

# MICRO ENTREPRENEURSHIP AND RURAL TOURISM IN CROATIA

## MIKRO PODUZETNIŠTVO I RURALNI TURIZAM HRVATSKE

MILOHNIC, Ines

**Abstract:** *The purpose and aim of this paper is to underline the role and importance of micro entrepreneurship in tourism in Croatia's rural regions. The survey results were obtained by applying the interview method to 200 entrepreneurs who carry out their activities in the rural regions of Croatia. The businesses of micro entrepreneurs are linked to small family-run facilities and a small number of employees. Entrepreneurial ventures are associated with self-employment on family property, and this applies to most of the entrepreneurial ventures of family micro entrepreneurs, particularly in rural areas. The greatest benefits of the study results are seen in facilitating the proactive development of micro entrepreneurship, aimed at ensuring the quality of entrepreneurial programmes and fostering the sustainable development of rural areas to ensure the wellbeing of residents and enhance market competitiveness.*

**Key words:** *micro entrepreneurship, rural tourism, development*

**Sažetak:** *Svrha i cilj ovog rada je ukazati na ulogu i značaj mikro poduzetništva u turizmu ruralnih područja Hrvatske. Rezultati provedenog istraživanja vezuju se uz korištenje metode intervjuiranja 200 poduzetnika koji svoju djelatnost obavljaju u ruralnim područjima Republike Hrvatske. Poslovanje mikro poduzetnika vezuje se uz manje obiteljske objekte i mali broj zaposlenika. Poduzetnički poduhvati povezani su s samozapošljavanjem na obiteljskoj imovini što je sukladno većini poduzetničkih pothvata obiteljskih mikro poduzetnika posebice u ruralnim područjima. Najveće koristi rezultata provedenog istraživanja vezuju se uz proaktivan razvoj mikro poduzetništva s ciljem osiguranja kvalitete poduzetničkih programa i poštivanje održivog razvoja ruralnih područja čime bi se osiguralo blagostanje lokalnog stanovništva i tržišna konkurentnost.*

**Ključne riječi:** *mikro poduzetništvo, ruralni turizam, razvoj*



**Author's data:** Ines, Milohnić, izv. prof. dr. sc., Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Primorska 42, P.P. 97, 51410 Opatija, ines.milohnic@fthm.hr

## 1. Uvod

Dosadašnje zapostavljanje razvoja ruralnih područja, doprinijelo je stvaranju sve većeg jaza između ruralnih i urbanih krajeva Republike Hrvatske. S obzirom na visok udio ruralnih područja nužna je njihova revitalizacija. [1] Prisutne razlike između ruralnih i urbanih područja moguće je umanjiti putem razvoja turizma, naglašavajući kako je razvoj ruralnih područja ovisan o malim turističkim poduzećima. Prema istraživanjima [2,3] malo i srednje poduzetništvo čini perspektivan način razvoja ruralnih područja i alat za zapošljavanje lokalnog stanovništva i povećanje kvalitete života. [4] Ruralni turizam još uvijek nije dovoljno razvijen što je posljedica dugog zanemarivanja ruralnog prostora i obiteljskih seljačkih gospodarstava te usmjerenost hrvatskog turizma na priobalni turizam. Trenutno stanje turizma u ruralnom prostoru posljedica je nedostatka tematske ponude seoskih domaćinstava i planskog pristupa uređenju pojedinačnih seoskih gospodarstava u svrhu prepoznatljive autohtone ponude. Kada se govori o ponudi, može se reći da je ona uglavnom standardizirana. U najvećem udjelu prevladava ponuda smještaja te hrane i pića. [3,4]

