

AGROTURIZAM KAO OBLIK MALOG PODUZETNIŠTVA NA PRIMJERU BAĆULOVA DVORA

mr. sc. Sandra Mrvica Mađarac, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru
Županijska 50, Vukovar, Republika Hrvatska
Telefon: 032-492-266, fax: 032-444-686, e-mail: smrvica@vevu.hr

dr. sc. Slobodan Stojanović, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru
Županijska 50, Vukovar, Republika Hrvatska
Telefon: 032-492-244, fax: 032-444-686, e-mail: stojanovic@vevu.hr

Lucija Vanek, studentica Veleučilišta „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru
Županijska 50, Vukovar, Republika Hrvatska
e-mail: vanek.lucija@hotmail.com

SAŽETAK

Zbog suvremenog načina života i trendova na turističkom tržištu, turisti žele svoj odmor provesti na mjestu drugačijem od njihova boravišta i omogućiti si doživljaj. Agroturizam (turizam na seljačkom gospodarstvu) tradicionalnošću i ambijentalnošću prostora prezentira turistima način života u ruralnom području i omogućava im sudjelovanje u njemu. Kao takav, agroturizam pruža priliku i za samozapošljavanje te realizaciju poduzetničke inicijative adaptacijom, uređenjem i eksploatacijom seljačkog gospodarstva u turističke svrhe. Brojne su mogućnosti animacije turista agroturizmom: prezentacija života na selu i seoskih običaja, prezentacija gastronomije i starih zanata, ponuda viška proizvoda proizvedenih na gospodarstvu, branje voća i bilja, škola kuhanja, izrada suvenira, organizacija izleta itd. Baćulov dvor u Primoštenu Burnjem dobar je primjer realizacije poduzetničke inicijative agroturizmom. Same dvore čini skupina kamenih kućica prizemnica u čijem se središtu nalazi dvor. Baćulov dvor sadrži tradicionalne dalmatinske prostorije: „kužinu“ (prostoriju s ognjištem), „tineju“ (prostoriju za svečane prigode), konobu, spavaću sobu opremljenu tradicionalnim namještajem, uljaru, gusternu za vodu i štalu. Svojom etno ponudom i organizacijom različitih radionica (berba maslina i smokava, radionica u kamenu, sudjelovanje u pripremi hrane, izrada tradicionalnih suvenira i krtola) nude turistima specifičnosti ovog kraja prikazom nekadašnjeg načina života i „primoštenskih užanci“.

Ključne riječi: agroturizam; poduzetništvo; turistička animacija; Baćulov dvor

1. UVOD

Agroturizam (turizam na seljačkom gospodarstvu) je sve prisutniji na turističkom tržištu Republike Hrvatske. Budući da ruralna područja Republike Hrvatske karakterizira gospodarska nerazvijenost i depopulacija, ali i ljepota prirode, tradicija, bogata gastronomija i kulturne vrijednosti, agroturizam bi mogao biti jedan od čimbenika razvoja ruralnih područja. Kroz agroturizam i poduzetništvo povećava se i ekonomska sigurnost stanovnika. Osim ljepote prirode, domaćini mogu gostima pružiti doživljaj života na selu, običaje i odmor u mirnoj sredini. Kao poseban dio turističkog proizvoda može se plasirati i agroturistička animacija kroz koju se gostima prezentira sam doživljaj i upoznavanje tradicije. Baćulov dvor je primjer agroturizma koji ima tradiciju u svom poduzetničkom poslovanju.

2. METODE RADA I IZVORI PODATAKA

Prvi dio rada definira pojmove poduzetništva, poduzetništva u turizmu te razgraničava pojmove ruralnog turizma i agroturizma. Također se pojašnjava uloga agroturizma u razvoju ruralnih područja.

U drugom dijelu rada metodom studija slučaja, upotrebom osobnog intervjua kao instrumenta istraživanja analiziraju se na praktičnom primjeru konkretne poslovne aktivnosti agroturističkog gospodarstva u Šibensko-kninskoj županiji. U zaključnom razmatranju daje se tablični prikaz SWOT analize za sagledavanje agroturističke djelatnosti na odabranom primjeru, što bi moglo pomoći i drugim poduzetnicima sa sličnim djelatnostima.

