Razvoj autohtone gastronomske ponude korištenjem Programa ruralnog razvoja

Huzanić, Elizabeta

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:204:823617

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

RAZVOJ AUTOHTONE GASTRONOMSKE PONUDE KORIŠTENJEM PROGRAMA RURALNOG RAZVOJA

DIPLOMSKI RAD

Elizabeta Huzanić

Zagreb, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

Diplomski studij:
Agrobiznis i ruralni razvitak

RAZVOJ AUTOHTONE GASTRONOMSKE PONUDE KORIŠTENJEM PROGRAMA RURALNOG RAZVOJA

DIPLOMSKI RAD

Elizabeta Huzanić

Mentor: doc. dr. sc. Branka Šakić Bobić

Zagreb, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

IZJAVA STUDENTA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, **Elizabeta Huzanić**, JMBAG 0178096797, rođen/a dana 22.06.1994., u Zagrebu, izjavljujem da sam samostalno izradila/izradio diplomski rad pod naslovom:

RAZVOJ AUTOHTONE GASTONOMSKE PONUDE KORIŠTENJEM PROGRAMA RURALNOG RAZVOJA

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 Elizabeta Huzanić, JMBAG 0178096797, naslova „Razvoj autohtone gastronomske ponude korištenjem Programa ruralnog razvoja“ obranjen je i ocijenjen ocjenom _____ , dana _____ .

Povjerenstvo:			potpisi:
1.	doc. dr. sc. Branka Šakić Bobić	mentor	_____
2.	doc. dr. sc. Lari Hadelan	član	_____
3.	prof. dr. sc. Marija Cerjak	član	_____

Zahvala

Ovim putem zahvaljujem svojoj mentorici doc. dr. sc. Branki Šakić Bobić što je za cijelo vrijeme pisanja mog diplomskog rada imala otvorena vrata te bila spremna odgovoriti na svako moje pitanje. Također, hvala cijelom sastavu povjerenstva, doc. dr. sc. Lari Hadelanu koji mi je predavao mnogo predmeta, pomogao mi u svim problemima vezanim uz moje studiranje i puno me naučio te prof. dr. sc. Mariji Cerjak od koje sam također mnogo naučila.

Želim zahvaliti i svim svojim kolegama, osobito kolegicama Tanji Đurđek i Marini Petrić koje su mi bile „vjetar u leđa“, davale savjete i bez čijeg pozitivnog stava (i kave) ne bih postigla mnogo toga što je samu mene kočilo.

Hvala mami Sandri, tati Siniši, djedu Ivanu, baki Katici i cijeloj svojoj obitelji na velikoj podršci kroz cijeli moj život i na tome što su imali više povjerenja u mene nego što sam ga ja imala u samu sebe.

Veliko hvala i mom dečku Ivanu koji mi je pomogao svojom pozitivnom energijom i motivacijom te sestri Katarini koja je sve ovo prolazila uz mene, sa mnom i koja je bila sigurna u mene.

Sadržaj

Sažetak 7
Summary 8
1. UVOD 1
2. METODOLOGIJA 2
3. AGROTURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ 3
4. PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 4
4.1. Mjere ruralnog razvoja 5
4.2. Tip operacije 6.2.1. „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“ 7
5. REZULTATI 8
6. SIMULACIJA PRIJAVE PROJEKTA NA NATJEČAJ ZA PODMJERU 6.2.1. PROGRAMA RURALNOG RAZVOJA 16
6.1. Opis OPG-a 16
6.2. Poslovna ideja 16
6.3. Ciljevi projekta 17
6.4. Razlozi osnivanja restorana 18
6.5. Lokacija 18
6.6. Opis proizvoda/usluge 18
6.7. SWOT analiza 19
6.8. Struktura troškova 20
6.9. Račun dobiti i gubitka 23
6.9. Kriterij odabira za tip operacije 6.2.1. 24
7. ZAKLJUČAK 25
8. LITERATURA 26
POPIS GRAFOVA, SLIKA I TABLICA 27
PRILOG 1 – Anketni upitnik 28
PRILOG 2 – Kriteriji odabira za tip operacije 6.2.1. 33

Sažetak

Hrvatska gastronomska ponuda ne uključuje u dovoljnoj mjeri autohtone proizvode, a upravo oni doprinose raznolikosti, vrijednosti i prepoznatljivosti Republike Hrvatske. Sukladno trendovima na domaćem i svjetskom turističkom tržištu, agroturizam se sve više razvija i mogao bi postati jedan od važnih pokretača autohtone gastronomske ponude ruralnih područja. Pretpostavka istraživanja je kako se Program ruralnog razvoja može uspješno koristiti u razvijanju agroturizma te jačanju autohtone gastronomske ponude.
Provedenom anketom prikupljene su informacije o dobnoj skupini, stupnju obrazovanja, ponudi na agroturističkim gospodarstvima, načinu promocije i sl.
Simulacija prijave projekta na natječaj za tip operacije 6.2.1. pod nazivom „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“ rezultirala je pozitivno te je zaključak kako se prijava projekta na natječaj isplati.

Ključne riječi: gastronomija, agroturizam, autohtoni proizvodi

Summary

Croatian gastronomic offer does not include enough indigenous products, despite their contribution to the diversity, values and recognizability of the Republic of Croatia. In line with actual trend at domestic and world tourism market, agritourism is likely to become one of the most important initiators of autochthonous gastronomic offerings in rural areas. The assumption of the research is that the Rural Development Program can be used for the development of agritourism and indigenous gastronomic offerings.
The survey has been used to find out information about the age, the level of education, the offer at agritourism, the way of promotion, etc.
Simulation of project submission to a tender for type of operation 6.2.1. "Supporting investment into the start-up of non-agricultural activities in rural areas" has resulted positive and the conclusion is that the project application for the tender is worthwhile.

Keywords: gastronomy, agritourism, indigenous products

1. UVOD

Jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske je turizam, iako se po broju turističkih dolazaka ne može mjeriti s Francuskom, Španjolskom, Italijom i ostalim turističkim velesilama. Ipak, može se reći kako je Hrvatska među visokopozicioniranim turističkim destinacijama što pokazuju i brojke. Prema podacima iz EUROSTAT-a, 2016. godine Španjolsku je posjetilo 294.6 milijuna turista, Italiju 199.4 milijuna, a Francusku 123.9 milijuna turista. Slijede Velika Britanija, Austrija, Grčka, Njemačka, a potom Hrvatska sa 72.1 milijuna posjetitelja. Što se tiče turizma u Hrvatskoj, prema podacima iz Ministarstva gospodarstva 2000. godine zabilježeno je 7.136.000 dolazaka (1.305.000 domaćih i 5.831.000 stranih turista) te 39.183.000 noćenja (5.138.000 domaćih i 34.045.000 stranih turista). Nadalje, 2005. godine Hrvatsku je posjetilo 1.528.000 domaćih te 8.467.000 stranih turista te prenoćilo 5.434.000 domaćih i 45.987.000 stranih posjetitelja. Što se tiče 2010. godine, bilježi se broj od 10.604.000 dolazaka te 56.416.000 noćenja, a 2015. godine 14.343.000 dolazaka i 71.605.000 noćenja.

Agroturizam je jedan od oblika ruralnog turizma, koji podrazumijeva boravak turista u seoskoj sredini u kojoj se pružaju mogućnosti za aktivno sudjelovanje u životu i radu na seoskom imanju[1]. Postoji podjela na ruralni turizam (najširi pojam – svaki oblik turizma u ruralnom području), seoski turizam (nešto uži pojam, obuhvaća i npr. ruralne hotele u selima) te agroturizam kao najuži pojam (turizam na poljoprivrednom gospodarstvu).

Agroturizam nudi mogućnost za plasman tradicijskih jela i pića, a time i promociju gastronomske ponude. Gastronomska ponuda u Hrvatskoj je iznimno bogata pa samim time postoji i potencijal za još bolji razvoj agroturizma. Tako bi se npr. prodajom proizvoda koji su proizvedeni na gospodarstvu promovirao seoski način života te razvijalo ruralne prostore.

Zaboravljena i zapuštena hrvatska seoska imanja pretvaraju se u seoska izletišta, prenoćišta, pa i u male hotele s nekoliko zvjezdica – vlasnici imanja postaju svjesni prirodnog bogatstva koje im može donijeti zaradu. Porast zanimanja za agroturizam razvila se usporedno s novim modelima i programima za ruralni razvitak koji nude mogućnost ulaganja u agroturizam, ali i programa u okviru politike razvoja turizma[2].

Cilj i predmet rada je utvrditi postoji li mogućnost za razvoj gastronomske ponude razvojem agroturizma, tj. korištenjem Programa ruralnog razvoja. Također, cilj je i uvidjeti rezultate simulacije prijave projekta na natječaj za tip operacije 6.2.1. pod nazivom „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“.

[1] Franić, R. i Cunj, L. (2007) Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji. Agronomski glasnik:Glasilo Hrvatskog agronomskog društva, vol.69 No.5. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/26581 [14.svibnja 2018]

[2] Franić, R. i Cunj, L. (2007) Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji. Agronomski glasnik:Glasilo Hrvatskog agronomskog društva, vol.69 No.5. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/26581 [14.svibnja 2018]

2. METODOLOGIJA

Za izradu rada primarni podaci su prikupljeni anketiranjem, a od sekundarnih podataka korišteni su statistički podaci iz Državnog zavoda za statistiku i podaci iz Ministarstva gospodarstva te se primjenjivala metodologija izrade poslovnog plana. Tablice troškova izrađene su u Microsoft Excel-u analizom cijena na postojećem tržištu te uvrštavanjem planiranog prometa. Simulacijom projekta prikazana je jedna od mogućnosti za razvoj nepoljoprivredne djelatnosti i samozapošljavanje autora ovog rada nakon završetka fakultetskog obrazovanja.

Anketa je provedena na uzorku od 28 ispitanika iz Republike Hrvatske, izabranih iz razloga što posjeduju agroturističko gospodarstvo, bilo sa smještajem i gastronomskom ponudom ili samo s gastronomskom ponudom.

Također, za izradu rada pretraživalo se zagrebačke restorane, naročito one koji u svojoj ponudi imaju zagrebačke specijalitete te se uspoređivalo cijene istih.

3. AGROTURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

U Hrvatskoj se, prema Zakonu o turističkoj djelatnosti (NN 8/96, čl. 61), seljački turizam definira kao boravak turista u domaćinstvu koje je organizirano kao turističko seljačko gospodarstvo (seljačko domaćinstvo) radi odmora i rekreacije, ali pojam „agroturizam“ nije prepoznat niti u novom Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17). Turističke usluge radi odmora i rekreacije turista mogu se pružati na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, vodama, lovištu i u šumi šumoposjednika upisanim u upisnik u sladu s propisima iz područja poljoprivrede, akvakulture, ribarstva odnosno šumarstva (Zakon o pružanju usluga u turizmu - NN 130/17, čl.94). S obzirom da je hrana bitan element turističke ponude na agroturističkom gospodarstvu, pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i posluživanje pića, kao i pružanje usluga smještaja regulirani su Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 49/03, 117/03, 42/05, 138/06) i pripadajućim Pravilnikom o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 22/96, 47/97, 25/99, 117/03, 196/03).

U praksi pak, agroturistička gospodarstva nude uz usluge smještaja i prehrane razne oblike razonode za posjetitelje kao što su npr. jahanje, radionice, vožnja biciklom… Mogu se i prodavati vlastiti poljoprivredni proizvodi, ali i omogućiti posjetiteljima da sudjeluju u obavljanju poljoprivrednih djelatnosti (hranjenje stoke, berba, pripremanje domaće hrane i sl.).

Organizirane aktivnosti i javno zanimanje za agroturizam nastaju 1990-ih godina kada su Savez seljaka Hrvatske, Institut za turizam i Hrvatski farmer d.o.o. postavili početne osnove koje definiraju bavljenje seoskim turizmom u Hrvatskoj. Za razvoj ovog oblika turizma zaslužne su i društveno – ekonomske promjene na hrvatskom selu, a nastale su kao posljedica povijesnih događaja, demografskog jačanja sela, modernog načina života mlađeg naraštaja, potrebe življenja u zdravom okolišu te uzgoja zdrave hrane[3].

U Republici Hrvatskoj djeluje veći broj institucija koje se dijelom bave i agroturizmom: Hrvatska turistička zajednica, Turističke zajednice županija, Turističke zajednice mjesta te Hrvatska obrtnička komora.

Najznačajniji oblik ruralnog turizma u Hrvatskoj je turizam na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Najrazvijeniji je u Istarskoj županiji, koja je ujedno i najrazvijenija turistička županija u RH. Za razvoj agroturizma u Istri uvelike je zaslužna Turistička zajednica Istarske županije.

Dobri agroturistički rezultati postignuti su i u Dubrovačko – neretvanskoj županiji koja ima odlične prirodne preduvjete (mir i tišina, pogodna klima, proizvodnja zdrave hrane, kulturna baština i sl.). Ranije istraživanje (Franić et al., 2002) je pokazalo kako bi se uz dobre prirodne i kulturne preduvjete, ali i tradiciju turističke djelatnosti na tom području, uz uvođenje dodatne turističke ponude na OPG-ima moglo znatno pridonijeti poljoprivrednom dohotku[4].