S obzirom na nizak nivo iskorištenja radne snage i raspoložive resurse koji mogu povećati uposlenost i dohodak obiteljskih gospodarstava neophodan je veći angažman na području turizma u ruralnom prostoru. [5] U posljednje vrijeme značajne promjene prisutne su u politici ruralnog razvoja Europske Unije koja putem mnogih različitih programa, mjera i instrumenata ima za cilj jačanje ruralnog razvoja, slobodu tržišta i regionalnu integraciju. [6,3] Sveobuhvatna definicija ruralnog turizma prema Vijeću Europe podrazumijeva turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom području, a kao najvažnije karakteristike ističu se mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje seljačkih poslova. Turizam ruralnih područja pri tom podrazumijeva: eko-turizam, seljački turizam, agro-turizam, seoski turizam, turizam u seoskim domaćinstvima, turizam na seoskim gospodarstvima, eko-ruralni turizam i slično. [7] Posebnosti ovih područja u cijeloj Europi karakterizirana su kroz: nedostatak stalnih prihoda, visoku prosječnu dob, nisku stopu obrazovanosti, zapuštenost graditeljskog naslijeđa, nezadovoljavajuću opremljenost osnovnim uslugama i infrastrukturom te nesređenu imovinsku situaciju. [2,8] Zbog svojih posebnosti ali i prisutnih ograničenja u razvoju od iznimne je važnosti neprestano pratiti i analizirati razvoj poduzetništva, ali i samo poslovanje poduzetnika ruralnih krajeva, kako bi se na vrijeme uočili nedostaci i opasnosti i isti pravovremeno mogli ukloniti.

Temeljni ciljevi rada sadržani su u analizi i ocjeni:

1. socio-demografskog profila poduzetnika
2. iskustva i obiteljska tradicija
3. poduzetničke percepcije poslovanja u ruralnom turizmu.

Rezultati istraživanja trebaju dati odgovore na postavljene temeljne ciljeve ovoga rada na korist poduzetnicima kao i menadžmentu destinacije u smislu doprinosa povećanju konkurentnosti cjelokupne turističke destinacije. Na taj način rezultati istraživanja daju kvalitetnu podlogu za kreiranje budućih smjernica i strategija razvoja poduzetništva ruralnih područja.

## 2. Značaj poduzetništva u ruralnom turizmu

Poduzetništvo na ruralnim područjima Hrvatske a povezano s time i razvoj turizma ovih područja turistička ponuda ima kratku povijest. [5] S obzirom na nizak nivo iskorištenja raspoložive radne snage i raspoložive resurse koji mogu povećati zaposlenost i dohodak obiteljskih gospodarstava, neophodan je veći angažman na području turizma u ruralnom prostoru. [9] Potražnja za uslugama u ruralnom turizmu i sve veća želja za boravkom u prirodnom okruženju i sudjelovanju u tradicijskim običajima te kušanju autohtone hrane potiče upuštanje sve većeg broja poduzetnika u pokretanje vlastitog poslovanja u ruralnim krajevima. Poduzetništvo (mikro i malo) se nameće kao perspektivan način razvoja ruralnih područja [2] i alat za zapošljavanje lokalnog stanovništva i povećanje kvalitete života [3] čemu svakako doprinosi i opći trend povećanja udjela samozaposlenih u poduzetništvu ruralnih krajeva. [10] Mnogi potencijalni poduzetnici potaknuti su pozitivnim primjerima postojećih vlasnika ruralnih kuća za odmor, obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava, agroturizama i sličnih objekata. Razvoj takvih, malih turističkih poduzeća treba se prije svega promatrati kroz važnost interakcije poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranje tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga – korištenjem postojećih resursa ruralnog prostora i sela kao njegovih sastavnih dijelova.

