

Osnaživanje malog poduzetništva grada Kutine s naglaskom na društveno poduzetništvo u agroturizmu

Gelo, Nika

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:354154>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-18**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
Preddiplomski sveučilišni studij

NIKA GELO

**OSNAŽIVANJE MALOG PODUZETNIŠTVA GRADA KUTINE S
NAGLASKOM NA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U
AGROTURIZMU**

**EMPOWERMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE
CITY OF KUTINA WITH AN EMPHASIS ON SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP IN AGRO-TOURISM**

Završni rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Preddiplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

**OSNAŽIVANJE MALOG PODUZETNIŠTVA GRADA KUTINE S
NAGLASKOM NA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO U
AGROTURIZMU**

**EMPOWERMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE
CITY OF KUTINA WITH AN EMPHASIS ON SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP IN AGRO-TOURISM**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Društveno poduzetništvo u uslužnim djelatnostima

Mentor: izv. prof. Marija Ivaniš

Studentica: Nika Gelo

Matični broj: 24380/18

Smjer: Menadžment u hotelijerstvu

Opatija, ožujak 2023



SVEUČILIŠTE U RIJEKI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI RADA

Ime i prezime studenta: Nika Gelo

Matični broj: 24380

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

Oснаživanje malog poduzetništva grada Kutine s naglaskom na društveno poduzetništvo u agroturizmu

(Naslov rada)

izradila/o samostalno te sam suglasna/suglasan o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku.

Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

U Opatiji, Svibanj, 2023.

N. Gelo

Potpis studenta

SAŽETAK

Društveno poduzetništvo u agroturizmu skup je relativno novih pojmova koji predstavljaju temelj za budućnost turizma ruralnih krajeva Republike Hrvatske pa tako i grada Kutine. S obzirom da se turistička potražnja mijenja te turisti pokazuju sve veće zanimanje za ruralnim turizmom, poduzetnicima se otvaraju vrata ka osmišljavanju novih, inovativnih ideja kojima mogu upotpuniti turističku ponudu u svojoj zajednici. Naglasak se stavlja na društveno poduzetništvo, odnosno provođenje aktivnosti u skladu sa održivim razvojem, ekološkom osviještenosti i dobrobiti lokalne zajednice. Razvoj turizma omogućuje i otvaranje novih malih poduzeća i obrta koji mogu indirektno sudjelovati u turizmu i biti turistički dionici. Grad Kutina u suradnji sa turističkom zajednicom i razvojnom agencijom Mrav radi na projektima u cilju unapređenja turističke ponude te potporama za poljoprivrednike kako bi ih potaknuli na otvaranje obiteljskih seljačkih gospodarstava. Otvaranje malih poduzeća ključno je za državnu ekonomiju i gospodarstvo te su gradovi dužni poduzeti mjere kojima će olakšati poduzetnicima poslovanje te ih potaknuti na otvaranje novih poduzeća.

Ključne riječi: društveno poduzetništvo; mala poduzeća; agroturizam; Kutina

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
1. UVOD.....	1
1.1. Problem, predmet i objekti istraživanja.....	1
1.2. Svrha i cilj istraživanja	1
1.3. Metode istraživanja	2
1.4. Znanstvena i pomoćne hipoteze.....	2
1.5. Struktura rada	2
2. ULOGA I VAŽNOST DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA	4
2.1. Definicije i vrste poduzetništva.....	4
2.2. Razvrstavanje poduzetnika u Republici Hrvatskoj	6
2.3. Malo poduzetništvo: Nositelj EU ekonomije	8
2.4. Malo poduzetništvo u Republici Hrvatskoj	10
2.5. Značajke društvenog poduzetništva	13
3. AGROTURIZAM KAO SELEKTIVAN OBLIK TURIZMA.....	17
3.1. Definiranje agroturizma	17
3.2. Vrste agroturizma	20
3.3. Agroturizam u Republici Hrvatskoj	21
4. MALO PODUZETNIŠTVO GRADA KUTINE	23
4.1. Općenito o poduzetništvu grada Kutine	23
4.2. Turistička obilježja grada Kutine	24
4.3. Agroturizam i ruralni turizam grada Kutine	28
4.4. Društveno poduzetništvo grada Kutine	29
4.5. Mogućnosti osnaživanja malih poduzeća grada Kutine.....	31
ZAKLJUČAK	32
LITERATURA	34
POPIS GRAFIKONA I TABLICA	35

1. UVOD

Uvod je važan dio svakog rada jer obrađuje samu srž i uvodi čitatelja u tematske cjeline koje će se obrađivati. U Uvodu se stoga obrađuju sljedeće tematske cjeline: 1) Problem, predmet i objekti istraživanja; 2) Svrha i cilj istraživanja; 3) Metode istraživanja; 4) Znanstvene i pomoćne hipoteze; 5) Struktura rada.

1.1. Problem, predmet i objekti istraživanja

Unatoč spoznaji da je značaj malog i obiteljskog poduzetništva od enormnog značaja nacionalne ekonomije i rast i razvoj bilo kojeg gospodarstva, a osobito društveno poduzetništvo u okviru kojeg se uklanjaju društvene anomalije, kako generalno a tako u posljednje vrijeme i s osvrtom osobito na agroturizam, i dalje se ne uočava detaljnije izučavanje istog osobito u gradu Kutinu, što u kontekstu navedenog predstavlja problem istraživanja u ovome radu. Predmet istraživanja ovog rada stoga je upravo razvoj ruralnog turizma i njegovog oblika agroturizma na području grada Kutine i njegovih naselja, s naglaskom na društveno poduzetništvo. Rad ima sljedeće objekte istraživanja: društveno poduzetništvo, mala poduzeća, agroturizam, grad Kutina.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha istraživanja ovog završnog rada je objasniti pojmove vezane za društveno poduzetništvo, mala poduzeća i agroturizam te prikazati na koji oni djeluju u Republici Hrvatskoj. Cilj istraživanja je utvrditi kako se razvija agroturizam na području grada Kutine, postoje li mjere osnaživanja malih poduzeća na području grada te potiče li Grad društveno poduzetništvo u djelovanju postojećih poduzeća.

1.3. Metode istraživanja

Podatci korišteni za obradu teme prikupljeni su primarnim istraživanjem iz znanstvenih knjiga, stručne literature, knjiga, novina te raznih web stranica i članaka koji obrađuju navedene tematike. Metode korištene za izradu ovog završnog rada su metoda indukcije i dedukcije, metoda analize i sinteze, metoda klasifikacije te statistička metoda.

1.4. Znanstvena i pomoćne hipoteze

U skladu sa postavljenim problemom, predmetom i objektima istraživanja proizlazi sljedeća **ZNANSTVENA HIPOTEZA: Društveno poduzetništvo u agroturizmu budućnost je razvoja turizma na području grada Kutine te razvoja malih poduzeća.**

Znanstvena hipoteza temelji se na tri pomoćne hipoteze:

H1: Razumijevanje važnosti društvenog poduzetništva doprinosi koheziji poduzetnika koji djeluju u zajednici i lokalnog stanovništva.

H2: Agroturizam postaje sve privlačniji selektivni oblik turizma među turistima te potiče razvoj kontinentalnog dijela Republike Hrvatske.

H3: Na području grada Kutine ne postoji dovoljno turističkih seljačkih gospodarstava.

1.5. Struktura rada

Struktura rada podijeljena je na četiri odvojena poglavlja koji razrađuju tematiku.

U uvodnom dijelu predstavljeni su problem, predmet i objekti istraživanja, svrha i cilj istraživanja, metode istraživanja, znanstvena i pomoćne hipoteze te struktura rada.

Drugo poglavlje odnosi se na definiranje poduzetništva, naglašava njegovu važnost u svijetu, objašnjava vrste poduzetništva te tipove poduzetnika. Slijedi razvrstavanje poduzetnika u Republici Hrvatskoj, prikazani su aspekti sa kojega je moguće promatrati poduzeće, koji su kriteriji

razvrstavanja poduzeća na mikro, male, srednje i velike te dijeli poduzetništvo na dodatne oblike i zakone koji ih određuju. Sljedeća dva dijela drugog poglavlja odnose se na važnost malih poduzeća u Europskoj Uniji i Republici Hrvatskoj. Prikazani su statistički podaci te mogućnosti poticanja otvaranja malih poduzeća putem raznih izvora financiranja. Posljednji dio objašnjava čitatelju značajke i važnost društvenog poduzetništva, što predstavlja društveno korisno poslovanje te na koji način društveni poduzetnici djeluju.

Treće poglavlje obrađuje temu ruralnog turizma, njegove definicije prema raznim autorima te osnovne podjele. Slijedi definiranje agroturizma ili drugim nazivom seljačkog turizma te se objašnjava koje uvjete vlasnik mora ispuniti kako bi svoje imanje mogao nazvati seljačkim turističkim gospodarstvom. Treći dio trećeg poglavlja razvrstava agroturizam na vrste prema pružanju usluga i prema objektima. Posljednji dio trećeg poglavlja govori o agroturizmu Republike Hrvatske, njegovoj povijesti razvoja te mogućnosti korištenja prirodnih resursa. Također naglašava važnost ekološke osviještenosti te napredak u vidu održivog razvoja.

Četvrto poglavlje čitatelju prikazuje malo poduzetništvo grada Kutine. Objasnjen je ustroj gradske uprave te gradskih tijela koja sudjeluju u razvoju poduzetništva i turizma. Nakon toga navedeno je trenutno stanje poduzeća koja djeluju na području grada, nabrojana su najveća poduzeća koja zapošljavaju najveći broj ljudi te važnost razvoja poslovnih zona. Slijedi dio četvrtog poglavlja koji govori o turističkim obilježjima grada Kutine, nabrojani su prirodni i kulturni resursi, broj objekata koji pružaju usluge hrane i smještaja te je urađena SWOT analiza turističke destinacije. Treći dio poglavlja govori o agroturizmu i ruralnom turizmu na području grada Kutine te na koji način agroturizam upotpunjuje turističku ponudu. Dio koji govori o društvenom poduzetništvu u gradu Kutini nabroja lokalne objekte koji su obnovljeni i izgrađeni iz donacija poduzetnika koji djeluju na području grada. Posljednji dio razmatra načine osnaživanja malog poduzetništva grada Kutine te daje prijedloge za napredak i otvaranje novih poduzeća s fokusom na mlade ljude.