Pri samom vrhu po razvijenosti agroturizma je i Zagrebačka županija koja predstavlja, ne samo sezonsku, već i cjelogodišnju izletničko – rekreacijsku destinaciju, a uključuje i druge

[3]Galijan, V., Selić, H. i Zelenika, Z. (2017) Analiza prostorne distribucije i ponude ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno – matematički fakultet, Geografski odsjek [1.lipnja 2018]

[4] Franić, R. i Grgić, Z. (2002) Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj – Pretpostavke i izgledi razvitka (Studij slučaja). Agriculturae Conspectus Scientificus, Vol. 67 (2002) No.3 (131-141) [1. lipnja 2018]

oblike turizma kao što su zdravstveni, religiozni te turizam sportske prirode. Geografski položaj jedna je od najvećih prednosti Zagrebačke županije zbog neposredne blizine glavnog grada Zagreba, ali i susjedne Slovenije. Zagrebačka županija jedna je od rijetkih koja u svojim planovima gospodarskog razvoja uključuje agroturizam kao poslovnu aktivnost u ruralnim područjima, a ima i poseban program kreditiranja seljačkih gospodarstava, što je ujedno i poticaj za boljitak agroturizma ovog područja.
Razvoj agroturizma na razini cijele Republike Hrvatske potiče mjera 6 Programa ruralnog razvoja.

4. PROGRAM RURALNOG RAZVOJA

Zajednička poljoprivredna politika (ZPP) predstavlja jedno od najznačajnijih područja djelovanja institucija Europske unije. Kao drugi stup ZPP, ruralni razvoj financiran je za sredstvima iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR). Ukupna alokacija za Program ruralnog razvoja 2014. – 2020. u Hrvatskoj iznosi 2.383 milijarde eura, od čega će se 2.026 milijardi eura financirati iz Europskog fonda za ruralni razvoj (EPFRR), a ostatak iz sredstava Državnog proračuna Republike Hrvatske[5].

Slika 1: Prioriteti Programa ruralnog razvoja 2014. – 2020.

PRIORITET 1	Promicanje znanja i inovacija u poljoprivredi, šumarstvu i ruralnim područjima	Sredstva za postizanje ciljeva u okviru Prioriteta 1 raspoređena su unutar prioriteta 2-6
PRIORITET 2	Povećanje održivosti poljoprivrednih gospodarstava te konkurentnosti svih vrsta poljoprivrednih djelatnosti u svim regijama, promovirajući pri tome i inovacijske poljoprivredne tehnologije, kao i održivo upravljanje šumama	600.545.085,72
PRIORITET 3	Promicanje organiziranja lanca prehrane, uključujući preradu i trženje poljoprivrednih proizvoda, dobrobit životinja te upravljanje rizicima u poljoprivredi	237.632.367,48
PRIORITET 4	Obnavljanje, očuvanje i poboljšanje ekosustava vezanih uz poljoprivredu i šumarstvo	561.119.748,96
PRIORITET 5	Promicanje učinkovitosti resursa i pomaka prema klimatski elastičnom gospodarstvu s niskom razinom ugljika u poljoprivrednom, prehrambenom i šumarskom sektoru	170.508.210,00
PRIORITET 6	Promicanje socijalne uključenosti, smanjenje siromaštva i gospodarski razvoj u ruralnim područjima	401.382.525,79
TEHNIČKA POMOĆ		55.034.562,05
UKUPNO		2.026.222.500,00

(Izvor: http://arhiva.strukturnifondovi.hr/program-ruralnog-razvoja-2014-2020)

[5]http://arhiva.strukturnifondovi.hr/program-ruralnog-razvoja-2014-2020 [1.lipnja 2018.]

4.1. Mjere ruralnog razvoja

Programom ruralnog razvoja definirano je 18 mjera, a sve imaju za cilj povećati konkurentnost hrvatske poljoprivrede, šumarstva, kao i prerađivačke industrije, ali i unaprijediti životne i radne uvjete u ruralnim područjima općenito.

Mjera 1: Prenošenje znanja i aktivnosti informiranja ima za cilj višom obrazovnom strukturom poljoprivrednog stanovništva pozitivno utjecati na društveno-gospodarski razvoj ruralnih područja te bi samim time hrvatska poljoprivreda postala konkurentnija. Od ove mjere koristi bi trebali imati oni korisnici koji se već bave ili pak tek kreću s poljoprivrednom proizvodnjom. Sredstvima programa financirat će se konstantno usavršavanje i edukacija poljoprivrednika.

Mjera 2: Savjetodavne službe, Službe za upravljanje poljoprivrednim gospodarstvom i pomoć poljoprivrednim gospodarstvima sadrži podmjeru 2.1. koja bi davala potporu za pružanje savjetodavnih usluga. Operacije ove podmjere su sljedeće: savjetovanje o višestrukoj sukladnosti, mjeri poljoprivrede, okolišu, klimatskim promjenama, ekološkoj poljoprivredi, savjetovanje o modernizaciji i povećanju konkurentnosti poljoprivrednih gospodarstava, savjetovanje šumoposjednika te savjetovanje mladih poljoprivrednika. Druga podmjera mjere 2 je podmjera 2.3. odnosno potpora za osposobljavanje samih savjetnika.

Mjera 3: Sustavi kvalitete za poljoprivredne proizvode i hranu daje potporu za novo sudjelovanje u sustavima kvalitete, za aktivnosti informiranja i promicanja koja provode skupine proizvođača na unutarnjem odnosno domaćem tržištu.

Mjera 4: Ulaganja u fizičku imovinu je mjera koja omogućava velik broj ulaganja u primarnu poljoprivredu i preradu poljoprivrednih proizvoda, ali i u djelatnosti koje su usmjerene na navodnjavanje poljoprivrednih površina i očuvanje krajobraznih vrijednosti.

Mjera 5: Obnavljanje poljoprivrednog proizvodnog potencijala narušenog elementarnim nepogodama i katastrofalnim događajima te uvođenje odgovarajućih preventivnih aktivnosti. Navedena mjera odnosi se na potporu za ulaganja u obnovu poljoprivrednih zemljišta i proizvodnog potencijala koji je narušen elementarnim nepogodama, nepovoljnim klimatskim prilikama te katastrofalnim događajima.

Mjera 6: Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja. Jedan je od važnijih ciljeva Programa ruralnog razvoja upravo demografska obnova opustošenih ruralnih područja Republike Hrvatske. Kako bi se potaknulo mlade na ostanak u ruralnim područjima, odnosno njihov povratak iz gradova (i inozemstva) nužno im je osigurati primjerene životne, kao i radne uvjete. Također, važan je cilj ove mjere i omogućiti mladima zapošljavanje i izvan poljoprivrednih zanimanja. Mjera 6 sastoji se od četiri podmjere: podmjera 6.1. (potpora mladim poljoprivrednicima), podmjera 6.2. (potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivredne djelatnosti u ruralnom području), podmjera 6.3. (potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava) te podmjera 6.4. (ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima).

Mjera 7: Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima – cilj ove mjere je osiguranje kvalitetne komunalne i društvene infrastrukture kako bi ruralna područja opet postala poželjna mjesta za rad i život.

Mjera 8: Ulaganja u razvoj šumskih područja i poboljšanje održivosti šuma; mjera 8 daje potporu za ulaganja u poboljšanje otpornosti i okolišne vrijednosti šumskih ekosustava te

potporu za ulaganja u šumarske tehnologije, preradu, mobilizaciju i marketing šumskih proizvoda.

Mjera 9: Uspostava proizvođačkih grupa i organizacija koja ima za cilj uspostaviti proizvođačke grupe i organizaciju u poljoprivrednom i šumarskom sektoru. Korisnici su proizvođačke organizacije koje su priznate u razdoblju od 1. siječnja 2014. godine do 31. prosinca 2020. godine u bilo kojem sektoru poljoprivredne proizvodnje u rangu mikro, makro, srednjih te malih poduzeća.

Mjera 10: Poljoprivreda, okoliš i klimatske promjere obuhvaća sva plaćanja obveza povezanih s poljoprivredom, okolišem i klimatskim promjenama.

Mjera 11: Ekološki uzgoj. Korisnici su ove mjere poljoprivrednici ili pak grupe poljoprivrednika upisani u Upisnik poljoprivrednika , tj. oni koji odgovaraju definiciji aktivnog poljoprivrednika sukladno Zakonu o poljoprivredi te su im površine upisane u ARKOD sustav te koji su u prijelazu iz neke druge vrste uzgoja na ekološki uzgoj. Dakle, mjera 11 financira prijelaz na prakse i metode ekološkog uzgoja te plaća održavanje praksi i metoda ekološkog uzgoja.

Mjera 13: Plaćanja područjima s prirodnim ograničenjima ili ostalim posebnim ograničenjima. Navedena mjera odnosi se na plaćanja u gorsko planinskim područjima, plaćanja sa značajnim prirodnim ograničenjima te plaćanja u područjima s posebnim ograničenjima.

Mjera 14: Dobrobit životinja uključuje primjenu visokih standarda dobrobiti životinja u okviru mjere 14, a to su: osiguranje vode, hrane i brige o životinjama u skladu s njihovim prirodnim potrebama, osiguranje uvjeta držanja na način da imaju dovoljno prostora, prirodno osvjetljenje te pristup na otvoreno. Također, obuhvaća prakse koje izbjegavaju sakaćenje i/ili kastraciju životinja, a ukoliko je to zaista neophodno obavezna je upotreba anestetika, analgetika te protuupalnih lijekova ili imuno kastracija.

Mjera 16: Suradnja – mjera daje potporu za osnivanje operativnih skupina, a korisnici su pravne osobe osnovane u Republici Hrvatskoj koje se bave djelatnostima u okviru predloženih aktivnosti kao što su promicanje energetskih učinkovitosti, smanjenje negativnih utjecaja na okoliš, razvoj i slično.

Postoje i Mjera 17 (Upravljanje rizicima), Mjera 18 (Financiranje dodatnih nacionalnih izravnih plaćanja za Hrvatsku), Mjera 19 (LEADER – CLLD) te Mjera 20 (Tehnička pomoć).

4.2. Tip operacije 6.2.1. „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“

Potencijalni korisnici potpore dobivene na natječaju za tip operacije 6.2.1. „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“ ona su poljoprivredna gospodarstva koja su upisana u Upisnik poljoprivrednika najmanje jednu godinu prije negoli podnesu zahtjev za ovu vrstu potpore. Mjera obuhvaća sljedeća područja: sektor prerade i/ili izravne prodaje, sektor pružanja usluga u ruralnim područjima, sektor turizma u ruralnom području te sektor tradicijskih i umjetničkih obrta.

Prihvatljivi korisnici su poljoprivredna gospodarstva koja su podnijela zahtjev za potporu koja su izravno odgovorna za početak, upravljanje, provedbu i rezultate projekta. Svaki korisnik u zahtjevu za potporu mora definirati nositelja djelatnosti, a on mora biti upisan u Upisnik poljoprivrednika najmanje jednu godinu prije podnošenja zahtjeva, treba pripadati ekonomskoj veličini iskazanoj u ukupnom standardnom ekonomskom rezultatu poljoprivrednog gospodarstva od najmanje 1.000,00 eura. Nositelj također mora biti u rangu mikro poduzeća, imati podmirene financijske obveze prema državnom proračunu RH te ne smije biti u blokadi. Projektom se mora uspostavljati nova nepoljoprivredna djelatnost, izraditi i provesti plan za istu. Prihvatljive su aktivnosti nabava roba, radova i usluga potrebnih za uspostavu djelatnosti kao što su građenje, rekonstrukcija i/ili opremanje objekata, troškovi kupnje zemljišta/objekata, nabava strojeva, opreme, vozila ili plovila, nabava kratkotrajne imovine, licenci ili patenata i slično, aktivnosti vezane uz edukacije, sudjelovanje na sajmovima te promotivne aktivnosti vezane uz projekt, kao i aktivnosti pripreme projektne dokumentacije. Prihvatljivi sektori koji se mogu prijaviti na natječaj su:

a)sektor prerade i/ili marketinga i/ili izravne prodaje proizvoda u skladu s propisima koji uređuju određeno područje,

b)sektor pružanja usluga u ruralnim područjima, u skladu s propisima koji uređuju svako pojedinačno područje, a koji može obuhvaćati: usluge u poljoprivrednim, šumarskim i veterinarskim djelatnostima, usluge u društvenim djelatnostima i intelektualne usluge,

c)sektor turizma u ruralnom području, u skladu s propisima koji uređuju područje i

d)sektor tradicijskih i umjetničkih obrta, u skladu s propisima koji uređuju područje.