Ruralni turizam može dati značajan doprinos razvoju gospodarstva; štoviše razvoj ruralnog turizma uz gospodarske veže i ostale ne manje važne doprinose boljitku ruralne zajednice i kvaliteti života lokalnog stanovništva [11]:

- Pomaže revitalizaciji ruralnih zajednica,
- Smanjuje migraciju u gradove (posebno mladih ljudi),
- Otvara prostor za nove poduzetničke mogućnosti,
- Pozitivno djeluje na očuvanje lokalne kulture, tradicije i naslijeđa (povijesne građevine ili lokaliteti, festivali, tradicionalna hrana, glazba, plesovi, običaji, obrti...),
- Otvara nove tržišne mogućnosti proizvođačima poljoprivrednih proizvoda,
- Potiče poboljšanje infrastrukture,
- Kreira se potražnja za lokalnim proizvodima (med, sir...).

Poduzetništvo u ruralnim krajevima suočava se s mnogim ograničenjima koja se očituju u ograničenoj mogućnosti pristupa velikim tržištima, manjku prilika za umrežavanje, nepoznavanju nove tehnologije i poteškoćama u pribavljanju dodatnog kapitala [3,2]. Iako su prisutni mnogi programi financijske potpore i poslovnog savjetovanja jako mali broj poduzetnika pružene privilegije odluči i iskoristiti. Istraživanje provedeno u nekoliko država Europe ukazuje na to da je svega 29% poduzetnika koristilo neki oblik pomoći [3], a kao razlog uglavnom se ističe kompliciran proces prijave i nedovoljna informiranost. [4] Nedostatak specifičnih znanja može se negativno odraziti na financijske pokazatelje poslovanja poduzetnika te je od iznimne važnosti prikupiti informacije o nedostajućim znanjima i staviti ih na raspolaganje poduzetnicima kroz različite radionice. Nadalje tu je neodgovarajuća dobna struktura, gdje prevladava starije stanovništvo što negativno utječe na daljnji

razvoj poduzetništva. [3] Važnost za uspjeh poduzetništva u ruralnim krajevima je mogućnost daljnje diversifikacije, razvoj klastera i prihvaćanje i edukacije o novim tehnologijama pomoću kojih će se stvoriti pristup za prodor na nova tržišta i posljedično tome jačati konkurentnost. [2] Jedan od direktnih ograničavajućih faktora, također je i sveprisutna ekonomska kriza koja se posebno odražava na mikro i male poduzetnike koji nemaju dovoljno menadžerskih znanja a ni financijskih sredstava da joj se snažno odupru. Kontinuirano praćenje posebnosti poslovanja poduzetnika u ruralnim krajevima samim time čini korist poduzetnicima ali i svim dionicima kroz temeljne smjernice promjena s ciljem osiguranja buduće tržišne konkurentnosti.