U radu su korišteni eksterni izvori podataka (knjige, objavljeni znanstveni i stručni radovi) te podaci prikupljeni putem osobnog intervjua.

3. PODUZETNIŠTVO U TURIZMU

Pod pojmom poduzetništva podrazumijeva se proces ulaganja resursa u određenu poslovnu aktivnost radi ostvarivanja određenih ekonomskih učinaka (Stilling Blichfeld 2009: 416). Pojedinci ili partneri uz svoj kapital ulaze u poslovni pothvat da bi ostvarili profit. Poduzetnici se bave temeljnim gospodarskim pitanjima (što, kako i za koga proizvoditi) i preuzimaju zbog toga određeni rizik. Poduzetništvo se može jednostavnije definirati kao proces koji pod pretpostavkom rizika i nagrada stvara nešto novo (Hisrich, Peters i Sheperd 2011). Svrha i bit poduzetništva skriva se u poduzetničkom duhu, odnosno stalnom traženju novih ideja i mogućnosti, maštovitosti, borbenosti, ustrajnosti, nemirnosti, kreativnosti, vlastitoj intuiciji i vještoj procjeni.

Ono što poduzetnicima jasno definira uvjete po kojima tržište funkcionira jest pozitivna poduzetnička klima, kulturno prihvaćanje poduzetnika, umreženost poduzetničke infrastrukture, uspostavljanje financijskih tržišta, povećana ulaganja u istraživanje i razvoj, zaštita intelektualnog vlasništva, privrženost edukaciji i obrazovanju, otvorenost društva za nove poduzetničke inicijative i slično (Kružić 2007: 173).

Za razvoj poduzetništva potrebno je osigurati ekonomske, sociološke i političke uvjete. U ekonomske uvjete spadaju: određeni oblici vlasništva, kapital, konkurencija na tržištu i tržišna struktura. Poduzetništvo prima njihove utjecaje te ih na svrsishodan način povezuje u cjelinu, kako bi stvorio što povoljnije mogućnosti za maksimiziranje profita i razvitak poduzeća. Socijalna mobilnost ljudi i njihovo obrazovanje su najvažniji kriteriji društvene promocije i uspješnosti u gospodarstvu. Razvoj poduzetništva ovisi i o političko-ekonomskim vrijednostima: demokraciji, liberalizmu, pluralizmu, slobodi i sl. Spomenute vrijednosti predstavljaju polje razvitka poduzetničko-ekonomskih vrijednosti (Vujić 2010).

U teoriji i praksi, poduzetništvo se razvija u dva osnovna oblika: kao individualno i kao korporacijsko poduzetništvo, a u novije doba pojavljuje se i skupno poduzetništvo. Individualno poduzetništvo temelji se na tržišnoj konkurenciji malih poduzeća te izražava jaku interakciju između vlasničke, upravljačke i rizične funkcije. Pri tome se iskazuju pozitivne korelacije između razvitka malih poduzeća i gospodarskog razvitka te učinkovitosti zemlje u cjelini. S druge strane, korporacijsko ili unutarnje poduzetništvo podrazumijeva proces formiranja malih, relativno autonomnih poduzetničkih poduzeća u sklopu korporacije, kojima se dodjeljuju potrebna sredstva i daje organizacijska samostalnost. Cilj unutarnjeg poduzetništva je da pojedinci s poduzetničkim idejama, talentom i sposobnošću realiziraju svoje zamisli i ostanu unutar korporacije. Formiranjem takvih malih, unutarnjih i dinamičkih jedinica unutar sebe, korporacija u cjelini postaje fleksibilnija, poduzetnija i adaptibilnija na promjene u okruženju. Skupno poduzetništvo nastalo je kada se pokazalo da velik broj osoba sklonih poduzetništvu više postiže kada su članovi skupine, a ne pojedinci. U pravilu, skupno poduzetništvo pomaže pojedincima da prebrode strah od neuspjeha, povećaju svoje samopouzdanje i pojačaju svoju želju za postignućem (Vujić 2010: 53-55).