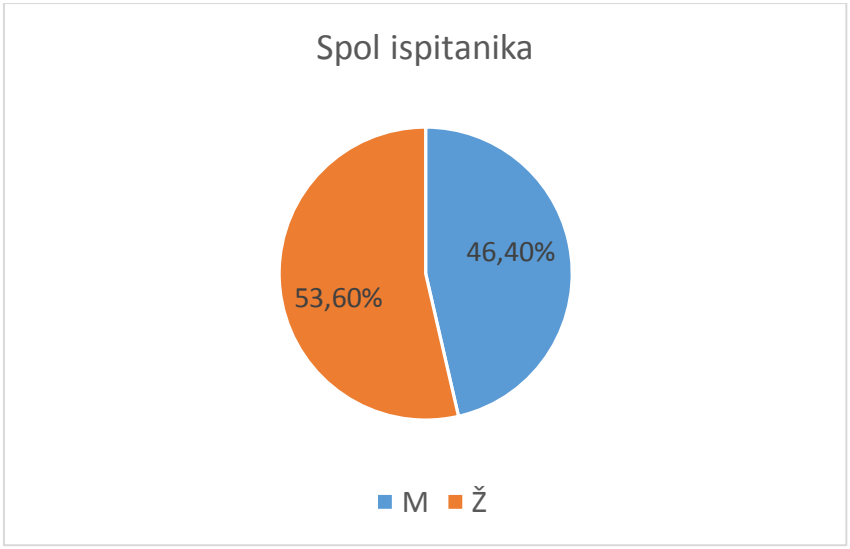
Natječaj za tip operacije 6.2.1. objavljen je 31. siječnja 2018. godine, a prijavu je bilo moguće izvršiti u razdoblju od 26. ožujka do 7. svibnja 2018. godine. Dakle, natječaj je zatvoren, a vrijednost mu je iznosila 278.628.000,00 kuna (372.000,00 po korisniku). (Ruralni razvoj, 2018). Ulaganja u agroturističku djelatnost su moguća uz potpore dobivene na natječaju za provedbu tipa operacije 6.4.1. „Razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“ (otvoren do 28. rujna 2018. godine).

5. REZULTATI

Anketa se provodila putem Google obrasca te ga je ispunilo 28 ispitanika (vlasnici agroturističkih gospodarstava). Anketa je bila anonimna, a cilj je bio saznati ponudu hrane i pića, nude li hrvatske autohtone specijalitete, kupuju li ili sami uzgajaju namirnice, nude li smještaj, kako promoviraju svoje gospodarstvo i slično.

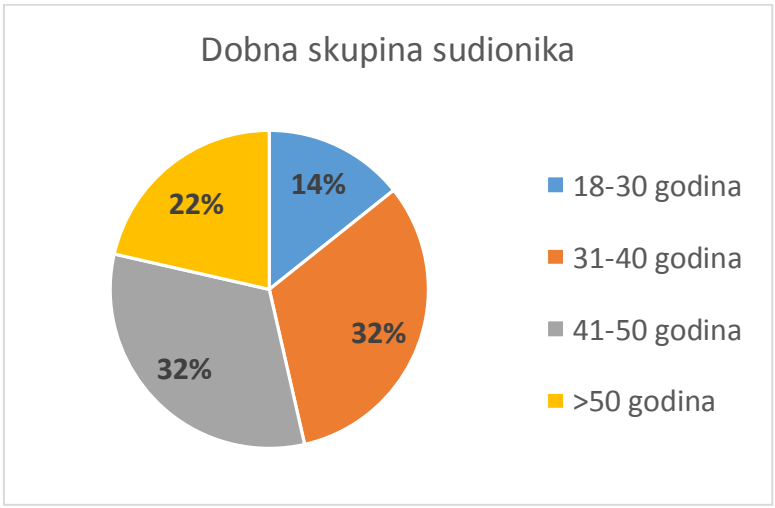
Graf 1 prikazuje spolnu strukturu ispitanika (15 žena i 13 muškaraca).

Graf 1: Spol ispitanika



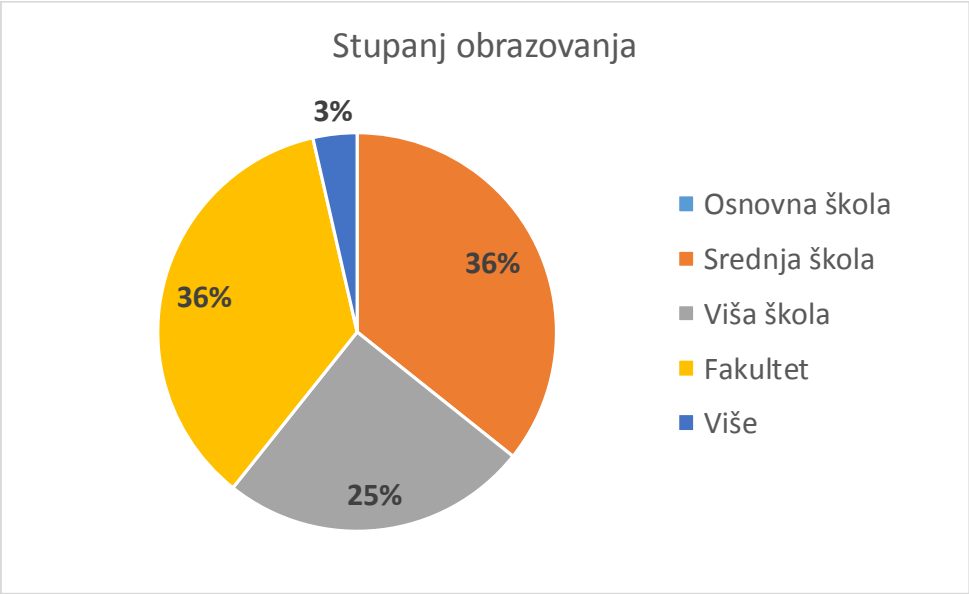
Anketu su ispunili sudionici različitih dobnih skupina. Prema dobnoj strukturi ispitanika prikazanoj u grafu 2 najviše ispitanika pripada dobnoj skupini od 31 do 40 godina te skupini od 41 do 50 godina, a najmanji udio otpada na ispitanike u dobi od 18 do 30 godina.

Graf 2: Dobna skupina ispitanika



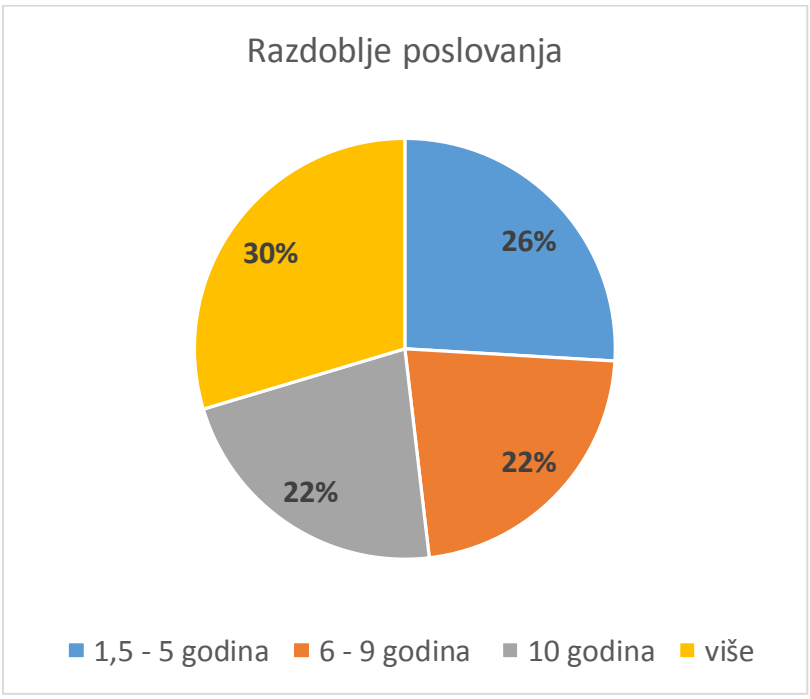
Većina ispitanika završila je srednju školu ili fakultet (po 10 ispitanika), a višu školu završilo je sedmero ispitanih. Jedan je ispitanik kao stupanj svog obrazovanja naveo kako je završio više od diplomskog studija na fakultetu (3,6%).

Graf 3: Stupanj obrazovanja ispitanika



Graf 4 prikazuje koliko se dugo ispitanici bave poslovanjem. Na ovo pitanje ispitanici nisu imali ponuđene odgovore, no jasno se vidi kako je najkraće vrijeme poslovanja ispitanika jedna i pol godina, a najduže 20 godina. Najviše ispitanika se ovim poslom bavi 10 godina, zatim slijede ispitanici koji posluju 8 i 15 godina.

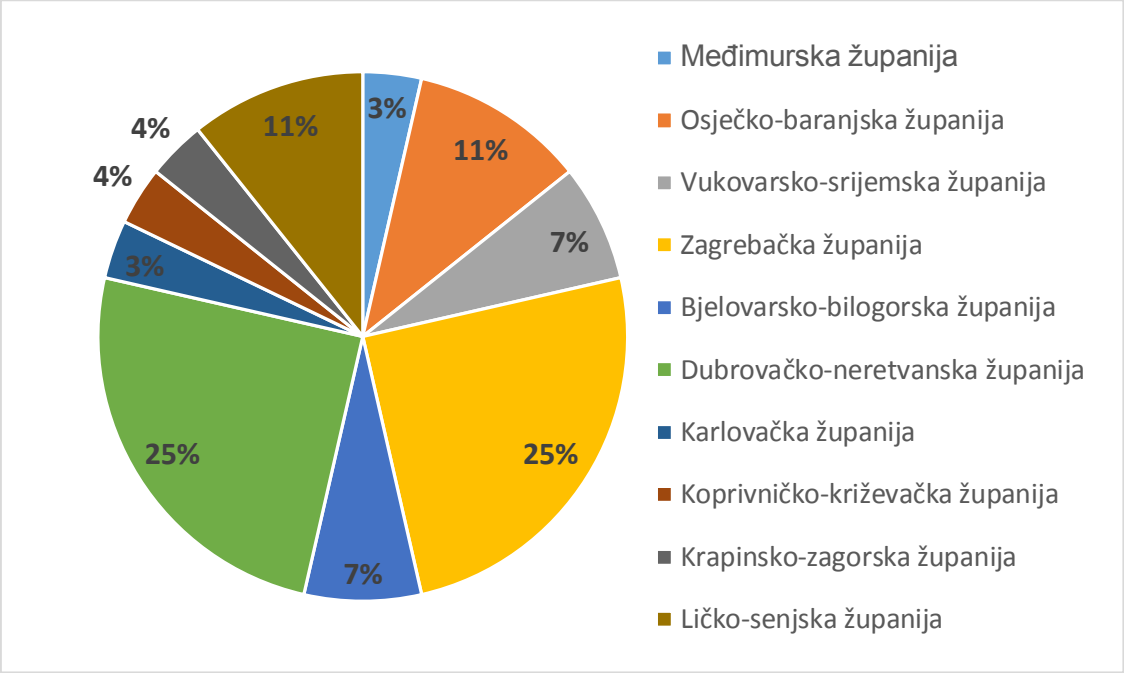
Graf 4: Razdoblje poslovanja ispitanika



„Zašto ste se počeli baviti ovim poslom?“ također je otvoreno pitanje, pa su tako i odgovori vrlo različiti. Petero ispitanika odgovorili su kako su se počeli baviti ovim poslom „radi izazova“ i „iz hobija i zabave“. Nekolicina ispitanika nastavlja poslovanje od prethodnih generacija te se bavi agroturizmom zbog očuvanja tradicije. Nekoliko ispitanika ima ljubav prema prirodi i radu s ljudima te ih ispunjava zadovoljstvo gostiju. Jedan ispitanik smatra kako je njegova regija zapuštena te u turizmu vidi veliku mogućnost za razvoj iste.

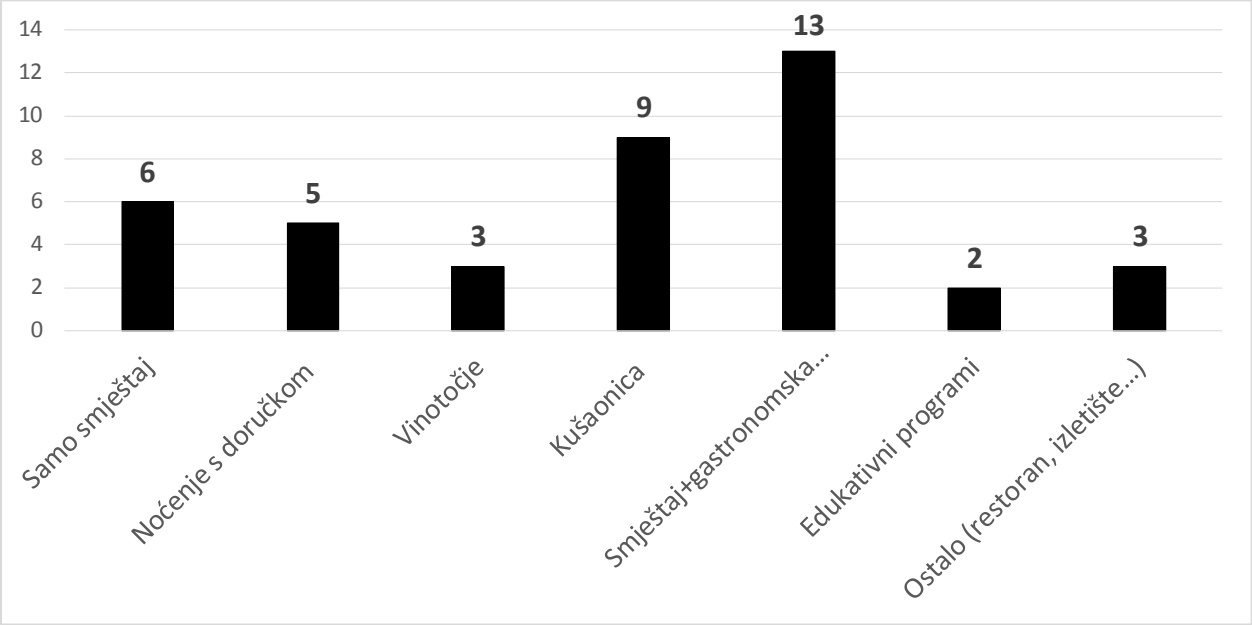
U anketnom upitniku sudionici su obilježili županiju u kojoj vode poslovanje, a rezultati prikazani u grafu 5 pokazuju kako je sedmero ispitanika iz Dubrovačko-neretvanske i sedam iz Zagrebačke županije. Slijede Ličko-senjska i Osječko-baranjska županija sa po troje ispitanika iz svake županije. Dvoje su ispitanika iz Vukovarsko-srijemske i dvoje iz Bjelovarsko-bilogorske županije. Po jednog ispitanika broje Međimurska županija, Krapinsko-zagorska, Koprivničko-križevačka te Karlovačka županija. Od 20 županija koje broji Republika Hrvatska, odgovori su zabilježeni iz njih deset.