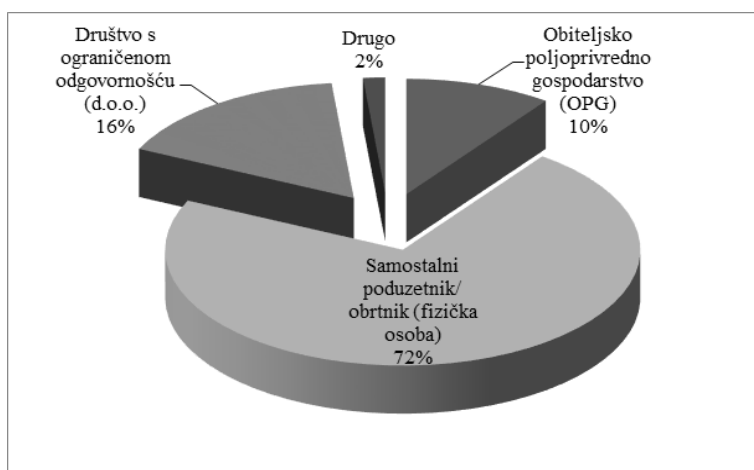
### 3. Metodologija istraživanja

Sukladno temeljnim ciljevima ovoga rada ispitani su stavovi poduzetnika koji svoju poduzetničku aktivnost vezuju uz područje ruralnog turizma. Istovremeno, stvorena je slika o planu i strateškom usmjerenju njihovih poslovnih objekata te su detektirana područja djelovanja u kojima ispitanici žele dobiti nova znanja i vještine kako bi unaprijedili svoja poslovanja. Za potrebe istraživanja sačinjen je strukturirani anketni upitnik koji je sadržavao ukupno 69 pitanja raspoređenih u sedam grupa. Kroz ocjenu prve grupe pitanja pokušao se spoznati socio-demografski profil poduzetnika iz područja ruralnog turizma. Ispitanici su u okviru ove grupe pitanja odredili i posebnosti poslovanja svojih poslovnih objekata. Ekonomski parametri poslovanja (prihodi, planirane investicije, itd.) propitani su drugom skupinom pitanja, a psihološki profil ispitanika, njihova razina obrazovanja te radno iskustvo, analizirani su trećom skupinom pitanja, formiranom u obliku skale. U nastavku, u okviru četvrte grupe pitanja, ispitani su ključni motivi za pokretanje poduzetničkog poslovanja specifičnih za ruralni turizam. U petom setu je od ispitanika zatraženo da na temelju skale izvrše samoprocjenu svojih kompetencija u nekoliko ključnih poslovnih segmenata. Spremnost ispitanika na nova znanja i usavršavanja analizirana je šestom skupinom pitanja, dok je razina zadovoljstva s cjelokupnim poslovanjem ispitana posljednjom, sedmom skupinom pitanja. Istraživanje je realizirano tijekom kolovoza 2014. godine metodom intervjua na uzorku od 200 poduzetnika (100 iz Primorsko-goranske te 100 iz Istarske županije) na način da su se u anketni upitnik upisivali odgovori ispitanika. Podaci su obrađeni u statističkom programskom paketu SPSS Verzija 22.

### 4. Rezultati istraživanja

#### 4.1. Karakteristike uzorka i socio-demografski profil ispitanika

Prema pravnom obliku poduzetnik u ruralnom turizmu najčešće je registriran kao fizička osoba – obrtnik (72%) koji se najčešće bavi iznajmljivanjem soba i apartmana, društvo s ograničenom odgovornošću (16%) ili kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (10%).



Slika 1: Poduzetnici prema obliku registracije tvrtke

Ispitivanjem socio-demografskih obilježja nastojali su se objediniti podaci o spolnoj, dobnoj i obrazovnoj strukturi poduzetnika u ruralnom turizmu Hrvatske.

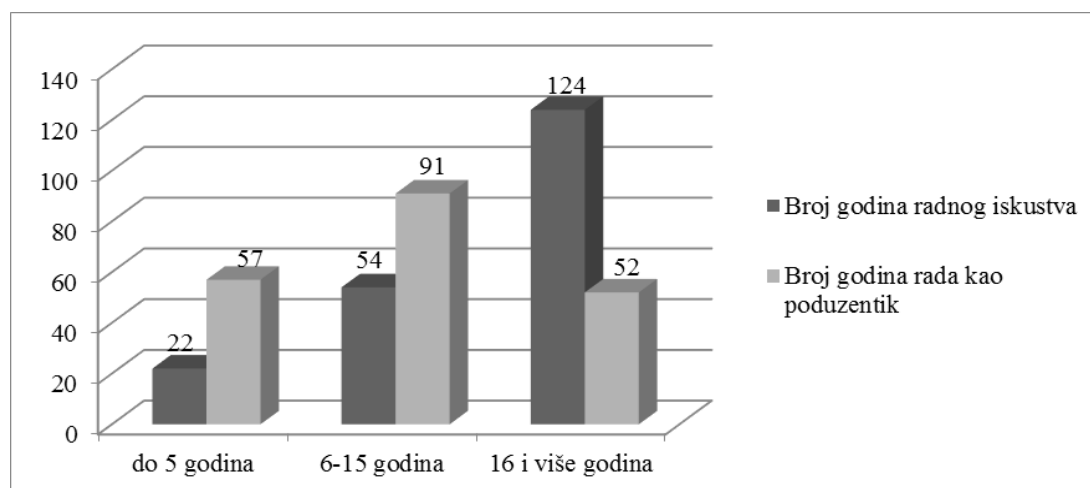
SOCIO-DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA		(%)
SPOL	Muški	42
	Ženski	58
DOB	20-30	11
	31-40	21
	41-50	30
	51-60	27
	60 i više	11
OBRAZOVANJE	Osnovna škola	2
	Strukovna škola (3. godišnja)	29
	Srednja škola (4. godišnja)	39
	Viša škola (2. godišnja)	14
	Visoka škola, fakultet (3. ili 4. godišnja)	20
	Specijalizacija, magisterij, doktorat	5