Razlikuje se poduzetništvo u proizvodnim djelatnostima od poduzetništva u uslužnim djelatnostima, a te razlike proizlaze od samog sektora djelatnosti. Iako se poduzetništvo smatra začetnikom razvoja suvremenog turizma, proučavanje njegova utjecaja na kvalitetu usluga koje se nude turistima tek je u posljednje vrijeme postalo predmetom mnogih istraživanja (Bartoluci i Budimski 2010: 182). Republika Hrvatska u okviru politike gospodarskog razvoja već tri desetljeća ističe ulogu turizma kao jednu od osnovnih smjernica, a pri tome se misli na priobalno područje koje tu pretpostavku potvrđuje postignutim rezultatima u turističkim aktivnostima (Franić i Grgić: 2002). Poduzetništvo u turizmu temelji se na istim ekonomskim principima kao i ostale gospodarske djelatnosti, ali se razlikuje prema specifičnostima resursa i složenosti turističkog proizvoda koji se valorizira na tržištu.

Specifičnosti turističke djelatnosti su:

- turizam su ljudi (djelatnici, domicilno stanovništvo, turisti),
- turizam je terciarna djelatnost, što znači da se primarno bavi uslugama,
- turističke potrebe skup su potreba koje zajedno zadovoljavaju pojedinca ili skupinu potrošača u turizmu, što znači da je turistički proizvod složen od niza proizvoda i usluga koje je potrebno koordinirati i uskladiti da bi se kvalitetno zadovoljile turističke potrebe (Bartoluci 2013: 346).

Poduzetništvo u turizmu može se označiti kao proces ulaganja resursa u određenu poslovnu aktivnost radi stvaranja proizvoda i turističkih usluga te ostvarivanja određenih ekonomskih učinaka (Bartoluci 2013: 285).

Razvoj poduzetništva u turizmu nije uvjetovan isključivo ekonomskim već i velikim brojem društvenih čimbenika koji su važni u svakoj razvojnoj fazi poslovne aktivnosti. Posao najčešće ostaje unutar obitelji, a svi njezini članovi sudjeluju u poboljšanju uspješnosti poslovanja i stvaranju inovativnih proizvoda. U gotovo cijeloj Hrvatskoj takvi se primjeri najčešće mogu pronaći u ruralnom turizmu i to na seljačkim gospodarstvima, u vinskim područjima te u malim obiteljskim hotelima (Bartoluci 2013: 288). Promatra li se poduzetništvo u turizmu kao makroekonomska kategorija, može se reći da je iz perspektive ekonomskog razvoja i konkurentnosti turizma njegov tipičan cilj privlačiti i razvijati one poslove koji na tržištu mogu konkurirati, rasti i kreirati radna mjesta (Getz i Petersen 2005: 220).

Specifičnost turizma jest da pomoću rada ekonomski valorizira prirodne i sociokulturne resurse stvarajući dodatnu vrijednost. Upravo je to temeljna funkcija poduzetništva u turizmu (Bartoluci 2013: 344).

4. DEFINIRANJE POJMA AGROTURIZMA

Ne postoji jedinstvena definicija ruralnog turizma, agroturizma i seoskog turizma iako se već mnogo puta tim pojmovima pokušalo dati konačnu definiciju kako bi ih se unificiralo. Definicije koje se najčešće koriste su (Ministarstvo turizma RH 2011: 17):

- ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge, aktivnosti i vidove turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd.; ruralni turizam nije nužno dopunska djelatnost na svojem gospodarstvu kojom se stvara dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjički centar, itd.),
- seoski turizam je uži pojam od ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od turizma na farmi i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, ostala gospodarska aktivnost),
- turizam na seljačkom gospodarstvu ili agroturizam se isključivo odnosi na oblik turističke usluge koja je dodatna djelatnost na gospodarstvu sa živom poljoprivrednom djelatnošću, u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na takvom gospodarstvu. Ruralni turizam ima posebno značenje za turiste jer oni doživljavaju drugačiji način života i ambijent od onog gdje žive, što za njih predstavlja bijeg od stresnog i ubrzanog života svakodnevice te im omogućava bavljenje aktivnostima koje imaju veze sa boravkom u prirodi npr. ribolov, lov, pješačenje.

Turističko seosko obiteljsko gospodarstvo je manja gospodarska cjelina smještena u turistički atraktivnom kraju, koja daje izvoran proizvod ili uslugu gospodarstva, a u čiji su rad uključeni svi članovi obitelji. Poljoprivredno, obiteljsko, seosko gospodarstvo koje pruža turistički proizvod ili uslugu stječe status „turističkoga seoskoga obiteljskoga gospodarstva“. Turizam na obiteljskom gospodarstvu dopunska je djelatnost vlasnika gospodarstva i njegove obitelji (Brščić i Franić 2010: 33).

