

Zadovoljstvo posjetitelja ponudom turističkih seoskih gospodarstava u Dubrovačko-neretvanskoj županiji

Bebić, Nina

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Agriculture / Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:204:786591>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

**ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA PONUDOM
TURISTIČKIH SEOSKIH GOSPODARSTAVA U
DUBROVAČKO - NERETVANSKOJ ŽUPANIJI**

DIPLOMSKI RAD

Nina Bebić

Zagreb, prosinac, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

Diplomski studij:
Ekološka poljoprivreda i agroturizam

**ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA PONUDOM
TURISTIČKIH SEOSKIH GOSPODARSTAVA U
DUBROVAČKO - NERETVANSKOJ ŽUPANIJI**

DIPLOMSKI RAD

Nina Bebić

Mentor: Doc. dr. sc. Željka Mesić

Zagreb, prosinac, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKIFAKULTET

IZJAVA STUDENTA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, **Nina Bebić**, JMBAG 0178098375, rođen/a dana 19.08.1994. u Dubrovniku, izjavljujem da sam samostalno izradila/izradio diplomski rad pod naslovom:

ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA PONUDOM TURISTIČKIH SEOSKIH
GOSPODARSTAVA U DUBROVAČKO - NERETVANSKOJ ŽUPANIJI

Svojim potpisom jamčim:

- da sam jedina autorica/jedini autor ovoga diplomskog rada;
- da su svi korišteni izvori literature, kako objavljeni tako i neobjavljeni, adekvatno citirani ili parafrazirani, te popisani u literaturi na kraju rada;
- da ovaj diplomski rad ne sadrži dijelove radova predanih na Agronomskom fakultetu ili drugim ustanovama visokog obrazovanja radi završetka sveučilišnog ili stručnog studija;
- da je elektronička verzija ovoga diplomskog rada identična tiskanoj koju je odobrio mentor;
- da sam upoznata/upoznat s odredbama Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu (Čl. 19).

U Zagrebu, dana _____

Potpis studenta /studentice

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

IZVJEŠĆE

O OCJENI I OBRANI DIPLOMSKOG RADA

Diplomski rad studenta/ice **Nina Bebić**, JMBAG 0178098375, naslova

**ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA PONUDOM TURISTIČKIH SEOSKIH
GOSPODARSTAVA U DUBROVAČKO - NERETVANSKOJ ŽUPANIJI**

obranjen je i ocijenjen ocjenom _____, dana _____.

Povjerenstvo:

potpisi:

1. Doc. dr. sc. Željka Mesić, mentor

2. Prof. dr. sc. Marija Cerjak, član

3. Prof. dr. sc. Lari Hadelan, član

Sadržaj:

| | |
|--|----|
| 1. Uvod..... | 1 |
| 1.1. Cilj rada..... | 2 |
| 2. Metode i izvori podataka | 2 |
| 3. Teorijska podloga istraživanja | 3 |
| 3.1. Ruralni turizam..... | 3 |
| 3.1.1. Oblici ruralnog turizma | 4 |
| 3.2. Stanje seoskog turizma u Republici Hrvatskoj | 8 |
| 4. Općenito o Dubrovačko - neretvanskoj županiji | 10 |
| 4.1. Stanje i ponuda turističkih seoskih gospodarstava Dubrovačko - neretvanske županije ... | 11 |
| 5. Rezultati istraživanja..... | 16 |
| 5.1. Opis uzorka | 16 |
| 5.2. Upoznatost s ponudom i važnost čimbenika pri odabiru turističke seoske destinacije..... | 20 |
| 5.3. Boravak na turističkom seoskom gospodarstvu u Dubrovačko -neretvanskoj županiji..... | 23 |
| 5.4. Razlozi posjeta TSOG -ima..... | 24 |
| 5.5. Zadovoljstvo posjetitelja ponudom koju nude TSOG-a..... | 25 |
| 5.6. Posjet TSOG – ima izvan sezone u Županiji..... | 27 |
| 6. Rasprava..... | 28 |
| 7. Zaključak..... | 30 |
| 8. Literatura..... | 31 |
| 9. Prilog..... | 33 |
| 9.1. Anketni upitnik..... | 33 |
| Životopis | 39 |

Sažetak

Diplomskog rada studenta/ice **Nina Bebić**, naslova

ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA PONUDOM TURISTIČKIH SEOSKIH GOSPODARSTAVA U DUBROVAČKO - NERETVANSKOJ ŽUPANIJI

Cilj rada je utvrditi aktualno stanje ponude ruralnog turizma u Dubrovačko – neretvanskoj županiji, ispitati stavove i preferencije posjetitelja o aktualnoj ponudi, te utvrditi zadovoljstvo posjetitelja s ponudom na turističkim seoskim gospodarstvima. Anketno osobno ispitivanje provedeno je na uzorku od 111 posjetitelja. Rezultati istraživanja pokazali su da je većina posjetitelja slabo ili djelomično upoznata s ponudom turističkih seoskih gospodarstava, najveći broj njih se o ponudi informirao putem preporuke prijatelja i rodbine. Većini posjetitelja ovo je bio prvi posjet nekom turističkom seoskom gospodarstvu u zadnjih godinu dana. Većina njih na odabranu destinaciju dolazi na jednodnevne izlete s rodbinom i prijateljima koristeći vlastiti prijevoz. Kao razloge posjeta turističkim seoskim gospodarstvima većina ispitanika navodila je zdravu hranu i uživanje u specijalitetima, druženje s obitelji i prijateljima, odmor i opuštanje, te bijeg od gužve. Istraživanje je pokazalo da su posjetitelji najzadovoljniji s ljubaznošću domaćina, ponudom hrane i pića, te udobnošću smještaja na odabranom gospodarstvu, dok su manje zadovoljni s mogućnošću sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima i zastupljenosti domaćih životinja u ponudi turističkih seoskih gospodarstava. Rezultati ovog istraživanja daju vrijedne informacije turističkim seoskim gospodarstvima u svrhu planiranja ponude i marketinških aktivnosti.

Ključne riječi: Dubrovačko - neretvanska županija, anketa, turistička seoska gospodarstva, ponuda, zadovoljstvo posjetitelja

Summary

Graduate Student Work by **Nina Bebić**, Headline

VISITOR SATISFACTION BY OFFER OF TOURIST FAMILY FARMS IN DUBROVNIK – NERETVA COUNTY

The aim of this paper is to determine the current offer of tourist family farms in Dubrovnik - Neretva County, to examine the attitudes and preferences of visitors on the current offer, and to identify visitors' satisfaction with the current offer of tourist family farm. A survey was conducted on a sample of 111 visitors. The results showed that the majority of visitors were poorly or partially familiar with the offer of tourist family farms, most of them are on the offer informed by the recommendations of friends and relatives. For most respondents this was the first visit to tourist family farm this year. The majority, also, visited the region, as a part of one day trip with their family or friends, via personal transport. Main reason for visiting tourist family farms was healthy food, having pleasure of eating local specialities, quality time with their friends and family, and an escape from urban crowds. The survey showed that the visitors were most pleased with the warmth and kindness of hosts, food and drink variety, the comfort of the accommodation, while less pleased with possibilities in taking part in agriculture and the lack of animals in what Dubrovnik – Neretva County has to offer. The results of this survey gave valuable information about the tourist family farms in the region, in purpose of planning new offers and marketing activity.

Keywords: Dubrovnik – Neretva County, survey, tourist family farm, offer, visitors satisfaction

1. Uvod

Dubrovačko - neretvanska županija stoljećima privlači veliki broj turista. Danas je mnogima omiljena destinacija, pogotovo za posjetitelje željne razgledavanja veličanstvenih starina, upoznavanje brojnih kulturnih i drugih manifestacija, ljubitelja prirode i životinja, te svih onih željnih aktivnog odmora. Ruralni turizam u Dubrovačko - neretvanskoj županiji iz godine u godinu bilježi porast, ali još ima dosta mjesta za napredak, jer je veći dio usmjeren na "sezonski" turizam.

Prema podacima Regionalne razvojne agencije Dubrovačko - neretvanske županije (DUNEA, 2018) u Županiji je u 2017. godini ostvaren porast od 15% dolazaka i 12% noćenja turista u odnosu na predhodnu 2016. godinu. Najveći broj noćenja ostvaruje se u Dubrovniku, a potom u Orebiću, Konavlima, Župi dubrovačkoj, Korčuli i Dubrovačkom primorju.

Dubrovačko - neretvanska županija spada u najrazvijenija područja u Republici Hrvatskoj i kao takva postaje poželjna turistička destinacija, no da li sa ljepotom netaknute prirode i bogatom ponudom različitih manifestacija može zadovoljiti sve potrebe posjetitelja na seoskim gospodarstvima.

Uz sve ljepote i bogate sadržaje Dubrovačko - neretvanska županija ima sve preduvjete za poboljšanje i razvoj ruralnog turizma, uključujući i seoski turizam. Trenutno ima 120 turističkih subjekata koji se bave agroturizmom u odnosu na 2015. godinu kada je bilo registrirano svega 39 u Županiji. Kako bi poboljšali ponudu, potrebno je istražiti zadovoljstvo posjetitelja aktualnom ponudom, te ispitati njihove stavove i preferencije o ponudi na turističkim seoskim gospodarstvima. Rezultati ovog istraživanja daju informacijsku podlogu turističkim seoskim gospodarstvima za kreiranje novih marketinških strategija.

1.1. Cilj rada

1. Utvrditi aktualno stanje ponude ruralnog turizma u Dubrovačko - neretvanskoj županiji
2. Ispitati stavove i preferencije posjetitelja o aktualnoj ponudi turističkih seoskih gospodarstava
3. Utvrditi zadovoljstvo posjetitelja ponudom turističkih seoskih gospodarstava

2. Metode i izvori podataka

Za potrebe izrade ovog diplomskog rada korišteni su sekundarni i primarni izvori podataka. Od sekundarnih izvora korištena je dostupna znanstvena i stručna literatura, statistički izvori podataka, strategije razvoja županije, te web stranice relevantnih institucija (DZS RH, TZ Dubrovačko - neretvanske županije, www.mint.hr). Primarni izvori podataka dobiveni su anketnim ispitivanjem posjetitelja na turističkim seoskim gospodarstvima u Dubrovačko - neretvanskoj županiji. Anketni upitnik je sastavljen na hrvatskom jeziku i kao takav koristio se za posjetitelje iz Hrvatske, ali i one iz inozemstva koji znaju hrvatski jezik.

Anketno istraživanje provedeno u razdoblju od 15. lipnja 2018.- 10. rujna 2018. na turističkim seoskim gospodarstvima u Županiji. Ispitivanje je provedeno osobnim ispitivanjem na uzorku od 111 ispitanika. Prosječno vrijeme trajanja ankete je od 7 do 10 minuta.