Tablica 1: Socio-demografska obilježja poduzetnika

U istraživanju je sudjelovalo nešto veći broj žena (58%) u odnosu na muškarce (42%). Dobiveni rezultati ukazuju na činjenicu da se poduzetništvom u ruralnom turizmu pretežito vezuju osobe srednje i starije životne dobi. U klasifikaciji prema stručnoj spremi ispitanika, dominiraju oni sa završenom četverogodišnjom srednjom školom (39%). Istraživanje je pokazalo da čak 81% poduzetnika zapošljava manji broj zaposlenika (1 do 4 zaposlenika) članova obitelji što ukazuje da se radi o obiteljskim mikro poduzetnicima.

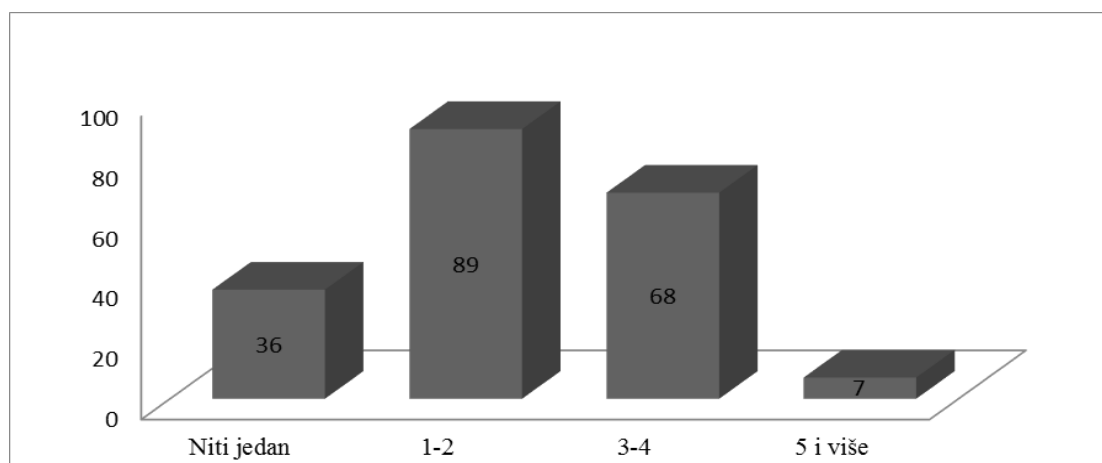
#### 4.2. Iskustvo i obiteljska tradicija

Ispitivanjem poduzetničkog iskustva utvrđeno je da poduzetnici u ruralnom turizmu posjeduju prethodno iskustvo (životno i radno) te da im ulazak u poduzetništvo nije prvi posao.



