

TEMELJNE ZNAČAJKE MANJINSKOG PODUZETNIŠTVA NA PRIMJERU PODUZETNIŠTVA ALBANSKE NACIONALNE MANJINE U HRVATSKOJ

Antoneta Lekaj

antoneta.lekaj@gmail.com

mr. sc. Zrinka Gregov, Veleučilište VERN'

Iblerov trg 10/1, 10000 Zagreb, Hrvatska

Telefon: +385 91 4825 920 Fax: +3825 1 4825 910 E-mail: zrinka.gregov@vern.hr

Mirna Varlandy Supek, Veleučilište VERN'

Iblerov trg 10/1, 10000 Zagreb, Hrvatska

Telefon: +385 91 4285 851 FAX: +3825 1 4825 910

E-mail: mirna.varlandy-supek@vern.hr

SAŽETAK

Problem ovog istraživanja su nedovoljno iskorištene mogućnosti samozapošljavanje i zapošljavanja kroz manjinsko poduzetništvo, a predmet je poduzetništvo albanske nacionalne manjine u Hrvatskoj. Cilj je istražiti temeljne značajke i mogućnosti razvoja manjinskog poduzetništva, a svrha ukazati na potrebu njegova poticanja jer ono može pridonijeti razvoju gospodarstva, zapošljavanju i samozapošljavanju te jačanju ljudskih prava. Traženi su odgovori na tri istraživačka pitanja: kakva je situacija sa zapošljavanjem pripadnika albanske manjine u Hrvatskoj; kakva je njihova poduzetnička aktivnost i koje su razvojne mogućnosti te koje bi potporne mjere za manjinsko poduzetništvo pridonijele boljem razvoju poduzetništva albanske manjine u Republici Hrvatskoj. Uz istraživanje sekundarnih izvora provedena su dva anketna ispitivanja (100 i 30 ispitanika) i šest dubinskih intervjua s poduzetnicima pripadnicima albanske nacionalne manjine u Hrvatskoj. Pokazalo se da se pripadnici albanske manjine teže zapošljavaju, a kao manjinski poduzetnici u većoj su mjeri „osuđeni“ na vlastiti kapital, snalazljivost te međusobno prenošenje znanja i vještina. Među njima postoji velika povezanost, ali većina ne pripada ni jednom formalnom poduzetničkom udruženju te su slabo upoznati s programima poduzetničke potpore. Uz to u Hrvatskoj još uvijek postoje problemi vezani za poticanje manjinskog poduzetništva. Stoga je preporuka ojačati poziciju manjinskog poduzetništva u Hrvatskoj putem raznih oblika potpora i suradnje između države i Unije Albanske nacionalne manjine.

Ključne riječi: malo i srednje poduzetništvo; manjinsko poduzetništvo; nacionalne manjine; Albanci; Hrvatska.

1. UVOD

Poduzetništvo pripadnika nacionalnih manjina ili tzv. manjinsko poduzetništvo sastavni je dio razvoja gospodarske aktivnosti svake države, ali i potvrda jačanja ljudskih prava. Nacionalna manjina je skupina hrvatskih državljana čiji su pripadnici tradicionalno nastanjeni na teritoriju Republike Hrvatske, a njeni članovi imaju etnička, jezična i/ili vjerska obilježja različita od drugih građana koja žele očuvati (Narodne novine, 2000). Nažalost, Hrvatski zavod za zapošljavanje (2011) nacionalne manjine navodi kao rizičnu skupinu pri zapošljavanju i ostvarivanju prava na tržištu rada. Stoga pojedine nacionalne manjine glavninu svoje poslovne djelatnosti ostvaruje kroz poduzetničku aktivnost. Međutim, manjinski poduzetnici često nailaze na brojne probleme kod pokretanja i razvoja poduzetničkog pothvata. Problemi su često „antiasimilacijske“ prirode jer se ne žele prilagoditi temeljnim običajima i pravima koja djeluju u Hrvatskoj. Zbog slabog poznavanja hrvatskog jezika i nižeg obrazovnog statusa često ne znaju iskoristiti poduzetničke potpore. Obiteljska tradicija čini ih prepoznatljivijima i uspješnijima od drugih, no suvremeno poslovanje, tj. konkurentnost zahtijeva određena ekonomska i financijska znanja koja većina manjinskih poduzetnika nema u dovoljnoj mjeri.