Anketni upitnik sastojao se od 19 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Upitnikom je obuhvaćena upoznatost s aktualnom ponudom na seoskim gospodarstvima (način upoznavanja s ponudom, razlozi posjeta). Također, anketnim upitnikom obuhvaćena su i pitanja o važnim čimbenicima za odabir destinacije, te zadovoljstvom na posjećenom turističkom seoskom gospodarstvu (pitanje 5 i 6) gdje su ispitanici na Likertovoj ljestvici od 5 stupnjeva iskazivali stupanj svoga zadovoljstva o ponudi na posjećenom TSOG – u. Posljednja skupina pitanja odnosila se na socio - demografska obilježja; spol, dob, školsku spremu, radni status, osobni dohodak. Rezultati anketnog ispitivanja obrađeni su u statističkom programskom paketu SPSS (Statistic Package for Social Sciences 23.). Za analizu rezultata korištene su frekvencija i distribucija, a dobiveni podaci prikazani su tablično i grafički.

3. Teorijska podloga istraživanja

3.1. Ruralni turizam

Da bi mogli razumijeti pojam ruralni turizam, prvo moramo znati definiciju "turizma". Danas, turizam spada u jednu od rastućih gospodarskih grana u svijetu, te postoji sve veći broj ljudi koji imaju mogućnost da putuju i istražuju druge krajeve svijeta. Prema DZS, 2018., turizam su aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoje uobičajne sredine, ne dulje od jedne godine, zbog odmora, posla ili drugih osobnih razloga, osim zapošljavanja kod poslovnog subjekta sa središtem u mjestu posjeta. Budući da turist čini sastavni dio turizma, Državni zavod za statistiku kaže da je turist svaka osoba koja u mjestu izvan svojeg prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj turista radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova (www.dzs.hr).

Ruralni turizam prema definiciji Vijeća Europe, (1986.) definiran je kao turizam koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo one koje bi se mogle odrediti kao farmerski ili agroturizam. Zadiru u dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu, koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu. Ruralni turizam, također prema Vijeću Europe spada u turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnija obilježja su mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seoskim poslovima (Demonja, Ružić, 2010.).

Ruralni turizam je veliko potencijalno područje ponude usluga koje pružaju velike mogućnosti. Predstavlja najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge / aktivnosti / vidove turizma unutar ruralnih područja (lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni)(Baćac, 2011). Kao takav doprinosi očuvanju prirodne i kulturno-povijesne baštine receptivne sredine, sprječava iseljavanje iz tzv. "pasivnih krajeva" te potiče revalorizaciju autohtonih vrijednosti receptivnog kraja (Krajnović i sur., 2011.).

3.1.1. Oblici ruralnog turizma

Prvi put, početkom 90-ih godina prošlog stoljeća, javlja se podjela turizma prema oblicima. Ruralni turizam sadrži veliki broj pojavnih oblika u koje se ubrajaju seljački (agroturizam), rezidencijalni, zavičajni, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, edukacijski, tranzitni, kamping, nautički kontinentalni, kulturni, vjerski, lovni, ribolovni, vinski, gastronomski i drugi (Demonja, Ružić, 2010).

Agroturizam je oblik turizma koji se još naziva i seljački turizam. Osnovna aktivnost ovog oblika turizma je poljoprivredna proizvodnja (povrćarstvo, voćarstvo, ratarstvo, vinogradarstvo, pčelarstvo, ribnjačarstvo), dok turističke usluge smještaja i prehrane gostiju spadaju u dodatnu aktivnost (Demonja, Ružić, 2010). Agroturizmi se razlikuju prema uslugama koje pružaju, pa tako postoje oni koji nude samo usluge prehrane, samo usluge smještaja, te oni koji nude usluge i smještaja i prehrane.

Prema objektu za odmor mogu biti: 1.) ruralne kuće tradicionalne arhitekture, 2.) obiteljski ruralni hoteli, 3.) ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture, 4.) ruralne sobe i apartmani nove arhitekture, 5.) objekti na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom (Demonja, Ružić, 2010). Kroz ovakav oblik turizma posjetitelji mogu proživjeti djelić svakodnevnog seoskog života, dok ruralna naselja profitiraju kroz ekonomske i druge turističke aktivnosti. Na Tablici 1. može se vidjeti kako se ovaj oblik turizma razlikuje svojim osnovnim odrednicama od gradskog turizma (Jeličinć, 2007).

Tablica 1. Prikaz značajki gradskog turizma u odnosu na seoski turizam

| Značajke gradskog turizma | Značajke seoskog turizma |
|---|--|
| Naselje sa više od 10000 stanovnika | Naselje sa manje od 10000 stanovnika |
| Izgrađen urbaniziran okoliš | Prirodni okoliš |
| Intenzivna infrastruktura | Slaba infrastruktura |
| Značajni zabavni i trgovački sadržaji | Snažne individualne aktivnosti |
| Veliki objekti | Mali objekti |
| Kompanije u nacionalnom/međunarodnom vlasništvu | Posao koji je u lokalnom vlasništvu |
| Samopodržavajući turistički interesi | Turizam podržava ostale interese |
| Zaposelenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta | Zaposlenici često žive blizu radnog mjesta |
| Rijetko je pod utjecajem faktora sezonalnosti | Često je pod utjecajem sezonalnosti |
| Odnosi s gostima su nepersonizirani | Odnosi s gostima su personalizirani |
| Profesionalni menadžment | Amaterski menadžment |
| Etika rasta i razvoja | Etika očuvanja rasta |

Izvor: Jelinčić, (2007).

Rezidencijalni turizam predstavlja oblik turizma koji podrazumjeva sporedno stanovanje gradskih stanovnika u dane vikenda, za vrijeme blagdana, godišnjeg odmora u vlastitim objektima. Obično se ti objekti nalaze u blizini gradova ili značajnih i drugih privlačnosti. U tim objektima koji se nalaze u selima ili izvan njih, borave njihovi vlasnici, ali mogu se iznajmiti i drugima što predstavlja značajni turistički potencijal (Ružić, 2009).

Zavičajni ili nostalgичni turizam temelji se na osobnoj vezi pojedinca i njemu određenog područja. Kod ovog oblika turizma najčešće se radi o stanovnicima koji su preselili iz svojih zavičaja u neka druga veća mjesta. Iz toga proizlaze česta putovanja u zavičaj gdje spavaju i hrane se kod rodbine ili u lokalnim ugostiteljskim objektima. Zavičajni (nostalgичni) turizam često prelazi u rezidencijalni turizam (Ružić, 2009).

Sportsko - rekreacijski turizam obuhvaća široki spektar sportskih i rekreacijskih aktivnosti koje se odvijaju u prirodi, tj. na otvorenom prostoru i u posebno opremljenim

objektima za sport. Šetnja, vožnja biciklom, skijanje, trčanje, jahanje, plivanje, veslanje, badminton, streličarstvo i druge sportsko zabavne aktivnosti postaju važan sadržaj boravka (Demonja, Ružić, 2010).

Avanturistički turizam je tip rekreacijskog turizma, kojemu je temelj rekreacija. Zahtijeva spremnost u fizičkom i psihološkom smislu, te se odnosi na neki sport ili rekreaciju u kojem je prisutan određeni stupanj rizika, adrenalina i uzbuđenja. U avanturistički turizam ubrajaju se brojni ekstremni sportovi kao što su: alpinizam, akrobatsko skijanje, brdski biciklizam, bungee skokovi, padobranstvo, paragliding, rafting, zmajarenje, špiljarenje, ronjenje, te veslanje (Demonja, Ružić, 2010).

Zdravstveni turizam usko je povezan uz termalno – mineralna vrela, ljekovita blata, te planinske predjele. Važnost ove vrste turizma je višestruka, ogleda se u jačanju fizičke spremnosti korisnika zdravstvenih usluga, poboljšavanju njegovog autoimunog sustava i pripremanju organizma za obranu od bolesti (Demonja, Ružić, 2010).

Kulturni turizam i kultura blisko su povezani. Kulturno nasljeđe, zajedno sa prirodnim atrakcijama čini osnovne resurse opstanka i preduvjeta razvoja turizma (Demonja, Ružić, 2010). Resursi kulturnog turizma: spomenici (sakralni spomenici, javni spomenici, povijesne zgrade, utvrde, arheološki predjeli i sl.), muzeji (folklorni muzeji, umjetnički muzeji), rute (kulturno - povijesne, umjetničke rute), zabavni centri (arheološki, arhitektonski, glazbeni, kulturno - povijesni), kulturno povijesni događaji (vjerski festivali, folklorni festivali), umjetnički događaji (izložbe, festivali) (Pančić Kombol, 2006).

Vjerski turizam manifestira se putovanjem i posjetom vjerskim središtima, obredima ili hodočašćima (Demonja, Ružić, 2010). Predstavlja oblik turističkih kretanja kojima turisti nastoje zadovoljiti potrebe religijskog i duhovnog karaktera. Ovaj oblik se često naziva i hodočasnički turizam. Vjerskog turizma ne privlače samo vjernike već i brojne znatiželjne turiste koji u tom fenomenu traže kulturni ili pustolovni doživljaj. Baš zbog toga dolazi do čestih stvaranja gužvi, opasnosti od terorizma, te zagađenja (Hegeduš, Koščak, 2014).

Lovni turizam je karakteristični oblik turizma za ruralni prostor. Zemljišni, hidrografski i klimatski uvjeti, te biljni pokrivači čine posebne pogodnosti za uzgoj i rast divljači. U ovom obliku turizma sudjeluju lovci i njihove obitelji (Demonja, Ružić, 2010).

Ribolovni turizam predstavlja oblik turizma koji se ostvaruje na ruralnom prostoru tj., na njegovim vodenim površinama. Ribolovci u ribolovnom turizmu vole i traže čiste vode i ribe, zbog toga jer je ribolov za njih hobi, sport, rekreacija i očuvnje prirode (Demonja, Ružić, 2010).

Gastronomski turizam čituje se na gastronomskoj ponudi ruralnog prostora i vrlo važno je da ima raznovrsnu i nenametljivu ponudu hrane (Demonja, Ružić, 2010). Gostima nije uvijek cilj odmor, već im je cilj i sudjelovanje u raznim gastronomskim manifestacijama, u degustiranju autohtonih jela određene destinacije, kako bi kroz hranu upoznali odlike određenog kraja koji posjećuju (Drpić, Vukman, 2014).

Vinski turizam zauzima sve značajnije mjesto u turističkoj ponudi mnogih turističkih destinacija i zemalja. Povijesno gledano, vinski turizam datira iz sredine devetnaestog stoljeća, kada su sudionici Grand Tour putovanja na trasi svojih putovanja posjetili vinograde i degustirali vina (Razović, 2015). U okviru ovog oblika turizma zanimljivi su zaštićeni dijelovi prirode (nacionalni parkovi, parkovi prirode, zaštićene biljne i životinjske vrste) (Demonja, Ružić, 2010).

