreda u ruralnim područjima bila primarni izvor prihoda. Danas je ta situacija bitno drugačija te se poljoprivredom bavi samo 7 posto stanovništva EU. To se dogodilo kao posljedica velikih tehnoloških napredaka i okrupnjivanja kapitala, u takvim uvjetima mali i nespecijalizirani poljoprivrednici nisu se mogli izboriti za svoje mjesto pa su bili primorani napuštati ovu gospodarsku granu. Poljoprivrednici postaju mali poduzetnici te prilagođavaju način svoje proizvodnje europskim standardima. Ulaskom u EU, uređuju se još uvijek neuređeni oblici poljoprivredne proizvodnje te se pokušava evidentirati sva poljoprivredna proizvodnja i prodaja.

Gospodarski razvoj vrgoračkog kraja oživljava izgradnjom novih prometnica od 1976. do 1979. godine koje ga uz već postojeće prometnice brže i sigurnije povezuju s Primorjem i Neretvanskim područjem i Hercegovinom. Elektrifikacija je sustavno sprovedena, a razvoj vodnog gospodarstva napreduje u projektima vodoopskrbe, kanalizacije, održavanje voda u poljima. Vodovod u Vrgorcu izgrađen je 1969. godine od izvora Butine koja dnevno prosječno daje 1200 m3 i 1982. godine od izvora Banja dnevnog prosjeka 2600 m3. Kroz 120 m primarne i preko 250 km sekundarne mreže vodovoda snabdijeva se pitkom vodom preko 95% mjesta na Općini. Hrvatske vode podupiru razvoj i napredak. Gospodarstvo izvire iz očuvane prirodne cjeline prilagođeno uvjetima podneblja i klime. Od davnina je ovo područje tradicionalno vinogradarski i stočarski kraj, a u novije vrijeme razvija se intenzivno voćarstvo i povrtlarstvo. Vinovom lozom u polju Jezero zasađeno je oko devet milijuna trsova na 1600 ha, u brdskom dijelu jedan i pol milijun i privatno tri milijuna. Polje Jezero jedno je od poznatijih vinogorja gdje su uzgajaju tradicionalne sorte: medna, zlatarica, maraština, rukatac,

plavina, i druge. Kvalitetna vina kontroliranog podrijetla proizvodi vinarija Vrgorac. Društvo Vrgoračka Vinarija d.d. u stečaju osnovano je i počelo s radom 1950. godine i od tada pa do nazad nekoliko godina je bila nosilac vinogradarstva i vinarstva na području zaleđa Splitsko-dalmatinske i Dubrovačko-neretvanske županije. Godine 1968. izgrađena je zgrada vinarije, a 1996. godine u suradnji s institutom za jadranske kulture iz Splita Vinarija obnavlja i pokreće proizvodnju loznog sadnog materijala, te je jedno vrijeme bila najznačajniji proizvođač u Hrvatskoj.Nažalost zbog problema u poslovanju i ostalih nerazjašnjenih problema danas je u stečaju. Nadaleko su po svojoj kvaliteti poznate vrgoračke jagode kojima je na površini od oko 200 ha zasađeno približno 1000000 sadnica. Mikro klima krških polja pogoduje uzgoju ranog voća. Voćkama je zasađeno oko 20 ha s približno 300 000 stabala. Na svojim plantažama u polju Rastok LM Commerce značajan je proizvođač voća posebice jagoda i jabuka. Povrtlarstvo je u zamahu, na oko 100 ha uglavnom prevladavaju kulture: krumpir, paprika, rajčica, kupus, grah mahuna, lubenica .Stočarstvom, u opadanju, bave se mala poljoprivredna gospodarstva. Mesna Industrija Braća Pivac d.o.o. nastavljajući dugogodišnju tradiciju uzgoja stoke, te proizvodnje smrznutih, svježih i suhomesnatih proizvoda postalo je jedno od najmodernijih mesnih industrija u ovom djelu Europe.

2.2. Povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

Prva zabilježena turistička kretanja koja najviše sliče današnjem obliku turizma su zabilježena prije 300-tinjak godina kada su mladi, bogati Englezi odlazili na putovanja po Francuskoj i Italiji potaknuti umjetnošću, kulturom te znatiželjom o porijeklu zapadnjačke civilizacije. Taj prvi obik turizma zvao se Grand Tour, te je u roku od nekoliko desetljeća postao statusni simbol bogatih studenata, ne samo iz Velike Britanije već i iz ostalih djelova sjeverne Europe pa i SAD-a te južne Amerike. Nadalje putovanja iz razonode povezuju se s periodom industrijske revolucije u Velikoj Britaniji, zemlji koja prva promiče takav oblik putovanja u svrhu povećanja radno sposobnog stanovništva. Mnoga današnja odredišta svoje ime duguju povijesnoj povezanosti s Britanskim stanovništvom npr. poznata promenada u Nici (Promenade des Anglais). Ideju započinjanja organiziranih izleta (ekskurzija) pokrenuo je Thomas Cook, poznat kao pionir turističkih agencija. Cookov primjer pratili su i drugi poduzetnici pa se tako vrlo brzo po cijeloj Europi proširio trend osnivanja turističkih agencija i organiziranja putovanja, te je time započela prava turistička epoha.

Počeci naprednijeg razvoja turizma u Hrvatskoj vezuju se uz područje Opatije,gdje je 1844. godine, izgrađena villa Angiolina. Opatija je 1889.proglašena lječilištem te postala vrlo popularno zimovalište gostiju sa većom platežnom moći iz Austro-Ugarske i ostalih krajeva Europe. Postepeno su i mnoga druga mjesta kao npr. Crikvenica, Lovran, Dubrovnik, Lošinj, Rab iHvar dobila status klimatskih, mjesta ili ljetnih odmarališta. Tada se počinju osnivati i različite udruge za uređenje i uljepšavanje lokaliteta, za izgradnju kupališta, za promet stranaca i tako dalje. Jedna od prvih takvih organizacija je bilo Društvo za poljepšavanje mjesta osnovano 1864. U Omišlju na otoku Krku, a kao najstarije društvo za razvoj turizma u Hrvatskoj izdvaja se Higijeničko društvo, osnovano 1868.godine u Hvaru, što možemo smatrati prekretnicom u modernom turizmu. Značajnija uloga Hrvatske u međunarodnom turističkom prometu događa se početkom 20. stoljeća, ali najbrži rast turizma nastupa nakon drugog svjetskog rata. Pri tome značajnu ulogu ima razvoj zrakoplovne industrije koja je približila zemlje mediterana emitivnim turističkim državama.

Hrvatska se jače počela isticati na europskom popisu destinacija 60.-tih godina prošlog stoljeća kada dolazi do liberalizacije putovanja u inozemstvo te jače orijentacije na komercijalni turizam. Masovni turizam je potaknuo razvoj dotada nerazvijenih područja te turistički valorizirao mnoge prirodne znamenitosti. Uz sve koristi od turizma počele su se javljati i prve neprilike, kao zagađenje okoliša i gužva. Stoga se 80-tih godina 20.stoljeća počinje spominjati održivi razvoj turizma te se masovni turizam pokušava što je više moguće "razbiti" na manje, specijalizirane oblike turizma. Domovinski rat je još jedna prepreka koja je pogodila razvoj turizma u Hrvatskoj. Nakon ratnih godina počinje pravi razvoj turističkih lokacija i smještajnih jedinica, kao i infrastrukture neophodne za kompletan razvoj. Izgradnja autoceste A1 jedan je od značajnijih poticaja razvoju turizma na jugu Hrvatske. Ulaskom u EU, "brisanjem" granica uvelike se olakšava kretanje ljudi iz najvećih emitivnih središta prema Hrvatskoj, također i zadovoljavanje određenih EU standarda potiče moderan razvoj turističkih objekata.