Problem ovog istraživanja su nedovoljno iskorištene mogućnosti samozapošljavanja i zapošljavanja kroz manjinsko poduzetništvo u Hrvatskoj. Predmet istraživanja je poduzetništvo albanske nacionalne manjine u Hrvatskoj. Cilj je istražiti temeljne značajke i mogućnosti razvoja poduzetništva albanske manjine u Hrvatskoj. Svrha je ukazati na potrebu poticanja manjinskog poduzetništva koje može pridonijeti razvoju gospodarstva, zapošljavanju i samozapošljavanju te jačanju ljudskih prava u Republici Hrvatskoj. Željelo se dobiti odgovore na tri istraživačka pitanja: 1) Kakva je sadašnja situacija sa zapošljavanjem pripadnika albanske manjine u Hrvatskoj? 2) Kakva je poduzetnička aktivnost albanske manjine u Hrvatskoj i koje su njene razvojne mogućnosti 3) Koje bi potpore mjere za manjinsko poduzetništvo pridonijele boljem razvoju poduzetništva albanske manjine u Hrvatskoj?

2. MANJINSKO PODUZETNIŠTVO

U literaturi o manjinskom poduzetništvu nailazi se na nekoliko sinonima poput etničko, imigrantsko i migrantsko poduzetništvo. Ponekad se ono spominje tek kao jedan segment poduzetništva marginaliziranih skupina, odnosno skupina u nepovoljnijem položaju na tržištu rada. Zasad ne postoji ni jedinstvena definicija manjinskog poduzetništva jer se ono u svakoj državi promatra na drugačiji način.

2.1. Definicije manjinskog poduzetništva

Fertala (2006) ističe kako autori iz Sjedinjenih Američkih Država manjinsko poduzetništvo često povezuju s klasičnim oblikom obiteljskog ili socijalnog poduzetništva. Razlog tome je snažna afirmacija multikulturalnosti, pa tako Li (2001) manjinsko poduzetništvo definira kao *ulaganje vlastitog kapitala u poslovni pothvat koji je obilježen sociološkim i kulturnim*

značajkama pojedinca, ali u skladu s pravnim stečevinama države domaćina. Europske definicije koriste elemente samozapošljavanja i kulturološke razlike. Tako britanski ekonomisti Clark, Drinkwater i Leslie (1998) manjinsko poduzetništvo definiraju kao *oblik samozapošljavanja diskriminiranih grupa na tržištu rada*. Fertala (2006) definira manjinsko poduzetništvo iz njemačke perspektive kao *oblik obiteljskog poduzetništva s elementima tradicije i kulturološke raznolikosti, čime se želi ostvariti veća zaposlenost nacionalnih manjina na njemačkom tržištu rada*. Europska zaklada za promicanje životnih i radnih uvjeta, manjinsko ili etničko poduzetništvo definira kao: *„radnu ili profesionalnu aktivnost nacionalnih manjina u svrhu ostvarivanja profita, mogućnosti samozapošljavanja, čuvanja običaja te raznih vještina i znanja koja su vezana za njihovo kulturno nasljeđe.“* (Hout i Rosen 1999). Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj (OECD, 2010) uz klasične osobine poduzetnika i poduzetništva, manjinskom poduzetništvu dodaje još dvije sociološke dimenzije: 1) mogućnost održavanja identiteta i kulturnog nasljeđa te 2) održivost i samofinanciranje manjinske zajednice. Manjinskom poduzetništvu pripisuje se i uloga ambasadora u međunarodnim kulturnim i vanjskotrgovinskim odnosima (primjerice, kineski restorani, indijski dućani koji prodaju indijski nakit i odjeću).