Neke od karakteristika agroturizma su: autentična okolina, originalnost ponude, prikaz tradicionalnog života na tom području, prikaz drugačije arhitekture, flore i faune, domaća hrana, komunikacija s domaćinima, tretiranje gosta kao člana obitelji, originalnost ponude, upoznavanje gosta s poslovima na selu.

Agroturizam se smatra ekonomskom alternativom za stanovništvo u ruralnim prostorima koje se želi baviti i poduzetništvom. Važnost agroturizma ogleda se u razvoju gospodarstva i čuvanju lokalnog identiteta kroz: povezanost poljoprivredne proizvodnje i turizma, očuvanje naselja i objekata od propadanja, razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti, uzgoj biološko-organske hrane, proizvodnju tradicionalnih proizvoda, oživljavanje starih zanata, zapošljavanje novih djelatnika, zadržavanje mladih ljudi na selu, promociju lokalnih običaja, gastronomije i kulture određenog područja.

Iskustva drugih zemalja EU (npr. Francuske, Austrije, Italije) koje imaju dugu tradiciju bavljenja agroturizmom mogla bi pomoći razvoju ove vrste turizma i osmišljavanju turističke ponude na ovom području. U navedenim državama agroturistička gospodarstva dijele se na sljedeće tipove:

- wellness gospodarstva,
- gospodarstva prilagođena obiteljima s djecom,
- vinska gospodarstva,
- gospodarstva s bioproizvodnjom,
- gospodarstva prilagođena za team building,
- gospodarstva prilagođena biciklistima,
- gospodarstva prilagođena osobama s posebnim potrebama itd.

Moguće je i uključivanje dodatnih sadržaja na agroturističkim gospodarstvima: učenje hrvatskog jezika, upoznavanje s kulturom, slikarske radionice, radionice tradicijske kuhinje, radionice za djecu itd. Sve te mogućnosti ne iziskuju dodatna financijska sredstva, već su potrebne samo ideje (Mrvica Mađarac, Guzovski i Stojanović 2012).

Kako bi se turistima što vjerodostojnije pružio doživljaj na agroturističkim gospodarstvima, potrebno je provoditi turističku animaciju.

Turistička animacija dio je turističke ponude kojom se zadovoljavaju želje i potrebe turista da doživi željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju (Cerović 2008).

Skupine animacijskih programa su (Krippendorf 1986: 56):

- kretanje: šport, šetnje,
- druženje: piknik, izlet, rođendan, igre za djecu,
- stvaralačke aktivnosti: fotografiranje, crtanje, kolaži, radionice,
- naobrazba: kongresi, koncerti, predavanja, pjesničke večeri,
- pustolovine: rafting, logorovanje, ronjenje, bungee jumping,
- mirovanje: joga, meditacija.

Svako dobro organizirano turističko obiteljsko (poljoprivredno) gospodarstvo može razviti specifične oblike turističkih usluga, od kojih su najčešće: smještaj turista na vlastitom gospodarstvu, ponuda i prodaja vlastitih poljoprivrednih i prerađenih prehrambenih pro-

izvoda, posluživanje hrane i pića iz vlastite kuhinje i podruma, kušanje vina i rakije, organizacija izleta u prirodu, kamping u okviru posjeda i sl. (Franić i Grgić 2002: 135). Turizam u ruralnim područjima trebao bi povezati međusobnu suradnju lokalnog stanovništva, lokalne i državne vlasti u cilju razvitka ruralnog područja.

Revitalizacija sela u smislu održivog i cjelovitog razvoja neophodan je proces očuvanja ruralnih prostora kao primarnih proizvodnih područja hrane i ostalih dobara, područja specifičnog antropogenog pejzaža s naglašenim prirodnim, tradicijskim, kulturnim i povijesnim elementima, oaze zelenila i ekološke ravnoteže i na kraju – kao područja mira i odmora od dinamičnog i stresnog gradskog miljea. Turizam u ruralnom prostoru jedan je od čimbenika koji može imati važnu ulogu u obnovi i održivom razvitku sela (Lukić 2002: 217).