Slika 2: Poduzetnici prema godinama radnog i poduzetničkog iskustva

Povezano s društvenim uređenjem do osamostaljenja Republike Hrvatske, mogućnosti pokretanja poduzetništva bile su ograničene na obrtništvo i to samo u nekim djelatnostima i sa ograničenim brojem radnika. Privatno poduzetništvo nije bilo društveno priznato a obrtništvo je bilo pod stalnom lupom države. Navedeno je razlogom nedostatka prave poduzetničke tradicije u kojoj bi se generacijski nasljeđivao posao. Rezultati istraživanja govore kako poduzetnici poslovanje i poduzetnički duh nisu naslijedili od svojih roditelja (81%) dok većina roditelja ispitanih poduzetnika nije samozaposlena (62%). Ipak, vidljivo je uključivanje članove obitelji u poduzetničko poslovanje (82%). Njih 89 (45%) u poslovanje uključuje 1 do 2 člana obitelji, dok 68 poduzetnika (34%) poduzetnika posluje s još 3 ili 4 člana svoje obitelji. Najmanji je broj onih (7 poduzetnika) koji zapošljavaju 5 i više članova svoje obitelji.

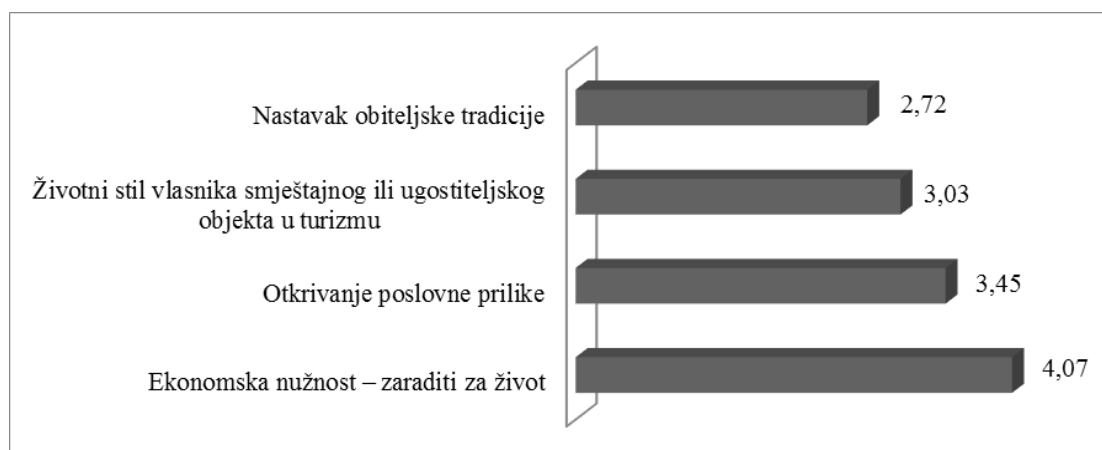


Slika 3: Broj uključenih članova obitelji u poslovanje poduzetnika

Tako čak 85% ispitanika kao svoj dugoročni cilj ističe nastavljanje poslovanja za naredne generacije. Suprotno mišljenju da se privatno poslovanje, posebno u ruralnim krajevima prenosi s generacije na generaciju, ipak čak 81% poduzetnika čini prvu generaciju koja je pokrenula poslovanje.

#### 4.3. Poduzetnički stavovi o elementima poslovanja i osobnim kompetencijama

Osobni stavovi poduzetnika dragocjen su izvor informacija pomoću kojih se procjenjuje stvarno stanje poduzetništva u ruralnom turizmu. Uvid u poduzetnička razmišljanja predstavlja konkretan signal o eventualnim problemima s kojima se poduzetnici susreću, te prvi korak ka rješavanju prepreka razvoju ruralnog turizma općenito. Ocjena ključnih motiva koji su naveli poduzetnike na pokretanje poslovanja kao i osobna stajališta poduzetničkog poslovanja izvršena korištenjem Likert-ove ljestvice od 1 do 5.



Slika 4: Ključni poduzetnički motivi za pokretanje poslovanja

Kao najznačajniji motivi za pokretanje poslovanja istaknuti su: ekonomska nužnost, odnosno izvor prihoda za život (4,07) i otkrivanje poslovne prilike (3,45) što se poklapa s prethodnim istraživanjima poduzetničke motivacije. [12]

Posebno su istražena područja poduzetničkog interesa za stjecanjem dodatnih znanja u pojedinim područjima.