Kraj završnog rada donosi zaključak autorice za navedenu tematiku, popis literature koja je služila za izradu rada te popis grafikona i tablica.

2. ULOGA I VAŽNOST DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Poduzetništvo predstavlja temelj društva koje teži poboljšanju kvalitete života u zajednici. „Poduzetništvo je sposobnost pokretanja određene akcije, poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenoga cilja, pritom predmnijevajući spremnost na borbu protiv prepreka, uključivo spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik.“¹ Stoga se u ovom radu obrađuju sljedeće tematske cjeline: 1) Definicije i vrste poduzetništva; 2) Razvrstavanje poduzetnika u Republici Hrvatskoj; 3) Malo poduzetništvo: Nositelj EU ekonomije; 4) Malo poduzetništvo u Republici Hrvatskoj; 5) Značajke malog poduzetništva.

2.1. Definicije i vrste poduzetništva

U povijesti je poduzetništvo pod nazivom „Tradicionalno poduzetništvo“ bilo usko vezano uz mala i srednja poduzeća. Mali poduzetnici su tada bili stup društva koji je omogućavao rast i razvoj zajednice te poboljšanje kvalitete života. U moderno doba poduzetništvo je podijeljeno na individualno i korporacijsko (unutarnje). Uz tržišnu konkurenciju rastućih (malih) poduzeća veže se pojam individualnog poduzetništva koje integrira vlasničke, upravljačke i rizične funkcije poduzetnika, dok se uz velika poduzeća vezuje pojam korporacijskog (unutarnjeg) poduzetništva. Unutarnje poduzetništvo predstavlja proces formiranja malih, relativno samostalnih dijelova poduzeća koje poprimaju status troškovnih, prihodnih, profitnih, investicijsko-istraživačkih razvojnih centara i inovacijskih jedinica u kojima je cilj da osobe s poduzetničkim vizijama, idejama, talentima i kompetentnošću pretvore svoje zamisli u stvarnost, a da ostanu unutar kompanije.² Ključne razlike između dvije navedene vrste poduzetništva nalaze se u tome da se individualno poduzetništvo financira vlastitim kapitalom, dok unutarnje poduzetništvo pretežno koristi vanjski kapital financijskih institucija i banaka. U individualnom poduzetništvu vlasnik

¹ Kružić D.: Poduzetništvo i ekonomski rast: Reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Ekonomska misao i praksa, No. 2, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, ožujak 2007., str. 169

² Ivaniš M.: Društveno poduzetništvo- Poluga društava blagostanja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, Opatija, 2018., str. 42

malog poduzeća rukovodi i upravlja poduzećem, snosi potpunu odgovornost za uspjehe i neuspjehe te sam preuzima rizike. Vlasnik ima potpunu slobodnu donošenja odluka koje direktno utječu na mogućnost isplaćivanja plaća sebi i svojim zaposlenicima. Takva odgovornost može donijeti strah od preuzimanja rizika i rasta poduzeća. On mora biti kreativan i inovativan kako bi uspio ostati konkurentan na tržištu. U unutarnjem poduzetništvu poduzetnici su zaposlenici poduzeća te za donošenje odluka moraju tražiti dopuštenje nadređenih. Poduzetnici u velikim poduzećima snose puno manju odgovornost te su iz tog razloga skloniji rizicima jer ne raspolažu vlastitim materijalnim i financijskim sredstvima. Poduzetnici zaposleni u velikim poduzećima moraju biti skloniji timskom radu i zajedničkim znanjima i vještinama doprinijeti uspjehu poduzeća te stvoriti „poduzetničko poduzeće“.

Obje vrste poduzetništva također su dužne djelovati za dobrobit zajednice u kojoj se nalaze. Danas se stoga ističe društveno poduzetništvo kao najznačajniji oblik suvremenog poduzetništva. Predstavlja komplementarnu snagu pluralne ekonomije kao specifičan oblik poduzetništva koje se temelji na načelima socijalne, ekonomske i ekološke održivosti, a dio ili cijelu ostvarenu dobit izdvaja za dobrobit zajednice.³

Prema autorima Scarboroughu i Zimmereru razlikujemo pet vrsta poduzetnika: idealist, optimizator, radnik, žongler, održavatelj. Poduzetnik idealist pri kupnji proizvoda usredotočuje se na cijenu, preferira povjerljive odnose, kreativan je te nestrpljiv u odrađivanju administrativnih i pravnih pitanja. Optimizator je fokusiran na profit, vješt u području financija, koristi tehnologiju u svrhu povećanja produktivnosti te ne želi raditi za druge. Radnik ulaže dodatne napore zbog orijentiranosti na rast poduzeća koje nadzire te ima dugoročne poslovne planove. Žongler svoje poslove obavlja sam, zaokupljen je vremenom te kao i optimizator uvodi nove tehnologije radi unapređenja poslovanja. Poduzetnik održavatelj je poduzeće naslijedio ili kupio, konzervativan je te ne teži postizanju rasta poduzeća.⁴

³Ibidem, str. 44

⁴Ibidem

2.2. Razvrstavanje poduzetnika u Republici Hrvatskoj

Poduzeće kao povijesna kategorija čini temeljnu organizacijsku jedinicu koja obavlja neku ekonomsku djelatnost. Poduzeće je samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva.⁵ Prema Ceroviću, poduzeće se može promatrati sa ekonomskog, sociološkog, pravnog i organizacijskog aspekta. Ono predstavlja ekonomsku, socijalnu i kulturnu kategoriju, nadraža misiju ispunjenu isključivo ekonomskih ciljeva i ostvarenja profita pod svaku cijenu, već stvara profit kao pretpostavku društveno odgovornog poslovanja. Poduzeće 21. stoljeća ostvaruje svoje ciljeve na tri razine: ekonomskoj, etičkoj i pravnoj, a sve u svrhu ostvarenja filantropske odgovornosti – činjenja općeg dobra u društvu u kojem živimo u funkciji stvaranja društva blagostanja.⁶

Kriterije razvrstavanja poduzeća na mala, srednja i velika definira Hrvatski zakon o računovodstvu. Također, Zakon razvrstava poduzetnike na mikro, male, srednje i velike. Pokazatelji za razvrstavanje poduzetnika su: iznos ukupne aktive, iznos prihoda i prosječan broj radnika tijekom poslovne godine.⁷

Mikro poduzetnici su oni koji ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta:

- Ukupna aktiva 350.000,00 eura
- Prihod 700.000,00 eura
- Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine- deset radnika

Mali poduzetnici su oni koji nisu mikro poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta:

- Ukupna aktiva 4.000.000,00 eura

⁵ Jelavić A. et. al.: Ekonomika poduzeća, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 1995., str. 49.

⁶ Ivaniš M.: Društveno poduzetništvo- Poluga društava blagostanja, op. Cit, str. 72.

⁷ Hrvatski Sabor, Zakon o računovodstvu, NN 78/2015, dostupno sa: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_07_78_1493.html (01,04.2023)

- Prihod 8.000.000,00 eura
- Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine- 50 radnika

Srednji poduzetnici su oni koji nisu ni mikro ni mali poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta:

- Ukupna aktiva 20.000.000,00 eura
- Prihod 40.000.000,00 eura
- Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine- 250 radnika

Veliki poduzetnici su: ⁸

1. Poduzetnici koji prelaze granične pokazatelje u najmanje dva od tri uvjeta iz stavka 4. ovoga članka
2. Banke, štedne banke, stambene štedionice, institucije za elektronički novac, društva za osiguranje, društva za reosiguranje, leasing-društva, društva za upravljanje UCITS fondovima, društva za upravljanje alternativnim investicijskim fondovima, UCITS fondovi, alternativni investicijski fondovi, mirovinska društva koja upravljaju obveznim mirovinskim fondovima, mirovinska društva koja upravljaju dobrovoljnim mirovinskim fondovima, dobrovoljni mirovinski fondovi, obvezni mirovinski fondovi te mirovinska osiguravajuća društva, društva za dokup mirovine, faktoring-društva, investicijska društva, burze, operateri MTP-a, središnja klirinška depozitarna društva, operateri središnjeg registra, operateri sustava poravnanja i/ili namire i operateri Fonda za zaštitu ulagatelja neovisno o tome neovisno o tome ispunjavaju li uvjete iz točke 1. ovog stavka.

Drugi oblici poduzetništva u kojima poduzetnici mogu djelovati i ostvarivati svoje poslovne planove su obrtnici, trgovci pojedinci i trgovačka društva. Obrtnici i trgovci pojedinci u fizičke osobe, dok su trgovačka društva pravne. Obrtnici i trgovci pojedinci posluju u skladu sa Zakonom o obrtu, a trgovačka društva u skladu sa Zakonom o trgovačkim društvima.

Obrt podrazumijeva samostalno ili trajno obavljanje neke gospodarske djelatnosti obrtnika koji predstavlja fizičku osobu/trgovca koji radi ostvarenja dobiti ili dohotka obavlja tu djelatnost.

⁸ Hrvatski Sabor, Zakon o računovodstvu, NN 78/2015, dostupno sa: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_07_78_1493.html (01.04.2023)

Iznimno, obrt može obavljati trgovačko društvo, ako obavljanje djelatnosti ne provodi na industrijski način.⁹ Za obavljanje slobodnog obrta nije potreban majstorski ispit ili ispit o stručnoj osposobljenosti dok su za vezane obrte navedene vrste ispita obavezne. Za obavljanje povlaštenog obrta nadležno ministarstvo izdaje povlasticu. Otvaranje obrta ima mnoge prednosti kao što su jednostavno knjigovodstvo, kraće vrijeme za registraciju, niski troškovi otvaranja, plaća se porez samo za naplaćeni račun, obrtniku mogu pomagati članovi obitelji i mnoge druge.

Poduzetnik u svojstvu pravne osobe je trgovačko društvo. Tvrtka je ime pod kojim trgovačko društvo posluje i pod kojim sudjeluje u pravnom prometu. Svojstvo pravne osobe stječe upisom u sudski registar koji vode trgovački sudovi, a osniva se za obavljanje određene gospodarske ili druge djelatnosti.¹⁰ Trgovačka društva dijele se na društvo osoba i društvo kapitala. Društvo osoba čine javno trgovačko društvo, komanditno društvo i gospodarsko interesno udruženje. Društvo kapitala sastoji se od dioničkog društva i društva s ograničenom odgovornošću.