Sektor turizam ima višestruk utjecaj na hrvatsku privredu. Pored utjecaja na proizvodnju prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda postoji i mnoštvo utjecaja na proizvodnju ovih i mnogih sektora.(Jurčić, 1998.)

Danas je turizam u Hrvatskoj iznimno bitna gospodarska djelatnost, udio turizma u BDP-u iznosio je 18% u 2016. godini, najviše u Europskoj uniji. (HGK, 2016) Ovakav podatak i nije baš ohrabrujuća statistika, jer usporedivši se sa zemljama čija struktura BDP-a ima sličan udio

turizma dolazi se do zaključka da su to mahom nerazvijene zemlje s mnogo siromašnog stanovništva. (Tablica 2.)

***Tablica 2**. Devizni prihod od turizma i BDP država članica EU*

	Devizni prihod od turizma 2015., u mlrd. USD	BDP 2015. u mlrd USD	Devizni u odnosu na BDP, u %
Danska	6,6	295,1	2,2
Finska	2,8	232,1	1,2
Irska	4,8	283,7	1,7
Švedska	12,2	493,0	2,5
UK	45,5	2.858,5	1,6
Austrija	18,3	374,3	4,9
Belgija	11,7	454,3	2,6
Francuska	45,9	2.420,2	1,9
Njemačka	36,9	3.365,3	1,1
Luksemburg	4,2	57,8	7,2
Nizozemska	13,2	750,7	1,8
Bugarska	3,1	49,0	6,4
Češka	6,0	185,2	3,3
Estonija	1,5	22,7	6,6
Mađarska	5,3	120,6	4,4
Latvija	0,9	27,0	3,3
Litva	1,1	41,2	2,8
Poljska	9,7	474,8	2,0
Rumunjska	1,7	178,0	1,0
Slovačka	2,4	86,6	2,7
Hrvatska	8,8	48,9	18,1
Cipar	2,5	19,3	12,8
Grčka	15,7	195,3	8,0
Italija	39,4	1.815,8	2,2
Malta	1,4	9,8	14,0
Portugal	12,6	199,0	6,3
Slovenija	2,5	42,8	5,9
Španjolska	56,5	1.199,7	4,7
EU	373,4	16.300,4	2,3

Izvor: UNWTO,MMF; obrada: HGK

Turistička ponuda grada Vrgorca i okolice počiva na ruralnom turizmu. U nedostatku ostalih turistički prepoznatih aktivnosti, iznimnu važnost za turizam ovoga kraja imaju upravo poljoprivredna gospodarstva sa turističkom ponudom. Iako je na području općine prijavljeno 500-tinjak OPG-ova samo nekolicina njih obavlja turističke aktivnosti. Osim nekoliko njih, bitno je spomenuti Etno selo "Kokorići" kao i Hotel "Prvan" čiji vlasnik se ističe kao jedan od najpoduzetnijih turističkih djelatnika ovoga kraja. Radi se na daljnjem razvoju turizma u ovom kraju koji je ipak novost, jer se prvi zanimljivi rezultati bilježe dolaskom autoceste A1 do Vrgorca. Kao veliki projekt za razvoj turizma u Vrgorcu dugo se spominje izgradnja tunela Drvenik-Ravča koji bi uvelike Vrgorac približila priobalju i dalmatinskim otocima te na taj način pomogla u obogaćivanju turističke ponude i olakšala pristup turistima. Turstička zajednica u posljednjih nekoliko godina pokrenula je niz projekata i pokazala da je Vrgorac područje na kojem turizam može imati budućnost.

2.3. Razvoj ruralnog turizma – povezanost turizma i poljoprivrede

Uslijed društveno - ekonomskih i tehničko – tehnološkihpromjena u društvu, turizam se postepeno transformira izmasovnog, ekstenzivnog, *"hard"* turizma u intenzivni, tzv. *"soft"*turizam koji je u svakom slučaju humaniji samim time što jeokrenut pojedincu, a manifestira se kroz cijeli niz specijaliziranihoblika turizma. (Petrić,2007.) Jedan takav oblik je i seoski odnosno ruralni turizam. Razvijaju se novi oblici potražnje koje uzrokuje ponajprije promjena u strukturi iste, sve veći broj starijeg stanovništva te zaposlenih žena. Veliki utjecaj na razvoj selektivnih oblika turizma također imaju i novi načini života, trend zdravog življenja, ekološke osviještenosti kao i više slobodnog vremena. Svi ovi uzroci, između ostalog, iznjedrili su ruralni turizam.

To je poseban oblik turizma u kojem se naglašava sklad življenja čovjeka i prirode. Pokušaj uravnoteženja modernog načina života i povijesnih običaja, bijeg iz stresa i gužve svakodnevnice te povratak počecima svega – selu.

Ruralni turizam predstavlja različite tipove turizma koji se razvijaju izvan urbanih i obalnih središta, u slobodnim područjima ili selima. Premda OECD izvješće iz 1994. godine (Ciani, 1999. Citirano u Franić, Grgić, 2002.) predlaže podjelu ruralnih područja u četiri osnovna oblika (agroturizam, ekoturizam, pustolovni turizam i seoski turizam), moguće je razlikovati gotovo dvadeset različitih oblika ruralnog turizma, ovisno o obilježjima pojedinog područja, te kombinaciji atrakcijskih čimbenika koji služe u promoviranju područja. Osim ovih navedenih oblika, ruralni turizam obuhvaća rezidencijalni turizam (najčešći oblik u hrvatskim uvjetima koji podrazumijeva boravak u vlastitim vikendicama u ruralnom prostoru tijekom vikenda, blagdana i odmora), zavičajni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, zdravstveni turizam u ruralnom prostoru (termalno-mineralna vrela, planinski predjeli), edukacijski turizam, tranzitni turizam, kontinentalni nautički turizam i kampiranje, lovni i ribolovni turizam, vjerski turizam, vinski i gastronomski turizam, eko-turizam i prirodi bliski turizam, te mješovite i ostale vrste turizma (Franić, Grgić, 2002.)

Najvažnije obilježje ruralnog turizma po mnogima je upravo to što je ono najjednostavniji i najbolji način na koji se ruralna područja mogu uključiti u gospodarski razvoj. Uređena poljoprivredna domaćinstva su opremljena vrhunskim sadržajima te se na taj način u proizvodnju uključuje mnoštvo proizvođača. Poseban oblik turizma na seljačkom, odnosno obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (OPG) (što je uobičajeniji naziv u domaćim

agroekonomskim istraživanjima) nazivamo "seljački turizam". Prema definiciji iz čl. 61 Zakona o turističkoj djelatnosti (NN 8/96, Soldo, 1996.), seljački turizam je "boravak turista u domaćinstvu koje je organizirano kao turističko seljačko gospodarstvo (seljačko domaćinstvo) radi odmora i rekreacije". Iako nema veće razlike između pojmova "seljački turizam" i "agroturizam", u nazivu "seljački turizam" naglašava se seljak, odnosno poljoprivrednik kao nositelj poljoprivrednih aktivnosti koji je ujedno vlasnik obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva. (Brščić ,Oplanić, 2005.) Turističke usluge predstavljaju dopunsku djelatnost osnovnoj poljoprivrednoj proizvodnji i dodatni su izvor dohotka. Ovaj oblik je i najznačajniji oblik ruralnog turizma. Zakonom o turističkoj djelatnosti ustanovljuju se turističke usluge u seljačkom turizmu, kao i to da turističke usluge u ovom obliku turizma može pružati član seljačkog domaćinstva koji ima rješenje o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu, sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 46/97, 68/98 i 92/01), u kojemu se podrobnije obrazlažu kriteriji za pružanje ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu. Odgovarajući provedbeni propisi, ponajprije Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 22/96, 47/97, 25/99, 29/00) precizno definiraju pojam seljačkog domaćinstva, potrebne uvjete i kriterije koje treba zadovoljiti za obavljanje turističke, odnosno ugostiteljske djelatnosti, potrebnu opremu i kategorizaciju objekata i usluga. Prema tom Pravilniku, "seljačko turističko domaćinstvo" je ono "koje je organizirano kao turističko seljačko gospodarstvo na selu, u kojem njegovi članovi imaju prebivalište, a privređivanje članova seljačkog domaćinstva, koje sudjeluju u pružanju ugostiteljskih usluga, proizlazi iz vlastite poljoprivredne proizvodnje".