R.br	Pitanje	PROSJEČNA OCJENA
1.	Novim oblicima marketinga (društvene mreže, e-marketing)	4,18
2.	Dobivanju sredstava iz europskih i nacionalnih fondova	4,11
3.	Probijanju na nova tržišta i prikupljanje podataka o tim tržištima	4,10
4.	Umrežavanju s poduzetnicima i stvaranju zajedničke ponude	4,02
5.	Upravljanju vremenom	3,80
6.	Obiteljskom poduzetništvu (npr. Prijenos poslovanja na sljedeću generaciju i sl.)	3,79
7.	Vođenju zaposlenika i delegiranju zadataka	3,71
8.	Nabavi sirovina	3,56

Tablica 2: Potrebe poduzetnika za dodatnim znanjima

Posebno je istaknuta poduzetnička potreba za znanjima o novim oblicima marketinga kao i potrebu o znanjima potrebnim za privlačenje sredstava uz europskih i

nacionalnih fondova. Problemi su prvenstveno vidljivi u odsustvu institucionalne podrške. Konkretno, birokracija i državni programi ne ulijevaju povjerenje, čime se poduzetnici osjećaju prepušteni sami sebi.

Istovremeno, svjesni su svojih slabih vještina i znanja o IT tehnologiji, marketingu i financijsko-računovodstvenim poslovima. Previše zahtjevna zakonska regulativa, nesusretljivost javnog sektora u pružanju potrebnih informacija poduzetnicima, prečeste izmjene zakona i uvjeta poslovanja, porezna presija te loše riješena infrastruktura za pokretanje poduzetničkih aktivnosti (opremljene gospodarske zone, otvoreni kanali za komunikaciju sa tržištem, transparentnost potražnje za poslovima i sl.), često su spominjane prepreke za razvoj mikro, malog i srednjeg poduzetništva u Hrvatskoj.

Poznata je stvar da po ovim parametrima Hrvatska zauzima dosta lošu poziciju u svijetu. Kompliciran i čestim promjenama podložen porezno-knjigovodstveni sustav stvara mikro poduzetnicima najveće probleme.

## 5. Zaključak

Mikro poduzetništvo, osobito obiteljsko mikro poduzetništvo u ruralnom turizmu ima vrlo važnu ulogu "socijalnog amortizera". Dio radno aktivnog stanovništva gubi posao u svim djelatnostima zbog raznih razloga: od lošeg privatizacijskog modela do posljedica ekonomske krize i prebacivanjem proizvodnje na Daleki istok (brodogradnja, tekstilna industrija, prerađivačka industrija, ...).

Ljudi bez zaposlenja pribjegavaju pokretanju poduzetničke aktivnosti na bazi osobne imovine. Također veliki broj mladih školovanih ljudi nema mogućnost zaposlenja nakon završenog školovanja pa se po principu samopomoći javlja inicijativa samozapošljavanja na obiteljskoj imovini. Tako počinje većina poduzetničkih pothvata obiteljskih mikro poduzetnika.

Aplikativan zaključak koji proizlazi iz pregleda literature i provedenog istraživanja upućuje na potrebu približavanja rezultata takvih i sličnih istraživanja svim razinama destinacijskog menadžmenta. Najveće koristi rezultata provedenog istraživanja vezuju se uz proaktivan razvoj mikro poduzetništva s ciljem osiguranja kvalitete poduzetničkih programa uz poštivanje održivog razvoja ruralnih područja čime bi se osiguralo blagostanje lokalnog stanovništva i tržišna konkurentnost. Ograničenja provedenog istraživanja moguće je pronaći u veličini uzorka kao i u činjenici da istraživanjem nisu obuhvaćeni stavovi gostiju koji odabiru sadržaje u ruralnim područjima te bi u budućim istraživanjima neophodno bilo istražiti i taj segment kroz kontinuirano ispitivanje stavova gosta, kao i menadžmenta destinacije vodeći računa o svim partnerima u turističkoj destinaciji.