Graf 5: Županije ispitanika



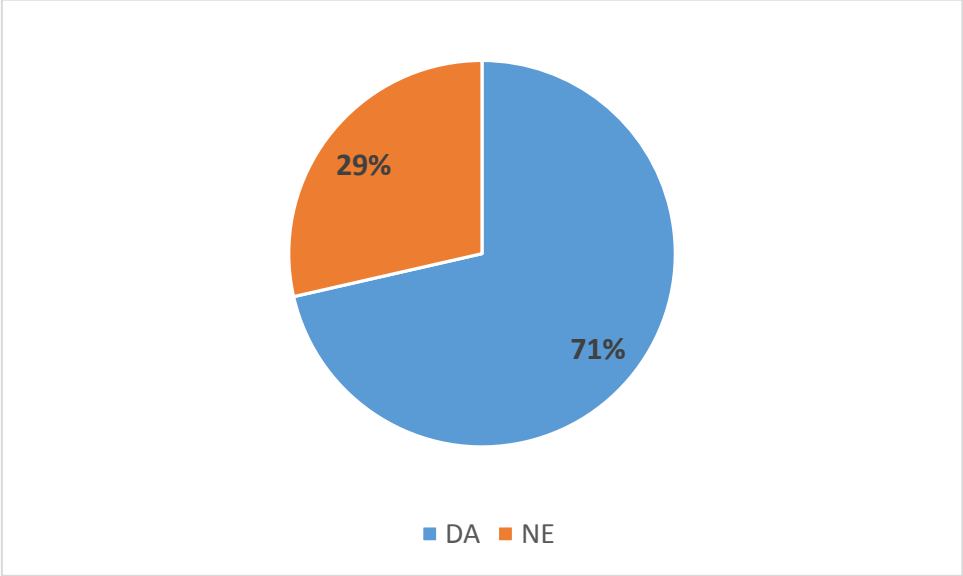
Na pitanje „Kakva je ponuda na Vašem agroturističkom gospodarstvu?“ ponuđeni su bili odgovori: samo smještaj, noćenje s doručkom, vinotočje, kušaonica, smještaj + gastronomska ponuda, edukativni programi te ostalo kako bi ispitanici mogli upisati neki drugi mogući odgovor. Smještaj i gastronomsku ponudu nudi najviše gospodarstava – njih 13, kušaonicu (maslinovo ulje, vino…) njih devet. Samo smještaj u svojoj ponudi ima šest gospodarstava, noćenje s doručkom pet, a vinotočje posjeduju tri gospodarstva. Edukativne programe nude samo dva gospodarstva. Pod „ostalo“ sudionici ankete su naveli: restoran, ugostiteljstvo te izletište.

Graf 6: Ponuda na agroturističkim gospodarstvima ispitanika



„Postoji li na Vašem gospodarstvu gastronomska ponuda?“ jedno je od važnijih pitanja ovog anketnog upitnika. Dvadesetero ispitanika odgovorilo je pozitivno, a samo osmero negativno.

Graf 7: Gastronomska ponuda ispitanika

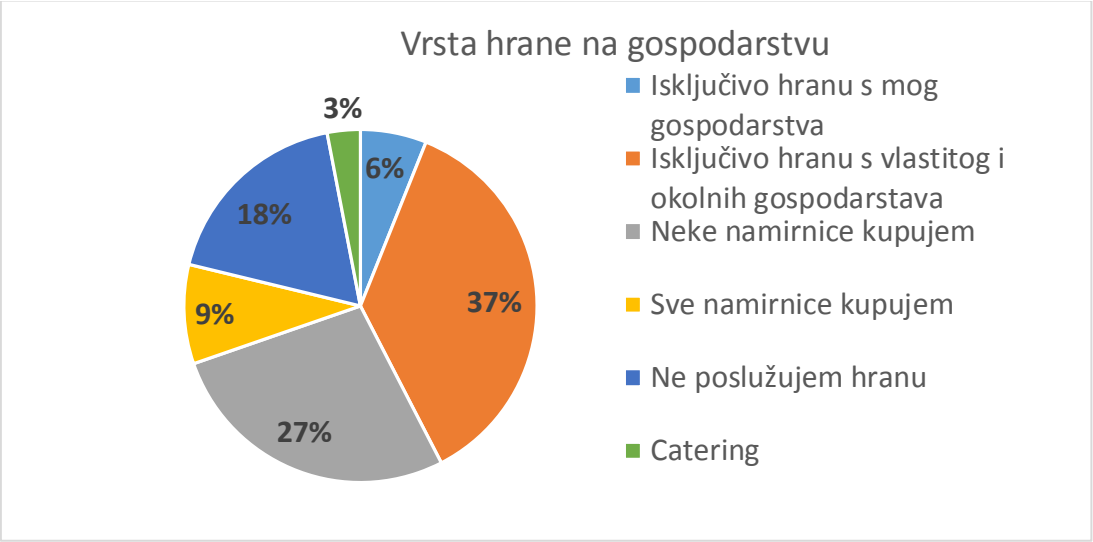


Sljedeće pitanje odnosi se na važnost gastronomske ponude na agroturističkim gospodarstvima. Nešto više od dvije trećine ispitanika (njih 19) je reklo kako je gastronomska ponuda jako važna na agroturističkim gospodarstvima, daljnjih osam ispitanika je reklo kako je važna dok se jedan ispitanik nije mogao odlučiti je li važna ili ne (3,6%). Niti jedan ispitanik nije rekao da je gastronomska ponuda nevažna.

Pitanje o načinu pripreme hrane odnosi se na one ispitanike koji imaju gastronomsku ponudu na svojem gospodarstvu. Šestero ispitanika na svom gospodarstvu ne nudi hranu (21,4%), dok većina ispitanih kuha uz pomoć obitelji (35,7% tj. 10 ispitanika). Sedmero vlasnika agroturističkih gospodarstava u svojoj kuhinji zaposlilo je kuhara ili kuharicu (25%). Pod ponuđenim odgovorom „ostalo“ ispitanici su sami upisivali način na koji pripremaju hranu na svom gospodarstvu, a neki od odgovora su: dostava, povremeno kuhanje, grickalice uz vino i slično.

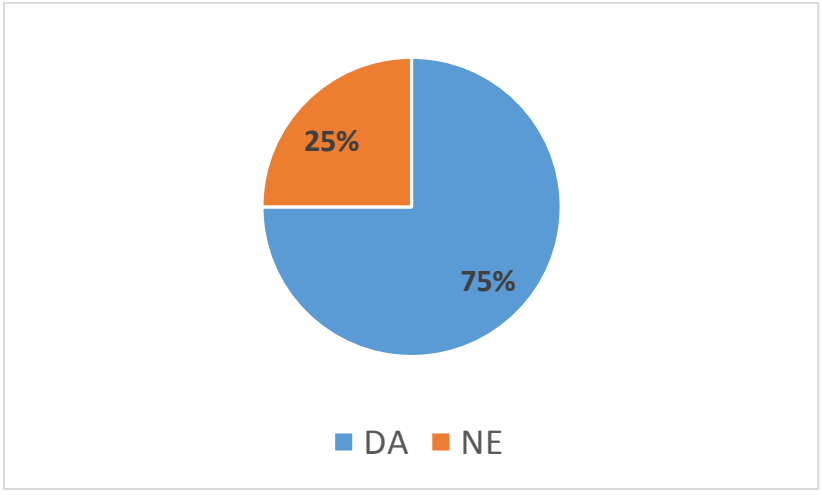
Sljedeće pitanje odnosi se na vrstu hrane koju ispitanici nude na svojim gospodarstvima, a odnosi se samo na one ispitanike koji na svom imanju imaju gastronomsku ponudu. Većina ispitanika (njih dvanaestero) na ovo pitanje je odgovorila kako u ponudi ima isključivo domaću hranu s vlastitog i s gospodarstava u okolici (lokalnih gospodarstava).

Graf 8: Vrsta ponude hrane na agroturističkim gospodarstvima



Što se tiče autohtone hrane, 21 ispitanik odgovorio je kako u ponudi ima barem jedan autohtoni specijalitet, dok njih sedmero nema.

Graf 9: Ponuda autohtonih proizvoda na agroturističkim gospodarstvima



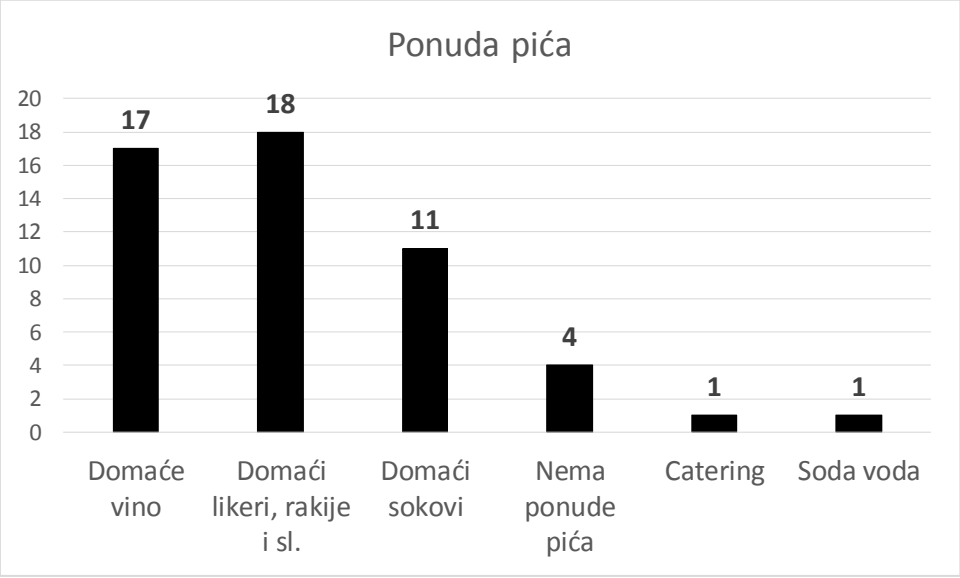
Odgovori na pitanje „Koje autohtone proizvode nudite“ bili su iznimno različiti kod svakog ispitanika, ali mogu se razvrstati u nekoliko skupina:

- Predjela: Baranjski kulen, pršut, špek, kobasice, sir škripavac, domaći kravlji sir…,
- glavna jela: kotlovina, teletina/kozletina ispod sača, meso iz tiblice, žrnavski makaroni, šaran u rašljama, janjetina, patka s mlincima, roštilj…,
- prilozi: tenfani krumpir, sir s vrhnjem, zelje, lički krumpir…,
- slastice: gibanica, greblica (grebljica), kraljevska delicija – palačinke od kukuruznog brašna, knedle, študla…

Što se tiče nabavke namirnica na agroturističkim gospodarstvima ispitanika, na pitanje „Kako odlučujete o nabavci namirnica“, najviše ispitanika to čini prema planiranom meniju (njih 11, tj. 39,3%). Slijedi nabavka namirnica sezonski za koju se odlučilo osmero ispitanika (28,6%), zatim nabavka namirnica prema ponudi jela na gospodarstvu (petero ispitanika, tj. 17,9%). Dvoje ispitanih nabavlja namirnice prema cijeni (7,1%). Ostali ispitanici ili na svom gospodarstvu nemaju gastronomsku ponudu ili nabavljaju hranu putem catering usluga, ali i prema željama gostiju.

Ponuda pića dio je gastronomske ponude, pa je sljedeće pitanje vezano uz ponudu pića: „Što se tiče ponude pića, na svom gospodarstvu mogu ponuditi…“ U ponudi pića ispitanika najčešće se nalaze domaće rakije, likeri i slično (18 ispitanih), domaće vino (17 ispitanika) te domaći sokovi (11 ispitanika). Odgovori su prikazani grafom 10.