Ekoturizam predstavlja vrstu putovanja kojemu je cilj zaštita svijeta prirode i podržavanje dobrobiti kulture koja taj svijet nastanjuje, a predstavlja poseban oblik turističke ponude. Ekoturizam je stav, etika i način ponašanja. Definicije ekoturizma uglavnom naglašavaju interakciju između lokalnog stanovništva i turista, minimalni negativni utjecaj na okoliš, te održivost kao glavne karakteristike ovog oblika turizma (Dragičević, Stojčić, 2009).

Edukacijski turizam karakterizira upoznavanja polaznika sa obilježjima ruralnog prostora, stjecanju životnog iskustva za vrijeme boravka u prirodi te drugih spoznaja u vezi s

ruralnim prostorom. Polaznici u edukacijskom turizmu mogu biti učenici, izviđači koji su na izletničkim putovanjima, te ostali turisti (Demonja, Ružić, 2010).

Kamping turizam obuhvaća oblik seoskog turizma u kojem turisti za smještaj i boravak odabiru kampiranje. Ovakva vrsta odmora ostvaruje se u malim i improviziranim kampovima u okviru ugostiteljske ponude ili seljačkog gospodarstva, u blizini prirodnih ljepota, kulturno povijesnih znamenitosti (Ružić, 2009).

Nautički turizam je oblik turizma u kojem turisti za smještaj i boravak koriste brod-jahtu. Obično se odmaraju u ruralnim sredinama na jezerima, rijekama i kanalima (Demonja, Ružić, 2010).

3.2. Stanje seoskog turizma u Republici Hrvatskoj

Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj započeo je još početkom 90-ih godina prošlog stoljeća. Na njegov razvoj su uvjetovali različiti čimbenici, a neke od njih su društveno ekonomske promjene na hrvatskom selu nastale kao posljedica povijesnih događanja, poimanje životne filozofije kroz oblike življenja u zdravom okolišu i uzgoju zdrave hrane, te infrastrukturne pogodnosti (Jelinčić, 2007). Godine 1995. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske započelo je s inicijativama ruralnog razvoja. Primjenom OECD kriterija, područja Hrvatske klasificiraju kao ruralna ili urbana temeljem praga od 150 stanovnika na km² (Demonja, Ružić, 2010). S obzirom da je Hrvatska poznata po različitosti prirodnih resursa, obilježjima ruralne arhitekture i tradicije moguće je razlikovati sedam ruralnih cjelina (1.Slavonija, Baranja i Srijem, 2. Hrvatsko Zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina, 3. Posavina, Pokuplje, Moslavina, 4. Gorski Kotar i Žumberak, 5. Lika i Kordun, 6. Istra i Hrvatsko primorje i 7. Dalmacija)(Demonja, 2014). Promjenom političkog, društvenog i ekonomskog sustava u Hrvatskoj u devedesetima započinje nova faza u razvoju ruralnog turizma, a posebno turizama na seljačkim gospodarstvima (Lukić, 2002). Jedan od temeljnih oblika seoskog turizma u Hrvatskoj je turizam na seoskim obiteljskim domaćinstvima, koji je u najvećoj mjeri razvijen na području Istarske, Dubrovačko - neretvanske, Osiječko – baranjske, te Zagrebačke županije.

Prema podacima iz Nacionalnog kataloga ruralnog turizma Hrvatske u 2015. godini Hrvatska je imala registrirano 317 turističkih seoskih gospodarstava, što je manje za 16,3% nego u 2007. godini, od čega je Dubrovačko - neretvanska županija u 2015. g. imala 39 registriranih turističkih seoskih gospodarstava¹(Tablica 2). No, priliku za unaprijeđenjem, poboljšanjem i poticanjem ruralnog razvoja, a time i seoskog turizma pruža Program ruralnog razvoja RH u razdoblju od 2014. do 2020. godine koji investira program vrijedan 2,4 milijarde Eura-a (<http://www.mps.hr>)

Tablica 2. Prikaz registriranih turističkih seoskih gospodarstava u 2007., 2015., te 2017/2018* godini u Hrvatskoj i Dubrovačko – neretvanskoj županiji

| Registrirana TSOG | | | |
|---------------------------------|-------|-------|--------------|
| Godina | 2007. | 2015. | 2017./2018.* |
| Hrvatska | 379 | 317 | / |
| Dubrovačko-neretvanska županija | 70 | 39 | 120* |

Izvor: Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske, 2015; Ministarstvo turizma Hrvatske i Ured državne uprave Dubrovačko – neretvanske županije*

¹Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske, 2015.

4. Općenito o Dubrovačko - neretvanskoj županiji

Dubrovačko - neretvanska županija najjužnija je županija u Republici Hrvatskoj, prostire se na 9 272,37 km², što zauzima 10,6% ukupne površine Hrvatske. Površina kopna je 1782,49 km² (3,1% kopnenog teritorija Hrvatske). Pripadajuće more zauzima površinu od 7489,88 km², odnosno 80,8 % površine Županije ili 24,1% mora Hrvatske. DNŽ je teritorijalno organizirana u 22 jedinice lokalne uprave i samouprave, odnosno 5 gradova (Dubrovnik, Korčula, Ploče, Metković i Opuzen) i 17 općina (Blato, Dubrovačko Primorje, Janjina, Konavle, Kula Norinska, Lastovo, Lumbarda, Mljet, Orebić, Pojezerje, Slivno, Smokvica, Ston, Trpanj, Vela Luka, Zažablje i Župa Dubrovačka)(Slika 1). Županijsko središte nalazi se u Gradu Dubrovniku (Marić, J., 2008). Obala je razvedena i varira od zaštićenih uvala s pjeskovitim plažama do otvorenome moru izložene strme obale s klifovima. Priobalje i otoke čine poluotok Pelješac, te 223 otoka, hridi i grebena. Najznačajniji naseljeni otoci su Korčula, Mljet, Lastovo i skupina Elafitskih otoka kojoj pripada i Koločep, najjužniji naseljeni hrvatski otok.²



Slika 1. Dubrovačko - neretvanska županija

Izvor:<http://proleksis.lzmk.hr/18643/>

Dubrovačko - neretvanska županija ima sve značajke sredozemne klime. Ljeta su vruća s razdobljima suše, a ostala godišnja doba s obilnijim oborinama, te umjerenim temperaturama. Prosječna godišnja temperatura u Županiji iznosi oko 16,5 °C. U srpnju i kolovozu penje se i do

²Županijska razvojna strategija Dubrovačko – neretvanske županije 2016 -2020.

34 °C, a zimi temperatura rijetko padne ispod 0 °C, osim na područjima izloženim jakoj buri. Godišnji hod oborina je suptropski, s najviše oborina krajem jeseni i početkom zime (za prosinac je prosjek oko 200 mm/m²), sa sušnim ljetnim mjesecima. Sunčanih je dana prosječno godišnje 106 -111, a oblačnih 87-101. Najučestaliji su vjetrovi jugo (do 30%), bura (do 29%), maestral (do 24%) i levant³ (do 15%). S obzirom na povoljne klimatske uvjete koji vladaju u Dubrovačko - neretvanskoj županiji postoji mogućnost uzgoja mnogih poljoprivrednih kultura (voće, povrće, vinova loza, masline, cvijeće i sl.). No, relativno mala površina Županije i specifičan geografski oblik dijelom ograničavaju mogućnosti za intenzivniju poljoprivrednu proizvodnju, osim na području ušća rijeke Neretve⁴.

4.1. Stanje i ponuda turističkih seoskih gospodarstava Dubrovačko - neretvanske županije

Prema podacima HGK (2015) u Županiji je zabilježeno 39 registriranih turističkih seoskih gospodarstava. Za 2017./2018.g. prema još uvijek ne objavljenim podacima Ministarstva turizma Republike Hrvatske, te Ureda državne uprave Dubrovačko - neretvanske županije taj broj je povećan na 120 subjekata koji se bave turističkim uslugama na seoskim gospodarstvima, a razvrstava i kategorizira se na 104 kušaonice/izletišta, 1 kamp, te 15 apartmana. Iz Tablice 3. vidljivo je da je prema vrsti objekta (objekt na OPG-u, seljačkom domaćinstvu) u 2016.g. registrirano 329 dolazaka i 1 956 noćenja, dok je u 2017. g. zabilježen 421 dolazak od kojih 377 čine strani, a svega 44 domaća posjetitelja, dok broj noćenja iznosi 2 626. Da bi se broj dolazaka povećao, treba postaviti jasne kriterije i standarde poslovanja i kvalitete za sve subjekte u ovom sektoru.

³Levantin – lagani vjetar istočnjak

⁴Županijska razvojna strategija Dubrovačko – neretvanske županije 2011-2013

Tablica 3. Prikaz ukupnog prijavljenog turističkog prometa po vrsti objekta u Dubrovačko - neretvanskoj županiji od 01.01.2016 do 31.12.2016, te od 01.01.2017 do 31.12.2017.

| Vrste objekta | DOLASCI | | | | NOĆENJA | | | |
|---|----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
| | Domaći | Strani | Dolasci 2017. | Dolasci 2016. | Domaći | Strani | Noćenja 2017. | Noćenja 2016. |
| Hoteli | 77,632 | 863,836 | 941,468 | 888,865 | 231,937 | 3,268,869 | 3,500,806 | 3,388,282 |
| Objekti u domaćinstvu | 27,135 | 651,828 | 678,963 | 553,166 | 179,037 | 3,139,807 | 3,318,844 | 2,807,216 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj | 9,170 | 151,512 | 160,682 | 104,356 | 35,479 | 540,999 | 576,478 | 415,721 |
| Nekomercijalni smještaj | 2,200 | 38,599 | 40,799 | 37,951 | 54,030 | 446,862 | 500,892 | 457,352 |
| Kampovi | 2,425 | 90,347 | 92,772 | 81,132 | 14,847 | 405,463 | 420,310 | 372,091 |
| Ostalo | 785 | 0 | 785 | 833 | 8,225 | 0 | 8,225 | 8,585 |
| Objekti na OPG-u (seljačkim domaćinstvima) | 44 | 377 | 421 | 329 | 484 | 2,142 | 2,626 | 1,956 |
| Plovni objekti | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Restorani | 0 | 0 | 0 | 54 | 0 | 0 | 0 | 212 |
| Ukupno | 119,391 | 1,796,499 | 1,915,890 | 1,666,686 | 524,039 | 7,804,142 | 8,328,181 | 7,451,415 |

Izvor: TZ Dubrovačko - neretvanska županija, 2018.