Temeljem dobivenih rezultata ovog istraživanja preporučuje se nastavak budućih istraživanja posebice na područjima praćenja razvoja poduzetnika u turizmu ruralnih područja te povezano s time kvalitete poduzetničkih sadržaja (proizvoda i usluga) sa svrhom povećanja konkurentnosti.



## 6. Literatura

- [1] Strategija ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2007.-2013. *Dostupno na:* [www.mps.hr/userdocsimages/strategije/strategija\\_rr\\_19-05-081.doc](http://www.mps.hr/userdocsimages/strategije/strategija_rr_19-05-081.doc) *Pristup:* 12-02-2016.
- [2] Nerys Fuller-Love P., Midmore D., Henley T.A (2006). Entrepreneurship and rural economic development: a scenario analysis approach, *International Journal of Entrepreneurship Behavior & Research*, Vol. 12, No. 5, Pp. 289-305
- [3] Dimitris Skuras J.C., Caldas C., Meccheri N., Psaltopoulos D., Lourdes V. (2003), Institutional support to strategic business orientation: an empirical analysis of rural business in four countries of southern Europe, *European Business Review*, Vol. 15, No. 4, Pp. 235-244
- [4] Wilson I., Anderson R. (2004). Small tourist firms in rural areas: agility, vulnerability and survival in the face of crisis, *International Journal of Entrepreneurship Behavior & Research*, Vol. 10, No. 4, Pp. 229-246.
- [5] Mišćin, L. & Mađer, B. (2008). Aktualno stanje turizma u ruralnom prostoru Hrvatske [Online]. Sektor za turizam HGK. [Online]. *Dostupno na:* [http://www.hgk.hr/wpcontent/blogs.dir/1/files\\_mf/Aktualno%20stanje%20turizma%20Ona%20ruralnom%20prostoru%20Hrvatske59.pdf](http://www.hgk.hr/wpcontent/blogs.dir/1/files_mf/Aktualno%20stanje%20turizma%20Ona%20ruralnom%20prostoru%20Hrvatske59.pdf) *Pristup:* 02-12-2015.
- [6] Hall C.M., Jenkins J. (1995). *Tourism and Public Policy*, London: Routledge.
- [7] Jelinčić, D. A. (2007). Agroturizam u europskom kontekstu, *Studia Ethnologica Croatica*, 19, 269-291
- [8] Ruralni razvoj u Hrvatskoj“, izvještaj sa 8. Sastanka EU-Hrvatska zajednički savjetodavni odbor, 27. siječnja 2011., Zagreb, Izvještaj pripremila: Lidija Pavić-Rogošić, članica ZSO EU-HR
- [9] Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020., Nacrt programa za međuupravne konzultacije, Ministarstvo poljoprivrede, 24.01.2014.
- [10] Blanchflower D., Oswald A. (1998). What makes an Entrepreneur?, *Journal of Labor Economics*, Vol.16, No.1, Pp. 26-60
- [11] Smolčić Jurdana, D., Magaš, D., Milohnić, I., (2009). Tourism development of coastal and rural areas: implications, model and specific problems, *Zborniku radova „Planning for the future learning from the past“ - Contemporary Developments in Tourism, Travel & hospitality, School of Business Interdepartmental Program of Postgraduate Studies in Tourism Planning, Policy & management, University of the Aegean, Rhodes island, Greece, 3.-5. Travanj*
- [12] Vaught, B. C. & Hoy, F. (1981). Have you got what it takes to run your own Business, *Business*, 31, 2-8.



Photo 041. Cheese / Sir