2.3. Malo poduzetništvo: Nositelj EU ekonomije

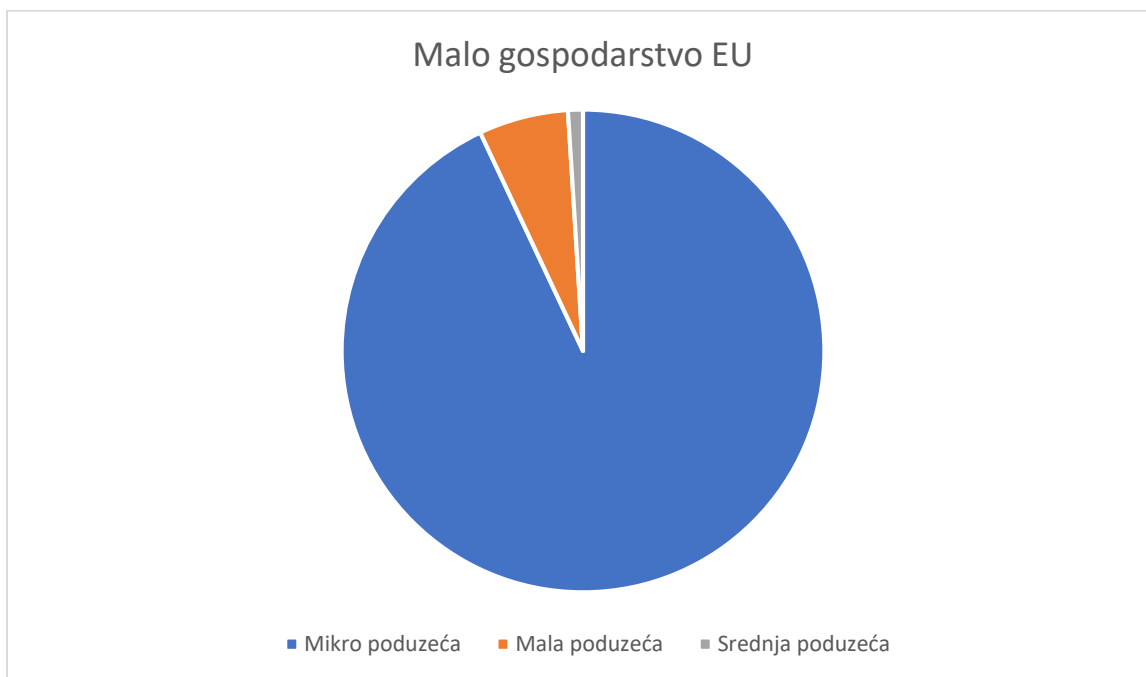
Mikro, mala i srednja poduzeća čine 99% svih poduzeća Europske unije te su na taj način direktno odgovorna za zapošljavanje dvije trećine radnih mjesta u privatnom sektoru. Malo gospodarstvo EU-a čine čak 93% mikro poduzeća, 6% mala poduzeća, a srednja poduzeća 1%. Devet od deset MSP-a zapravo su mikro poduzeća s manje od deset zaposlenika. Mala i srednja poduzeća uglavnom djeluju na nacionalnoj razini jer ih je relativno malo uključeno u prekogranične poslove unutar EU-a. Međutim, neovisno o opsegu njihova poslovanja, mala i srednja poduzeća obuhvaćena su zakonodavstvom EU-a na različitim područjima kao što su oporezivanje, tržišno natjecanje i pravo društava.¹¹

⁹ Ivaniš M.: Društveno poduzetništvo- Poluga društava blagostanja, op. Cit., str. 75

¹⁰ Ibidem, str. 76

¹¹ Ibidem, str. 106

Grafikon 1 . Omjer mikro, malih i srednjih poduzeća u malom gospodarstvu EU



Izvor: Izrada autorice prema Ivaniš M.: Društveno poduzetništvo- Poluga društava blagostanja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, Opatija, 2018., str.

Mala i srednja poduzeća (SME) zbog svojih specifičnosti posebno se izučavaju i istražuju u odnosu na velika poduzeća (LSE). U vrijeme brzih gospodarskih promjena, globalizacije i nužnosti razvitka konkurentnosti kako gospodarskih subjekata tako i samih država, posebna pažnja poklanja se sektoru (SME), i šire, sektoru malog gospodarstva. SME sektor nije homogena grupa. SME se mogu, primjerice, klasificirati prema različitim kriterijima:

- Prema veličini (mikro – do 9 zaposlenih, mala – do 49 zaposlenih, srednja – do 200, negdje kao u Hrvatskoj do 250 zaposlenih),
- Životnoj fazi (poduzeća nedavno osnovana, zrelija poduzeća),
- Području/grupi (razvijena područja/bolje stojeće društvene grupe, te nerazvijena područja, slabije pozicionirane, marginalne društvene grupe),

- Sektor (tradicionalni sektor, sektor tehnološki baziranih tvrtki)¹²

Ciljevi Europskog parlamenta za područje malog poduzetništva su osigurati im mjere koje će im olakšati poslovanje i potaknuti zapošljavanje kako bi Europa bila privlačnija za osnivanje poduzeća. Dosadašnja postignuća Europske unije u području malog poduzetništva su Akt o malom poduzetništvu (SBA), Mreže EU-s za mala i srednja poduzeća, MSP-ovi i istraživanja, COSME – program za konkurentnost poduzeća i MSP-ova te najnovije inicijative u koje pripadaju Nova industrijska strategija za Europu i Strategija za MSP-ove za održivu i digitalnu Europu.

2.4. Malo poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Malo poduzetništvo u Republici Hrvatskoj nositelj je cjelokupnog gospodarstva te uvelike utječe na zapošljavanje i postotak gospodarskog razvoja. U Hrvatskoj je u 2020. godini poslovalo gotovo 140.000 poduzeća, a ukupan broj poduzeća u petogodišnjem razdoblju od 2016. do 2020. godine povećao se za 21%. Kao i u velikom broju zemalja svijeta, sektor malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj ima značajno najveći udio u ukupnom broju poduzeća (99,7%).¹³ Najveći broj mikro i malih poduzeća posluje u djelatnosti trgovine na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala (20% mikro i 28% malih poduzeća od ukupnog broja mikro i malih poduzeća), dok najveći broj srednjih i velikih poduzeća posluje u djelatnosti prerađivačke industrije (29,8% srednjih te 34,3% velikih poduzeća od ukupnog broja srednjih i velikih poduzeća).¹⁴ Istraživanja pokazuju da najveći broj svih poduzeća ima Grad Zagreb te županije Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska i Istarska. Najmanji udio nalazi se u Ličko-senjskoj te Požeško-slavonskoj županiji. Najveći udio malih poduzeća u ukupnom broju poduzeća imaju Brodsko-posavska i

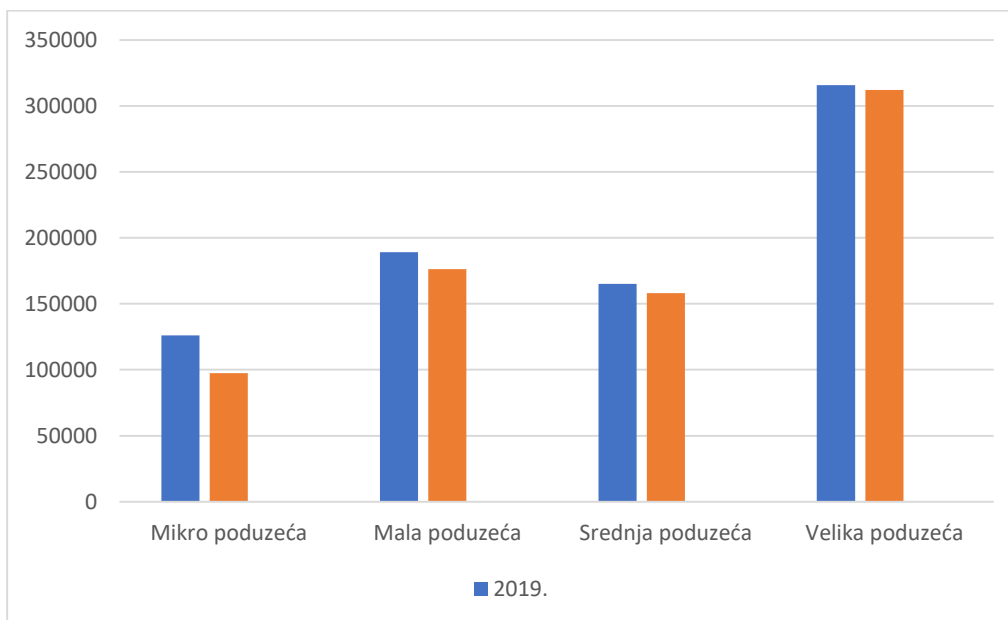
¹² Vidučić Lj.: Mala i srednja poduzeća – Financijski, računovodstveni i pravni aspekti osnivanja i poslovanja, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2005., str. 5.

¹³ CEPOR; Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: „MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19“, Zagreb, ožujak, 2022. str. 13.

¹⁴Ibidem, str. 14.

Virovitičko- podravska županija. Za vrijeme pandemije COVIDA-19 dolazi do znatnog smanjenja prihoda što je kod malih poduzeća iznosilo 7%.