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo organizirano i opremljeno za pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga mora imati i odgovarajuće obrazovane članove obitelji. Takvo gospodarstvo je mala ekonomska jedinica, a svi članovi obitelji uključeni su u posao. Svako dobro organizirano turističko obiteljsko (poljoprivredno) gospodarstvo može razviti specifične oblike turističkih usluga, od kojih su najčešće: smještaj turista na vlastitom gospodarstvu; ponuda i prodaja vlastitih poljoprivrednih i prerađenih prehrambenih proizvoda; posluživanje hrane i pića iz vlastite kuhinje i podruma; kušanje vina i/ili rakije; organizacija izleta (piknika) u prirodi; kamping u okviru posjeda i sl. Posluživanje hrane i pića na gospodarstvu je model seljačkog turizma izletničkog tipa. Domaćini nude hranu i piće pretežito iz vlastite proizvodnje, proizvedenu na klasični način bez, ili uz minimalnu uporabu kemikalija, prema zahtjevima "zdrave hrane". Takve usluge se nude u posebnim objektima, čiji kapacitet ne prelazi 50 sjedećih mjesta. Kušaonice vina ili rakije su posebno uređene prostorije gdje

poljoprivrednici mogu ponuditi svoje vlastito vino ili rakiju uz domaću hranu. Mogu biti uređene kao dio stambenog prostora ili kao dio gospodarskih objekata u zatvorenom, natkrivenom ili otvorenom prostoru. Svaka aktivnost na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu može se obogatiti na način i do stupnja koji ovisi o samom gospodarstvu, atrakcijskim elementima okoliša, te kreativnosti domaćina i gostiju, jer u takvom okruženju turist plaća uslugu smještaja, ali i sve ostale usluge koje proizlaze iz prijateljskog i obiteljskog okruženja.

Prema podacima Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju na početku 2017. godine u Hrvatskoj je registrirano 165 139 OPG-ova. Mali dio njih se bavi ruralnim turizmom ali je trend izgradnje nekog od oblika ruralnog turizma u uzlaznoj putanji. Sve više ljudi se okreće ovome tipu turizma gradeći kuće za odmor u unutrašnjosti, renovirajući stare kuće i slično. Vlasnici ovakvih objekata kao svoju konkurentsku prednost ističu omjer cijene i kvalitete, većina ih se gradi u pojasu udaljenom od mora nekoliko desetaka kilometara, te se na taj način iskorištava niska cijena zemljišta, a gostu se za manje novca nudi često puta i više nego u primorju. (Slike 2 i 3)

Slika 2. *Kuća za odmor u Dalmatinskoj Zagori*



Izvor: https://www.radioimotski.hr

Slika 3.*Etno selo Kokorići (Općina Vrgorac)*



Izvor:http://www.hotelprvan.hr/etno-selo-kokorici/

2.4. Trenutno stanje na relaciji turizam - poljoprivreda

U Vrgorcu se poslovima turizma bavi turistička zajednica grada Vrgorca. Svojim radom nastoji omogućiti ondašnjim ugostiteljima i turističkim djelatnicima što lakši posao. Organizacijom mnogih kulturnih manifestacija stavlja u prvi plan poljoprivredne proizvode tog područja te je vrlo uspješna u brandiranju istih. Najznačajniji projekt u kojem su suradnju pokazali poljoprivrednici i djelatnici turističke zajednice su nadaleko prepoznatljive "Vrgoračke jagode". Jagoda se na području Vrgorca počela uzgajati prije gotovo 50 godina, a danas slovi za najkvaltetniju inačicu ove vrste voća u Hrvatskoj i šire. Turistička zajednica je organizirala "Dan jagoda" koji se održava svake godine sredinom svibnja u sred sezone jagoda. Na taj način su s vremenom pomogli proizvođačima koji svoje proizvode prodaju diljem Hrvatske. U svibnju 2016 oranizirani su "Dani Vrgoračkih jagoda" u Zagrebu, Rijeci te Dubrovniku. Na taj su način približili svoj proizvod tržištu najvećih Hrvatskih gradova i turističkih sredina. Zemljopisno podrijetlo Vrgoracke jagode je zaštićeno, a najveći problem predstavlja krađa imena. Kako bi spriječili varanje kupaca i neovlašteno korištenje njihova

imena, preko udruge "Vrgoračka jagoda" proizvođači naručuju gajbe i ambalažu sa zaštićenim logotipom i grbom grada Vrgorca. (Slika 4)

Slika 4. *Vrgoračke jagode*

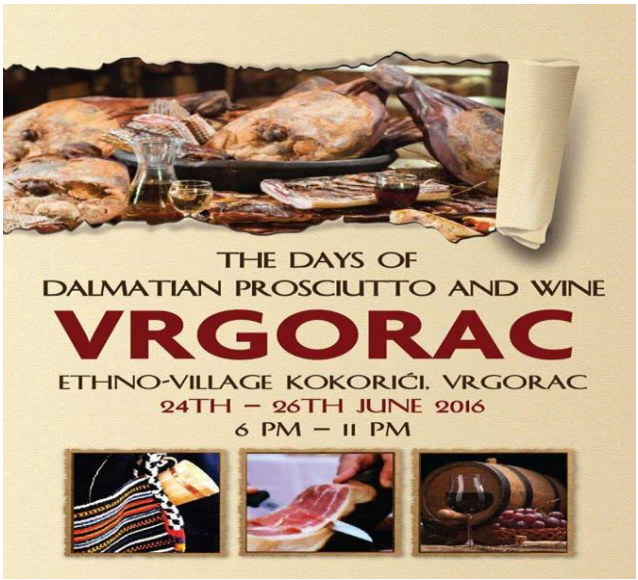


Izvor: http://www.agrobiz.hr

Osim na ovom primjeru, suradnja između gore spomenutih strana pokazala je plodove i u vidu novog projekta nazvanog "Dani dalmatinskog pršuta i vina" koji se održavaju u etno selu "Kokorići" nedaleko Vrgorca. Ovim projektom se turistička zajednica povezala sa proizvođačima vina kojih ima i više od proizvođača jagoda te pokušava na primjeru prvog projekta polučiti jednak uspjeh. Organizatori su istaknuli da je to manifestacija izložbeno-prodajnog karaktera koja ima za cilj promovirati i poticati proizvodnju pršuta, vina i ostalih domaćih autohtonih proizvoda obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i proizvođača, te doprinijeti promicanju prirodnih gastro-enoloških, kulturnih, tradicijskih i ostalih vrijednosti i posebnosti vrgoračkog kraja, zaobalja i Dalmatinske zagore. Gradsko vijeće Grada Vrgorca je na sjednici održanoj 10. ožujka usvojilo Deklaraciju kojom je Vrgorac i službeno proglašen Gradom dalmatinskog pršuta i vina. Mesna industrija Braća Pivac i manje privatne sušare s područja Vrgorca proizvode više od polovice ukupne hrvatske proizvodnje pršuta, koja se

trenutno kreće oko 250 000 komada godišnje, a sam Vrgorac proizvodi oko 130 000 komada pršuta godišnje.Uz savršene klimatske uvjete za proizvodnju pršuta, vrgoračko vinogorje ima oko 14000 000 čokota vinove loze, a vina od toga grožđa besplatno mogu kušati turisti s Makarske rivijere, kojima je ovaj vikend organiziran dolazak iz makarskih hotela u Vrgorac. Na ovaj način turistička zajednica ostvarila je veliki napredak u povezivanju turističkih receptivnih sredina i proizvođača iz vrgorskog kraja. (Slika 5)