Turistička seoska gospodarstva u Županiji svjedoče uspješnom spoju poljoprivrede i ruralnog turizma, popraćenog pričom o tradiciji, povijesti i ponosu svog stoljetnog, pa čak i tisućljetnog života. Bogata i raznolika autohtona ponuda na turističkim seoskim gospodarstvima svakako je jedan od važnijih faktora turističke ponude. Unatoč kamenitom ambijentu, na Pelješcu su poljoprivrednici teškim radom uspjeli stoljećima očuvati plodnu zemlju na kojoj se osim voća i povrća nalaze i uspijevaju svjetski znamenita vina kao što su Dingač i Postup. Osim kvalitetnih vina na njihovom stolu mogu se naći tradicionalni pelješki specijaliteti poput pečene janjetine, kozletine i teletine, domaćeg zelja, te autohtonih jela kao što su pikatić (tradicionalno jelo od janjećih iznutrica, ponajprije jetre, u crvenom umaku s brojnim začinima), tripice (janjeći želudac u crvenom umaku sa začinima i mladim graškom) i vinski gulaš.

Na seoskim gospodarstvima Korčule može se naći domaći pršut, incuni, masline, sir, te vina od autohtonih hrvatskih sorti grožđa, a to su Grk, Pošip i Rukatac (Maraština). Na području Konavla vrijedne domaće na svojim bogatim trpezama nude poznate slastice (Slika 2)

(kontonjatu, mantalu, ušćerene bademe i arancine) uz aromatičnu travaricu i lozovaču, te kapljicu kvalitetnog vina Konavle i Dubrovačke malvazije. Osim slastica i vina u ponudi se mogu naći sir iz ulja, zelena meneštra, te ostale brojne delicije.



Slika 2. Konavoske slastice (arancini, kontonjata, mantala)

Izvor: <http://www.zupskiportal.hr/novost/1304/Kontonjata-i-arancini-se-mogu-prodavati-bez-ra%C4%8Duna,-a-mantale-ne>

Ston osim autohtonih specijaliteta nudi svježe, iz mora tek izvađene kamenice, dagnje i tek pripremljenu svježu ribu. Na otocima (Korčula, Mljet, Šipan, Lopud i Koločep) mogu se naći jela od sušene do netom ulovljene sviježe ribe. Nažalost, dolina Neretve još uvijek nema niti jedano registrirano turističko seosko gospodarstvo iako teži tome i ima velik potencijal, no ako ste u prolazu naići će te na brodet od jegulja i/ili žaba, te ukusna jela od divljači, a posebno divljih pataka (liska) (<http://visitdubrovnik.hr>).

Osim bogate i raznolike gastronomske ponude seoska gospodarstva u Županiji nude i brojne aktivnosti poput biciklizma, pješačenja, jahanja, obilazak voćnjak, vinograda, povrtnjaka, obilazak kulturne i povijesne baštine, mogućnost bavljenja sportom, te upoznavanje sa starim zanatima (lončarstvo, klesarstvo, tkanje, kovač i sl.). Za posjetitelje željne avanture Županija nudi biciklističke i pješačke staze. Prema izvoru Dubrovačkog dnevnika, 2015. g. biciklistička i pješačka staza “Ćiro” je staza uređena u okviru projekta SUD SIT kojeg prvo vodi Agroturizam

Konavle sa svojim partnerima UHPA-om i DUNEA-om, te u suradnji s Općinom Konavle, vlasnikom trase (Slika 3). Ovaj izuzetan spomenik indusstrijske arhitekture prolazi kroz Konavle u dužini od 33 kilometra, a u izvornoj funkciji je bio od 1901. do 1968. godine. Na pruzi se nalazi četiri tunela, sedam željezničkih postaja, jedan most te niz skladišta i crpki za vodu. Osim tunela prokopanih u krškoj stijeni koji su na ulaznom i izlaznom dijelu građeni od pravilno klesanih tesanaca, svakako rijedak primjerak arhitekture predstavlja okretni tunel kod stanice Mihanići, gdje se vlak spuštao prema moru (<https://dubrovackidnevnik.rtl.hr/>).



Slika 3. Biciklistička i pješačka staza Ćiro

Izvor: <https://dubrovacki.slobodnadalmacija.hr/zupanija/konavle/clanak/id/459215/zavrsio-projekt-ciro-bicikliranjem-kroz-dvije-drzave>

Također, kroz Konavle se proteže još dvije biciklističke staze Cavtat - Močići - Ćilipi (9,5 km)(spade i u pješačku stazu), te Cavtat - Zvekovica - Miljasi (25 km). Biciklistička staza Trpanj (6 km) krije netaknutu prirodu, miris mora, maslina, čempresa, te ljekovitog bilja. Lastovo - Ubli (9,45 km) nudi slabo prometne asfaltirane ceste uz brojne sporedne šumske puteve kojima se posjetitelji smiju kretati. Na Mljetu staze obiluju makadamskim poljskim

putevima za posjetitelje željne “mountainbike” do asfaltiranih za obiteljske panoramne vožnje. Za ljubitelje planinarenja i dugih šetnja tu je Mljetska planinska obilaznica (43 km) otvorena 2012. godine (<http://visitdubrovnik.hr>).

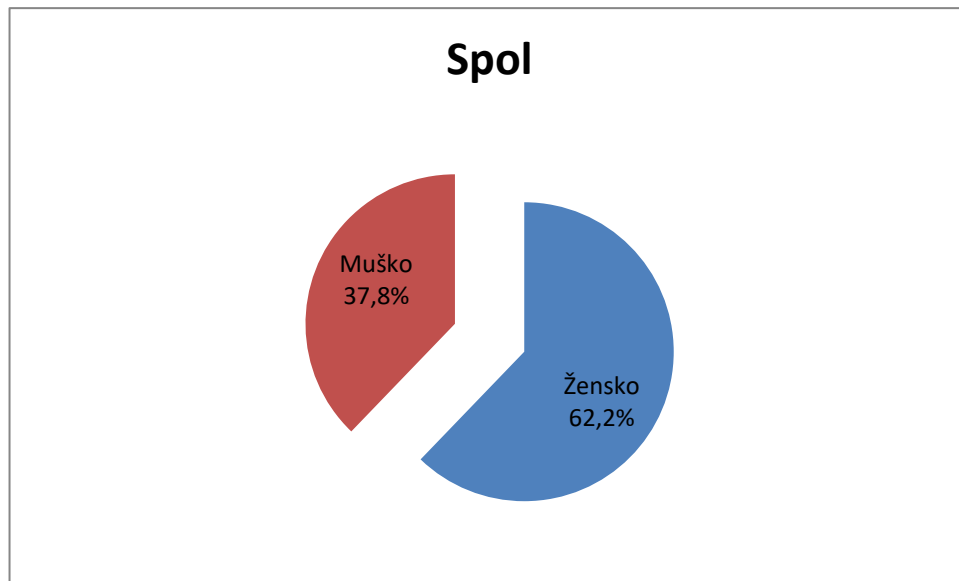
Za one koji žele vidjeti i naučiti nešto novo pobrinuo se fond kulturnih dobara DNŽ kojeg čini vrlo veliki broj vrijednih kulturnih dobara. Prema podacima Ministarstva kulture, Uprave za zaštitu kulturne baštine i Konzervatorskom odjelu u Dubrovniku na području Županije nalazi se ukupno zaštićenih i preventivno zaštićenih 535 nepokretnih kulturnih dobara, od toga je 486 zaštićenih i 49 preventivno zaštićenih kulturnih dobara. Prema podacima Konzervatorskog odjela u Dubrovniku i Zavoda za prostorno uređenje Dubrovačko - neretvanske županije na području Županije nalazi se 1968 evidentiranih kulturnih dobara. Ukupan broj zaštićenih i preventivno zaštićenih, te evidentiranih nepokretnih kulturnih dobara u Dubrovačko-neretvanskoj županiji iznosi 2.503. Neke od najzanimljivijih su Knežev dvor, Palača Sponza, Orlandov stup, crkva sv. Vlaha - stolna crkva sa riznicom, Dominikanski samostan i crkva, Franjevački samostan u Dubrovniku, mauzolej obitelji Račić, zbirka Baltazara Bogišića, Pinakoteka crkve sv. Nikole, Zavičajni muzej Konavala u Konavlima. Na Pelješcu se značenjem baštine ističu urbana cjelina Stona s Malim Stonom, Stonske zidine kao obrambeni zid. NP Mljet, također neće razočarati ljubitelje kulturne baštine uz Benediktinski samostan koji je smješten na jednoj od najljepših lokacija na ovim prostorima, otočiću sv. Marije u Velikom jezeru, te je najposjećenija znamenitost nacionalnog parka. Naravno, Dubrovačke ljetne igre, Festesv.Vlaha, Dubrovnik FestiWine, brojni folklorni ansambli, festivali viteških igara i slično samo su jedan dio manifestacija koji se događaju u Županiji, a u kojima posjetitelji mogu uživati (<http://www.tzdubrovnik.hr>).

5. Rezultati istraživanja

5.1. Opis uzorka

U istraživanju je sudjelovalo 111 ispitanika, od čega 62,2% ženskih i 37,8% muških ispitanika (Graf 1).

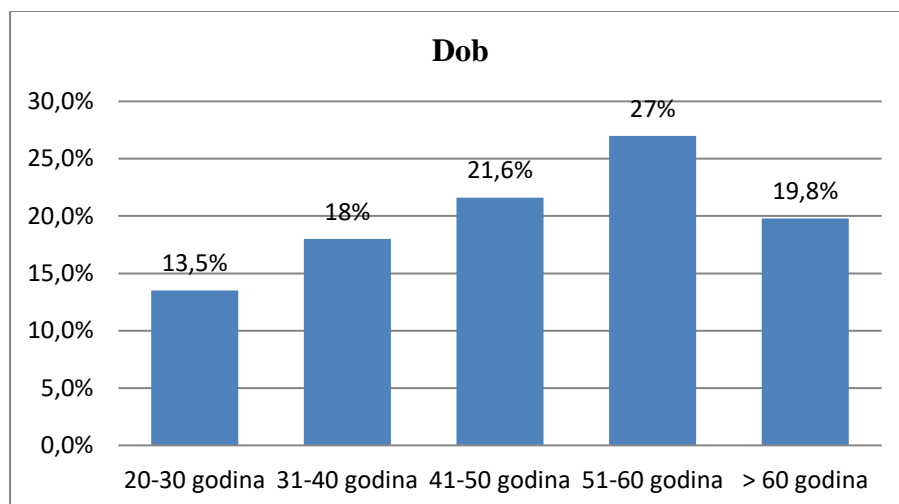
Graf 1. Spol



Izvor: Vlastito istraživanje

Najviše ispitanika je u dobi od 51 do 60 godina (27%), slijede ispitanici starosti od 41 do 50 godina (21,6%), te oni koji imaju više od 60 godina (19,8%). Najmanje je onih dobi od 20 do 30 godina (13,5%) (Graf 2).