Grafikon 2. Veličina poduzeća i ukupan prihod (milijuni HRK) u 2019. i 2020. godini



Izvor: Izrada autorice prema FINA (2020). Rezultati poduzetnika Hrvatske u 2019. godini razvrstanih po veličini

FINA (2021). Financijski rezultati poduzetnika u 2020. godini - razvrstani po veličini

Na žalost, u staroj ali i u novoj Europi menadžeri i vlasnici malih i srednjih poduzeća žale se na pristup adekvatnim izvorima financiranja. Pored toga, ograničenja predstavlja i zakonska regulativa, a u zemljama nove Europe, uključujući i Hrvatsku ograničenje predstavlja nedovršena i/ili nedovoljno financijski fundirana struktura potpornih institucija i programa. K tome, uočava se i problem s razinom znanja i vještina potrebnih za poduzetništvo, ali i kvalitete ljudskih resursa koje im stoje na raspolaganju.¹⁵

¹⁵ Vidučić Lj.: Mala i srednja poduzeća – Financijski, računovodstveni i pravni aspekti osnivanja i poslovanja, op, Cit, Predgovor

S obzirom da Republika Hrvatska ima velike probleme sa nezaposlenosti, otvaranje malih poduzeća je direktan odgovor i rješenje. Prepoznavši to, država nudi financijske potpore određene prostorom na kojem osoba otvara poslovni subjekt. Sukladno tome, 2020. godine prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, ukupan broj korisnika financijskih potpora iznosio je 12 307. Od ukupnog broja samozaposlenih osoba u 2020. godini 37% su bile žene, a više od polovice osoba (57,5%) imalo je srednjoškolsku razinu obrazovanja. Najzastupljenije djelatnosti u kojima je dodijeljena potpora za samozapošljavanje u 2020. godini su građevinarstvo (20,5%), stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (19%), ostale uslužne djelatnosti (13%) te prerađivačka industrija (12%).¹⁶

Jedna od vodećih značajki malih poduzeća je inovativnost koja doprinosi boljoj konkurentnosti na tržištu i razvoju samog poduzeća. Poduzetnik koji je inovativan ima veće mogućnosti prilikom poslovnih aktivnosti, njegovi radnici su motiviraniji i produktivniji te zajedno utječu na razvoj društva. Inovativna poduzeća ne doprinose samo lokalnoj zajednici u kojoj se nalaze, već i gospodarskom i ekonomskom razvoju države koja postaje konkurentnija i jača na vanjskom tržištu. Europska unija putem Inovacijskog indeksa prati i mjeri broj inovacija u državama članicama. Prema podacima iz 2019. godine, Hrvatska se nalazila na 63. mjestu od 140 uključenih zemalja te je najniže ocjene dobila upravo iz inovacijskog ekosustava dok su joj 2021. godine inovacije bile najjača snaga.

U Republici Hrvatskoj 51,5% stanovništva čine žene. Istraživanja pokazuju da iako država ima uređene zakone o jednakosti spolova, žene su i dalje prilično ograničene u poslovnom smislu. Iako je broj žena osnivačica poduzeća i dalje mnogo manji od muškaraca, bilježi se znatno povećanje broja 2020. godine u odnosu na 2011. godinu. Tako je 2011. broj žena osnivačica poduzeća iznosio 16.458, odnosno 18,01%, dok je 2020. godine broj porastao na 28.759, odnosno 22,02%. Hrvatska banka za obnovu i razvitak je u travnju 2021. usvojila Strategiju poslovanja Hrvatske banke za obnovu i razvitak za razdoblje 2020. – 2024. u kojoj je jedan od strateških ciljeva Poticanje ekonomski i socijalno uravnoteženoga i održivoga regionalnog, ruralnog i urbanog razvoja Republike Hrvatske. Poticanjem razvoja poduzetništva (prvenstveno razvoja mikro, malih i srednjih poduzeća) želi se doprinijeti uravnoteženom regionalnom razvoju. Program kreditiranja „Poduzetništvo mladih, žena i početnika“ iznosima kredita od 200.000 HRK do

¹⁶ CEPOR; Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021. op. Cit, str. 24.

2.000.000 HRK ima za cilj, između ostalog, poticanje osnivanja i razvoja gospodarskih subjekata u većinskom vlasništvu žena. Poslovnim subjektima privatnog sektora, uključujući i ženama poduzetnicama, putem ovog Programa može se kreditirati do 100% predračunske vrijednosti investicije u iznosu do 700.000 HRK i uz kamatnu stopu od 2%¹⁷.

Mladim poduzetnicima koji imaju ideju za osnivanje poduzeća, ali im nedostaje znanja i resursa u ostvarivanju poslovnih aktivnosti uvelike mogu pomoći poslovni anđeli. Poslovni anđeli su naziv za pojedince koji ulažu u druga poduzeća te doprinose svojim znanjem i novcem tražeći zauzvrat mali udio u vlasništvu poduzeća. EBAN (European Business Angels Network) osnovan je 1999. godine te broji više od 150 članica odnosno različitih udruga poslovnih anđela. Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE) osnovana je 2008. godine te se sastoji od 35 članova.

Još jedan od načina ostvarivanja podrške za otvaranje malih poduzeća dolazi od Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO). Ono je institucija Vlade Republike Hrvatske te nudi financijsku podršku putem zajmova, bespovratnih potpora i jamstava. Do sada su podržali 11.500 projekata te uložili 18,6 milijardi HRK.

2.5. Značajke društvenog poduzetništva

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) predstavlja poseban koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez ikakve zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu. Stoga se pojam i praksa društvene odgovornosti poduzeća odnose na cjelokupni raspon njegova djelovanja. Što poduzeće proizvodi, na koji način proizvodi, koje resurse upotrebljava, kako kupuje, kako prodaje, kako utječe na okoliš, kako zapošljava, kako se odnosi prema zaposlenicima, na koji ih način osposobljava za rad, kakvi su radni uvjeti, kako ulaže u društvenu zajednicu te poštuje li ljudska i radna prava samo su neka od pitanja koja određuju ukupni utjecaj tog poduzeća na društvo.¹⁸

¹⁷ CEPOR; Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021. op, Cit, str.42.

¹⁸ Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K.: *Oeconomica Jadertina* 1/2014 – Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2014., str. 40.

U vidu društvenog poduzetništva postoje četiri razine društvene odgovornosti u kojima poduzetnici moraju poslovati. Prva razina je ekonomska odgovornost u kojoj je cilj poduzeća ostvariti profit, a zajednici omogućiti dobra i usluge. U drugoj razini je zakonska odgovornost gdje je poduzeće dužno poslovati u vidu pravne regulative. Razina etičke odgovornosti poduzeća podrazumijeva poduzimanje poslovnih aktivnosti i poslovno ponašanje koje je moralno ispravno (razlikovanje dobra od zla i ne nanošenje štete drugima). Sastoji se od etičkih odgovornosti pojedinaca koje proizlaze iz njihovih svjetonazora, kulture, odgoja i obrazovanja. Poduzeća nužno moraju donositi i provoditi vlastita pravila i propise koje imaju uporište u etičkim kodeksima, a sve s ciljem zakonske i moralne prihvatljivosti poslovanja, kako za svoje djelatnike tako i za ljudsku zajednicu.¹⁹ Posljednja razina je diskrecijska ili filantropijska odgovornost u kojoj je poduzetnik dužan poslovati usmjeren društvenom blagostanju te poboljšati kvalitetu života u zajednici u kojoj se nalazi.

Društveno odgovorno poslovanje može se promatrati i sa aspekta interne i eksterne dimenzije. Interna dimenzija sastoji se od upravljanja ljudskim resursima, zdravlja i sigurnosti na poslu, prilagođavanje promjenama te upravljanje utjecajima na okoliš i prirodne resurse. Eksterna dimenzija odnosi se na partnere, potrošače, dobavljače i ostale te na nju samo poduzeće ne može utjecati. U njoj se nalaze lokalna zajednica, poštivanje ljudskih prava, odnos s partnerima, dobavljačima i potrošačima te globalna briga za okoliš.

Korijene društvenog poduzetništva nalazimo u prvoj polovici 19.stoljeću. Tada je Charles Dunoyer prvi put upotrijebio pojam društvena ekonomija što je širi pojam koji obuhvaća i društveno poduzetništvo. Kraj 18. i početak 19. stoljeća razdoblje je prve industrijske revolucije i pojave novih problema u tadašnjem gospodarstvu te se kao odgovor na to počinje javljati koncept društvene ekonomije, odnosno društvenog poduzetništva. Nadalje, kroz 19. stoljeće ključnu ulogu u društvenom poduzetništvu zauzimaju zadruge (dok su u Sjedinjenim Američkim Državama to bile fondacije) koje su, promovirajući vrijednosti demokratskog udruživanja, zajedništva i suradnje, postale temelj moderne socijalne ekonomije.²⁰

Tradicionalno poduzetništvo se odnosi na mala i srednja poduzeća koja stječu profit provodeći inovativne metode, razumno preuzimajući rizik, provode aktivnosti koje vode

¹⁹ Ivaniš M.: Društveno poduzetništvo- Poluga društava blagostanja, op. Cit, str. 201.

²⁰ Šajfar P., Strmota L., DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO: GLAVNE ODREDNICE I PRIKAZ SLUČAJA, 2012., str. 205.

realiziranju cilja, te poduzimaju sve raspoložive mjere uz preuzimanje odgovornosti kako bi realizirali zacrtanu viziju. Društveno poduzetništvo predstavlja oblik poslovanja vođen primarno društvenim ciljevima te stvaranjem pozitivnog društvenog i okolišnog učinka. Za razliku od tradicionalnog poduzetništva, profit koji se ostvaruje putem ovakvog modela poduzetništva reinvestira se ulaganjem u zajednicu ili se koristi za provedbu ostalih programa i ciljeva koji doprinose poboljšanju uvjeta življenja, očuvanju okoliša i održivom razvoju.²¹

U većini zemalja postoji potrebna institucionalna podrška razvoju društvenog poduzetništva jer je ono prepoznato kao poslovni model budućnosti koji fokus stavlja na ljude, demokratsko upravljanje, solidarnost i generiranje dobiti radi postizanja ciljeva održivog razvoja. Društvena ekonomija Europske unije predstavlja 8% BDP-a te bilježi više od 2,8 milijuna društvenih poduzeća (10% svih poduzeća) i 232 milijuna socijalnih zadruga, uzajamnih društava i sličnih subjekata u kojima djeluje više od 13,6 milijuna zaposlenih (što čini oko 6,3% radno sposobnog stanovništva u Europskoj uniji) i 82.8 milijuna volontera (čiji su sati ekvivalent 5,5 milijuna radnika s punim radnim vremenom).²² U Hrvatskoj je, prema Strategiji za razvoj društvenog poduzetništva 2015-2020. društveno poduzetništvo definirano kao poslovanje temeljeno na načelima društvene, okolišne i ekonomske održivosti kod kojeg se stvorena dobit/višak prihoda u cijelosti ili većim dijelom ulaže u dobrobit zajednice. Tom definicijom naglašava se rješavanje različitih društvenih problema (od siromaštva, očuvanja planeta do nejednakosti u kvaliteti života) inovativnim načinima kombiniranja postojećih resursa. U Strategiji je identificirano devet kriterija za prepoznavanje društvenih poduzetnika, a navedena tri kriterija možda najbolje naglašavaju distinkciju društvenih od tzv. tradicionalnih profitnih poduzeća:

- Društveni poduzetnik stvara novu vrijednost i osigurava financijsku održivost na način da u trogodišnjem razdoblju poslovanja najmanje 25% godišnjeg prihoda planira ostvariti ili ostvaruje obavljanjem svoje poduzetničke djelatnosti;
- Društveni poduzetnik najmanje 75% godišnje dobiti, odnosno višak prihoda ostvaren obavljanjem svoje djelatnosti ulaže u ostvarivanje i razvoj ciljeva poslovanja, odnosno djelovanja;

²¹ Turuk M., Društveno poduzetništvo, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 1.