2.2. Manjinsko poduzetništvo u Europi

Poduzeća u vlasništvu pripadnika nacionalnih ili etničkih manjina u Europi odražavaju njihove velike poduzetničke kapacitete i potencijale, a manjinski su poduzetnici heterogena skupina u smislu jezika, socijalnog i ekonomskog položaja te kulture, što se ogleda i u prirodi njihovih poslovnih aktivnosti. Veliki ih je broj koncentriran na području aktivnosti s niskim prihodima te se teško probijaju iz tih okvira. Podaci o samozapošljavanju u 21 EU zemlji i Turskoj u 2009. godini (OECD, 2010) pokazuju da je prosječna stopa samozapošljavanja kod domaćeg stanovništva bila je 12,77 %, a kod stranaca u tim zemljama 13,45 %. Ta poduzeća većinom su „obiteljski biznis“ gdje se zapošljavaju uža i šira obitelj, a kad se zapošljavaju vanjski zaposlenici, onda su to uglavnom pripadnici iste nacionalne manjine.

Zbog povećanja broja imigranata u Europi manjinsko poduzetništvo postaje sve važniji element društvenog i gospodarskog tkiva europskih gradova. Budući da imigranti imaju slabije mogućnosti zapošljavanja u zemljama primateljicama, veliki broj imigranata pokreće vlastita poduzeća prvenstveno temeljena na iskustvima i znanjima koja su stekli u svojim matičnim državama. Stoga manjinska ili etnička poduzeća imaju različitu i jedinstvenu ulogu budući da ona čine sljedeće: popunjavaju praznine na tržištu, pomažu u revitalizaciji siromašnih gradskih četvrti, osiguravaju nove proizvode i usluge, oživljavaju zapuštene obrte, pojedincima daju neophodnu dozu kredibiliteta, pridonose otvaranju radnih mjesta pružajući priliku ranjivijim skupinama (poput žena ili mladih iz redova specifičnih etničkih skupina) i pomažući im da se izdignu iz siromaštva.

Zato postoji prijedlog da europska mreža etničkih poduzetnika pruži potporu razmjeni iskustava i predloži načine rješavanja otvorenih pitanja (Europska komisija, 2010). Nažalost, nadležne službe za integraciju migranata mnogih gradova nemaju osnovnih podataka o etničkom poduzetništvu. Ipak, dostupni podaci pokazuju da su poduzeća u vlasništvu migranata sve prisutnija u mnogim gradovima. U Kopenhagenu, Frankfurtu i Zürichu poduzeća u vlasništvu pripadnika etničkih manjina čine 20 % od ukupnog broja poduzeća, dok

taj postotak u Amsterdamu, Strasbourgu i Beču prelazi 35%. Iako većina manjinskih poduzetnika djeluje u tradicionalnim sektorima, visokoobrazovani migranti, uključeni u razne društvene mreže, ulaze u rastuće sektore kao što su financije, informacijska i komunikacijska tehnologija i mediji. Tako u Irskoj, primjerice, petina poduzeća u vlasništvu etničkih skupina pripada visokotehnološkom ICT sektoru (Europska mreža gradova za lokalne integracijske politike za migrante, 2011). Istraživanja pokazuju da su uspješniji oni poduzetnici migranti koji su članovi svojih manjinskih udruženja i vijeća te oni koji su politički aktivni u lokalnoj zajednici zastupajući manjinske potrebe (Deakins i Freel, 2009).

2.3. Potporna infrastruktura za manjinsko poduzetništvo

Strategija Europa 2020 ključni je dokument u području poticanja poduzetništva: europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast (Europska komisija, 2010) koja postavlja za cilj stvaranje svjetski najkonkurentnijeg gospodarstva temeljenog na znanju, sposobnog za održivi rast te s više kvalitetnijih radnih mjesta i većom socijalnom kohezijom. Jedno od ključnih područja djelovanja upravo je poticanje poduzetništva. Još početkom 2004. godine EU je donijela Akcijski plan za poduzetništvo (COM (2004) 70 final) u kojem se posebna pažnja posvećuje ženama i pripadnicima etničkih manjina koji žele pokrenuti vlastiti posao te im se pruža potpora stvarana prema njihovim potrebama. Mjere koje gradovi i jedinice lokalne uprave nude potencijalnim i postojećim manjinskim poduzetnicima mogu se podijeliti u dvije kategorije (Europska mreža gradova za lokalne integracijske politike za migrante, 2011).