Graf 10: Ponuda pića na agroturističkim gospodarstvima

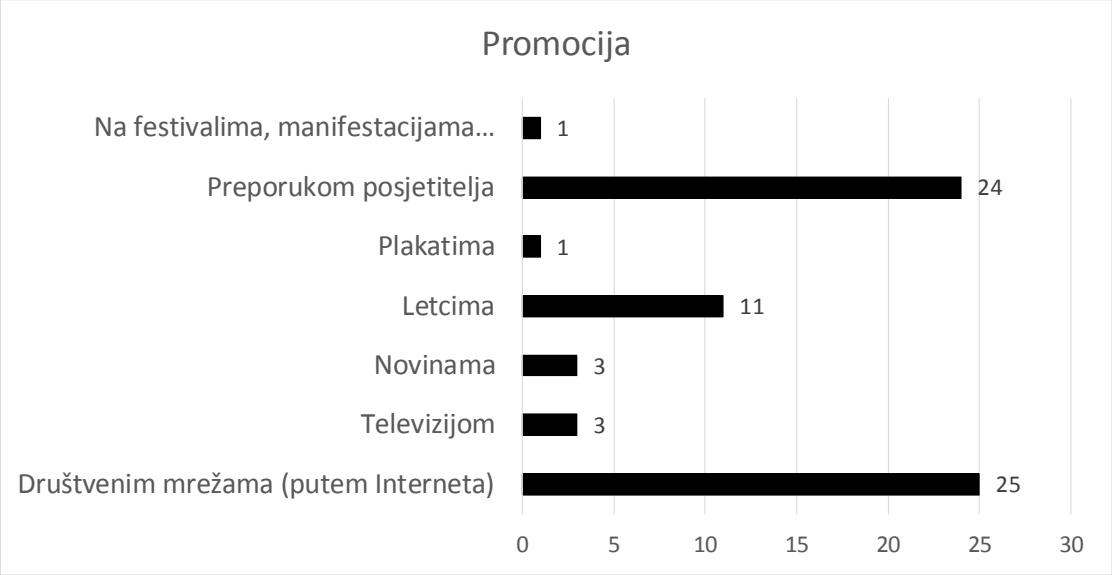


Zadnjih par pitanja anketnog upitnika nisu vezana uz gastronomsku ponudu, već se odnose na reklamiranje gospodarstava, prikupljanje dojmova o istom i planiranje razvoja. Jedno od pitanja glasi: „Jeste li se pokušali prijaviti na neku od mjera Programa ruralnog razvoja?“ i samo 25% ispitanika (njih sedmero) odgovorilo je pozitivno. Među odgovorima na koju su se od mjera Programa ruralnog razvoja pokušali prijaviti, ispitanici su spomenuli M6 („Razvoj

poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja“) i M9 („Uspostava proizvođačkih grupa i organizacija“).

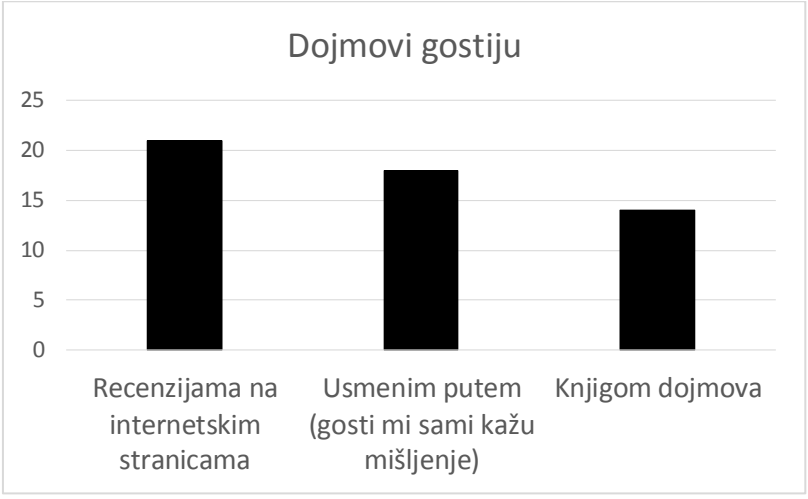
Promocija agroturističkih gospodarstava iznimno je važna stavka, pa se tako u anketnom upitniku nalazi i pitanje – „Kako reklamirate svoje agroturističko gospodarstvo?“. Najveći broj ispitanika odlučio se za promociju putem interneta odnosno društvenim mrežama (89,3%). Slijedi promocija preporukom posjetitelja s iznenađujućih 85,7%. U sljedećem grafu nalazi se pregled svih odgovora.

Graf 11: Vrsta promocije agroturističkih gospodarstava



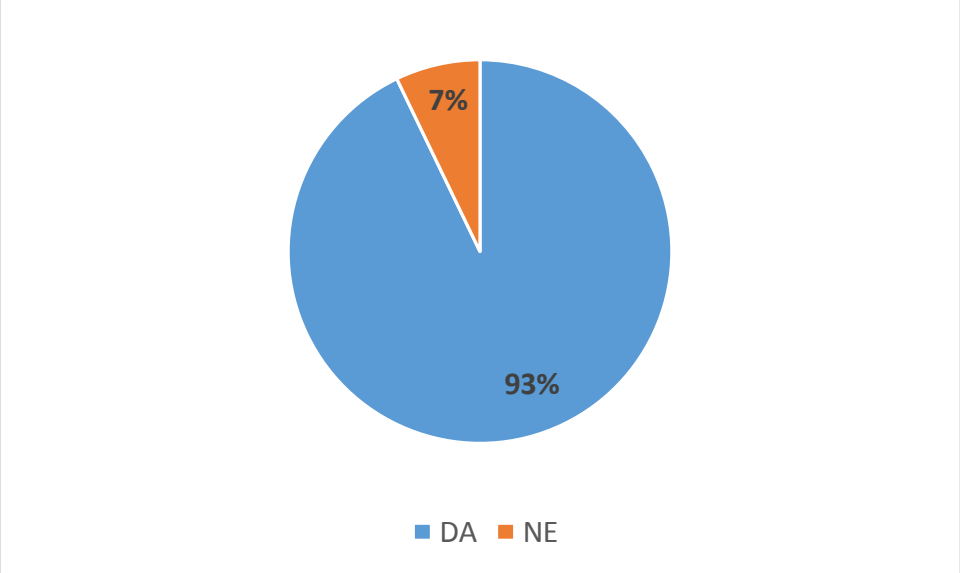
Dojmovi gostiju mogu se prikupljati pomoću recenzija na internetskim stranicama, usmenim putem, knjigom pohvala i žalbi, tj. knjigom dojmova. Većina ispitanika dojmove gostiju prikuplja recenzijama na internetskim stranicama (75%), usmenim putem to čini 64,3% ispitanika, a knjigom dojmova 50% njih.

Graf 12: Prikupljanje dojmova gostiju na agroturističkim gospodarstvima



Cilj posljednjeg anketnog pitanja bio je saznati vraćaju li se gosti koji posjete neko od agroturističkog gospodarstva ispitanika opet. S izjavom „Gosti se na moje agroturističko gospodarstvo nakon prvog posjeta vrate ponovno.“ složilo se čak 26 ispitanika, dok je samo dvoje ispitanika reklo NE.

Graf 13: Vraćanje gostiju na agroturističko gospodarstvo nakon prvog posjeta



6. SIMULACIJA PRIJAVE PROJEKTA NA NATJEČAJ ZA PODMJERU 6.2.1. PROGRAMA RURALNOG RAZVOJA

6.1.Opis OPG-a

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje se želi prijaviti na natječaj za podmjeru 6.2.1. nalazi se u Vidovcu te je vlasnik upisan u Upisnik poljoprivrednika od 2012. godine, kao i svi članovi ovog OPG-a. Gospodarstvo se bavi uzgojem domaćeg voća (jabuke, šljive, kruške) i povrća (rajčica, krumpir, grah, luk, mrkva i sl.) te nastoji svoje gospodarstvo proširiti na nepoljoprivrednu djelatnost. Time bi se proizvodi prodavali na samom gospodarstvu, ali bili bi već pripravljeni za jelo. Dio proizvoda bi se nabavljao od lokalnih proizvođača, a dio s vlastitog gospodarstva.

6.2.Poslovna ideja

Nositelj prijave projekta za natječaj tipa operacije 6.2.1. „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“ je autor ovog rada koji je član obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koje je upisano u Upisnik poljoprivrednika 2012. godine. Vrijednost poljoprivrednog gospodarstva iznosi 9.000,00 €, a na natječaj se prijavljuje zbog širenja gospodarstva, želje za razvojem ruralnih prostora, otvaranja novih radnih mjesta za stručnjake u ugostiteljstvu te zbog samozapošljavanja. Novčana sredstva dobivena natječajem iznose 372.000,00 kuna, a član ih planira utrošiti za opremanje objekta. „Član OPG-a prihvatljiv je korisnik jer je duže od godinu dana član OPG-a“. (Ruralni razvoj, 2018)
Poslovna ideja za ovaj projekt nastala je zbog ograničene gastronomske ponude restorana u Zagrebu. Postoji nekoliko restorana u Zagrebu koji imaju tradicionalnu hrvatsku gastronomsku ponudu (kao što su restoran Stari fijaker i Vinodol) no oni se nalaze u samom centru grada, pa time turisti ne dožive domaću hranu na način kako bi ju doživjeli u ruralnom prostoru. Turisti mogu bilo gdje naručiti pizzu, tjesteninu i slično, a time im se RH neće urezati u pamćenje te ostati u sjećanju po svojim posebnostima. Također, kada se govori o ponudi vina u Hrvatskoj, opće je poznato kako je ona bogata vinogradima pa je samim time specifična po domaćem kvalitetnom vinu. Nažalost, restorani u ponudi imaju uglavnom uvozna vina ili pak slabu ponudu domaćih vina. Dakle, nedovoljno se ističu domaća vina pa samim time ne dolazi do naglaska njihova posebnost i nedovoljno se poznaju osobitosti koje ih čine prikladnima uz određene obroke.
Prema statističkim podacima, 2016. godine Grad Zagreb kao županiju posjetilo je 1.108.600, a prenoćilo 1.972.109 domaćih i stranih turista (prosječno po mjesecu). Sljedeće, 2017. godine, Grad Zagreb posjetilo je 1.286.087, a prenoćilo 2.263.758 turista. Dakle, županija bilježi velik broj turista na mjesečnoj razini stoga je poduzetnik odlučio provesti ovu poslovnu ideju i realizirati projekt „Restoran Jalža“ u kojem bi turisti mogli pojesti lokalnu autohtonu hranu – juhe, glavna jela, slastice te popiti čašu domaćeg vina ili drugog pića.

Tablica 1: Podaci o investitoru

Ime i prezime:	Elizabeta Huzanić
Datum rođenja:	22. lipnja 1994.
Adresa:	Vidovec 71
Mjesto stanovanja:	Zagreb
Studij:	Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Poduzetničke vještine:	Marljivost, volja za radom, komunikativnost, ambicioznost, odgovornost

Vizija projekta definira se kao idealna slika stanja određenog poduzeća u budućnosti (Mateljak, Ž. i Vučković, A., 2016). Nju čine slike poduzeća ili obrta u budućnosti koja započinje na realnim osnovama. Vizija ovog projekta je biti jedan od prepoznatljivih ugostiteljskih objekata s autohtonom gastronomskom ponudom u širem području Grada Zagreba točnije u Vidovcu koji se nalazi u ruralnom području. Jedan od ciljeva je također učiniti ovaj objekt mjestom koje mora biti na „check listi" svakog turista koji posjeti Grad Zagreb.

Misija se definira kao razlog postojanja određenog poduzeća. Ona određuje osnovni zadatak i funkciju poduzeća. Misija projekta „Restoran Jalža" je pružiti gostima autohtonu gastronomsku ponudu, zadovoljiti njihove potrebe, te omogućiti svakom turistu prilikom dolaska u Zagreb da proba nešto novo, posebno, lokalno, specifično.

Projektom se restoran na domaćem tržištu želi predstaviti kao restoran s najboljom domaćom tradicijskom gastronomskom ponudom, a s druge strane želi u kratkom periodu privući strane turiste. S obzirom na činjenicu da sezona u Zagrebu traje gotovo cijelu godinu, restoran se u budućnosti želi fokusirati na turiste te im ispričati pravu lokalnu gastronomsku priču.

Uz dobro definirane viziju i misiju lakše se utvrđuju ciljevi projekta pa restoran može lakše odabrati strategiju za realizaciju plana.

6.3.Ciljevi projekta

Objektni ciljevi su oni ciljevi koji nastaju na početku, tj. u samoj pripremi projekta. Oni predstavljaju podlogu za buduće pokretanje odnosno realizaciju projekta na kojem se radi. Kad su objektni ciljevi jasno definirani, lakše se kreće u izvedbu projekta. Jedan od glavnih objektnih ciljeva restorana je otvoriti nova radna mjesta, nabaviti opremu i autohtone lokalne proizvode. Još jedan od objektnih ciljeva restorana je detaljna analiza tržišta koja uključuje cijene i potencijalnu konkurenciju, kao i tržište prodaje i nabave.

S druge strane, namjenski ciljevi definiraju se kao oni ciljevi koji nastupaju u fazi eksploatacije projekta. Jedan od glavnih namjenskih ciljeva restorana je širenje lokalne gastronomske ponude u ruralnim naseljima. Kasnije bi se ovaj cilj nadopunio ciljevima osvajanja cjelokupnog tržišta iz gastronomskog područja, ali i širenjem u smislu inovacija. Što se financija tiče, jedan od namjenskih ciljeva je iz godine u godinu povećavati ukupan profit.

6.4. Razlozi osnivanja restorana

Glavni razlog za otvaranje restorana je upravo širenje gastronomske ponude u Gradu Zagrebu. Pošto će lokacija restorana biti upravo u Zagrebu, takva će biti i ponuda – isključivo zagrebački specijaliteti. Na taj način turisti će moći doživjeti ruralno područje Grada Zagreba kroz okuse i mirise iz zagrebačke kuhinje. Još jedan od razloga za realizaciju projekta je velika zainteresiranost turista za tradicionalnom, lokalnom gastronomskom ponudom. Kao što je već navedeno, razlozi pokretanja ovog restorana itekako su opravdani, te bi time zagrebačka gastronomija dosegla novi nivo. Na taj način bi se predstavljalo bogatstvo zagrebačkih autohtonih proizvoda domaćim ljudima, ali i turistima.