Slika 5. *"Dani dalmatinskog pršuta i vina"*



Izvor:http://www.tzvrgorac.hr/

Osim spomenutih projekata turistička zajednica na svojim stranicama promovira razne oblike turističke ponude u Vrgorcu. Naročito se spominju obiteljska gospodarstva koja obavljaju turističke djelatnosti. Ured za poljoprivredu grada Vrgorca se brine o svim problemima koji muče lokalne poljoprivrednike i nastoji biti poveznica između vlasti i proizvođača. Kroz 2016. i 2017. godinu počele su se organizirati i prezentacije koje imaju cilj educirati proizvođače o novim tehnologijama ali i o povezivanju i ulasku na nova tržišta. Održavaju se i edukativne radionice o prijavi projekata i apliciranju za sredstva iz EU fondova.

2.5. Kakva je uloga fondova Europske Unije (EU) za razvoj poljoprivrede kroz turizam?

Ulaskom Hrvatske u EU otvorila se i mogućnost korištenja razvojnih fondova EU. Politika Europske Unije pokaziva veliki interes za jačanjem ruralnih sredina i veliki dio iz proračuna odvaja upravo za rast i razvoj ruralnih područja. Pošto su Grad Vrgorac i njegova okolica upravo takvo područje, ovi fondovi su velika prilika kako za grad tako i za pojedince.

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (2012.) (Agricultural Fund for Rural Development, EAFRD) ima za cilj jačanje europske politike ruralnog razvoja i pojednostavljivanje njezine provedbe. Konkretno, poboljšava upravljanje i kontrolu nad politikom ruralnog razvoja . Fond se financira sredstvima Zajedničke poljoprivredne politike (ZPP) i pridonosi ostvarivanju ciljeva strategije Europa 2020 promicanjem održivog ruralnog razvoja u cijeloj Europskoj Uniji. Pridonosi ekološkoj i teritorijalnoj ravnoteži, zaštiti klimatskih uvjeta i uvođenju inovacija u poljoprivredni sektor. Europski parlament 19. studenog 2013. godine odobrio je Uredbe br. 1305/2013 (za potporu ruralnome razvoju) i br. 1306/2013 (o financiranju, upravljanju i nadzoru ZPP-a) o novom višegodišnjem financijskom okviru za razdoblje od 2014. do 2020. godine, kojom su stavljene izvan snage Uredbe br. 1290/2005 i br. 1698/2005.

Za razdoblje od 2007. do 2013. godine,u programu je dodijeljeno 96,4 milijarde eura. U financijskom razdoblju od 2014. do 2020. godine, predviđeni proračun za poljoprivredni program i ruralni razvoj iznosi 95,577 milijardi eura, što čini 24,4% ukupnog proračuna. Ukupna alokacija za Program ruralnog razvoja 2014. - 2020. iznosi 2,383 milijardi eura, od čega će Republici Hrvatskoj iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj na raspolaganju biti 2,026 milijardi eura.

Sredstvima programa mogu se koristiti poljoprivredni gospodarski subjekti, poljoprivredne organizacije, udruge i sindikati, udruge za zaštitu okoliša, organizacije koje pružaju usluge u kulturi zajednice, uključujući medije, udruge žena, poljoprivrednici, šumari i mladi.

3. ULOGA TURIZMA U RAZVOJU POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U VRGORCU I OKOLICI

3.1. Istraživačke hipoteze

Na temelju dosad napisanog, definirane su sljedeće istraživačke hipoteze:

H1. Poljoprivrednici na području grada Vrgorca i njegove okolice prepoznaju razvoj turizma kao mogućnost daljnjeg razvoja njihove poljoprivredne proizvodnje.

H2. Poljoprivrednici na području grada Vrgorca i njegove okolice nisu zadovoljni dosadašnjim plasmanom njihovih proizvoda kroz različite turističke objekte

H3. Poljoprivrednici na području grada Vrgorca i njegove okolice smatraju kako je podrška lokalne (regionalne) i nacionalne ekonomske politike za razvoj poljoprivredne proizvodnje nezadovoljavajuća.

3.2. Metodološki aspekti empirijskog istraživanja

U svrhu istraživanja provedena je anketa na području grada Vrgorca i okolice. Anketa je objavljena na internetskim stranicama lokalnog portala "Vrgoračke Novine", u prostorijama ureda za poljoprivredu grada Vrgorca, te se do ispitanika dolazilo osobnim putem. Podaci prikupljeni u anketi, koja je izrađena pomoću "google obrazaca", obrađivali su se u "Microsoft Excelu" te su se konačno prenjeli u grafički oblik.

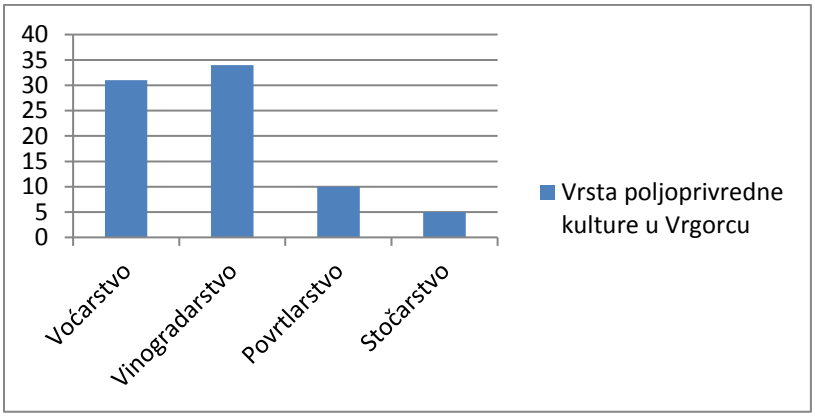
3.3. Opće karakteristike uzorka istraživanja

U anketi su ispitani poljoprivrednici s područja grada Vrgorca i okolice. Na anketu je ogovorilo 53 ispitanika od kojih je 92% potvrdilo da se aktivno i svakodnevno bavi poljoprivredom. Čak 2/3 ispitanih su stariji od 40 godina, dok ih je tek 2% mlađih od 20 godina. Također 1/3 ispitanik tvrdi kako su oni nositelji OPG-a, dok ostatak tvrdi da su članovi, a samo 8% ispitanih nema nikakve veze s OPG-om. Većina ispitanih se bavi voćarstvom i vinogradarstvom. Najviše grožđem i jagodama.