a) Mjere usredotočene na strukturalna ograničenja:

- Pružanje pristupačnih i troškovno učinkovitih savjetodavnih i informativnih uslugapri-
lagodeđenih korisnicima.
- Informativna događanja, telefonske linija za pomoć korisnicima, web-stranice i tiskani
vodiči.
- Podrška u pronalaženju poslovne lokacije, otvaranje poslovnih inkubatora i posebnih
zona te potpora kroz migrantske mreže.
- Financijske mjere: smanjenje rizika kreditiranja i pomoć u izradi poslovnih planova
(financijske institucije nevoljko kreditiraju migrante), izravno kreditiranje i dodjela
nepovratnih sredstava te suradnja s bankama u svrhu zapošljavanja etničkog osoblja
u lokalnim podružnicama (zbog jezika).

b) Mjere za unapređenje osobnih sposobnosti etničkih poduzetnika:

- Podrška u pronalaženju i upravljanju osobljem, vježbenički programi za strukovnu izo-
brazbu mladih migranata, edukacija poduzetnika za vođenje i širenje posla.
- Podrška u unapređivanju poslovnih vještina i mentorstvo.

Neke su mjere konkretnije poput programa koji ženama migranticama omogućuju da uhvate korak s uspješnim poslovnim ženama.

2.4. Manjinsko poduzetništvo u Hrvatskoj

Manjinsko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj nije posebno istraživano, nego se mora promatrati unutar sektora malog gospodarstva i izvješća o stanju prava nacionalnih manjina. Na temelju europskih strateških i akcijskih dokumenata o razvoju poduzetništva donesena je Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020. (Ministarstvo poduzetništva i obrta, 2012). Analiza postojećeg stanja sektora malog gospodarstva pokazala je da stopa otvaranja novih poduzeća i njihova rasta zaostaje za zemljama EU, dok je stopa zatvaranja obrta veća od europskog prosjeka. Postavljen je opći cilj povećanje konkurentnosti malog gospodarstva u Hrvatskoj, a za njegovo ostvarenje pet strateških ciljeva: poboljšanje ekonomske uspješnosti, poboljšani pristup financiranju, promocija poduzetništva, poboljšanje poduzetničkih vještina te poboljšano poslovno okruženje. Za svaki od ovih ciljeva predložene su mjere i indikatori mjerenja.

Prema Strategiji učenja za poduzetništvo 2010. – 2014. (Vlada Republike Hrvatske, 2010) poduzetničko obrazovanje, kako formalno tako i ono neformalno te informalno, ima važnu ulogu u porastu broja ljudi koji se pripremaju za otvaranje i uspješno vođenje poduzeća. Važno je za institucije nastave razvijati poduzetništvo u okviru obrazovnog kurikulumu i pružati podršku održavanju poslovnih tečajeva za razne kategorije poduzetnika. Tome će sigurno pridonijeti i osnivanje Regionalnog centra za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje Jugoistočne Europe (engl. SEECCEL – South East European Centre for Entrepreneurial Learning) baš u Zagrebu.