²² CEPOR; Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021., op. Cit, str.50.

- Društveni poduzetnik u slučaju kada prestaje obavljati djelatnost, svojim općim aktima ima definiranu obvezu preostalu imovinu, nakon pokrića obveza prema vjerovnicima i pokrića gubitka iz prethodnog razdoblja, prenijeti u vlasništvo drugog društvenog poduzetnika s istim ili sličnim ciljevima poslovanja, ili u vlasništvo jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koja će je upotrijebiti za razvoj društvenog poduzetništva²³.

²³ Ibidem, str.51.

3. AGROTURIZAM KAO SELEKTIVAN OBLIK TURIZMA

Agroturizam kao oblik ruralnog turizma posljednjih godina postigao je značajan napredak u svome razvoju. Njegov razvoj potiče razvitak ruralnih područja, razvitak turizma kontinentalne Hrvatske, veću osviještenost za očuvanje prirodne baštine, povratak prirodi, ekološki uzgoj te aktivan odmor. Stoga se u ovom poglavlju obrađuju sljedeće tematske cjeline: 1) Definiranje agroturizma; 2) Vrste agroturizma; 3) Agroturizam u Republici Hrvatskoj.

3.1. Definiranje agroturizma

Na razini Vijeća Europe 1986. godine definiran je pojam ruralni turizam kao turizam koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo one koje bi se mogle odrediti kao farmerski ili agroturizam. Ruralni turizam zadire u dva gospodarska sektora turizam i poljoprivredu koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu. Ta ponuda može se obnašati u okviru seljačkog gospodarstva ili u seoskoj sredini. Prema definiciji Vijeća Europe, ruralni turizam je turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnije karakteristike takve vrste turizma su mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje seoskih poslova.²⁴ Neki od kriterija za definiranje ruralnog turizma su zaštita živote okoline, položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, autentičnost smještaja i ambijenta, ruralno okruženje, mali kapacitet smještajne jedinice, lokalni proizvodi i gastronomija, kultura, gostoljubivost i dr.

Ruralni turizam definiran na temelju naprijed spomenutih kriterija sadrži velik broj pojava oblika i to:

- Seljački (agroturizam)
- Rezidencijalni turizam

²⁴ Ružić, P.: Ruralni turizam – drugo prošireno izdanje, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, 2009., str. 15.

- Zavičajni turizam
- Sportsko-rekreacijski turizam
- Avanturistički turizam
- Zdravstveni turizam
- Edukacijski turizam
- Tranzitni turizam
- Kamping turizam
- Nautički kontinentalni turizam
- Kulturni turizam
- Vjerski turizam
- Lovni turizam
- Ribolovni turizam
- Vinski turizam
- Gastronomski turizam
- Prirodi bliski turizam
- Ekoturizam i dr.²⁵

Također, posjetiteljima iz urbanih sredina omogućeno je sjedinjenje sa prirodnom, ali i povećana je ekološka svijet o važnosti očuvanja okoliša. Gledajući sa socijalno-kulturnog aspekta, turisti koji borave u ruralnim krajevima te su u kontaktu sa domaćim životinjama opušteniji su, rasterećeni pritiska i stresa koje urbana sredina donosi.

²⁵ Ibidem, str. 17.

Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj odličan je poticaj mladim ljudima za razvoj novih inovativnih ideja koje mogu ostvariti otvaranjem malog poduzeća, poljoprivrednog obrta, seljačkog domaćinstva ili OPG-a. Rad na seljačkom imanju donosi sa sobom zdraviji način života, potiče na fizičke aktivnosti i konzumiranje zdrave prehrane. Vrlo je bitno da dionici turističke ponude, poduzetnici i vlasnici seljačkih domaćinstava zajedno djeluju i surađuju za dobrobit turističke destinacije te unaprjeđuju strategiju ponude i marketinšku strategiju destinacije. Također, neophodno je da razvoj sa sobom nosi društvenu koheziju i da pozitivno utječe na lokalno stanovništvo i zajednicu.

Oblici ruralnog turizma mogu se još podijeliti na izletničke i boravišne. Kod izletničkog ili prolaznog oblika ruralnog turizma, turist boravi u destinaciji radi zabave, razgledavanja i obilaženja prirodnih i kulturnih obilježja bez noćenja. U boravišnom obliku ruralnog turizma, posjetitelj boravi, tj. ostaje noćiti u destinaciji. S obzirom da u današnje vrijeme većina ljudi, posebice mladih, seli se veće gradove radi zapošljavanja, ruralni turizam savršena je prilika za povremen povratak prirodi i selu. Ono objedinjuje i pokreće gospodarske i negospodarske aktivnosti. Zahvaljujući ruralnom turizmu, porastao je ekološki uzgoj namirnica i zdrave hrane te je oživljena poljoprivredna proizvodnja.

Naziv agroturizam zamjenjuje se još i izrazom seljački turizam koji dolazi od riječi seljak. Seljak je zajedno sa svojim imanjem nositelj turističke ponude u ovom obliku turizma. Njegova osnovna djelatnost je poljoprivreda, a turizam sekundarna. Da bi seljačko gospodarstvo moglo pružati dodatne usluge turistima mora biti adekvatno opremljeno i organizirano s odgovarajuće educiranim osobljem za pružanje tih usluga. Tako opremljeno i organizirano gospodarstvo može se nazvati turističko seljačko gospodarstvo. Kvaliteta ponude takvog gospodarstva ovisi o brojnim činiteljima koji se odnose na njegovu okolišnu, klimatsku, rekreacijsku, vizualnu privlačnost, zatim o prometnoj povezanosti, komunalnoj i servisnoj opremljenosti i cjelokupnoj ljepoti kraja u kojem se seljačko gospodarstvo nalazi.²⁶ Također, seljačko gospodarstvo treba se baviti poljoprivrednom proizvodnjom, posebno povrtlarstvom, voćarstvom, ratarstvom, vinogradarstvom, pčelarstvom, ribnjačarstvom, i ostalim. Na kvalitetu seljačkog turističkog gospodarstva utječu i drugi činitelji, posebno ako ono posjeduje uređeno dvorište, raspolaže s većim brojem domaćih životinja, stambenom i gospodarskom zgradom s posebnim dijelovima za

²⁶ Ibidem, str. 19.

boravak i spavanje turista, suvremeno i komforno opremljenim.²⁷ 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, pješačenje²⁸. Također, turisti u mjestu koje su posjetili mogu uživati u raznim manifestacijama kao što su vjerske, sportske, folklorne, kulturne i dr. Mnoge zajednice koje se bave agroturizmom u svojoj ponudi imaju i obilaženje vinskih cesta sa kušaonicama domaćeg vina i proizvoda koje uzgajaju na svojim imanjima kao što su razne vrste voća od kojih proizvode napitke i likere, šetnje vinogradima, poljima, šumama i dr.

3.2. Vrste agroturizma

U agroturizmu s obzirom na usluge koje se pružaju i objekte u kojim se pružaju usluge turistima može se govoriti o nekoliko varijanti njegovih oblika. S obzirom na usluge može se govoriti o sljedećim oblicima agroturizma:

- oni u kojim se pružaju samo usluge prehrane,
- oni u kojima se pružaju samo usluge smještaja i
- oni u kojima se pružaju usluge smještaja i prehrane.

Prema objektima može se govoriti o oblicima kao što su:

- odmor u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture,
- odmor u obiteljskom ruralnom hotelu,
- odmor u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture,
- odmor u ruralnim sobama i apartmanima moderne arhitekture,
- odmor u poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom.

²⁷ Demonja D., Ružić P.: Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb, 2010., str. 26.

²⁸ Mrvica Mađarac S., Stojanović S., Vanek L.: Obrazovanje za poduzetništvo Vol.6 NR2 (2016.) – Agroturizam kao oblik malog poduzetništva na primjeru Bačulova Dvora, Vukovar, 2016., str. 99.

S aspekta objedinjenosti objekta za pružanje agroturističkih usluga može se govoriti i o difuznom obliku smještaja ili raspršenih kuća za turističke svrhe.²⁹

Dodatna podjela oblika agroturizma razdvaja ga na objekte u kojima se pružaju samo usluge smještaja, objekte koji pružaju samo usluge prehrane te objekte koji pružaju usluge i prehrane i smještaja. Objektima sa samo uslugama smještaja pripadaju ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture, ruralne sobe i apartmani moderne arhitekture, obiteljski ruralni hotel i obiteljska kuća. Oblicima agroturizma u kojima se pružaju samo usluge prehrane pripadaju objekti i restorani koji u svojoj ponudi nude domaću autohtonu kuhinju specifičnu za područje u kojem se nalaze. Takvi objekti obično se nalaze na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Turisti ondje mogu uživati u prirodnom okolišu, kući/restoranu tradicionalne arhitekture te jelima pripremljenima sa domaće uzgojenim sezonskim namjernicama. Posljednji oblik agroturizma je onaj u kojemu se pružaju usluge smještaja i prehrane. Takav oblik na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu turistima nudi smještaj, prehranu te može uključivati ostale sadržaje kao što su radovi na vrtu i polju, interakcija sa domaćim životinjama, sportske aktivnosti, itd. Posjetitelji tada uživaju pun paket usluga te je takav oblik agroturizma za posjetitelje ekonomski najisplativiji, ali i često najprivlačniji.