6.5. Lokacija

Pri odabiru lokacije, važno je biti fokusiran na tržište odnosno na uslugu koja se pruža.
Restoran bi se smjestio u Gradu Zagrebu, ali ne u centru grada, već u ruralnom naselju Vidovec koje je 15 kilometara udaljeno od glavnog trga Zagreba. Dobra prometna povezanost, seoski mir te blizina centra grada neke su od pogodnosti ove lokacije.

6.6. Opis proizvoda/usluge

„Restoran Jalža“ pružat će ugostiteljske usluge. Svi proizvodi koje bi potrošači imali priliku kušati bili bi lokalni, autohtoni, zagrebački proizvodi – hrana i vino. Nabava vina vršila bi se iz lokalnih vinarija (npr. vinarija „Vina Čergar“ koja je svega dvadesetak kilometara udaljena od Vidovca te vinarije Fakultetsko dobro Jazbina udaljeno desetak kilometara). Namirnice bi se nabavljale od lokalnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kojih je prema Upisniku registriranih objekata u poslovanju s hranom životinjskog podrijetla 467 (Ministarstvo poljoprivrede, 2017), a u neposrednoj blizini Vidovca tridesetak. Svi objekti provjereni su od strane Uprave za veterinarstvo. Što se tiče nabave voća i povrća, ono bi se također nabavljalo od strane lokalnih proizvođača i uzgajivača.
Za predjelo, posjetitelji bi mogli kušati „ajngemahtec“. Za glavno jelo u ponudu se ubraja pečena purica servirana s mlincima, zagrebački odrezak, kotlovina, buncek… Na meniju se mogu naći i kobasice češnjovke i krvavice, gulaš, paprikaš, faširanci… U jednostavnu zagrebačku kuhinju spadaju krpice sa zeljem, trganci s vrhnjem, žganci s lukom ili špekom…
Kada se govori o slasticama, Zagreb ima široku ponudu istih – baklava, domaće kremšnite, palačinke, štrudle (od višanja, sira, buče, jabuka…). Dobro su poznati zagrebački kolači orehnjača, makovnjača, zlevanka, buhtle, medenjaci, knedle punjene marelicama ili šljivama… Tu su i paprenjak (pikantni prhki kolačić, jestivi suvenir Zagreba), Jelačić šnite i jesenski desert kesten pire.
Ponuda pića također je raznolika i posebna. Nude se lokalna vina i piva iz malih craft pivovara te mnoge vrste rakije (višnjevac, medica, orahovac, šljivovica…). Poznato piće

ovoga kraja je „gemišt“ (mješavina gazirane mineralne vode i bijelog vina).Također, ne nedostaje niti domaćih sokova (bazga, jabuka…). [6]
Gastronomski proizvodi koji nisu uobičajeni u zagrebačkim restoranima moći će se konzumirati u ovakvom tipu restorana. Tako se primjerice u ponudi mogu naći jabuke u šlafroku, šnenokli, bučnica, tenka gibanica, štrudla od krumpira te srnetina.
Srnetina na lovački način jede se kao predjelo (gulaš) ili pak glavno jelo. Savijača ili štrudla od krumpira može se poslužiti kao toplo predjelo, ali i kao prilog uz meso.
Gotovo svaka regija u Republici Hrvatskoj ima svoju vrstu tenke gibanice. Zagrebačka gibanica uobičajeno se sprema kod kuće, no trebali bi ju probati i turisti. Upravo je to razlog zašto se našla u ponudi „Restorana Jalža“.
Šnenokle će se u ovom restoranu spravljati na starinski način te time domaće goste vratiti u prošlost, a turistima pokazati kako jednostavni recepti mogu biti fini. Jabuke u šlafroku mogu se pojesti samo na događajima poput adventa, no „Restoran Jalža“ pružit će mogućnost da domaći, kao i strani gosti isprobaju ovaj domaći specijalitet u svako doba godine.

Tržište prodaje opisuje kojoj ciljnoj skupini je usluga namijenjena. U ovom projektu, koji se odnosi na gastronomiju, tržište prodaje namijenjeno je svakome koji je voljan pojesti ukusnu hranu i popiti dobro vino. Namijenjeno je i lokalnom stanovništvu, a u najvećoj mjeri turistima koji žele isprobati autohtone proizvode. Restoran na tržištu prodaje planira suradnju s brojnim turističkim vodičima i to putem turističkih agencija.

6.7. SWOT analiza

Snage i slabosti odnose se na unutrašnjost samog poduzeća, tj. interne čimbenike, dok s druge strane prilike i prijetnje predstavljaju eksterne, odnosno vanjske čimbenike poduzeća.
Glavna snaga ovog restorana je visoko obrazovani stručni kadar, posebnost ponude za privlačenje gostiju i volja za pokretanjem restorana. Govoreći o slabostima, tu je manjak iskustva vlasnika te može doći do loše radne klime, tj. konflikata između zaposlenika. Sezonski karakter ponude može biti problem izazvan kada nisu dostupne određene sirovine odgovarajuće kvalitete i količine (nedovoljno organizirana ponuda). Prilike koje restoran može iskoristiti u budućnosti su sve veći interes turista za agroturističke destinacije, širenje ponude te širenje na već postojeće tržište. S druge strane, kao prijetnja se može navesti i loša gospodarska situacija u Republici Hrvatskoj, ali i u svijetu općenito.

Tablica 2: SWOT analiza

SNAGE (+)	PRILIKE (+)
Specifična gastronomska ponuda	Pristup sredstvima EU
Pristupačne cijene	Jačanje ruralnih prostora
Dobra promocija	Trend „zdrava hrana“
Zaposleni stručni kadar	Sve veći interes za agroturizmom
Prirodno okruženje (čist okoliš)	
Dobra prometna povezanost	

[6]Info Zagreb: http://www.infozagreb.hr/lifestyle/gastronomija/zagrebacka-kuhinja [30. travnja 2018.]

SLABOSTI (-)	PRIJETNJE (-)
Nezainteresiranost za ruralni razvoj	Konkurencija
Manjak iskustva vlasnika	Zagađenje okoliša
Nedostatak dodatnih sadržaja	Neprepoznatljiva agroturistička ponuda

6.8. Struktura troškova

Projekt, osim što je tržišno opravdan zbog pretpostavljenog interesa korisnika ovakve vrste usluge, također je i jedinstven, ali i iziskuje veće početne troškove. No ipak, u budućnosti se može očekivati veliki rast i razvoj, a samim time i povrat uloženih sredstava te maksimalizacija profita. S financijskog gledišta, prva godina trebala bi biti iznimno teška s minimalnim profitom ili gubitkom, dok će se restoran s vremenom razvijati te donositi rezultate. S malo većim početnim ulaganjem, mogućnosti koje se mogu pružiti ovim projektom uz ovakvu vrstu usluge su visoke. Veliki dio u početku poslovanja, odnosio bi se na promociju. Nužno je izvršiti promociju restorana putem Internet stranice u nešto manjem postotku, te putem direktnog oglašavanja u većem, kako je već spomenuto – putem turističkih vodiča. U nastavku opisa projekta bit će prikazana struktura troškova vezanih uz njega, kao i broj zaposlenih u restoranu.

Tablica 3 prikazuje strukturu troškova (radne snage, najma poslovnog prostora, režija, troškova robe te troškova namijenjenih za promociju) na mjesečnoj razini. Najam prostora restorana, kuhinje i prostora oko restorana iznosi 10.000,000 kuna mjesečno. Istraživanjem tržišta dobiven je podatak kako se cijene najma prostora u Gradu Zagrebu kreću od 5.000,00 do 15.000,00 kuna mjesečno (ovisno o veličini prostora). U ovom slučaju izabran je prostor s već uređenom kuhinjom.
Što se tiče radne snage, zaposleno bi bilo šestero zaposlenika: vlasnik, dvoje kuhara/kuharica, dvojica ugostitelja te osoba koja bi se bavila uređivanjem vanjskog i unutarnjeg prostora.

Tablica 3: Struktura troškova na mjesečnoj razini

Naziv	Izvori iz poslovanja (kn)	Struktura (%)
Najam prostora	10.000,00	18,19
Režije	7.000,00	12,73
Roba	8.000,00	14,55
Promocija i marketing	970,00	1,76
Bruto plaće	29.000,00	52,76
UKUPNO	**54.970,00**	**100,00**

Najam prostora je fiksni trošak i ne mijenja se ovisno o intenzitetu poslovanja dok su ostali troškovi varijabilni te izravno ovise o prometu i broju posjetitelja.

Kao što je već spomenuto, restoran će zaposliti šestero kvalificiranih ljudi od kojih je jedan vlasnik i nadzire sve poslove koji se odnose na restoran. Po jedan kuhar ili kuharica te jedan ugostitelj radit će u smjeni što znači da restoran zapošljava dvojicu ugostitelja te dva kuhara ili kuharice. Jedan zaposlenik bavit će se održavanjem okoliša restorana te čistoćom restorana. Moguće je zaposliti studente kao ispomoć u poslu. Sljedeća tablica prikazuje strukturu i broj

zaposlenih te njihove mjesečne i godišnje bruto plaće. Prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku, prosječna plaća radnika koji se bavi uslugama u vezi s upravljanjem i održavanjem zgrada te djelatnosti uređenja i održavanja krajolika iznosi 3.660,00 kuna. Djelatnici koji se bave pripremom i usluživanjem hrane i pića primaju prosječnu bruto plaću koja iznosi oko 4.100,00 kn (prosječna plaća prema DZS-u). Bruto plaća vlasnika restorana koji se bavi uslužnim djelatnostima iznosi oko 5.700,00 kn (također prosječna plaća djelatnika u uslužnim djelatnostima, prema DZS-u).

Tablica 4: Struktura i broj zaposlenih

Zaposlenik	Mjesečna bruto plaća (kn)	Godišnja bruto plaća (kn)
Vlasnik	6.000,00	72.000,00
Kuhar 1	5.000,00	60.000,00
Kuhar 2	5.000,00	60.000,00
Ugostitelj 1	4.500,00	54.000,00
Ugostitelj 2	4.500,00	54.000,00
Domar	4.000,00	48.000,00
UKUPNO	**29.000,00**	**348.000,00**

Vlasnik nakon financijskog ulaganja u projekt želi u što kraćem mogućem razdoblju osigurati povrat uloženih sredstava i ostvarivati sve veće prihode, te na kraju maksimalizirati postojeći profit.
Na temelju financijskih elemenata može se zaključiti vrijedi li projekt te isplati li se ulagati u njega. Financijski pokazatelji daju uvid u postojeće stanje restorana te informaciju o stanju i stabilnosti restorana.
Izvore ulaganja za ovaj projekt dijelimo u dvije kategorije: prvi je vlastiti izvor ulaganja, tj. vlasnikov novac i kapital, a druga je kategorija novac dobiven na natječaju za tip operacije 6.2.1. „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“. Znači, raspolaže se vlastitim sredstvima te 372.000,00 kuna dobivenih na natječaju.

Prva godina poslovanja nije prikazana u tablici 5 jer se radi o razdoblju opremanja prostora i uređenja okoliša. Pošto se ovdje radi o simulaciji projekta za natječaj za tip operacije 6.2.1. pod nazivom „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivredne djelatnosti u ruralnim područjima“, a vrijednost potpore po korisniku iznosi 372.000,00 kn, pretpostavka je da će dobivena novčana vrijednost biti iskorištena za navedeno razdoblje. Prihvatljivi sektori koji se mogu prijaviti na ovaj natječaj su sektor pružanja usluga u ruralnim područjima i sektor turizma u ruralnom području, dakle projekt je prihvatljiv za uvjete natječaja. Što se tiče uvjeta prihvatljivosti aktivnosti, prihvatljive su aktivnosti nabava roba, radova i usluga potrebnih za uspostavu djelatnosti kao što su građenje, rekonstrukcija i/ili opremanje objekata, troškovi kupnje zemljišta/objekata, nabava strojeva, opreme, vozila ili plovila i sl. (Ruralni razvoj, 2018). Pošto ova novčana vrijednost planira biti iskorištena za opremanje objekta te rekonstrukciju okoliša oko objekta, projekt je prihvatljiv za prijavu na natječaj te se 372.000,00 kuna sredstava mogu iskoristiti za planirano.
Sljedeća tablica prikazuje planirane rashode kroz početnih pet godina poslovanja. Na temelju prihoda i rashoda mogu se izračunati pokazatelji uspješnosti poslovanja.

Tablica 5: Struktura rashoda za period od pet godina poslovanja

Stavke	1.godina	2.godina	3.godina	4.godina	5.godina	UKUPNO
Najam prostora	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	**600.000,00**
Režije	60.000,00	62.400,00	72.000,00	90.000,00	96.000,00	**380.400,00**
Roba	96.000,00	98.400,00	102.000,00	108.000,00	110.400,00	**514.800,00**
Promocija i marketing	10.000,00	11.200,00	12.000,00	12.000,00	13.000,00	**58.200,00**
Bruto plaće	348.000,00	350.000,00	360.000,00	360.000,00	370.000,00	**1.788.000,00**
UKUPNO	**634.000,00**	**642.000,00**	**666.000,00**	**690.000,00**	**709.400,00**	**3.341.400,00**

Iz tablice je vidljivo kako planirani rashodi iz godine u godinu proporcionalno rastu, što je i logično s obzirom da i prihodi iz godine u godinu također rastu. Ukupni rashodi nakon pet godina poslovanja iznose 3.341.400,00 kuna.