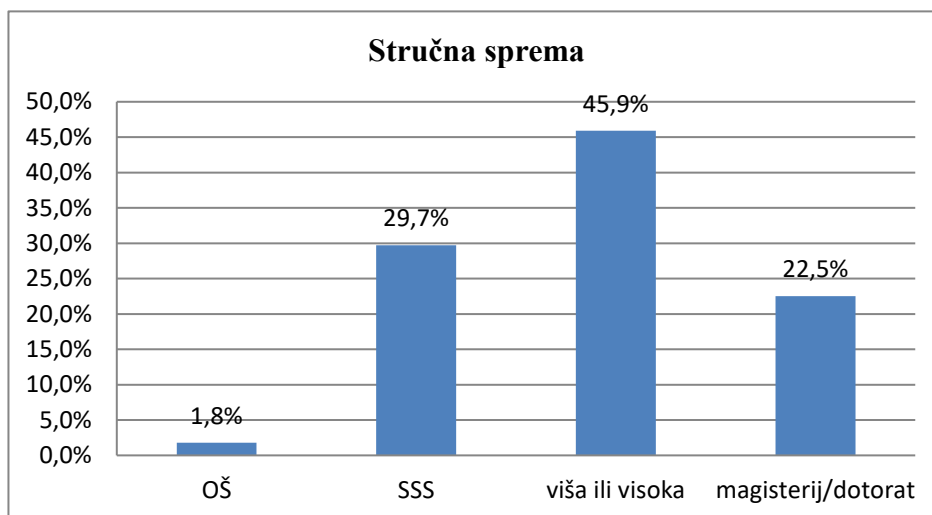
Graf 2. Dob ispitanika



Izvor: Vlastito istraživanje

Približno polovica ispitanika (45,9%) ima završenu višu ili visoku školu, zatim slijede ispitanici sa srednjom školom (29,7%), te ispitanici s magisterijem ili doktoratom (22,5%)

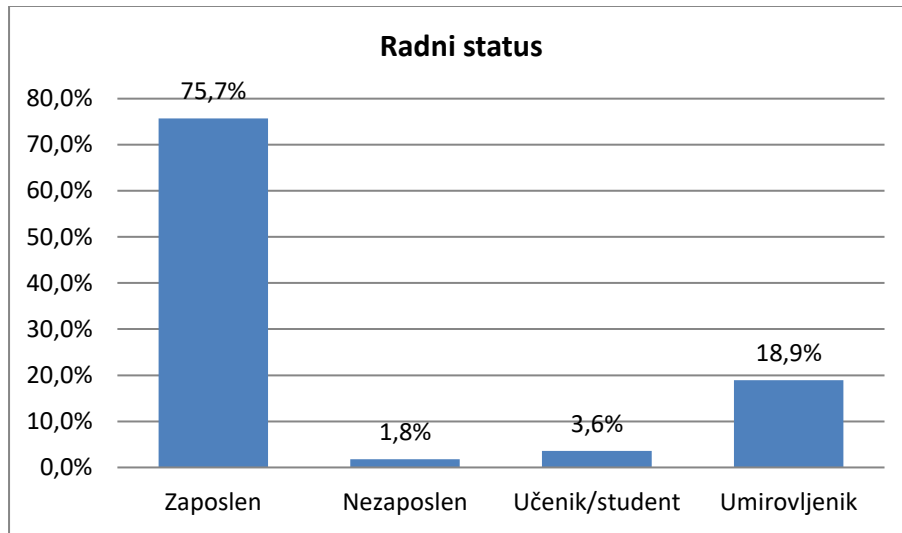
Graf 3. Stručna sprema



Izvor: Vlastito istraživanje

Iz Grafa 4. uočavamo da je 84 ispitanika zaposleno, odnosno njih 75,5% , dok je svega 1,8% nezaposlenih. Njih 3,6% su studenti, a 18,9% čini starija populacija, odnosno umirovljenici.

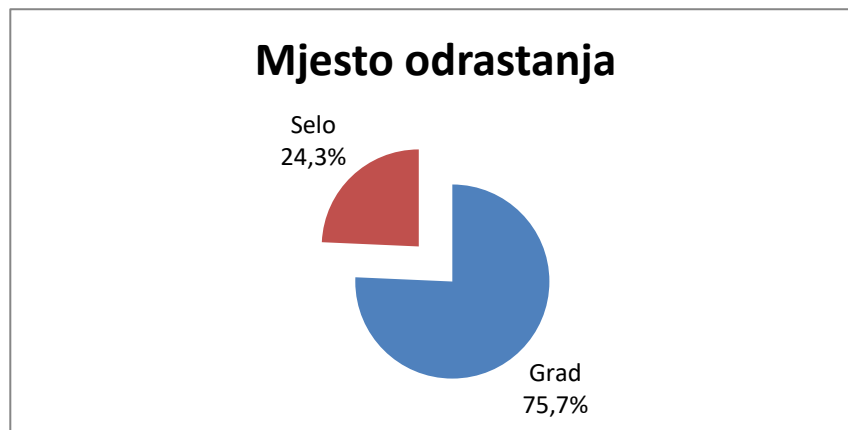
Graf 4. Radni status



Izvor: Vlastito istraživanje

Veći dio ispitanika (75,7 %) kao mjesto odrastanja navelo je grad, dok je 24,3 % navelo selo.

Graf 5. Mjesto odrastanja



Izvor: Vlastito istraživanje

Ukupni mjesečni prihod kod najvećeg broja ispitanika iznosi od 3.500 – 6.000 kuna (Tablica 4).

Tablica 4. Prikaz osobnih mjesečnih prihoda ispitanika

| Osobni prosječni mjesečni prihodi | % |
|--|----------|
| Do 3.500 Kn | 25 |
| 3.500-6.000 Kn | 45,4 |
| 6.000-8.000 Kn | 19,4 |
| >8.000 Kn | 10,2 |

Izvor: Vlastito istraživanje

U istraživanju je sudjelovalo 46,8% domaćih i 53,2% inozemnih gostiju. Domaći gosti najčešće dolaze iz Dubrovačko – neretvanske županije (14,4%), Splitsko dalmatinske (10,8%), te Zagrebačke županije (7,2%). Od inozemnih posjetitelja najviše ih je bilo iz susjedne nam Bosne i Hercegovine (27,9%), Slovenije (9,0%), i Srbije (7,2%). Iz ostalih zemalja u istraživanju je sudjeovalo 9% ispitanika od čega je iz Njemačke bilo 3,6% posjetitelja, Crne Gore (1,8%), Švedske (1,8%), te Engleske (1,8%).

Tablica 5. Udio posjetitelja iz Hrvatske i inozemstva

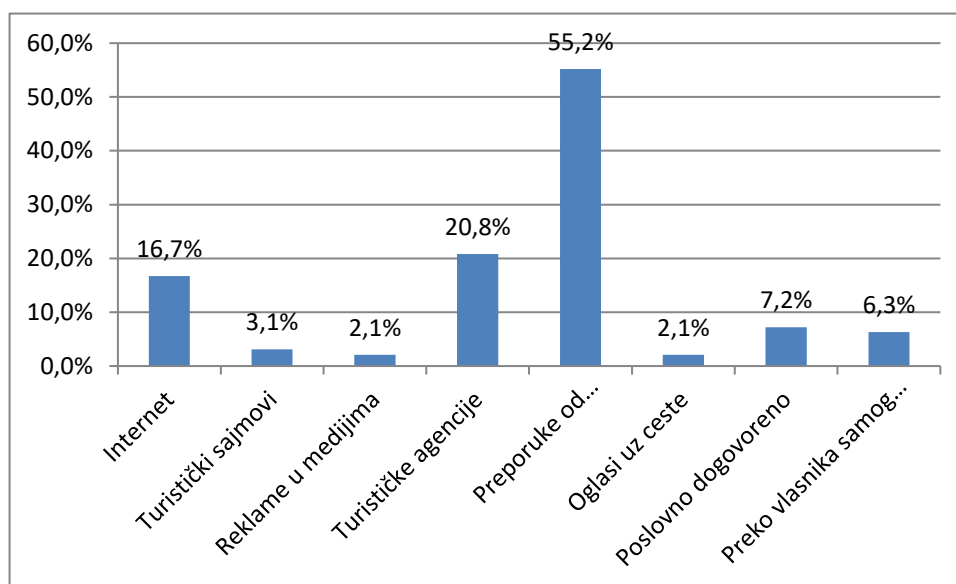
| Hrvatska (županije) | N | % | Inozemstvo | N | % |
|----------------------------|-----------|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| Dubrovačko - neretvanska | 16 | 14,4 | Bosna i Hercegovina | 31 | 27,9 |
| Splitsko dalmatinska | 12 | 10,8 | Slovenija | 10 | 9,0 |
| Zagrebačka | 8 | 7,2 | Srbija | 8 | 7,2 |
| Zadarska | 4 | 3,6 | Njemačka | 4 | 3,6 |
| Krapinsko zagorska | 3 | 2,7 | Švedska | 2 | 1,8 |
| Vukovarsko srijemska | 3 | 2,7 | Crna Gora | 2 | 1,8 |
| Šibensko kninska | 2 | 1,8 | Engleska | 2 | 1,8 |
| Bjelovarsko bilogorska | 2 | 1,8 | | | |
| Karlovačka | 2 | 1,8 | | | |
| Ukupno | 52 | 46,8% | Ukupno | 59 | 53,2% |

Izvor: Vlastito ispitivanje

5.2. Upoznatost s ponudom i važnost čimbenika pri odabiru turističke seoske destinacije

Najviše ispitanika se o ponudi turističkih seoskih gospodarstava informiralo putem preporuke rodbine ili prijatelja, zatim preko turističkih agencija (20,8%) i interneta (16,7%). Pod ponuđenim odgovorom “nešto drugo” ispitanici su najčešće navodili poslovno dogovorene sastanke na gospodarstvu (7,2%) i upoznatost s ponudom preko samog vlasnika turističkog seoskog gospodarstva (6,3%) (Graf 6).

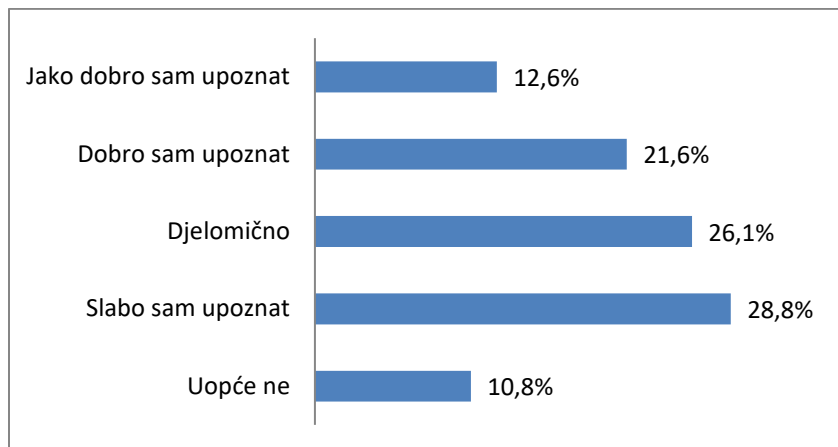
Graf 6. Način upoznavanja s ponudom ruralnog turizma u Dubrovačko - neretvanskoj županiji



Izvor: Vlastito istraživanje

Približno trećina ispitanika (28,8%) je slabo upoznata s ponudom na turističkim seoskim gospodarstvima u Dubrovačko - neretvanskoj županiji. Nešto malo manje (26,1%) ih je izjavilo da je djelomično upoznato s ponudom, dok ih je 21,6% dobro upoznato. Također, postoje i oni koji su jako dobro upoznati s ponudom, a njih je svega 12,6%, dok je nešto malo manje (10,8%) onih koji uopće nisu upoznati s samom ponudom koja se nudi na turističkim seoskim gospodarstvima u Županiji (Graf 7).