3.3. Agroturizam u Republici Hrvatskoj

Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj sporadično je započeo još početkom 90-ih godina prošlog stoljeća, a sustavno od 1995. godine kada je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske započelo s inicijativama njegovog razvoja i prvim aktivnostima kao što su obilazak terena, prikupljanje informacija, edukacija inicijatora i stvaranje pretpostavki za njegov razvoj. Nedugo nakon toga ustrojen je „Savjet za ruralni turizam“ koji je kasnije prerastao u „Savjet za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu“ s naglaskom na ruralni turizam. Istarska županija kao jedinica područne samouprave, prva se počela baviti ruralnim turizmom i postigla je značajne

²⁹ Ružić, P.: Ruralni turizam – drugo prošireno izdanje, op, Cit, str. 20.

rezultate.³⁰ U sljedećih nekoliko godina slijedi stanka u razvoju ruralnog turizma sve do početka 2004. godine kada Vlada Republike Hrvatske počinje voditi brigu o ruralnom prostoru te gospodarskim djelatnostima. 1998. godine broj turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstva iznosio je 32, 2000. godine taj broj se znatno povećao te je u Republici Hrvatskoj bilo registrirano 151 agroturističkih gospodarstva. 2013. godine prijavljeno je 447 seljačkih domaćinstava raspoređenih po županijama.

Agroturizam kao vrsta ruralnog turizma u Hrvatskoj posjeduje mnoge prednosti kao što su raznolikost prirodnih resursa (more, mnogobrojne rijeke, planine, polja, šume, itd.), tradicionalna proizvodnja, blizina kulturnih odredišta, autohtoni proizvod, dobra prometna povezanost te interes lokalnog stanovništva koje sve više prepoznaje prednosti i koristi bavljenja agroturizmom. Naravno, uz prednosti promicanja agroturizma dolaze i mnogobrojne slabosti u koje ubrajamo lošu infrastrukturu, manjak vizija i ideja turističkih dionika, nedostatak ciljeva, nedovoljan broj smještajnih kapaciteta, loš marketing turističkih destinacija posebice za vanjsko tržište te neriješeni imovinsko pravni odnosi. Agroturizam sa sobom donosi i raznolike mogućnosti kao što su poboljšanje uvjeta života lokalne zajednice, veća proizvodnja tradicionalnih domaćih namirnica, duži period iskorištavanja turističkih kapaciteta (van sezone), povećanje interesa domaćih i stranih turista za rekreacijsko-izletničkim turizmom, itd. Rizici koji prijete unapređivanju agroturizma, a koji se obavezno moraju izbjeći su narušavanje kvalitete okoliša, razvitak masovnog turizma, niska isplativost projekata te neorganiziranost aktera turizma na lokalnoj razini.

U posljednjih 10 godina agroturizam kao oblik ruralnog turizma postaje sve traženiji oblik turističkih putovanja, posebice turista koji dolaze iz urbanih područja. Domaći i strani posjetitelji prepoznali su prednosti ruralnih područja te sve više cijene prirodu i zdravi način života koje selo nudi.

³⁰ Demonja D., Ružić P.: Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, op. Cit, str. 48.

4. MALO PODUZETNIŠTVO GRADA KUTINE

Poglavlje se sastoji od sljedećih tematskih cjelina: 1) Općenito o poduzetništvu grada Kutine; 2) Turistička obilježja grada Kutine; 3) Agroturizma i ruralni turizam grada Kutine; 4) Društveno poduzetništvo grada Kutine; 5) Mogućnosti osnaživanja malih poduzeća grada Kutine.

4.1. Općenito o poduzetništvu grada Kutine

Gradska uprava grada Kutine sastoji se od šest odjela na čelu sa gradonačelnikom grada. Oni obavljaju poslove od lokalnog značaja te brinu za kvalitetu života građana i stanovnika dvadeset tri gradska naselja. Gradski odjeli su: Upravni odjel za komunalni sustav, građenje i zaštitu okoliša; Upravni odjel za društvene djelatnosti, socijalnu skrb i civilno društvo; Služba za opće poslove; Upravni odjel za financije; Upravni odjel za prostorno uređenje i graditeljstvo; Upravni odjel za gospodarstvo, poduzetništvo i razvoj. Turistička zajednica grada Kutine osnovana je 1994. godine te ima tri tijela: skupštinu, turističko vijeće te predsjednika (gradonačelnik grada). Razvoja agencija „Mrav“ u suradnji sa Gradom pomaže mladim poduzetnicima povući financijske potpore iz Europske unije pišući projekte i javljaju se na natječaje. Oni također rade na raznim projektima u suradnji sa turističkom zajednicom u cilju unapređenja turističke ponude grada Kutine. Jedan od glavnih pothvata grada Kutine bio je otvaranje poduzetničkog inkubatora (PUNK) kao pomoć malim i srednjim poduzetnicima koji tek ulaze na tržište. Cilj projekta je stvaranje nove poduzetničke infrastrukture. Usluge koje nudi poduzetnički inkubator su najam dvorane za sastanke, najam coworking prostora, najam poslovnog prostora opremljenog s IT opremom i mnoge druge.

Grad Kutina sa svojim industrijskim zonama plodno je tlo za otvaranje poduzeća svih vrsta. Nalazi se na izuzetno povoljnom prometnom položaju uz autocestu Zagreb-Lipovac te kroz njega prolazi magistralni pravac prema Garešnici, Daruvaru, Bjelovaru i Virovitici. Prema Registru godišnjih financijskih izvještaja, grad Kutina ima 332 mikro poduzeća, 39 malih poduzeća, 5 srednjih te 2 velika poduzeća. Najveći broj zaposlenih imaju Petrokemija d.d., SELK d.d. te Almos

d.d. Može se reći da je Petrokemija d.d. najznačajniji nositelj Kutinskog gospodarstva, bavi se proizvodnjom kemijskih mineralnih gnojiva i dušičnih spojeva te je jedan od glavnih nosioca domaće i regionalne poljoprivrede. Trenutni problemi oko bivšeg županijskog giganta i njegova prodaja ne obeshrabruju stanovnike grada Kutine koji imaju jak oslonac u ostalim mnogobrojnim poduzećima. Grad Kutina temelji svoj rast i uspjeh na obrazovanim mladim ljudima koji se nakon završetka fakulteta u velikim gradovima vrlo često vraćaju i traže svoje mjesto u gradskim poduzećima ili osnivaju vlastita. Privlače ih i uvjeti života u gradu koji su vrlo pogodni za mlade obitelji, dok je glavni grad udaljen svega 70 kilometara. Grad Kutina od 2000. godine radi na izgradnji i realizaciji poslovnih zona. Poslovna zona (zona malog gospodarstva) je dio gospodarske zone unutar koje Grad Kutina financira odnosno sufinancira izgradnju komunalne infrastrukture, potiče gradnju objekata namijenjenih gospodarskoj eksploataciji, financijski stimulira ulaganje poduzetnika, omogućava porezne olakšice i stvara druge pogodnosti za poduzetnike-ulagače. Poslovne zone planiraju se sukladno prostornim planovima i specifičnim potrebama poduzetnika. Funkcija Poslovne zone je omogućavanje trajne djelatnosti poduzetnika temeljem pogodnosti koje potiče Grad Kutina sustavno osmišljenim mjerama.³¹

4.2. Turistička obilježja grada Kutine

Grad Kutina zahvaljujući svom geografskom položaju sadrži mnoštvo prirodnih resursa koji obogaćuju turističku ponudu samoga grada. Gradski slogan: „U zagrljaju Lonjskog polja i trsnog gorja“ govori da grad s jedne strane okružuje regionalni park Moslavačka gora, a s druge strane park prirode Lonjsko polje. Regionalni park Moslavačka gora privlači posjetitelje upravo radi svoje raznovrsne ponude. Planinari i biciklisti na gori mogu uživati u dugačkim stazama kroz šumu u kojoj je moguće vidjeti razne biljne i životinjske vrste te doživjeti poglede sa vidikovaca koji pri lijepom vremenu sežu kilometrima daleko. Moslavačka gora također obiluje i kulturnim znamenitostima kao što su Garić grad, Košut grad, Jelen grad te Bela crkva. Posjetiteljima su posebno zanimljive priče i narodne predaje koje se vežu za lokacije, ali i sama povijest koju

³¹ UPRAVNI ODJEL ZA GOSPODARSTVO I FINACIJE ODSJEK ZA GOSPODARSTVO; Program razvoja poslovnih zona Grada Kutine za razdoblje 2017. – 2021. godina, Kutina, rujan 2017., str. 3.

mogu iščitati na edukativnim mapama. Vrh Humka mjesto je okupljanja zaljubljenika u prirodu gdje posjetitelji mogu boraviti na uređenim stolovima i klupama uz moguću pripremu hrane. Turistička zajednica grada Kutine često organizira planinarenje na Moslavačku goru uz ostale interaktivne sadržaje za posjetitelje.

Park prirode Lonjsko polje jedno je od najvećih močvarnih područja u Europi. Gradski ulazak u polje nalazi se u naselju Repušnica u kojemu se nalazi prijemni centar za turiste. Centar je izgrađen u tradicionalnom moslavačkom stilu te u sebi sadrži prostor za organiziranje proslava i suvenirnicu, dok se u vanjskom dijelu objekta nalaze pametne klupe za sjedenje, stolovi, mjesto za bicikliste te interaktivni tablet na kojemu turisti imaju priliku proučiti biciklističke staze Lonjskog polja, biljne i životinjske vrste te svoj dolazak obilježiti fotografijom. Prijemni centar u potpunosti je napravljen u skladu sa održivim razvojem te uvelike doprinosi lokalnoj zajednici. Jednom godišnje u prijemnom centru održava se kulturna manifestacija „Repušnički susreti“ na kojoj posjetitelji mogu uživati u pripremi domaćih autohtonih jela, gledati nastupe raznih kulturno – umjetničkih društava, jahati konje, voziti se u čamcima, loviti ribu na tradicionalan način te ići u potragu za zaštićenim vrstama ptica u pratnji vodiča.

Bogata povijest Kutine također se treba iskoristiti za razvoj turizma. Ime Kutina spominje se prvi puta 1258. godine u povelji ugarsko-hrvatskog kralja Bele IV pod imenom Kotynnam. Kao naselje, trgovište i sjedište nahije Kutina se spominje u spisima od 13. – 16. stoljeća pod imenima: Kotenna, Kothennya, Kotena, Kutinovac i dr. Na prostoru grada Kutine nalaze se brojne turističke kulturno-povijesne atrakcije (od antičkog do industrijskog nasljeđa): crkva sv. Marije Snježne, Moslavački trijemovi, Muzej Moslavine i galerija Muzeja Moslavine, kuća obitelji Pazdera itd. Nadalje, tu se nalaze vrijedna arheološka nalazišta iz rimskog razdoblja (2.–5. st.): Ciglenica u Osekovu i Kutinska lipa u Kutini koja su se smjestila uz trasu rimske ceste koja je svoje ishodište imala u Sisciji. Iz razdoblja srednjeg vijeka ističe se lokacija Garić-grada koji je postojao još u 12. stoljeću³².