3.4. Stavovi poljoprivrednika o povezanosti poljoprivrede i turizma

Sljedećigrafikoni odnose se na prikaz i objašnjenje stavova i mišljenja poljoprivrednika o trenutnoj situaciji te o njihovim ambicijama i planu za budućnost, a vezano uz utjecaj razvoja turizma na razvoj poljoprivredne proizvodnje na području grada Vrgorca i okolice. Na području općine Vrgorac prijavljeno je 506 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, većina se njih bavi proizvodnjom voća i povrća, pretežno jagoda i vinove loze. Vrlo malo ih se bavi stočarstvom i peradarstvom, a tek poneki su razvili nekakav oblik turističkog poslovanja. (Grafikon 1)

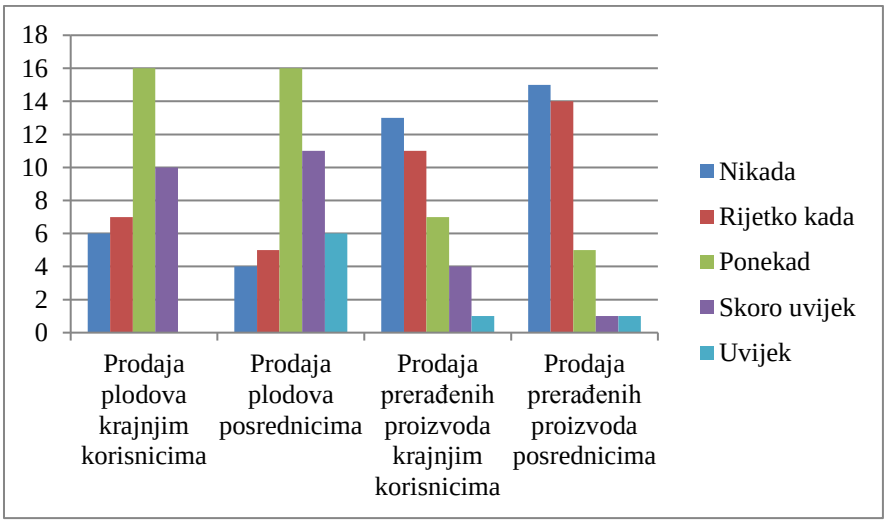
Grafikon 1. *Vrsta poljoprivredne kulture u Vrgorcu*



Izvor: Izrada autora

Čak 86.3% ispitanih poljoprivrednika smatra turizam važnim ili iznimno važnim za plasiranje svojih proizvoda i njihovu proizvodnju općenito. A načini na koje trenutno plasiraju svoje proizvode su raznoliki, ali se može prepoznati utjecaj blizine turističkih središta . (Grafikon 2.)

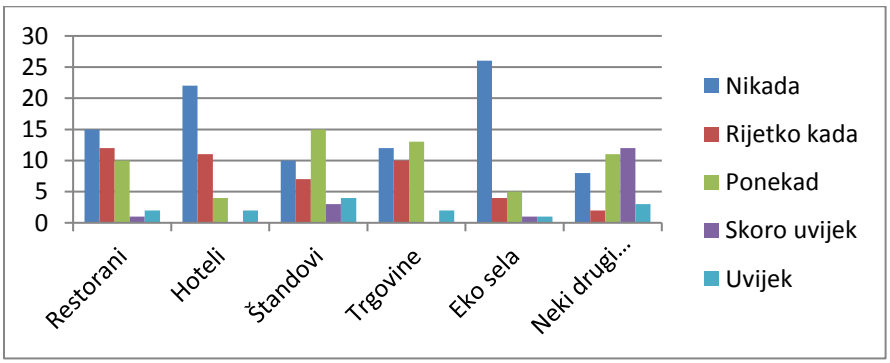
Grafikon 2. *Prodaja poljoprivrednih proizvoda*



Izvor: Izrada autora

Također više od 85 % ispitanih vidi priliku za veću proizvodnju u razvoju turizma, dok više od pola njih smatra da su proizvođači i turistički objekti loše povezani. Svoje proizvode plasiraju i kroz neke turističke objekte, iako ih većina uopće ne koristi takve objekte kao način plasiranja proizvoda. (Grafikon 3)

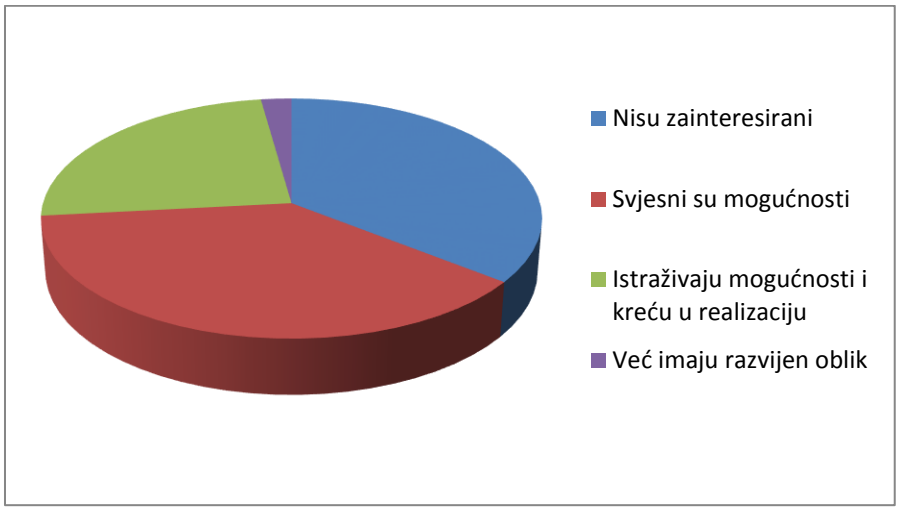
Grafikon 3. *Način plasiranja proizvoda*



Izvor: Izrada autora

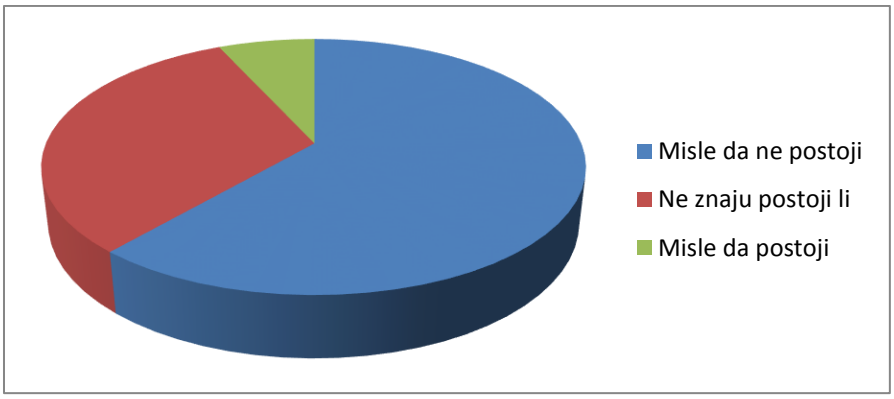
Vrlo malo ispitanih poljoprivrednika sudjeluje na sajmovima poljoprivrednih proizvoda, većina ih smatra da bi razvojem nekog oblika seoskog turizma iznimno lakše plasirali svoje proizvode, međutim mišljenja o realizaciji takvog projekta su različita.(Grafikon 4) Razlozi su možda u lošoj i nestabilnoj političkoj situaciji posljednjih godina u Vrgorcu, vrlo su slabo informirani o suradnji turističkih zajednica te su razočarani političkom slikom u državi općenito. (Grafikon 5)