U Republici Hrvatskoj priznate su 22 nacionalne manjine i to: Albanci, Austrijanci, Bošnjaci, Bugari, Crnogorci, Česi, Mađari, Makedonci, Nijemci, Poljaci, Romi, Rumunji, Rusi, Rusini, Slovaci, Slovenci, Srbi, Talijani, Turci, Ukrajinci, Vlasi i Židovi. Izvješće o provedbi Akcijskog plana za provedbu Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina za razdoblje 2011. – 2013., za 2011. godinu (Vlada Republike Hrvatske, 2012) posebno ističe socijalnu uključenost nacionalnih manjina u Hrvatskoj što podrazumijeva i napore države da im se omoguće svi oblici zakonski predviđenih poslovnih aktivnosti te samim time i poduzetnička aktivnost. Tragom razvoja manjinskog poduzetništva diljem Europe te želeći rješavati socijalna pitanja i socijalnu isključenost nacionalnih manjina, Hrvatska je također prihvatila načela i smjernice Europske komisije, kojima se obvezuje na mjere poticanja manjinskog poduzetništva navedene u prethodnom poglavlju. Međutim, angažman javnih tijela u pružanju potpore i savjetovanju manjinskih poduzetnika još je nedovoljan, iako na lokalnoj razini postoje vijeća nacionalnih manjina koja bi se trebala brinuti i o tome (Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Republike Hrvatske, 2011). Na žalost, ta vijeća najčešće nemaju logistička sredstva, a većina njihovih članova ima samo srednju stručnu spremu te nemaju dodatnih obrazovnih kompetencija kojima bi razvijali detaljnije programe za izobrazbu i savjetovanje manjinskih poduzetnika. Informacije se uglavnom dobivaju kroz neformalne zajednice, tzv. običajne cehove, u kojima doduše razmjenjuju iskustva, ali se na neki način opet zatvaraju suvremenim poslovnim tijekovima.

Kako u Hrvatskoj još nije provedeno sustavno istraživanje manjinskog poduzetništva, postoje samo šturi podaci u izvješćima o stanju ljudskih prava i prava nacionalnih manjina te pojedinačni primjeri uspješnih manjinskih poduzetnika. Često se spominje lanac pekarnica Europa s preko 50 pekarskih maloprodajnih objekata diljem Hrvatske u vlasništvu Albanca Flurima Čočaja. Gotovo 50 % Albanaca koji imaju i hrvatsko državljanstvo svoju poslovnu aktivnost ostvaruju registriranim samozapošljavanjem. Razlog tako velike podu-

zetničke aktivnosti nije povezan samo s manjim mogućnostima zapošljavanja, nego i sa specifičnim znanjima i vještinama koje se običajno prenose iz naraštaja u naraštaj (npr. slastičarstvo, pekarstvo i obrada plemenitih metala), a koje su, na neki način, prepoznatljiv statusni simbol obitelji (Vlačić i Čakić, 2011).

3. ALBANSKA NACIONALNA MANJINA U HRVATSKOJ

Dva velika vala migracije albanskog stanovništva na područje Hrvatske događaju se iza II. Svjetskog rata i početkom 1990-ih za vrijeme rata na području bivše Jugoslavije. Tada su u Hrvatsku izbjegli mnogi Albanci s Kosova i iz Bosne i Hercegovine. Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine u Hrvatskoj živi 17.513 Albanaca. Premda u svim županijama živi po više od 100 pripadnika, gotovo polovica (49,6%) Albanaca u Hrvatskoj živi u Gradu Zagrebu, Zagrebačkoj, Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji (Državni zavod za statistiku, 2012.). Iako je u većini županija taj broj u porastu, u niti jednoj županiji Albanci zasad ne čine više od 1 % ukupnog stanovništva. (Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Republike Hrvatske, 2011.)

Kao nacionalna manjina, Albanci su se počeli organizirati tek 1991. godine. U Zagrebu su registrirane četiri nevladine udruge: Unija zajednica Albanaca u Republici Hrvatskoj, Albansko kulturno društvo u Hrvatskoj „Shkendija”, Klub albanskih žena „Kraljica Teuta” te Forum albanskih intelektualaca u Hrvatskoj. Unija zajednica Albanaca u Republici Hrvatskoj središnja je udruga albanske nacionalne manjine koja izdaje mjesečni informativni list na albanskom jeziku „Informatori”. U sklopu Unije djeluju županijske zajednice koje se bave raznim programima kulturnog amaterizma za očuvanje kulturnog, vjerskog i jezičnog identiteta. Za pripadnike albanske manjine organizirana je fakultativna nastava učenja albanskog jezika u jednoj osnovnoj školi u Zagrebu, a u tijeku su pripreme za ovakvu nastavu u Rijeci i Osijeku (Vlada Republike Hrvatske, 2012).