Što se tiče plaćanja najma prostora, pretpostavka je kako će mjesečni trošak iznositi 10.000,00 kn fiksno. U samim početcima poslovanja restorana odnosno za ono razdoblje u kojem se planira promovirati sami restoran i okoliš oko restorana, režije bi iznosile oko 60.000,00 kuna na godišnjoj razini, a svake godine bi se povećavali, kao i promet restorana. Isto vrijedi za namirnice, potrepštine, vino i sve što je potrebno za poslovanje restorana.

Za marketinške aktivnosti prve godine bit će izdvojeno 10.000,00 kn, a sljedeće godine će se taj iznos povećati, kao i one godine nakon. U trećoj i četvrtoj godini trošak promocije iznosit će 12.000,00 kn, a pete 13.000,00 kn. Vlasnik restorana iz godine u godinu ulaže u marketing kako bi pratilo trendove te kako bi bilo što konkurentnije na tržištu.

Kao što je već navedeno, restoran bi zapošljavao šestero zaposlenika uključujući vlasnika.

Rashodi se svake godine poslovanja povećavaju kao i prihodi, pa bi u dugoročnom razdoblju projekt u konačnici donio profit. U tablici 6 prikazana je planirana struktura prihoda prvih pet godina poslovanja (nakon otvaranja restorana).

Tablica 6: Struktura prihoda za period od pet godina poslovanja

Stavke	1.godina	2.godina	3.godina	4.godina	5.godina	UKUPNO
Juhe	160.000,00	170.500,00	200.000,00	220.000,00	225.000,00	**975.500,00**
Glavna jela	248.000,00	252.000,00	260.000,00	267.500,00	280.500,00	**1.308.000,00**
Slastice	103.000,00	110.000,00	119.000,00	122.000,00	125.000,00	**579.000,00**
Piće	112.000,00	117.000,00	125.000,00	135.000,00	140.000,00	**629.000,00**
UKUPNO	**623.000,00**	**649.500,00**	**704.000,00**	**744.500,00**	**770.500,00**	**3.491.500,00**

Podaci o prihodima dobiveni su na temelju cijena pojedinih jela lokalnih restorana te pretpostavkom kako će restoran posjećivati sve više gostiju te će promet s vremenom biti veći. Također, korištena je i analiza revidiranih godišnjih financijskih izvještaja kako bi se što kvalitetnije moglo argumentirati ostvarene prihode po godinama. (RGFI, 2018)

6.9. Račun dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka jedan je od temeljnih financijskih izvještaja koji prikazuje obujam i strukturu prihoda i rashoda, te ostvareni financijski rezultat u određenom vremenskom razdoblju. [8] U sljedećoj tablici prikazan je RDG.

Tablica 7: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od pet godina poslovanja

Stavke	1.godina	2.godina	3.godina	4.godina	5.godina	**UKUPNO**
Ukupni prihodi	623.000,00	649.500,00	704.000,00	744.500,00	770.500,00	**3.491.500,00**
Ukupni rashodi	634.000,00	642.000,00	666.000,00	690.000,00	709.400,00	**3.341.400,00**
Ukupna dobit/gubitak	-11.000,00	7.500,00	38.000,00	54.500,00	61.100,00	**150.100,00**
Porez na dobit (20%)	2.200,00	1.500,00	7.600,00	10.900,00	12.220,00	**30.020,00**
Čista dobit/gubitak	-8.800,00	6.000,00	30.400,00	43.600,00	48.880,00	**120.080,00**

Nakon isplate poreza na dobit svake godine (20%) u konačnici se ostvaruje profit od 120.080,00 kuna i iz tog podatka se vidi kako je ulaganje u projekt isplativo (nakon druge godine poslovanja). Iz tablice je vidljivo kako je u prvoj godini poslovanja ostvaren gubitak od 8.800,00 kn, a već druge godine profit iznosi 6.000,00 kn. Svake godine ostvareni profit raste, pa je samim time i ostvaren cilj radi kojeg se ulagalo u poslovanje. Slijedi tablica računa dobiti i gubitka nakon pete godine poslovanja, kako bi se utvrdilo da li je dugoročno poslovanje i dalje isplativo.

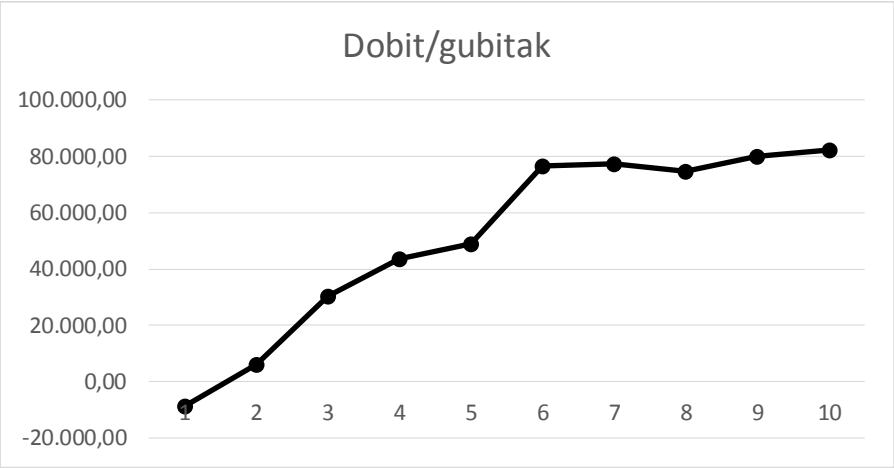
Tablica 8: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 6. do 10. godine poslovanja

Stavke	6. godina	7. godina	8. godina	9. godina	10. godina	**UKUPNO**
Ukupni prihodi	797.500,00	810.500,00	817.000,00	827.500,00	837.000,00	**4.089.500,00**
Ukupni rashodi	702.000,00	713.700,00	723.500,00	727.500,00	734.000,00	**3.600.700,00**
Ukupna dobit/gubitak	95.500,00	96.800,00	93.500,00	100.000,00	103.000,00	**488.800,00**
Porez na dobit (20%)	19.100,00	19.360,00	18.700,00	20.000,00	20.600,00	**97.760,00**
Čista dobit/gubitak	76.400,00	77.440,00	74.800,00	80.000,00	82.400,00	**391.040,00**

U tablici 8 vidljivo je kako dobit iz godine u godinu raste s malim odstupanjem u 8. godini poslovanja. Razdoblje od šeste do desete godine poslovanja trebalo bi donijeti profit od još 391.040,00 kuna. Slijedeći graf prikazuje kretanje dobiti i gubitka za svih deset godina poslovanja.

[8] Parać, B.(2013) Poduzetničko računovodstvo i financijsko izvještavanje. VSPU Baltazar Adam Krčelić [2. svibnja 2018

Graf 14: Kretanje gubitka/dobiti za razdoblje od deset godina poslovanja



Prikazani graf počinje s minusom, a zatim postepeno raste s malim padom u 8. godini, a zatim svoj rast nastavlja. Pretpostavka je kako će s određenim ulaganjima i rastom rashoda, proporcionalno i dalje rasti dobitak.

6.9. Kriterij odabira za tip operacije 6.2.1.

Kako bi projekt bio uspješno prijavljen na natječaj, mora proći kroz kriterije odabira (Prilog 2). Ekonomski kriteriji podrazumijevaju doprinos aktivnosti iz poslovnog plana na očuvanju/stvaranju novih radnih mjesta, dužinu upisa poljoprivrednog gospodarstva u Upisnik poljoprivrednika prije podnošenja Zahtjeva za potporu te veličina gospodarstva (u eurima). Ovim projektom stvorilo se bi se pet radnih mjesta te samozapošljavanje pa bi se za ovaj kriterij ostvario maksimalan broj bodova – 15 bodova. Vlasnica restorana upisana je u Upisnik poljoprivrednih proizvođača šest godina, pa ostvaruje 8 bodova. Članica je postojećeg OPG-a koji planira iskoristiti mjeru za proširenje djelatnosti i na nepoljoprivrednu (agroturizam).
Veličina poljoprivrednog gospodarstva je između 8.000,00 i 14.999,00 € što donosi 13 bodova.
Što se tiče sektorskih kriterija, projekt pripada u sektor turizma u ruralnom području te se time ostvaruje 10 bodova.
Kriterij lokacije ulaganja ovisi o indeksu razvijenosti jedinice lokalne samouprave u kojoj se provode aktivnosti iz poslovnog plana, a to je 4. skupina. Ulaganjem na području jedinice lokalne samouprave koja pripada 3. ili 4. skupini projekt dobiva 15 bodova.
Slijede horizontalni kriteriji – utjecaj aktivnosti iz poslovnog plana na okoliš (0 bodova), utjecaj ulaganja na ranjive skupine (0 bodova) te stručna sprema i radno iskustvo nositelja/odgovorne osobe poljoprivrednog gospodarstva ili člana obiteljskog gospodarstva

koji je nositelj aktivnosti (za ovaj kriterij projekt dobiva 10 bodova jer je nositelj završio preddiplomski sveučilišni studij).
Najveći broj ostvarenih bodova je 100, a prag prolaznosti je 40 bodova. Simulirani projekt ostvaruje 71 bod što ukazuje na to da prolazi sve kriterije odabira za tip operacije 6.2.1. i velike su šanse da upravo ovaj projekt ostvari bespovratna novčana sredstva koja se dobivaju na opisanom natječaju.

7. ZAKLJUČAK

Na samom početku rada opisano je stanje agroturizma u Hrvatskoj. Republika Hrvatska ima potencijal za razvoj ruralnih područja, a razvoj agroturizma bi uvelike pomogao u ostvarenju tog cilja.
Gledajući karakteristike ispitanika koji su ispunili anketu (Prilog 1) vidi se kako su ispitanici različitih dobnih skupina, kao i različitih stupnjeva obrazovanja, ali ipak na višoj razini obrazovanja od prosječnog poljoprivrednog proizvođača. Može se primijetiti kako se uglavnom bave agroturističkim djelatnostima zaista dugo, ali ima i početnika, što ukazuje na dobar smjer razvoja agroturizma u Hrvatskoj. Vlasnici agroturističkih gospodarstava iznimno njeguju tradiciju svojih krajeva, nude autohtonu hranu i smještaj. Nažalost, mnogi ispitanici nisu upućeni u Program ruralnog razvoja pa samim time ne prepoznaju mogućnosti za pribavljanje sredstava za daljnji razvoj.
Kao jedna od mogućnosti za razvoj poljoprivrednog gospodarstva upravo je korištenje Programa ruralnog razvoja, te je stoga u drugom dijelu rada predstavljena simulacija prijave na natječaj za tip operacije 6.2.1. Programa ruralnog razvoja pod nazivom „Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima“. Projekt bi prema svim smjernicama (lokacija bogata zelenilom, a ipak u blizini centra, bogatom autohtonom gastronomskom ponudom i slično) trebao uspješno zaživjeti, a nakon početnih pet godina poslovanja ostvarivati sve veće prihode, ali se i širiti te svakom godinom brojati sve više posjetitelja.
Na temelju projekcije rashoda i prihoda te računa dobiti i gubitka, može se zaključiti kako projekt u prvoj godini poslovanja ne daje profit, ali se to već u narodnom periodu mijenja.
Može se zaključiti i kako je projekt itekako tržišno opravdan te se isplati ulaganje u isti, te da se, kako vrijeme odmiče, ostvaruju sve veći prihodi što je glavni cilj uz uspješno poslovanje u cijelosti.

8. LITERATURA

1. Franić, R. i Cunj, L. (2007) Društveno – gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji. Agronomski glasnik: Glasilo Hrvatskog agronomskog društva, Vol. 69 No.5.
2. Franić, R. i Grgić, Z. (2002) Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj – Pretpostavke i izgledi razvitka (studij slučaja). Agriculturae Conspectus Scientificus, Vol. 67 (2002),No.3 (131 – 141)
3. Galijan, V., Selić, H. i Zelenika, Z. (2017) Analiza prostorne distribucije i ponude ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno – matematički fakultet, geografski odsjek
4. Grgić, I., Zrakić, M. i Cerjak, M. (2011) Agroturistička ponuda Zagrebačke županije: ograničenja i mogućnosti. Agronomski glasnik: Glasilo Hrvatskog agronomskog društva, Vol.73 No.1 – 2
5. Kuvačić, N. (2003) Biznis plan ili poduzetnički projekt. Beretin d.o.o., Split
6. Parać, B. (2013) Poduzetničko računovodstvo i financijsko izvještavanje. VSPU Baltazar Adam Krčelić
7. Mateljak, Ž. i Vučković, A. (2016) Planiranje u poduzeću HEP d.d., Zagreb. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet (završni rad)

Internet stranice:

1. Državni zavod za statistiku. Dostupno na: https://www.dzs.hr/ [12. rujna 2018]
2. Glasnik Zagrebačke županije, br.9/2005. Dostupno na: http://digured.srce.hr/arhiva/281/2237/wa.zagrebacka-zupanija.hr/dokumentiWCA/Glasnik009-2005.pdf [1.lipnja 2018]
3. Gospodarski.hr. Dostupno na: http://www.gospodarski.hr/Publication/2016/1/prilog-broja-agroturizam-budunost-i-prilika/8369#.W5ZYsOgzbIU [10. rujna 2018]
4. EUROSTAT. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat [12. rujna 2018]
5. Istra.hr. Dostupno na: http://www.istra.hr/hr/pr/statistika [10. rujna 2018]
6. Revidirani godišnji financijski izvještaj. Dostupno na: http://rgfi.fina.hr [12. rujna 2018]
7. Ruralni razvoj.hr. Dostupno na: https://ruralnirazvoj.hr/ [30. travnja 2018]

8. Strukturni fondovi.hr. Dostupno na: http://arhiva.strukturnifondovi.hr/program-ruralnog-razvoja-2014-2020 [1.lipnja 2018.]