5. OBITELJSKO GOSPODARSTVO BAĆULOV DVOR KAO PRIMJER PODUZETNIČKOG POTHVATA U AGROTURIZMU

Obiteljsko gospodarstvo Baćulov dvor nalazi se u Šibensko-kninskoj županiji, u Primoštenu Burnjem. Primošten Burnji proteže se od mora na zapadu i seže do desetak kilometara u unutrašnjost Dalmacije prema istoku. Primoštenski kraj je prepoznatljiv po krajoliku u kojem dominiraju maslinici i vinogradi u kamenu (suhozidu). Primoštenski vinogradi su poznati kao „primoštenska kamena čipka“, a njihova slika nalazi se u predvorju zgrade Ujedinjenih naroda u New Yorku. Vinova loza na ovom području uzgaja se od doba Ilira, a tradiciju su nastavili Grci i Rimljani.

Turizam je na ovom području počeo 1984. godine upravo u Baćulovu dvoru, a vlasnici su bili Roko i Neda Perkov. Turisti su dolazili organizirano posredstvom turističkih agencija. Danas Baćulove dvore vodi njihova najstarija kći Jadranka Bolanča. Uz gospođu Bolanču, u poslu sudjeluje još pet članova obitelji.

Baćulov dvor nalazi se na padini brda Jagleš, a karakteristika ovog dvora je stvaranje atrija (dvora) oko kojeg su smještene sve prostorije. Baćulov dvor je površine oko 300 m². Najveću važnost u dvoru imala je *kužina*, odnosno prostorija s ognjištem koja je bila mjesto okupljanja. *Tineja* je bila svečana prostorija u kojoj je obitelj boravila za vrijeme blagdana. Spavaćih soba je bilo nekoliko, a danas je jedna takva soba opremljena starinskim namještajem. Konoba je podzemna prostorija u kojoj se čuvaju ulje, pršut, vino, sir i suhe smokve. Štala se nalazi neposredno uz dvor. *Kotlarica* je prostorija u kojoj je smješten mlin za masline postavljen 1867. godine pomoću kojeg su mještani pravili maslinovo ulje bez električne struje. Uljara je bila u funkciji sto godina sve do kraja 60-ih godina prošlog stoljeća.

Baćulov dvor prima goste uz prethodnu najavu posredstvom turističkih agencija i samostalnih grupa. Godišnje Baćulov dvor ugosti oko 5 000 gostiju, od toga oko 3 000 agencijskih gostiju. Maksimalno 50 gostiju može se primiti odjednom. Najviše gostiju dolazi u predsezoni i podsezoni (u svibnju i rujnu). Najčešći gosti su Šveđani, Francuzi i Nijemci. Otežavajuća okolnost u poslovanju je neposredna blizina konkurencije (Jurlinovi dvori).

U opremanje i uređenje Baćulovih dvora uložena su vlastita financijska sredstva, a pri uređenju dvora uvelike su doprinijeli članovi obitelji svojim radom. Vlasnici su prilikom apliciranja na natječaj Ministarstva kulture po projektnom pozivu 2007. godine dobili iznos odobrenog proračuna projekta od 50 000 kn. Aplicirali su i na druge projekte Ministarstva kulture i Ministarstva turizma, ali projekti nisu bili odobreni. Vlasnica planira opet aplicirati na natječaje po projektnom pozivu.

U planu je pružanje usluge smještaja za goste, izgradnja nove štale za životinje te kupnja nove poljoprivredne opreme.

Gosti za Baćulov dvor saznaju preko turističkih agencija, interneta te propagandom „od usta do usta“. Kao instrumenti unaprjeđenja prodaje koriste se propagandne brošure, letci, a ranije su vlasnici bili sudionici sajмова. Vrší se i istraživanje tržišta odnosno gostiju koji posjete dvor putem anketnog upitnika o zadovoljstvu gostiju te knjige utisaka.

Samo razgledavanje Baćulova dvora vlasnici počinju uz čašicu prošeka i pričom iz povijesti dvora pokazujući rupu u zidu dvorišta u kojoj su se stanovnici dvora sklonili od opasnosti.

Gostima se nudi degustacija maslinova ulja, crnih i zelenih maslina, smokava i višanja, likera, marmelade i deserata od smokava i višanja. Također, grupnim dolascima turista nude se sljedeće radionice:

- berba maslina i smokava,
- izrada pletenih krtola,
- sudjelovanje u pripremi hrane (spremanje peke),
- radionice izrade tradicionalnih suvenira,
- radionice izrade proizvoda od kamena.