Grafikon 4. *Razvoj ruralnog turizma na postojećim OPG-ima na području Vrgorca*



Izvor: Izrada autora

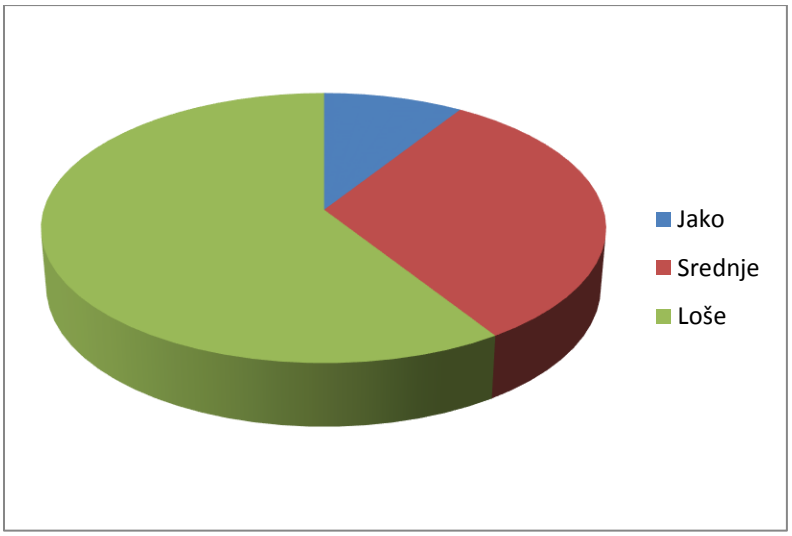
Grafikon 5.*Informiranost o postojanju Pomoći jedinice lokalne samouprave u realizaciji seoskog turizma*



Izvor: Izrada autora

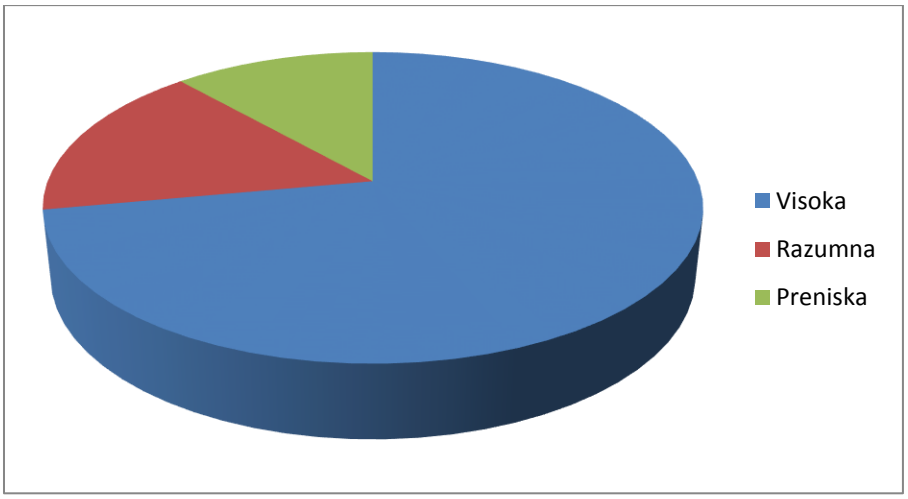
Nadalje, što se tiče razmišljanja ispitanika o cijenama proizvoda kako otkupnih, tako i prodajnih, osobito u turističkim mjestima također se nailazi na sličan stav većine njih. Smatraju da su cijene po kojima prodaju svoje proizvode niske ili prosječne (Grafikon 6), a cijene istih prevelike u turističkim mjestima. (Grafikon 7) Razlika između dvaju cijena je nerijetko i deseterostruka u korist prodajnih cijena. Trgovačke lance proizvođači doživljavaju kao "nužno zlo" pošto se radi o otkupu velike količine, međutim cijene su također veoma niske. Zanimljiva činjenica je da pojedini trgovački lanci akcije voća na policama svojih trgovina također "lome preko leđa" poljoprivrednika jer u tom periodu dok akcija traje, otkupne cijene su također smanjene. Važna stvar koju napominje većina poljoprivrednika je i prevelika uvozna kvota za neke proizvode, iako je ulaskom u EU Hrvatska otvorila svoje granice i na taj način omogućila kretanje roba, u slučaju poljoprivrednih proizvoda to se odvija nauštrb domaće proizvodnje.

Grafikon 6. *Stavovi poljoprivrednika o otkupnim cijenama njihovih proizvoda*



Izvor: Izrada autora

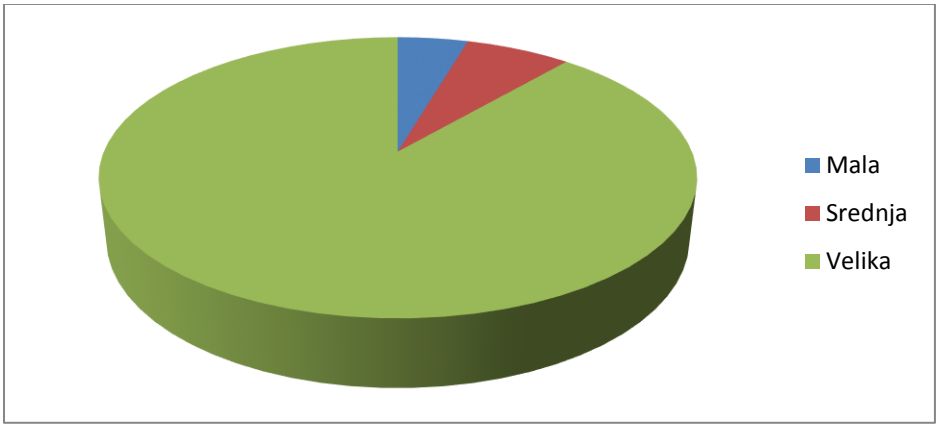
Grafikon 7. *Stavovi poljoprivrednika o prodajnim cijenama njihovih proizvoda u turističkim mjestima.*



Izvor: Izrada autora

Konačno, većina ispitanih istaknula je kako je glavni krivac za lošu situaciju u plasmanu proizvoda na tržište država, odnosno Ministarstvo poljoprivrede zbog nekontroliranog uvoza robe sumnjive kvalitete i samim time utjecaja i na cijenu. Skoro svi sudionici ankete smatraju kako je kvaliteta najbitnije mjerilo njihovih proizvoda na tržištu te kako bi bolja povezanost između poljoprivrede i turizma u budućnosti uvelike pomogla njihovom razvoju i sadnji novih nasada. (Grafikon 8)

Grafikon 8. *Važnost kvalitete proizvoda za plasman u turistička mjesta*

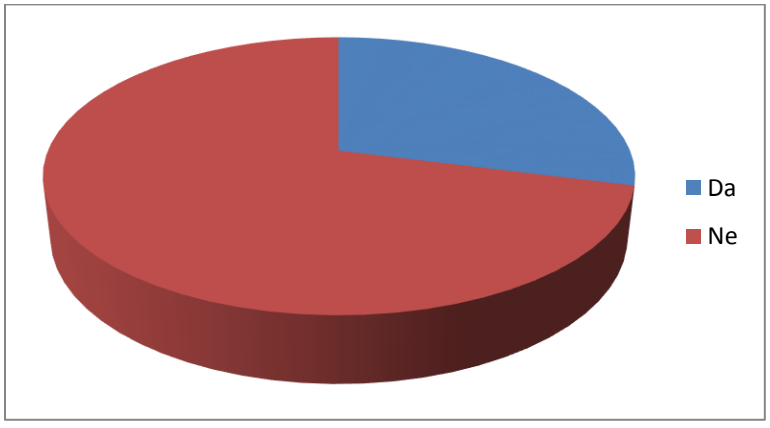


Izvor: Izrada autora

Prema rezultatima provedene ankete može se zaključiti da većina poljoprivrednika razmišlja slično. Nezadovoljstvo nedvojbeno postoji, međutim poduzetnička aktivnost i inovativnost izostaje. Poticanjem novih načina prodaje i plasmana proizvoda bi se možda i neki od njih uključili no veliki troškovi održavanja i repromaterijala iz godine u godinu ostavljaju poljoprivrednike u minusima, pa i ne iznenađuje činjenica da su ulaganja u nove nasade i proširenje proizvodnje minimalna. Državna tijela zadužena za rast i razvoj poljoprivrede, pa i turizma, po ispitanima mogu raditi puno bolji posao nego što je to slučaj. Organizacija izvoza ili nekakva kontrola uvoza bi bila olakotna okolnost za sve domaće proizvođače, ukoliko nije moguće smanjiti uvoz proizvoda, barem je moguće kontrolirati kvalitetu i sadržaj uvezene robe.