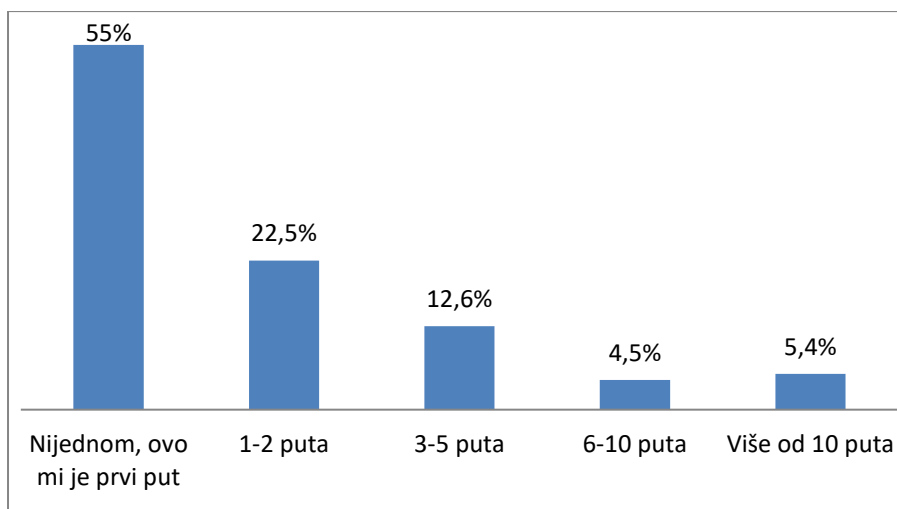
Graf 7. Upoznatost ispitanika s ponudom TSOG - a u Dubrovačko - neretvanskoj županiji



Izvor: Vlastito istraživanje

Većini posjetitelja (55%) bio je to prvi posjet nekom turističkom seoskom gospodarstvu u Dubrovačko - neretvansko županiji. Naime, njih 22,5 % je do sada bilo 1 do 2 puta, a nešto manje (12,6%) ih je bilo 3 do 5 puta na nekom turističkom seoskom gospodarstvu u posljednjih godinu dana (Graf 8).

Graf 8. Broj posjeta ispitanika u posljednjih godinu dana na nekom turističkom seoskom gospodarstvu



Izvor: Vlastito istraživanje

Pri odabiru turističke destinacije ispitanici najvažnijim ocjenjuju ljubaznost domaćina (srednja vrijednost 4,81), razinu usluge (srednja vrijednost 4,55), raznovrsnost ponuđene hrane (srednja vrijednost 4,51), te cijenu hrane (srednja vrijednost 4,25). Manje važnim ocjenjuju sportske sadržaje i sadržaje za djecu (srednja vrijednost 2,87), te prisutnost domaćih životinja (srednja vrijednost 2,73)(Tablica 6).

Tablica 6. Važni čimbenici pri odabiru TSOG-a

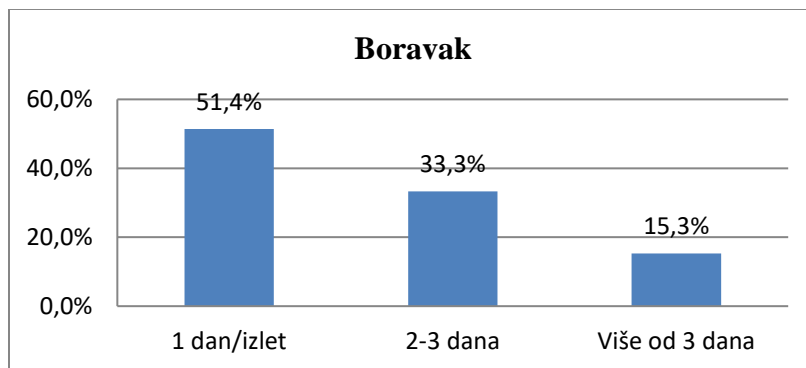
| Čimbenici pri odabiru destinacije | Srednja vrijednost | Standardna devijacija |
|---|---------------------------|------------------------------|
| Ljubaznost domaćina | 4,81 | 0,44 |
| Očekivana razina usluge u destinaciji | 4,55 | 0,64 |
| Raznovrsnost ponuđene hrane | 4,51 | 0,71 |
| Lijep krajolik | 4,38 | 0,62 |
| Ponuda tradicijske hrane | 4,35 | 0,78 |
| Cijena hrane | 4,25 | 0,79 |
| Lijepo uređena okućnica/sobe | 4,19 | 0,69 |
| Dobar gastronomski imidž | 4,14 | 0,90 |
| Izgled restorana | 3,93 | 0,81 |
| Klima/vremenski uvjeti u destinaciji | 3,79 | 1,05 |
| Dobra prometna povezanost | 3,77 | 1,06 |
| Promocija destinacije (informacije dobivene putem interneta, brošura i sl.) | 3,70 | 1,04 |
| Preporuke o dobroj hrani u destinaciji | 3,69 | 1,21 |
| Prijašnje iskustvo s hranom u destinaciji | 3,50 | 0,93 |
| Sportski sadržaji, sadržaji za djecu | 2,87 | 1,29 |
| Prisutnost domaćih životinja | 2,73 | 1,11 |

Izvor: Vlastito istraživanje

5.3. Boravak na turističkom seoskom gospodarstvu u Dubrovačko - neretvanskoj županiji

Više od polovice (51,4%) posjetitelja na turističkom seoskom gospodarstvu boravilo je 1 dan /jednodnevni izlet. Njih 33,3% boravilo je od 2 do 3 dana, dok je njih svega 15,3% boravilo više od 3 dana (Graf 9).

Graf 9. Trajanje boravka posjetitelja na turističkom seoskom gospodarstvu



Izvor: Vlastito istraživanje

Većina ispitanika na turistička seoska gospodarstva putuje s obitelji (38,2%) i s prijateljima (31,4%). Nešto malo manje ih putuje s partnerom ili partnericom (26,5%), a njih svega 3,9% TSOG posjećuju samostalno.

Tablica 7. Osobe s kojima najčešće posjećujete turističko seosko gospodarstvo

| S kim najčešće idete na putovanja? | % |
|------------------------------------|------|
| S obitelji | 38,2 |
| S prijateljima | 31,4 |
| Sam/a | 3,9 |
| S partnerom/icom | 26,5 |
| Netko drugi? poslovni partneri | 8,1 |

Izvor: Vlastito istraživanje

Najveći broj ispitanika za dolazak na odabrano turističko seosko gospodarstvo koristio je vlastiti prijevoz (82,9%). Međutim za dolazak na željeno seosko gospodarstvo korišteni su i javni

prijevoz, najčešće autobus (9,0%), te prijevoz organiziran od strane turističkih agencija (8,1%)(Tablica 8).

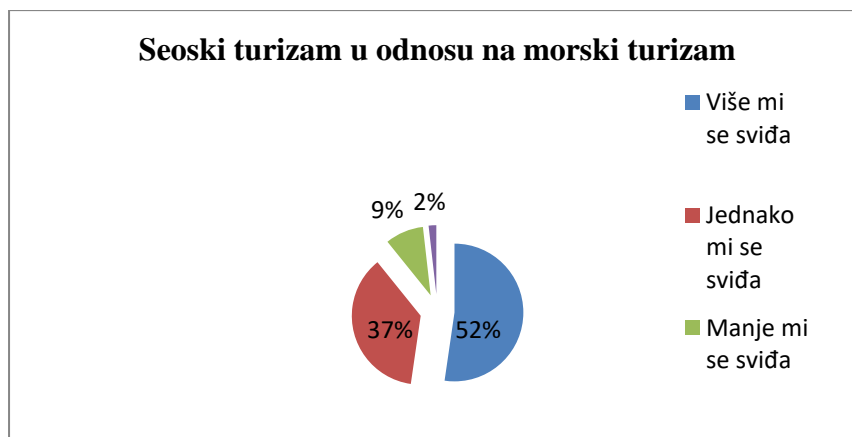
Tablica 8. Način prijevoza za dolazak na odabrano turističko seosko gospodarstvo

| Način prijevoza | % |
|--|------|
| Vlastiti prijevoz | 82,9 |
| Javni prijevoz (bus, trajekt) | 9,0 |
| Organizirano od strane turističke agencije | 8,1 |

Izvor: Vlastito istraživanje

Više od polovice ispitanika (52%) izjavilo je da im se ovaj oblik seoskog turizma više sviđa u odnosu na morski turizam. Njih 37% izjavilo je da im se jednako sviđa kao morski, dok je njih 9% izjavilo da im se manje sviđa (Graf 10).

Graf 10. Seosko turizam u odnosu na morski



Izvor: Vlastito ispitivanje

5.4. Razlozi posjeta TSOG -ima

Primarni motivi posjeta TSOG - ima za većinu posjetitelja su zdrava hrana i uživanje u specijalitetima (n=73), druženje s obitelji rodbinom i prijateljima (n=72) te odmor i opuštanje, bijeg od gužve i stresa (n=67).

Najmanje ispitanika kao glavne razloge posjeta navodi aktivnosti i druženja za djecu (n=11), sudjelovanje na poslovnim sastancima, konferencijama i tečajevima, te fizičku aktivnost, rekreaciju (n=9) (Tablica 9).