Od hrane gostima se nudi tradicionalna gastronomija ovog područja: svježe ubrano i kuhano povrće, pršut, ovčji sir u maslinovom ulju, domaća maništra sa bobom, pašta fažol sa pancetom, primoštenski gulaš, janjetina ispod peke....

U dvorima se mogu nabaviti i originalni suveniri primoštenskog kraja: aromatično bilje i čajevi, rakija, vino, likeri, marmelade, djevičansko maslinovo ulje u prigodnim pakiranjima, orasi, bademi i suhe smokve u prigodnim pakiranjima i suveniri od kamena.

U dvorima se mogu razgledati i antikviteti ovog kraja, a u neposrednoj blizini dvora mogu se vidjeti sušare za smokve i višnje, zavjetna kapelica, gustirne s kamenim naplovima i bunje koje su nekad služile težacima kao zaštita od kiše.

Rezultati SWOT analize mogu se vidjeti u Tablici 1.

Tablica 1. Osnovni rezultati SWOT analize poslovanja Baćulova dvora

<p style="text-align: center;">Snage</p> <ul style="list-style-type: none"> - tradicija i iskustvo u poslovanju - ljubaznost domaćina - ljepota prirode - autentičnost uređenja - kulturni sadržaji - blizina turističkog tržišta (Primošten) - pružanje gostima konzumacije domaćih proizvoda - održavanje radionica (agroturističke animacije) - pružanje gostima originalnog doživljaja - dvor ima svoju povijest koja se pri dolasku prezentira gostima - razrađen marketing - provodi se istraživanje tržišta - posjedovanje interneta 	<p style="text-align: center;">Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - neposredna blizina konkurencije - nema usluge smještaja
<p style="text-align: center;">Prilike</p> <ul style="list-style-type: none"> - u planu je pružanje usluge smještaja - apliciranje na nove projekte - mogućnosti izrade novih turističkih proizvoda - novi trendovi na turističkom tržištu gdje gosti traže doživljaj i nešto drugačije od mjesta stanovanja - izgradnja nove staje s novim životinjama 	<p style="text-align: center;">Prijetnje</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedovoljna angažiranost lokalne uprave - poteškoće u pribavljanju financijskih sredstava za nova ulaganja - visoka cijena komunalija - potrebna analiza za svaki prehrambeni proizvod - prevelika administracija - neuređenost suradnje proizvođača - sezonsko poslovanje

Izvor: izrada autora rada

6. ZAKLJUČAK

U suvremenim uvjetima na turističkom tržištu, ruralni turizam ima perspektivu daljnjeg razvoja. Oslonac ekonomiji ruralnog razvoja ne mora biti samo poljoprivreda već i druge djelatnosti koje se temelje na potencijalima ruralnih područja. Agroturizam se nameće kao jedna od njih. Zbog prirodnih, gastronomskih i tradicionalnih vrijednosti agroturizam ima potencijal u stvaranju novih poduzetničkih inicijativa.

Baćulov dvor je primjer uspješnog poduzetničkog pothvata u agroturizmu. Kroz svoju tradiciju poslovanja, veliku angažiranost vlasnika, gastronomiju, bogatu prošlost, provođenja programa agroturističke animacije turista, provođenja marketinških aktivnosti, planiranja daljnjeg širenja poslovanja i uvođenja novih turističkih usluga, Baćulov dvor ima sve uvjete daljnjeg napretka u poslovanju. Swot analiza poslovanja Baćulova dvora vodi do zaključka da se podržava strategija održavanja (snage nadvladavaju slabosti, a prijetnje nadvladavaju prilike).

Uspješnijom suradnjom lokalne zajednice, turističkih zajednica i proizvođača međusobno s poduzetnicima koji se bave agroturizmom, savladale bi se postojeće prepreke (prijetnje) i poboljšao bi se daljnji razvoj ove vrste turizma koja obogaćuje boravak u ruralnim područjima i unaprjeđuje gospodarstvo.