Što se tiče informiranosti proizvođača i njihovim razmišljanjima i planovima vezanim za fondove EU na području Vrgorca može se zaključiti da je situacija raznolika. Prema podacima dobivenim u anketi većina poljoprivrednika u EU fondovima vidi priliku za razvoj svoje proizvodnje međutim postoji i određena doza nezainteresiranosti proizašloj iz dojma kompliciranosti izvedbe projekta i prijave za natječaj.

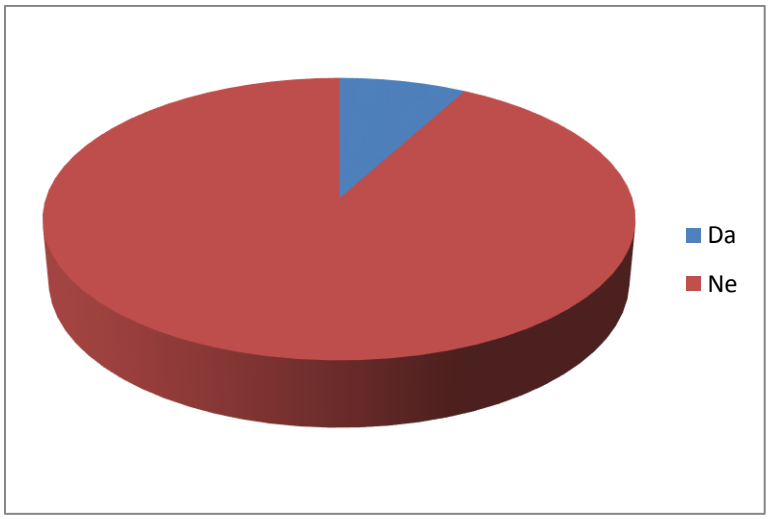
Grafikon 9.*Udio poljoprivrednika koji su se prijavili na natječaj za sredstva iz EU fondova*



Izvor: Izrada autora

Iz ovog grafikona se vidi da se na natječaj za dodjelu sredstava prijavilo nešto malo manje od trećine ispitanih, što je uistinu veliki broj pa se postavlja pitanje o vjerodostojnosti odgovora na ovo pitanje. (Grafikon 9)

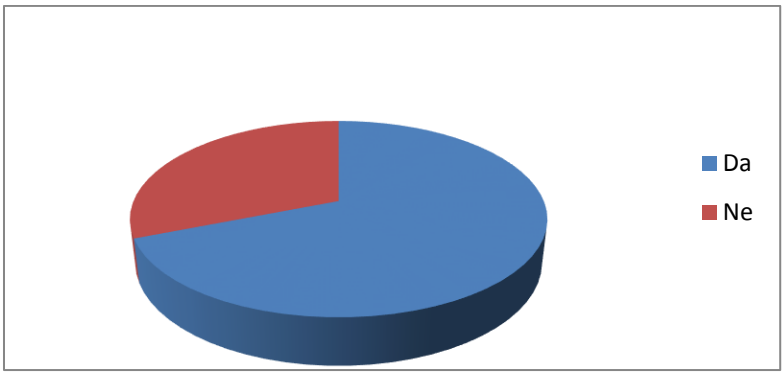
Grafikon 10.*Postotak poljoprivrednika koji su dobili sredstva iz EU fondova.*



Izvor: Izrada autora

Ovaj grafikon pokazuje da je samo 8% poljoprivrednika koji su se prijavili na natječaj dobilo sredstva iz EU fondova. Ovako mali postotk ide u prilog nezainteresiranosti ostalih poljoprivrednika koji se ne odvažuju na prijavu jer nisu optimistični u konačno ostvarenje projekta i dobivanje potpore. Međutim u sljedećem grafikonu se vidi da se većina ispitanih ipak planira u budućnosti prijaviti na natječaj. (Grafikon 10)

Grafikon 11. *Planiranje prijave na natječaj za sredstva iz EU fondova*



Izvor: Izrada autora

Loša financijska situacija u državi, a posebno u sektoru poljoprivrede najviše je natjerala poljoprivrednike na razmišljanje o dodatnim izvorima financiranja. Fondovi EU idealna su prilika proizvođačima da prilagode način i uvjete u kojima proizvode svoje proizvode te da u vidu ovih bespovratnih sredstava unaprijede svoje strojeve i kanale distribucije i ostvare ono što i je primarni cilj EU - a to su bolji uvjeti života na ruralnom području. (Grafikon 11)

4. ZAKLJUČAK

Trenutna situacija u odnosu poljoprivredne proizvodnje i turizma pokazuje da su te dvije gospodarske grane ovisne jedna o drugoj, no međutim način na koje su povezane i koliko maksimiziraju korist jedna drugoj su na ne baš zavidnoj razini. Informiranost poljoprivrednika o različitim mogućnostima, što financiranja projekata, što načina plasiranja proizvoda je poražavajuća. U nekim dijelovima Hrvatske se povezanost poboljšala i poljoprivredni proizvođači osjećaju utjecaj turizma. Prema podacima iz grafikona evidentno je da se prva hipoteza može okarakterizirati istinitom, a to je da su poljoprivrednici na području grada Vrgorca i njegove okolice prepoznali razvoj turizma kao mogućnost daljnjeg razvoja njihove poljoprivredne proizvodnje. Nadalje, što se tiče Vrgorca i njegove okolice, stanje se uistinu poboljšava, prvenstveno angažmanom djelatnika turističke zajednice. Naime, pokrenuli su se određeni projekti koji doprinose razvoju poljoprivrede, a i turističke ponude u gradu Vrgorcu. Iako, s obzirom na mogućnosti i geografski položaj Vrgoračkog polja, moglo bi biti puno bolje.

Prema rezultatima dobivenim u anketi može se zaključiti da se proizvođači nadaju boljoj povezanosti, odnosno da se i druga hipoteza pokazala istinitom, dakle poljoprivrednici na području grada Vrgorca i njegove okolice nisu zadovoljni dosadašnjim plasmanom njihovih proizvoda kroz različite turističke objekte. Sve veći broj kuća za odmor na području grada Vrgorca stavlja turizam na popis bitnih gospodarskih grana u ovom kraju. Daljnjim razvojem OPG-ova i poljoprivredni proizvođači uključuju se u turističke djelatnosti te i na taj način povećavaju svoj udio na tržištu poljoprivrednih proizvoda.