Tablica 9. Razlozi posjeta turističkim seoskim gospodarstvima u Dubrovačko - neretvanskoj županiji

| Razlozi posjeta TSOG - ima | N |
|---|----------|
| Zdrava hrana i uživanje u specijalitetima | 73 |
| Druženje s obitelji, rodbinom i prijateljima | 72 |
| Odmor i opuštanje, bijeg od gužve i stresa | 67 |
| Doživjeti lokalni život, kulturu, posjet nekom kulturnom događaju | 58 |
| Da se zabavim | 31 |
| Upoznavanje novih ljudi | 25 |
| Da nešto novo naučim | 20 |
| Kontakt s domaći životinjama | 12 |
| Aktivnosti i druženja za djecu | 11 |
| Sastanci, konferencije, tečajevi i sl. | 10 |
| Fizička aktivnost, rekreacija | 9 |

Izvor: Vlastito istraživanje

5.5. Zadovoljstvo posjetitelja ponudom koju nude TSOG-a

Da bi utvrdili zadovoljstvo ispitanika ponudom na posjećenim turističkim seoskim gospodarstvima, zadatak ispitanika je bio da na Likertovoj ljestvici od pet stupnjeva ocjene stupanj slaganja odnosno neslaganja s određenim izjavama pri čemu je 5 predstavljalo potpuno zadovoljstvo s tom tvrdnjom, a 1 potpuno nezadovoljstvo.

Na temelju rezultata prikazanih u tablici 10 može se zaključiti da su ispitanici najzadovoljniji s ljubaznošću domaćina (srednja vrijednost 4,85), ponudom hrane i pića (srednja vrijednost 4,64), te udobnosti smještaja i osobne sigurnosti (srednja vrijednost 4,57) na

posjećenom turističkom seoskom gospodarstvu. Manje su zadovoljni s edukativnim aktivnostima na gospodarstvu (srednja vrijednost 2,95), prisutnošću domaćih životinja na gospodarstvu (srednja vrijednost 2,66), te mogućnošću sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima (srednja vrijednost 2,52) (Tablica 10).

Tablica 10. Ocjena zadovoljstva ispitanika na posjećenom TSOG - u

| Zadovoljstvo na posjećenom turističkom seoskom gospodarstvu | Srednja vrijednost | SD |
|---|---------------------------|-----------|
| Ljubaznost domaćina | 4,85 | 0,36 |
| Ponuda hrane i pića | 4,65 | 0,53 |
| Udobnost smještaja i osobna sigurnost | 4,57 | 0,57 |
| Očuvana priroda i slikovit krajolik | 4,54 | 0,60 |
| Lijepo uređena okućnica i dvorište | 4,44 | 0,58 |
| Tradicijski uređena kuća i sobe | 4,41 | 0,64 |
| Odsutnost buke | 4,37 | 0,69 |
| Ukupni dojmovi boravka na destinaciji | 4,23 | 0,57 |
| Odnos cijena i kvaliteta | 4,19 | 0,63 |
| Informacije u destinaciji (prijevoz, događaji) | 3,74 | 0,79 |
| Mogućnost kupnje autohtonih proizvoda (piće, prehrambeni proizvodi, suveniri) | 3,74 | 1,01 |
| Dobra lokalna prometna povezanost | 3,71 | 0,90 |
| Ponuda izleta u okolici mjesta | 3,35 | 0,93 |
| Raznolikost kulturnih manifestacija (kulturno umjetnička društva, klape) | 3,32 | 0,95 |
| Mogućnost sportskih aktivnosti (npr. biciklističke staze, ribnjak) | 3,14 | 1,06 |
| Edukativne aktivnosti na gospodarstvu | 2,95 | 0,96 |
| Domaće životinje na gospodarstvu | 2,66 | 1,28 |
| Mogućnost sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima | 2,52 | 1,07 |

Izvor: Vlastito istraživanje

5.6. Posjet TSOG – ima izvan sezone u Županiji

Ukoliko bi seoski turizam u Dubrovačko - neretvanskoj županiji postao razvijeniji, 19,8% ispitanika odgovorilo je da bi sigurno došlo i izvan sezone, njih 39,6% se izjasnilo da bi dolazili, dok je njih 14,4% odgovorilo da ne bi dolazilo. Na ponuđeni odgovor sigurno ne bih dolazio nije odgovorio niti jedan posjetitelj (Tablica 11).

Tablica 11. Dolazak izvan sezone ukoliko seoski turizam u Dubrovačko - neretvanskoj županiji postane razvijeniji

| Dolazak izvan sezone | % |
|----------------------|------|
| Sigurno ne bih | 0,0 |
| Ne bih dolazio | 14,4 |
| Možda | 26,1 |
| Dolazio bih | 39,6 |
| Sigurno bih | 19,8 |

Izvor: Vlastito istraživanje

Svega 15,3% posjetitelja je odgovorilo kako će vrlo vjerojatno posjetiti isto ili neko drugo turističko seosko gospodarstvo. Vjerojatno da ih je odgovorilo 29,7%, dok je 33,3% posjetitelja odgovorilo s možda. Najmanje ih je dalo odgovor na sigurno ne, njih 3,6% posjetitelja (Tablica 12).

Tablica 12. Vjerojatnost posjeta u narednih godinu dana istog ili nekog drugog turističkog seoskog gospodarstva

| Posjet u narednih godinu dana | % |
|-------------------------------|------|
| Sigurno ne | 3,6 |
| Vjerojatno ne | 18 |
| Možda | 33,3 |
| Vjerojatno da | 29,7 |
| Vrlo vjerojatno | 15,3 |

Izvor: Vlastito istraživanje

6. Rasprava

Cilj ovog rada je bio utvrditi aktualno stanje ponude ruralnog turizma u Dubrovačko - neretvanskoj županiji, ispitati stavove i preferencije posjetitelja o aktualnoj ponudi turističkih seoskih gospodarstava, te utvrditi zadovoljstvo posjetitelja ponudom turističkih seoskih gospodarstava.

Rezultati istraživanja su pokazali da je ponuda ruralnog turizma u Dubrovačko - neretvanskoj županiji velika i raznovrsna pogotovo kada je riječ o gastronomiji, prirodnim ljepotama, te smještaju. U 2017./2018. godini u Županiji je registrirano 120 subjekata koji se bave turističkim uslugama na seoskim gospodarstvima, od toga 104 kušaonice/izletišta, 1 kamp, te 15 apartmana.

Rezultati istraživanja pokazali su da je većina posjetitelja djelomično upoznata s ponudom na turističkim seoskim gospodarstvima u Županiji. Slični rezultati utvrđeni su u istraživanju Škaberna (2017) koje je provedeno s 203 ispitanika u Kontinentalnom dijelu Hrvatske (Krapinsko zagorska županija). Naime, istraživanje je pokazalo da čak 43% ispitanika uopće nije upoznato s ponudom ruralnog turizma. Ovi rezultati nam ukazuju da ponuda na TSOG u Županiji nije dovoljno promovirana, zbog čega treba više ulagati u različite oblike promocijskih aktivnosti sukladno obilježjima potražnje. Rezultati istraživanja Dubrovačko - neretvanske županije pokazali su da se najveći broj posjetitelja o ponudi TSOG - a informirao putem preporuke od rodbine i prijatelja na temelju njihovih prijašnjih iskustava. Suprotno rezultatima ovog istraživanja, u istraživanju Gverić, (2016) provedenom s posjetiteljima Dalmatinske zagore utvrđeno je da je internet glavni izvor informiranja prije i prilikom dolaska u destinaciju. Za bolje promoviranje i informiranje posjetitelja s ponudom TSOG potrebno je više koristiti promociju putem društvenih medija (Facebook, Twiter, Instagram i sl.), turističkih agencija, brošura, plakata, prospekata. Također, sudjelovanje na turističkim sajmovima je mjesto izravne ponude i potražnje gdje se posjetiteljima može približiti ovakav oblik turizma.

Glavni čimbenik za odabir destinacije posjetiteljima je ljubaznost domaćina, što je u skladu i s rezultatima istraživanja Škaberne (2017).

Rezultati istraživanja su pokazali da su primarni motivi posjeta turističkim seoskim gospodarstvima, zdrava hrana i uživanje u specijalitetima, druženje s obitelji rodbinom i prijateljima, te odmor i opuštanje, bijeg od gužve i stresa. Slični motivi posjeta TSOG - ima na područja grada Makarske i okolice utvrđeni su u radu Gojak (2016), za grad Makarsku i njezinu okolicu, dok Piskač (2016) u svom istraživanju za Hrvatsku zagoru (Krapinsko zagorska i Varaždinska županija) kao najčešći motiv posjeta ovakvom obliku turizma navodi odmor i upoznavanje tradicijske gastronomije kraja. U radu Kastenholz i Santos (2014) na području južnog Rio Grande do Sulu/Brazil osim odmora kao motive posjeta navode se mir i tišina, blizina prirode, te učenje o životinjama.

U istraživanju Kastenholz i Lima (2011.) provedenom u Portugalu, utvrđen je visok stupanj zadovoljstva posjetitelja cjelokupnom ponudom ruralnog turizma, te kao takavo cjenjenje ocjenom 4,3 na skali od 1 do 5. Posjetitelji su najzadovoljniji prirodom, ljubaznošću domaćina, te mirom i tišinom. Prosječna ocjena zadovoljstva posjetitelja u Dubrovačko - neretvanskoj županiji je 3,9 pri čemu su posjetitelji najzadovoljniji s ljubaznošću domaćina, ponudom hrane i pića, udobnošću smještaja i osobnom sigurnošću.

7. Zaključak

Turizam u Dubrovačko - neretvanskoj županiji svake godine bilježi sve veći broj posjetitelja, te kao takav predstavlja najjaču gospodarsku granu u Županiji. Prema podacima Ministarstva turizma Hrvatske i Ureda državne uprave Dubrovačko - neretvanske županije (2017./2018.) u Županiji je registrirano 120 subjekata koji se bave turističkim uslugama na seoskim gospodarstvima.

Rezultati istraživanja su pokazali da TSOG - a u Županiji najčešće posjećuju inozemni gosti. Većina inozemnih posjetitelja dolazi iz susjedne nam Bosne i Hercegovine, Slovenije i Srbije. Anketno ispitivanje je pokazalo da je od domaćih posjetitelja najviše bilo onih iz Dubrovačko - neretvanske županije, Splitsko dalmatinske, te Zagrebačke županije. O ponudi na TSOG - ima su se najčešće informirali putem preporuke prijatelja i rodbine. Većina posjetitelja je slabo ili djelomično upoznata s ponudom, dok je njih 12,6% dobro upoznato s ponudom.

Zdrava hrana i uživanje u specijalitetima, druženje s rodbinom i prijateljima, te bijeg od buke, gužve i stresa samo su neki od glavnih razloga za posjet turističkih seoskih gospodarstava u Županiji. Većini posjetitelja ovo je bio prvi posjet nekom TSOG - u u zadnjih godinu dana, pri čemu je većina ispitanika boravila na jednodnevnom izletu. Većina ispitanika posjećuje TSOG-a s obitelji i/ili prijateljima. Za dolazak na odabrano turističko seosko gospodarstvo njih 82,9% koristilo je vlastiti prijevoz.

Posjetitelji TSOG u Županiji najveće zadovoljstvo iskazali su prema ljubaznosti domaćina, ponudi hrane i pića, udobnosti smještaja i osobnoj sigurnosti. Istraživanje je pokazalo da bi većina posjetitelja došla i izvan sezone na TSOG u narednoj godini dana.