Grad Kutina sastoji se od centra grada te 23 gradskih naselja. U samome centru nalazi se Hotel Kutina koji nosi Bike&bed oznaku, u ponudi ima 68 soba, odnosno 106 ležajeva te se u prizemlju hotela nalazi restoran Moslavačka hiža sa kapacitetom od 400 sjedećih mjesta. Van

³² Institut za turizam: Marketinška strategija turizma i akcijski plan za grad Kutinu, Zagreb, prosinac 2014., str. 13.

grada nalazi se hostel Majić koji u svojoj ponudi sadrži tri trokrevetne i dvije šesterokrevetne sobe kao i restoran sa pripremom domaćih tradicionalnih jela. Ostali smještajni kapaciteti su sobe, apartmani i seljačka domaćinstva sa smještajem. Tablica prikazuje porast smještajnih jedinica u razdoblju od 2017. do 2022. godine.

Tablica 1. Broj smještajnih kapaciteta 2017.-2022. Kutina

KUTINA	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Broj smještajnih jedinica	99	107	109	119	118	118
Broj kreveta	232	251	254	290	288	288
Broj dodatnih kreveta	11	13	10	14	14	14
Broj Objekata	11	13	13	22	21	21
Broj obveznika	9	10	11	20	19	19

Izvor: Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije, Provedbeni program razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije za razdoblje 2022. – 2025. godine, Sisak, 8. kolovoza 2022, str. 34.

Iz tablice se može iščitati da je broj smještajnih jedinica rastao u razdoblju od 2017. godine do 2020. godine te nakon toga bilježi blagi pad. Broj objekata se u promatranom razdoblju povećao sa 11 na 21.

S obzirom da je grad Kutina sa svojim naseljima poznat po proizvodnji vina, svake godine se održava manifestacija pod nazivom „Dani Vina“ na kojoj vinari dobivaju priliku predstaviti se posjetiteljima sa svojim proizvodima, a posjetitelji koji dolaze iz svih krajeva Hrvatske imaju priliku kušati vrhunska vina te uživati u koncertima poznatih izvođača.

Iako je grad Kutina obećavajuća turistička destinacija radi mnoštva prirodnih i kulturnih resursa te dobre prometne povezanosti, susreće se sa raznim problemima u svome razvoju. Jedan od glavnih problema je nezainteresiranost mladih obrazovanih ljudi za ostankom u destinaciji i za doprinošenjem razvitku turizma, posebice ruralnog. U sljedećoj tablici provedena je SWOT analiza na temelju same destinacije.

Tablica 2 . SWOT analiza grada Kutine

<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ulaz u park prirode • Prirodni resursi • Dobra geoprometna povezanost • Manifestacije • Očuvan ruralni prostor 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak turističkih objekata • Nerazvijenost turističkih sadržaja • Nedovoljno iskustva u turizmu • Loša marketinška strategija
<p>PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mogućnost jednodnevnih i vikend izleta • Porast interesa za boravkom u prirodi • Porast interesa za ruralnim turizmom • Nova, neistražena destinacija 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dojam industrijskog grada • Zagađenje okoliša • Razvoj konkurencije • Odlazak mladih iz destinacije • Manjak interesa lokalnog stanovništva

Izvor: Izrada autorice prema: Marketinška strategija turizma i akcijski plan za grad Kutinu, Zagreb, prosinac 2014.

Iz tablice 2. je vidljivo da su glavne prednosti odnosno snage grada Kutine njeni očuvani prirodni resursi, ulaz u park prirode Lonjsko polje, dobra geoprometna povezanost te odvijanje manifestacija na području grada i njegovih naselja. Prilike koje grad ima za razvoj ruralnog turizma i njegovog oblika agroturizma su mogućnost jednodnevnih i vikend izleta sa obilaženjem lokalnih atrakcija, porast interesa za boravkom u prirodi, porast interesa turista za ruralnim turizmom te predstavljane grada kao nove, neistražene lokacije. Grad Kutina sa svojom okolicom i dalje ne posjeduje dovoljno turističkih objekata i sadržaja koje bi upotpunile njegovu turističku ponudu. Također, lokalno stanovništvo ne posjeduje dovoljno iskustva u turizmu što donosi sa sobom i lošu marketinšku strategiju. Zbog razvoja industrijskih zona i tvornice koja gradu daje njegovu

prepoznatljivost, Kutina i dalje nije popularno turističko središte zbog dojma industrijskog grada. Velika prijetnja koju donosi razvoj gospodarstva je i onečišćenje okoliša te zagađenost zraka.

4.3. Agroturizam i ruralni turizam grada Kutine

Gledajući sa geoprostornog aspekta, ruralni turizam i njegov oblik agroturizam jedina je vrsta turizma koja se može odvijati na prostorima Moslavačke regije pa i samog grada Kutine. To je ujedno i najveća prednost ovog područja s obzirom na bogatstvo prirodnih i kulturnih resursa.

U gradu Kutini nalazi se sedam seljačkih domaćinstava koji nude usluge prehrane i smještaja. Posjetiteljima je omogućeno boraviti u objektima tradicionalne arhitekture koji nude autohtona jela pripremljena sa ekološki uzgojenim namjericama. Dio objekata nalaze se na obroncima Moslavačke gore u okruženju vinograda, polja i šuma. Ponude uključuju šetnje vinskim cestama uz degustacije vrhunskih vina, berba grožđa i ostalih proizvoda koji se uzgajaju na imanjima kao što su kruške, jabuke, šljive i dunje koje su upravo i simbol grada Kutine. Ostatak objekata nalazi se kod ulaza u park prirode Lonjsko polje u kojima turisti mogu uživati u dugačkim šetnjama kroz močvarno područje, hraniti domaće životinje, jahati konje, voziti se biciklističkim stazama uz mogućnost najma bicikla i ostalih motornih vozila te voziti se turističkim brodom kroz polje u kišnom dijelu godine.

Objekti kojima Kutinska okolica svakako obiluje su Moslavačke kleti izgrađene u tradicionalnom stilu koje posjetitelji mogu iznajmiti u svrhu druženja i zabave. One u svojoj ponudi imaju domaće vino, rakije i likere te domaću hranu pripremljenu u objektu. U kreiranju turističkog proizvoda ove vrste najvažnije je lokalno stanovništvo koje je izuzetno gostoljubivog karaktera te koje je prepoznalo prilike koje nosi agroturizam. Većina vlasnika objekata prvobitno se bavilo poljoprivredom, uzgojem voća, povrća, vina i domaćih životinja te naknadno uz inovativne ideje otvorilo objekte za prijem turista. U objektima su turistima prikazane tradicionalne narodne nošnje Moslavine, dukati, tradicionalno oruđe i slike koji su dio kulturne baštine ovog područja.

Cilj razvoja agroturizma i ruralnog turizma na području grada Kutine je afirmacija Kutine kao turističkog odredišta, očuvanje naslijeđenih vrijednosti, stvaranje pozitivnog okruženja za turistički razvoj, stvaranje tržišne prepoznatljivosti i razvoj turističkih proizvoda. Gradska vizija nije masovni turizam, već destinacija koja je privlačna ljubiteljima prirode, aktivnog odmora, zdravog načina života te kulturne baštine. Važno je da razvoj destinacije prati održivi razvoj te da se ne narušava kvaliteta života lokalnog stanovništva.

4.4. Društveno poduzetništvo grada Kutine

Biti poduzetnik, inovator, kreativac, uzor za uspjeh i osoba koja zapošljava druge je izuzetno zahtjevan, ali hvale vrijedan posao. Neovisno o tome čime se poduzeće bavi i kojoj grani gospodarstva pripada, ono je i dalje važan faktor za promicanje cjelokupne zajednice. Ne postoji zakonska regulativa koja obvezuje poduzetnika da doprinosi, daje donacije i ulaže u zajednicu, ali postoji ona još važnija, moralna. Svaki društveni poduzetnik zna da najveće duhovno i emocionalno ispunjenje proizlazi iz pomaganja drugima i samoj zajednici u kojoj se nalazi.

Poduzetnici grada Kutine iz godine u godinu pokazuju ljubav i želju za pomoći sukladno svojim mogućnostima. Zahvaljujući upravo njima i njihovim donacijama novaca i materijala, uz pomoć redovnih izvora financiranja, obnovljene su osnovna škola Vladimira Vidrića, osnovna škola Stjepana Kefelje, osnovna škola Mate Lovraka, područna škola Repušnica, Športski centar Kutina, crkva Sv. Marije Snježne, crkva Sv. Nikole Tavelića, crkve u Ilovoj i Gaju te je izgrađena je mrtvačnica na groblju Repušnica.

Stanovnici grada Kutine veliki su ljubitelji sporta i rekreacije pa tako poduzetnici svake godine daju donacije za ženski rukometni klub Moslavina koje su im ove godine omogućile novu sportsku opremu, zatim muški rukometni klub Moslavina, nogometni klub Moslavina, atletski klub Moslavina i dr. Poduzetnici misle i na gradska naselja tako da su proteklih godina sagrađene i obnovljene svlačionice za nogometne klubove Šartovac, Gubec, Lokomotiva, Repušnica, Ilova i Gračenica.

Poduzetnici svoja sredstva često ulažu u kulturu i turizam pomažući lokalnim kulturno - umjetničkim društvima te im na taj način omogućuju putovanja, izlete i sudjelovanje na kulturnim manifestacijama čime promoviraju moslavački kraj.