AGRITOURISM AS A FORM OF SMALL BUSINESS IN THE EXAMPLE OF BAĆULOV DVOR

mr. sc. Sandra Mrvica Mađarac

College of Applied Sciences Lavoslav Ružička in Vukovar

Županijska 50, Vukovar, Croatia

Telephone: +385 32 492 266, fax: +385 32 444 686, E-mail: smrvica@vevu.hr

dr. sc. Slobodan Stojanović

College of Applied Sciences Lavoslav Ružička in Vukovar

Županijska 50, Vukovar, Croatia

Telephone: +385 32 492 244, fax: +385 32 444 686, E-mail: stojanovic@vevu.hr

Lucija Vanek, student

College of Applied Sciences Lavoslav Ružička in Vukovar

Županijska 50, Vukovar, Croatia

E-mail: vanek.lucija@hotmail.com

ABSTRACT

Due to modern lifestyle and tourism market trends, tourists want to spend their vacation somewhere different from their place of residence and to thoroughly enjoy it. Through traditional and beautiful surroundings, agritourism (the tourism of rural economies) depicts the life of rural areas, and even enables tourists to take part in it.

As such, agritourism offers an opportunity for self-employment, as well as the realization of entrepreneurial initiative through adaptation, arrangement and exploitation of the rural economy for the purpose of tourism. There are numerous possibilities when it comes to animating tourists through agritourism: presenting the life in the countryside and the rural traditions, presenting gastronomy and old crafts, offering the surplus products produced on the farm, picking fruits and herbs, making souvenirs, a cooking school, excursions, etc.

Baćulov dvor in Primošten Burnji is a good example of the realization of entrepreneurial initiative through agritourism. The estate includes a group of small one-storey stone houses with dvor (the main house) located in the centre. Baćulov dvor has traditional Dalmatian rooms: "kužina" (a kitchen; it is a room containing a fireplace), "tineja" (a room for special occasions), a cellar, a bedroom equipped with traditional furniture, an oil mill, a water tank and a barn. Its offer, along with various organized workshops (picking olives and figs, workshops in stone craft, participating in the preparation of food, making traditional souvenirs and krtolas (baskets), also provides the tourists specific qualities of this region by portraying the way of life in the past and "primoštenske užance" (Primošten revels).

Key words: agritourism; entrepreneurship; tourist animation; Baćulov dvor

LITERATURA

1. Bartoluci, M. 2013. *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Školska knjiga. Zagreb.
2. Bartoluci, M. i Budimski, V. 2010. Upravljanje poduzetničkim projektima u turizmu Republike Hrvatske. *Acta turistica*, Vol 22, No 2. 179-200.
3. Brščić, K., Franić, R. i Ružić, D. 2010. Why agrotourism – owners opinion. *Journal of Central European Agriculture*, Vol 11, No 1. 31-42.
4. Cerović, Z. 2008. *Animacija u turizmu*. Fakultet za turizam i hotelski menadžment u Opatiji. Opatija.
5. Franić, R. i Grgić, Z. 2002. Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj – Pretpostavke i izgledi razvitka, Studij slučaja. *Agriculturae Conspectus Scientificus*, Vol. 67, No. 3. 131-141.
6. Getz, D. i Petersen, T. 2005. Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in tourism and hospitality industry. *Hospitality management*, Vol 24. 219-242.
7. Hisrich, R., Peters, M. i Shepherd, D. 2011. *Poduzetništvo*, VII. Izdanje. MATE d.o.o. Zagreb.
8. Krippendorf, J. 1986. *Putujuće čovječanstvo*. SGL Zagreb. Zagreb.
9. Kružić, D. 2007. *Poduzetništvo i ekonomski rast: Reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji*. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu. Split.
10. Lukić, A. 2002. Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj. *Meridijani*, 2 214-229.
11. Ministarstvo turizma RH. 2011. *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom*. Ministarstvo turizma RH. Zagreb.
12. Mrvica Mađarac, S., Guzovski, M. i Stojanović, S. 2012. Agroturizam u funkciji razvoja poduzetništva u Vukovarsko-srijemskoj županiji – stanje i perspektive. U: Tafra, V. (ur.), *Zbornik radova 2. Međunarodne konferencije „Učenje za poduzetništvo“*. Univerzitet u Novom Sadu, Tehnološki fakultet Novi Sad. 347-355. Novi Sad.
13. Vujić, V. 2010. *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima*. Fakultet za menadžment u turizmu i gostiteljstvu Opatija. Opatija.