POPIS GRAFOVA, SLIKA I TABLICA

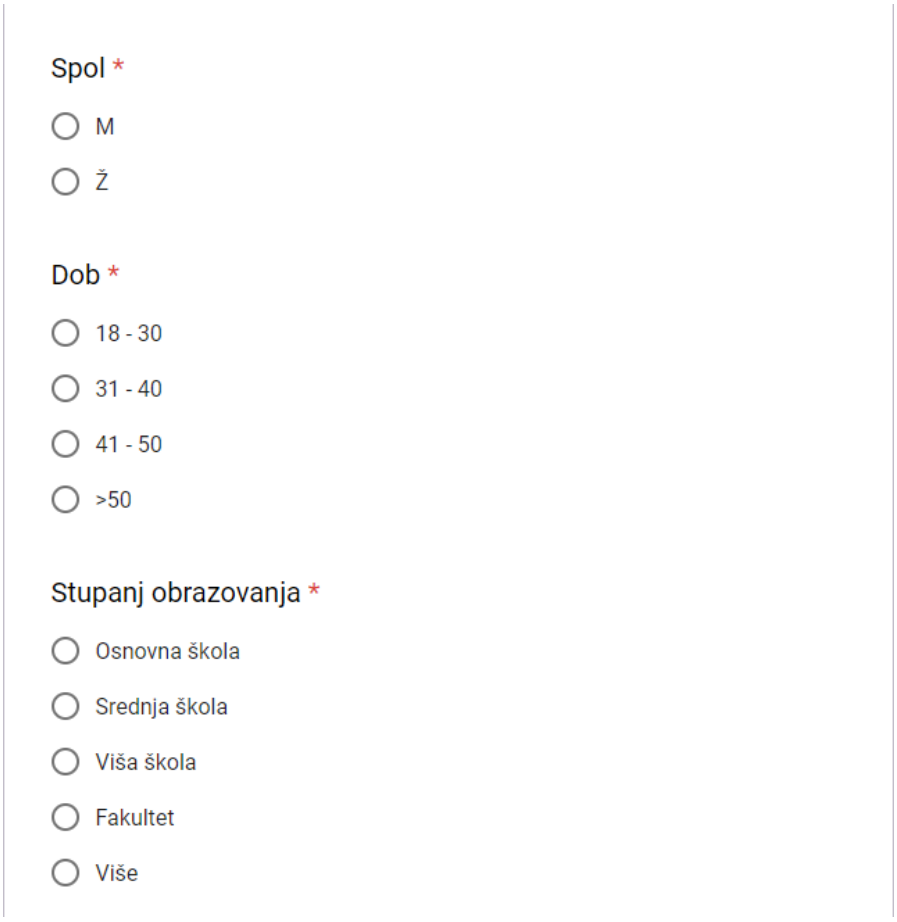
Slika 1: Prioriteti Programa ruralnog razvoja 2014. – 2020.

Graf 1: Spol ispitanika
Graf 2: Dobna skupina ispitanika
Graf 3: Stupanj obrazovanja ispitanika
Graf 4: Razdoblje poslovanja ispitanika
Graf 5: Županije ispitanika
Graf 6: Ponuda na agroturističkim gospodarstvima ispitanika
Graf 7: Gastronomska ponuda ispitanika
Graf 8: Vrsta ponude hrane na agroturističkim gospodarstvima
Graf 9: Ponuda autohtonih proizvoda na agroturističkim gospodarstvima
Graf 10: Ponuda pića na agroturističkim gospodarstvima
Graf 11: Vrsta marketinga agroturističkih gospodarstava
Graf 12: Prikupljanje dojmova gostiju na agroturističkim gospodarstvima
Graf 13: Vraćanje gostiju na agroturističko gospodarstvo nakon prvog posjeta
Graf 14: Kretanje gubitka/dobiti za razdoblje od deset godina poslovanja

Tablica 1: Podaci o investitoru
Tablica 2: SWOT analiza
Tablica 3: Struktura troškova na mjesečnoj razini
Tablica 4: Struktura i broj zaposlenih
Tablica 5: Struktura rashoda za period od pet godina poslovanja
Tablica 6: Struktura prihoda za period od pet godina poslovanja
Tablica 7: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od pet godina poslovanja
Tablica 8: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 6. do 10. godine poslovanja

PRILOG 1 – Anketni upitnik

Cilj ove ankete je dobiti povratne informacije kako bi se ukazalo na mogućnost razvoja OPG-a i jačanje ponude autohtone hrane i pića kroz agroturizam. Anketa je anonimna i dobiveni podaci koristit će se isključivo za pisanje diplomskog rada.
Elizabeta Huzanić,
Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Agrobiznis i ruralni razvitak



Koliko dugo se bavite ovim poslom? *

Vaš odgovor

Zašto ste se počeli baviti ovim poslom? *

Vaš odgovor

Županija *

- ○ Bjelovarsko-bilogorska županija
- ○ Brodsko-posavska županija
- ○ Dubrovačko-neretvanska županija
- ○ Karlovačka županija
- ○ Koprivničko-križevačka županija
- ○ Krapinsko-zagorska županija
- ○ Ličko-senjska županija
- ○ Međimurska županija
- ○ Osječko-baranjska županija
- ○ Požeško-slavonska županija
- ○ Primorsko-goranska županija
- ○ Sisačko-moslavačka županija
- ○ Splitsko-dalmatinska županija
- ○ Varaždinska županija
- ○ Virovitičko-podravska županija
- ○ Vukovarsko-srijemska županija
- ○ Zadarska županija
- ○ Zagrebačka županija
- ○ Šibensko-kninska županija
- ○ Grad Zagreb

Kakva je ponuda na Vašem agroturističkom gospodarstvu? *

- [ ] Samo smještaj
- [ ] Noćenje s doručkom
- [ ] Vinotočje
- [ ] Kušaonica
- [ ] Smještaj + gastronomska ponuda
- [ ] Edukativni programi
- [ ] Ostalo: _____

Postoji li na Vašem gospodarstvu gastronomska ponuda? *

- ◯ DA
- ◯ NE

Prema Vašem mišljenju, koliko je važna gastronomska ponuda na agroturističkim gospodarstvima? *

- ◯ Izuzetno važna
- ◯ Važna
- ◯ Niti važna niti nevažna
- ◯ Prilično nevažna
- ◯ Nije uopće važna

Na koji način pripremate hranu na Vašem gospodarstvu? *

- ◯ Kuham sam/sama uz pomoć obitelji
- ◯ Zaposlio/la sam kuhara/icu
- ◯ Na svom gospodarstvu ne nudim hranu
- ◯ Ostalo: _____

Kakvu vrstu hrane nudite na Vašem gospodarstvu? *

- [ ] Isključivo domaću s mog gospodarstva
- [ ] Isključivo domaću s vlastitog i okolnih gospodarstava
- [ ] Neke namirnice kupujem
- [ ] Sve namirnice kupujem
- [ ] Ne poslužujem hranu
- [ ] Ostalo: _____

Nudite li na svom gospodarstvu neke autohtone specijalitete? *

- ( ) DA
- ( ) NE

Koje autohtone proizvode nudite?

Vaš odgovor

Kako odlučujete o nabavci namirnica? *

- [ ] Sezonski
- [ ] Prema ponudi
- [ ] Prema cijeni
- [ ] Prema planiranom meniju
- [ ] Ostalo: _____

Što se tiče ponude pića, na svom gospodarstvu mogu ponuditi: *

- [ ] Domaće vino
- [ ] Domaće likere, rakije i slično
- [ ] Domaće sokove
- [ ] Ne nudim piće
- [ ] Ostalo: _____

Jeste li se pokušali prijaviti na neku od mjera Programa ruralnog razvoja? *

- ○ DA
- ○ NE

Ako da, na koju?

Vaš odgovor

Kako reklamirate svoje agroturističko gospodarstvo? *

- ☐ Društvenim mrežama (putem interneta)
- ☐ Televizijom
- ☐ Novinama
- ☐ Letcima
- ☐ Plakatima
- ☐ Preporukom posjetitelja
- ☐ Ostalo:

Kako prikupljate dojmove gostiju? *

- ☐ Recenzijama na internetskim stranicama
- ☐ Usmenim putem (gosti mi sami kažu svoje dojmove)
- ☐ Knjigom pohvala i žalbi
- ☐ Ostalo:

Gosti se na moje agroturističko gospodarstvo nakon prvog posjeta vrate ponovno. *

- ○ DA
- ○ NE

PRILOG 2 – Kriteriji odabira za tip operacije 6.2.1.

	KRITERIJ ODABIRA ZA TIP OPERACIJE 6.2.1.	Bodovi
A	**EKONOMSKI KRITERIJI**	**Najviše 40 %**
1.	**Doprinos aktivnosti iz poslovnog plana na očuvanju/stvaranju novih radnih mjesta**	**15%**
	Za novostvorena radna mjesta - najmanje 2 novozaposlena (uključujući samozapošljavanje) ili zapošljavanje osobe s invaliditetom	**15**
	Za novostvorena radna mjesta - najmanje 1 novozaposleni (uključujući samozapošljavanje)	**10**
	Očuvana postojeća radna mjesta	**5**
2.	**Dužina upisa poljoprivrednog gospodarstva u Upisnik poljoprivrednika prije podnošenja Zahtjeva za potporu**	**10%**
	> 10 godina	**10**
	od 5 do 10 godina	**8**
	od 1 do 5 godina	**6**
3.	**Veličina gospodarstva SO (eura)**	**15%**
	15.000- 30.000	**15**
	8.000 – 14.999	**13**
	4.000 –7.999	**10**
	1.000 -3.999	**8**
B	**SEKTORSKI KRITERIJI**	**Najviše 20%**
	sektor prerade i/ili marketinga i/ili izravne prodaje proizvoda	**20**
	sektor pružanja usluga u ruralnim područjima	**15**
	sektor turizma u ruralnom području	**10**
	sektor tradicijskih i umjetničkih obrta	**5**
C	**KRITERIJ LOKACIJE ULAGANJA**	**Najviše 20%**
	Indeks razvijenosti jedinice lokalne samouprave u kojoj se provode aktivnosti iz poslovnog plana	**20%**
	Ulaganje na području JLS-a koje pripada 1. ili 2. skupini	**20**
	Ulaganja na području JLS-a koje pripada 3. ili 4. skupini + JLS-ovi na otocima i brdsko-planinskom području koji su razvrstani u 5. ili 6. skupinu	**15**
	Ulaganja na području JLS-a koje pripada 5. ili 6. skupini + JLS-ovi na otocima i brdsko-planinskom području koji su razvrstani u 7. ili 8. skupinu	**10**
	Ulaganja na području JLS-a koje pripada 7. ili 8. skupini	**5**
D	**HORIZONTALNI KRITERIJI**	**Najviše 20%**
1.	**Utjecaj aktivnosti iz poslovnog plana na okoliš**	**5%**
	Aktivnosti iz poslovnog plana imaju pozitivan utjecaj na okoliš	**5**
2.	**Utjecaj ulaganja na ranjive skupine**	**5%**
	Aktivnosti iz poslovnog plana uključuju i ranjive skupine[1]	**5**
3.	**Stručna sprema i radno iskustvo nositelja/odgovorne osobe poljoprivrednog gospodarstva ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva nositelj aktivnosti**	**10%**
	preddiplomski ili preddiplomski i diplomski sveučilišni studij integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij specijalistički diplomski stručni studij stručni studij u trajanju od najmanje tri godine	**10**
	majstorski ispit iz poslova koji su povezani s projektom za koji se prijavljuje	**10**
	srednja škola i 2 godine radnog iskustva u poslovima povezanim s projektom[2]	**6**
NAJVEĆI BROJ BODOVA		**100%**
PRAG PROLAZNOSTI		**40%**

Životopis

Elizabeta Huzanić rođena je u Zagrebu u Republici Hrvatskoj 22. lipnja 1994. godine. Osnovno obrazovanje stekla je u Osnovnoj školi Markuševec (Područna škola Vidovec) u razdoblju od 2000. do 2008. godine. Srednja škola koju je pohađala je Prirodoslovna škola Vladimira Preloga, smjer prirodoslovna gimnazija od 2008. do 2012. godine. Nakon toga upisala je Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, smjer Agrarna ekonomika te postala univ. bacc. ing. agr. 2015. godine. Slijedi upis na diplomski studij, smjer Agrobiznis i ruralni razvitak.
Piše, čita i razumije hrvatski, engleski i njemački jezik te ima završen tečaj za vatrogasca 1. klase i vatrogasnog voditelja, ali i dalje sudjeluje na tečajevima. Član je dobrovoljnog vatrogasnog društva 18 godina.