Ovim istraživanjem dobivene su korisne informacije za sve vlasnike agroturističkih objekata. Prema tome bolja informiranost i unaprijeđenje pojedinih usluga na seoskom turističkom gospodarstvu sigurno bi dovelo do veće posjećenosti što domaćih, što stranih gostiju, te bi znatno povećalo zadovoljstvo posjetitelja ponudom.

8. Literatura

1. Baćac, R. (2011). Priručnik za bavljenje seoskim turizmom. Ministarstvo turizma RH, Zagreb.
2. Demonja D., Ružić P. (2010). Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb
3. Demonja Damir (2014). The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia, Sociologija i prostor, 52 (2014) 198 (1): 69-90, UDK338.48:63(497.5)
4. Dragičević, M., Stojčić, N., (2009). Mogućnosti i smjernice održivog ekoturizma na primjeru dubrovačkog primorja, Pregledni rad, UDK/UDC: 338.48-6:502/504 (479.5 Dubrovačko primorje)
5. Drpić K., Vukman M., (2014). Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj, Praktični menadžment, Vol.V, br.1., str. 62-67, UDK379.8:910.4:641.5
6. Gojak, D. (2016). Stavovi i preferencije turista prema agroturizmu na području grada Makarske i okolice. Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet
7. Gverić, K. (2016). Marketinško upravljanje ponudom ruralnog turizma Dalmatinske zagore u cilju povećanja turističke destinacije. Diplomski rad, Split: Sveučilište u Splitu
8. Hegeduš I., Koščak I. (2014). Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj, Stručni rad, UDK338.48:2 (497.5), Međimursko veleučilište u Čakovcu
9. HGK (2015). Ruralni turizam u Hrvatskoj, nacionalni katalog
10. Jelinčić D. A. (2007). Agroturizam u Europskom kontekstu, Stud. ethnol. Croat., vol. 19, str. 269-291, Zagreb, UDK348.48 (4-22), str.273, 278, 2007
11. Kastenholz E., Lima J.: „The integral rural tourism experience from the tourist's point of view—a qualitative analysis of its nature and meaning“, Tourism & Management studies, 7, 2011, str. 62-74
12. Kastenholz, E., de Olivera Santos, E. (2014). The evolution of profile and motivations of agro-tourists in Rio Grande do Sul/Brasil. Vol. 12 N. Special Issue. Paga. 597-609.2014.
13. Lukić, A. (2002). Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj. Izvorni znanstveni članak, Izvor: <https://revije.ff.uni-lj.si/Dela/article/download/1343/1147> <pristupljeno 15.09. 2018.>

14. Marić, J. (2008). Prostorno planiranje u Dubrovačko - neretvanskoj županiji. Sektor IGH projekt, Institut IGH d.d., Dubrovnik, Pregledni rad, UDK711(497.584)
15. Pančić Kombol, T. (2006). Kulturno nasljeđe i turizam. Zavoda za znanstveni rad HAZU, Varaždin, br. 16 – 17.
16. Piskač, N. (2016). Ruralni turizam Hrvatskog zagorja. Završni rad, Čakovac: Međimursko veleučilište u Čakovcu
17. Razović, M. (2015). Vinski turizam kao posebni oblik turističke ponude Dalmacije. izvorni znanstveni rad, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 3-4/2015, str. 51-67.
18. Ružić, P. (2009). Ruralni turizam, drugo prošireno izdanje, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
19. Škaberna, M. (2017). Razvoj ruralnog turizma u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske. Diplomski rad, Varaždin: Sveučilište Sjever

Web izvori:

20. <http://www.mps.hr>
21. <http://www.tudubrvnik.hr>
22. <http://www.visitdubrovnik.hr>
23. www.dzs.hr
24. www.hgk.hr
25. www.mint.hr

9.Prilog

9.1. Anketni upitnik

Anketni upitnik – Zadovoljstvo posjetitelja ponudom turističkih seoskih gospodarstava u Dubrovačko - neretvanskoj županiji

2018.g.

Poštovani, za potrebe diplomskog rada provodim anketno ispitivanje na temu zadovoljstvo posjetitelja ponudom turističkih seoskih gospodarstava u Dubrovačko - neretvanskoj županiji. Zamolila bih Vas da izdvojite nekoliko minuta svog vremena i iskreno odgovorite na sva pitanja.

Nina Bebić

1. Jeste li upoznati sa ponudom turističkih seoskih gospodarstava u Dubrovačko - neretvanskoj županiji?

Jako dobro

5

4

3

2

uopće ne

1

2.Koliko ste puta, u posljednjih godinu dana, posjetili neko turističko seosko gospodarstvo u Dubrovačko - neretvanskoj županiji? (jedan odgovor) *

Nijednom, ovo mi je prvi put

1-2 puta

3-5 puta

6-10 puta

više od 10 puta

3. Koliko dugo ćete boraviti na turističkom seoskom gospodarstvu u Dubrovačko - neretvanskoj županiji?

1 dan/izlet

2-3 dana

više od 3 dana

4. Koji su Vaši razlozi posjeta agroturističkim gospodarstvima u Dubrovačko - neretvanskoj županiji? (moguće više odgovora)

Fizička aktivnost, rekreacija

Odmor i opuštanje, bijeg od gužve i stresa

Doživjeti lokalni život, kulturu, posjet nekom kulturnom događaju

- Zdrava hrana i uživanje u specijalitetima
- Druženje s obitelji, rodbinom i prijateljima
- Upoznavanje novih ljudi
- Aktivnosti i druženja za djecu
- Sastanci, konferencije, tečajevi i sl.
- Kontakt s domaćim životinjama
- Da nešto novo naučim
- Da se zabavim
- Ostalo

5. Koliko su Vam važni sljedeći čimbenici pri odabiru ruralne turističke destinacije? (agroturizma/ruralnog restorana)*

| | Uopće mi nije važno 1 | Nije mi važno 2 | Niti mi je važno niti nevažno 3 | Važno mi je 4 | Jako mi je važno 5 |
|---|--------------------------|--------------------|------------------------------------|------------------|-----------------------|
| Dobar gastronomski imidž destinacije | | | | | |
| Promocija destinacije (informacije dobivene putem interneta, brošura i sl.) | | | | | |
| Klima/vremenski uvjeti u destinaciji | | | | | |
| Lijep krajolik | | | | | |
| Dobra prometna povezanost | | | | | |
| Sportski sadržaji, sadržaji za djecu | | | | | |
| Prisutnost domaćih životinja | | | | | |
| Očekivana razina usluge u destinaciji | | | | | |
| Ljubaznost domaćina | | | | | |
| Izgled restorana | | | | | |
| Lijepo uređena okućnica/sobe | | | | | |
| Raznovrsnost ponuđene hrane | | | | | |
| Ponuda tradicijske hrane/jela | | | | | |
| Preporuke o dobroj hrani u destinaciji | | | | | |
| Cijena hrane | | | | | |
| Prijašnje iskustvo s hranom u destinaciji | | | | | |

6. Ocijenite svoje zadovoljstvo na posjećenom seoskom gospodarstvu? (Po jedan odgovor u svakom redu!)

| | Vrlo loše 1 | 2 | 3 | 4 | Odlično 5 |
|---|----------------|---|---|---|--------------|
| Očuvana priroda i slikovit krajolik | | | | | |
| Odsutnost buke | | | | | |
| Dobra lokalna prometna povezanost | | | | | |
| Informacije u destinaciji (prijevoz, događaji) | | | | | |
| Mogućnost sportskih aktivnosti (npr. biciklističke staze, ribnjak) | | | | | |
| Raznolikost kulturnih manifestacija (kulturno umjetnička društva, klape) | | | | | |
| Ponuda izleta u okolici mjesta | | | | | |
| Lijepo uređena okućnica/dvorište | | | | | |
| Udobnost smještaja i osobna sigurnost | | | | | |
| Edukativne aktivnosti na gospodarstvu | | | | | |
| Mogućnost sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima | | | | | |
| Tradicijski uređena kuća i sobe | | | | | |
| Ponuda hrane i pića | | | | | |
| Domaće životinje na gospodarstvu | | | | | |
| Ljubaznost domaćina | | | | | |
| Mogućnost kupnje autohtonih proizvoda (piće, prehrambeni proizvodi, suveniri) | | | | | |
| Odnos cijena i kvaliteta | | | | | |
| Ukupni dojmovi boravka na destinaciji | | | | | |

7. Seoski turizam predstavlja sve oblike turizma i turističkih aktivnosti na ruralnim područjima. Koliko Vam se sviđa ovaj oblik turizma u odnosu na morski turizam?

- više mi se sviđa manje mi se sviđa
 jednako mi se sviđa ne sviđa mi se

8. Na koji način ste se upoznali s ponudom ruralnog turizma u Dubrovačko neretvanskoj županiji?

- internet
 - turistički sajmovi
 - reklame u medijima
 - prospekti
 - turističke agencije
 - preporuke od prijatelja/rodbine
 - oglasi uz ceste
 - nešto drugo, što
-

9. Koji način prijevoza ste koristili za dolazak na odabrano turističko seosko gospodarstvo?

- vlastiti prijevoz
- javni prijevoz (bus, trajekt)
- organizirano od strane turističke agencije

10. Ukoliko seoski turizam postane razvijeniji u Dubrovačko neretvanskoj županiji da li biste dolazili i izvan sezone?

Sigurno bih

5

4

3

2

Sigurno ne bih

1

11. Koliko je vjerojatno da će te u narednih godinu dana posjetiti isto/neko drugo seosko gospodarstvo?

Vrlo vjerojatno

5

4

3

2

Sigurno ne

12. Županija iz koje dolazite, inozemstvo (navedi zemlju)? _____

13. Spol? M Ž

14. Koliko imate godina? _____

15. Vaša školska sprema?

- OŠ
- SSS viša ili visoka
- magisterij/doktorat

16. Radni status?

- zaposlen
- nezaposlen
- učenik/student
- umirovljenik

17. S kim najčešće idete na putovanja?

s obitelji s prijateljima sam/a s partnerom/icom

s nekim drugim, kim _____

18. Mjesto odrastanja?

grad

selo

19. Osobni prosječni mjesečni prihodi?

do 3500 kn 3500-6000 kn 6000- 8000 kn >8000 kn

HVALA NA SURADNJI !

Životopis

Nina Bebić, rođena 19. kolovoza 1994. godine u Dubrovniku. Osnovnu školu Stjepana Radića završava u Metkoviću, te upisuje Srednju poljoprivrednu i tehničku školu u Opuzenu, smjer fitofarmaceut. Završetkom srednje škole upisuje preddiplomski studij “Poljoprivredna tehnika” na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu kojeg završava 2016. godine s odličnim uspjehom. Iste godine na istom fakultetu nastavlja diplomski studij “Ekološka poljoprivreda i agroturizam”.