Uočeno je nezadovoljstvo proizvođača političkim akterima, te se konačno i posljednja hipoteza potvrdila, a ona govori da poljoprivrednici na području grada Vrgorca smatraju da je podrška lokalne (regionalne) i nacionalne ekonomske politike za razvoj poljoprivredne proizvodnje nezadovoljavajuća. U svojim izjavama većina je okrivila državu i vladu kao najzaslužnije za lošu situaciju u cjelokupnoj Hrvatskoj poljoprivredi. Povezanost između jedinica lokalne samouprave bi također moglo biti jedno od rješenja bolje povezanosti, turistički receptivne destinacije i područja koje se ističe poljoprivrednom proizvodnjom. Infrastrukturni projekti, poput izgradnje tunela Ravča-Drvenik iznimno bi utjecali na ovu problematiku. Na taj način bi se poboljšala prometna povezanost, a samim time i gospodarska. Pojedinačni projekti u Gradu Vrgorcu su donekle i uspjeli, ali bez prave podrške

i potpore poljoprivrednicima i nositeljima OPG-ova,značajniji napredak će se teško dogoditi. Komplikacije i loša informiranost oko natječaja za EU fondove mnoge proizvođače obeshrabruju u pokušaju podnošenja prijava. Međutim u posljednje vrijeme razvila se svijest o takvim projektima i sve više ljudi se prijavljuje i planira prijaviti. Razvoj ove gospodarske grane bio bi veliki korak u postizanju smanjenja regionalnih nejednakosti Hrvatske, te način na koji bi se povezala s turizmom, u svrhu isticanja važnosti kvalitete i svježine proizvoda.

LITERATURA

1. Brščić K.,Oplanić M., (2005): Utjecaj turizma na razvoj poljoprivrede u Istri, Agronomski Glasnik, 1/2005., str. 67-77

2. Franić R.,Grgić Z. (2002.): Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj–Pretpostavke i izgledi razvitka - Studij slučaj, Agriculturae Conspectus Scientificus, Vol. 67, No. 3, str. 131-141

3. Jurčić, Lj. (1998.): Multiplikativni efekti hrvatskog turizma / The multiplying effects of croatian tourism, Acta Turistica, Vol. 10, No. 2, str. 128-149

4. Jurić, I. (2002.): Počeci poljoprivredne proizvodnje na Hrvatskom povijesnom području, Agriculturae Conspectus Scientificus, Vol. 67, No. 4, str. 181-193

4. Narodne novine, Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 22/96, 47/97, 25/99, 29/00)

5.Narodne novine,Zakon o turističkoj djelatnosti (NN 8/96)

6. Narodne, novine, Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, (NN 46/97, 68/98 i 92/01.)

7. Petrić, L. (2007.) : Osnove turizma, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

8. Soldo, Zvonimir (1996.): Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu, u: Dijana Katica (ur.): Turizam na seljačkom gospodarstvu. - Zagreb : Hrvatski farmer d. d., str. 9-17

INTERNET IZVORI

1. [Internet], dostupno na: https://hrvatska-danas.com/2017/02/08/analiza-hrvatski-turizam-u-povijesnom-rastu-daleko-od-najjacih-ali-cini-najveci-dio-bdp-a-od-svih-clanica-eu/ (10. lipnja 2017.)

2. [Internet] raspoloživo na: http://www.hotelprvan.hr/etno-selo-kokorici/(10. lipnja 2017.)

3. [Internet] raspoloživo na :http://radioimotski.hr/naslovnica/popunjeno-oko-90-kuca-za-odmor-na-podrucju-imotske-krajine/ (10. lipnja 2017.)

4. [Internet], raspoloživo na : http://www.agrobiz.hr/agrovijesti/delikatesa-stigle-su-vrgoracke-jagode-najbolje-na-svijetu-1220 (11.lipnja 2017.)

5. [Internet], raspoloživo na: http://www.tzvrgorac.hr/zbivanja.html (11.lipnja 2017.)

6. [Internet] podaci sa: http://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf (25. lipnja 2017.)

7. [Internet] podaci sa: http://www.apprrr.hr/upisnik-poljoprivrednih-gospodarstava-1149.aspx (24. lipnja 2017.)

8. [Internet] podaci sa: http://europski-fondovi.eu/eafrd (24. lipnja 2017.)

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. *Vrsta poljoprivredne kulture u Vrgorcu*

Grafikon 2.*Prodaja poljoprivrednih proizvoda*

Grafikon 3. *Način plasiranja proizvoda*

Grafikon 4. *Razvoj ruralnog turizma na postojećim OPG-ima na području Vrgorca*

Grafikon 5.*Informiranost o postojanju Pomoći jedinice lokalne samouprave u realizaciji seoskog turizma*

Grafikon 6. *Stavovi poljoprivrednika o otkupnim cijenama njihovih proizvoda*

Grafikon 7. *Stavovi poljoprivrednika o prodajnim cijenama njihovih proizvoda u turističkim mjestima.*

Grafikon 8. *Važnost kvalitete proizvoda za plasman u turistička mjesta*

Grafikon 9. *Broj poljoprivrednika koji su se prijavili na natječaj za sredstva iz EU fondova*

Grafikon 10.*Postotak poljoprivrednika koji su dobili sredstva iz EU fondova.*

Grafikon 11. *Planiranje prijave na natječaj za sredstva iz EU fondova*

POPIS SLIKA

Slika 1. *Povijesno kretanje razvoja poljoprivrede*

Slika 2.*Kuća za odmor u Dalmatinskoj Zagori*

Slika 3.*Etno selo Kokorići (Općina Vrgorac)*

Slika 4. *Vrgoračke jagode*

Slika 5. *Dani dalmatinskog pršuta i vina*

POPIS TABLICA

Tablica 1.*Kronološki redosljed pojave poljoprivrede na području današnje Hrvatske*

Tablica 2. *Devizni prihod od turizma i BDP država članica EU*

SAŽETAK

Završni rad proučava povezanost između poljoprivredne proizvodnje i razvoja turizma. Također promatra se utjecaj turizma na razvoj ruralnih područja. Konkretno u ovom radu se govori o gradu Vrgorcu i njegovoj okolici. Prometna povezanost i geografski položaj između jedne od najrazvijenijih turističkih sredina u Hrvatskoj-Makarske rivijere i unutrašnjosti osiguravaju Vrgorcu početne uvjete za razvoj turizma. Da bi se utvrdila povezanost i način razvoja turističke ponude provedena je anketa kojom su se istražili stavovi i razmišljanja poljoprivrednika kako o trenutnom tako i o budućem stanju. Vrgoračka turistička zajednica napravila je nekoliko dobrih projekata te je na pravom putu da izgradi čvrstu podlogu svim poljoprivrednim proizvođačima, nositeljima i članovima OPG-a i svima koji se odluče baviti turizmom u gradu Vrgorcu. Iako se situacija poboljšava postoji još puno prostora za napredak, treba imati na umu da je konkurencija sve veća i da ostali gradovi razvijaju svoje potencijale. Stoga, kako bi unaprijedio razvoj poljoprivrede, turizma, a samim time i kvalitete života na području grada Vrgorca, potrebno je nastaviti sa radom i obrazovanjem proizvođača i ostalog lokalnog stanovništva.

Ključne riječi: turizam, poljoprivreda, OPG;

SUMMARY

This thesis analyses connection between agricultural production and tourism development. Also, tourism affection on rural development is being observed. This work is especially concerned about town Vrgorac and his surroundings. Traffic connection and geographical location between one of the most developed touristic locations in Croatia and hinterland gives Vrgorac great terms for tourism development. A survey was conducted in order to determine connection and type of development of tourist supply, and to investigate opinions and thoughts about the current state, and about the future. Vrgorac tourist board made a few great projects and it is on good way to build solid foundation to all agricultural producers, holders and members of family farms and others who decide to participate in tourism development of Vrgorac. Although situation is getting better there is much more room for improvement, it should be kept in mind that competition is getting stronger and other towns are developing their potentials. So, in order to improve agriculture, tourism and life quality development of Vrgorac, it is neccesary to continue with hard work and productor and other population education.

Key Words: Tourism, Agriculture, Family farm;