Zajednica tehničke kulture Kutina suradnik je Foto video klubu Kutina koji je partner u projektu Društveno poduzetništvo tvrtke Izvan fokusa u kreativnim i kulturnim industrijama tvrtke Izvan fokusa d.o.o iz Karlovca. Aktivnosti širenja koncepta društvenog poduzetništva u RH Fvk Kutina provodi kroz kreativne, edukativne radionice i akcije vezane za promicanje društvenog poduzetništva. MladiRade priključili su se Zajednici tehničke kulture Kutina od koje su dobili administrativnu i pravnu podršku za svoj rad, a kreativne radionice širenja koncepta društvenog poduzetništva koje su podrška njihovom radu su tematike vizualnih identiteta-portretne fotografije. Projekt MladiRade jedinstven je projekt u Hrvatskoj namijenjen da pomogne mladima, koji vode mladi pa tako i sam projekt najveću svoju snagu nosi u mladim ljudima koji su svojim sposobnostima pokazali da su mladi, ne samo sposobni raditi, već su sposobni i sami pokretati jedinstvene projekte. Ovom web stranicom nada se da će se prvenstveno osvijestiti društvo o važnosti rada mladih i ranog ulaska mladih u poslovni svijet, a zatim i pridonijeti povećavanju udjela zaposlenih mladih osoba na tržištu rada čime će mladi ljudi od početka biti svjesni važnosti rada i razvijanja poslovne karijere.³³

Na razvoju društvenog poduzetništva grada Kutine radi Upravni odjel za društvene djelatnosti, socijalnu-skrb i civilno-društvo u suradnji sa razvojnom agencijom Mrav. Nažalost, trenutno ne postoji plan za razvoj i provođenje društvenog poduzetništva, već Upravni odjel u ime Grada poduzetnicima pojedinačno šalje upite za donacije kada dođe do ostvarivanja određenog projekta. Poticanje društvenog poduzetništva važno je za budućnost lokalne zajednice jer će doprinijeti većem zadovoljstvu stanovništva te dionika turizma.

³³ Aktivnosti širenja koncepta društvenog poduzetništva u ZTK Kutina, Grad Kutina, dostupno sa: <https://www.kutina.hr/Vijesti/Citanje-vijesti/ArticleId/37059/oamid/1491> (1.3.2021.)

4.5. Mogućnosti osnaživanja malih poduzeća grada Kutine

Mladi budući poduzetnici često su obeshrabreni prilikom otvaranja poduzeća zbog velikih nameta u vidu poreza i doprinosa koje su dužni podmirivati te zbog teškog dolaženja do izvora financiranja. Kako bi ih se potaknulo na samozapošljavanje i otvaranje novih radnih mjesta, lokalna uprava trebala bi im osigurati poduzetničke inkubatore u kojima bi dobili povoljne prostore i informatičku opremu potrebnu za obavljanje svoje djelatnosti ili zemljišta sa smanjenim komunalnim naknadama kako bi početna ulaganja bila što manja.

Grad Kutina u dokumentu „Program razvoja poslovnih zona grada Kutine za razdoblje 2017.-2021. sa projekcijom 2022.-2026.“ planira potaknuti izgradnju novih poslovnih prostora te proširiti industrijske zone nudeći poduzetnicima ulagačima jeftina zemljišta. Još jedna od mjera kojom bi Grad mogao potaknuti otvaranje poduzeća je davanjem poticaja za zapošljavanje.

Osim poticanja otvaranja novih poduzeća, svakako bi trebalo pomoći opstati postojećim poduzećima kao što je tvornica mineralnih gnojiva Petrokemija d.d. koja zapošljava trenutno i najveći broj radnika. Ulaganjem u državnog giganta omogućio bi se i opstanak većeg broja manjih trgovačkih društava i obrta čije se poslovanje temelji na izvođenju usluga za Petrokemiju kao na primjer usluge čišćenja, održavanja, građevinske usluge, usluge transporta gnojiva i ostalih materijala i sl.

Sa demografskog aspekta, grad Kutina trebao bi potaknuti ostanak mladih ljudi koji nakon završetka škole ili fakulteta odlaze u veće gradove radi pronalaska posla. Mjere kojima bi se to moglo postići su poticajne stanogradnje sa jeftinijim cijenama stanova, izgradnja dječjih vrtića čime bi se osigurao dovoljan broj traženih mjesta, sufinanciranje cijene vrtića u većem iznosu od postojećeg te ostalih sadržaja za aktivnosti djece i mladih.

ZAKLJUČAK

Provedenim istraživanjem dolazi se do zaključka da je uloga malog poduzetništva u Europskoj Uniji i Republici Hrvatskoj od neizmjerne važnosti te da je ono stup ekonomije i gospodarstva. Poduzetništvo je skup aktivnosti i radnji koje poduzetnik poduzima kako bi došao do željenog cilja. Poduzetnik kao takav mora imati razvijene upravljačke vještine kako bi mogao razvijati svoje poduzeće te voditi zaposlenike u pravom smjeru služeći im kao uzor u poslovnim pothvatima. Osnovna podjela poduzetništva je na individualno i korporacijsko. Oba oblika sa sobom nose svoje prednosti i nedostatke, ali ih ujedinjuje činjenica da poduzetnik mora biti inovativan, odlučan, dobar vođa, uzor te spreman preuzimati rizike. Kroz povijest razni autori su se bavili tematikom poduzetništva te promatrali i opisivali tipove poduzetnika.

Europska Unija i Republika Hrvatska prepoznali su važnost malih poduzeća te donijeli mjere potpore za jednostavnije otvaranje poduzeća, ali i za opstanak postojećih. Otvaranjem malih poduzeća povlači sa sobom razne benefite kao što su samozapošljavanje, zapošljavanje drugih, veća tržišna konkurentnost i mnoge druge. Mjere koje bi potaknule mlade na otvaranje poduzeća su financijske potpore državnih institucija, jeftiniji krediti, smanjenje poreza i prireza, poticaji za zapošljavanje te otvaranje poduzetničkih inkubatora. Rezultati istraživanja prikazuju da je najveći broj malih poduzeća u Republici Hrvatskoj osnova na području grada Zagreba. Kako bi se osigurala ravnomjernija rasprostranjenost poduzeća, važno je u manjim mjestima osigurati pogodnije životne uvjete posebno za mlade obitelji te ulagati u bolju prometnu infrastrukturu.

Društveno poduzetništvo budućnost je svakog uređenog društva te se temelji na moralnim i etičkim vrijednostima. Svaki poduzetnik trebao bi se osjećati dužnim ulagati u zajednicu u kojoj se nalazi te na taj način povećati kvalitetu života lokalnog stanovništva. Društveni poduzetnik mora imati u vidu i ekološki prihvatljivo poslovanje te ni na koji način ne smije narušavati prirodne resurse u mjestu poslovanja. Dužan je razmišljati na koji način kupuje, prodaje, izrađuje i prevozi svoje sirovine kako bi bili u skladu sa održivim razvojem. On mora osigurati radnička prava svojih zaposlenika te poštovati njihova ljudska prava.

Ruralni turizam kao selektivni oblik turizma u Republici Hrvatskoj počeo se razvijati 90.-ih godina prošlog stoljeća te do danas bilježi rast. Domaći i strani turisti prepoznali su prednosti koje nosi ruralni turizam sa svojim raznim oblicima kao što su zdravi način života, aktivan odmor,

boravak u prirodi, konzumiranje autohtonih jela pripremljenima sa namjericama ekološkog uzgoja, boravak u objektima tradicionalne arhitekture i mnoge druge. Ova vrsta turizma pogodna je za razvitak turizma kontinentalne Hrvatske koja je puna neotkrivenih ljepota od strane turista.

Na temelju istraživanja može se zaključiti da je grad Kutina nova, neotkrivena destinacija sa veliki potencijalom za razvoj agroturizma. Grad sa svojom okolicom obiluje bogatstvom prirodne i kulturne baštine, narodnim običajima i manifestacijama. Ono na čemu lokalno stanovništvo mora poraditi je zainteresiranost za turizam te prepoznavanje svojih vrijednosti za upotpunjavanje turističke ponude. Kutina je plodno tlo za otvaranje malih poduzeća te napredak postojećih. Gradska upravna tijela aktivno rade na proširenju industrijskih zona kako bi omogućili mladim poduzetnicima da jeftinije i jednostavnije otvore vlastita poduzeća.

LITERATURA

Knjige:

1. Ivaniš Marija, Društveno poduzetništvo – Poluga društava blagostanja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, 2018.
2. Vidučić Ljiljana, Mala i srednja poduzeća, Financijski, računovodstveni i pravni aspekti osnivanja i poslovanja
3. Ružić Pavlo, Ruralni turizam, Drugo prošireno izdanje, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, 2009.
4. Démonja Damir, Ružić Pavlo, Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb, 2010.

Članci:

1. Vrdoljak Raguž Ivona, Hazdovac Kate, Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina 1/2014
2. Grgić I., Zrakić Magdalena, Gudelj-Velaga Anamarija, Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske Unije, Agronomski glasnik, 1-2/2015.
3. Mrvica Mađarac Sandra, Stojanović Slobodan, Vanek Lucija, Agroturizam kao oblik malog poduzetništva na primjeru Baćulova dvora, Obrazovanje za poduzetništvo, Vol.6, Vukovar, 2016.
4. Godišnje izvješće o provedbi Provedbenog programa razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije za razdoblje 2022.-2025. godine za 2022. godinu, Sisačko-moslavačka županija, Sisak, 2023.
5. Program razvoja poslovnih zona Grada Kutine za razdoblje 2017. – 2021. godina, Projekcija 2022. – 2026, Upravni odjel za gospodarstvo i financije, Odsjek za gospodarstvo, Kutina, rujan 2017.
6. Rudić Andrija, Petravić Damir, Marić Josip, Strategija razvoja grada Kutina 2014.-2020., Kutina
7. CEPOR; Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021.: „MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19“, Zagreb, ožujak, 2022.
8. Udovičić Ana, Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj s osvrtom na obiteljsko poduzetništvo, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik
9. Institut za turizam: Marketinška strategija turizma i akcijski plan za grad Kutinu, Zagreb, prosinac 2014.

10. Šajfar Petar, Strmota Lorena, DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO: GLAVNE ODREDNICE I PRIKAZ SLUČAJA, Pravni fakultet Osijek, Osijek, 2012.
11. Turuk Mladen, Društveno poduzetništvo, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

POPIS GRAFIKONA I TABLICA

Grafikon 1. Veličina poduzeća i ukupan prihod (milijuni HRK) u 2019. i 2020. godini 11

Grafikon 2 . Omjer mikro, malih i srednjih poduzeća u malom gospodarstvu EU 9

Tablica 1. Broj smještajnih kapaciteta 2017.-2022. Kutina..... 26

Tablica 2 . SWOT analiza grada Kutine 27