Što se tiče povijesti poduzetništva albanske nacionalne manjine, zna se jedino da se ono počelo pojavljivati početkom 20. stoljeća, kada dolazi do registracije prvih manjih pekarskih radnji na području Zagreba i njegove okolice. Albansko poduzetništvo u prvoj fazi najviše se razvijalo u tradicionalnim djelatnostima pekarstva, slastičarstva te prodaje i prekupu plemenitih kovina. Jačanjem trgovine na području Hrvatske sve više se bave trgovinom na veliko i malo. Procjenjuje se da je najviše albanskog kapitala u Hrvatskoj uloženo u Istri i gradovima s razvijenim turizmom gdje djeluje dosta uspješnih albanskih poduzetnika, mahom zlatara (katolici porijeklom s Kosova) i slastičara (muslimani porijeklom iz Zapadne Makedonije).

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Primarno istraživanje provedeno je putem dva ispitivanja anketnim upitnicima i dubinskog intervjua. Anketni upitnik za prvo pilot ispitivanje sadržavao je 10 pitanja kojima su se željele utvrditi prednosti, nedostaci te mogućnost razvoja i održivosti poduzetništva albanske manjine u Hrvatskoj. Istraživanje je provedeno 2013. godine elektroničkim putem na uzorku od 100 albanskih poduzetnika u Republici Hrvatskoj koji se nalaze u bazi Unije albanske zajednice. Nakon obrade podataka pilot ispitivanja, izrađen je novi upitnik s 15 pitanja kojima su se željele utvrditi najčešće prepreke u razvoju poduzetništva albanske nacionalne manjine te najpoželjnija moguća rješenja za prevladavanje tih prepreka. Anketiranje je provedeno u proljeće 2014., a u njemu je sudjelovao 31 poduzetnik. Na kraju je u ljeto 2014. provedeno još 6 dubinskih intervjua za što bolji uvid u probleme razvoja poduzetništva albanske manjine. Pri odabiru uzorka vodilo se računa da ispitanici budu predstavnici djelatnosti kojima se najčešće bave Albanci poduzetnici u Hrvatskoj. Nažalost, među ispitanicima nije bila niti jedna žena jer su prema albanskim običajima vlasnici poduzeća uglavnom muškarci. Rezultati anketnih ispitivanja obrađeni su deskriptivnom statistikom, a rezultati svih sekundarnih i primarnih istraživanja ujedinjeni su u tablici SWOT analize.

4.1. Rezultati prvog anketnog pilot ispitivanja

Demografija uzorka ispitanika u pilot anketnom ispitivanju prikazana je u tablici 1. Svi ispitanici su muškog roda, većinom mlađe životne dobi, a 75 % su vlasnici ili suvlasnici poduzeća.

Tablica 1. Karakteristike uzorka ispitanika putem prve ankete

DOB	n = 100
18 – 30	35
31 – 40	43
41 – 50	14
51 – 65	8
ULOGA U PODUZEĆU	n = 100
Vlasnik	34
Voditelj	16
Zaposlenik	8
Suvlasnik	42
DJELATNOST	n = 100
Djelatnosti njege i ljepote	8
Pekarstvo i izrada kruha	26
Obrada i prodaja plemenitih metala	23
Trgovina na veliko i malo	21
Ugostiteljstvo	22

Na prvo pitanje *dobivaju li albanski poduzetnici poticaje od države za pokretanje i jačanje poslovanja*, svih 100 ispitanika dalo je negativan odgovor. Na drugo pitanje, *jesu li aktivni članovi neke albanske manjinske udruge*, njih 85 % dalo je negativan odgovor. Na treće pitanje *znaju li ima li država određene programe potpora za poduzetništvo manjina* 74 % poduzetnika nije znalo postoje li takvi poticaji. Prosječna ocjena međusobne potpore albanskih poduzetnika bila je dobar (3,1) što je pozitivno za jačanje prava manjinskih poduzeća. Zanimljivo je da 57 % ispitanika smatra kako im je *teže razviti poduzeće i posao jer su pripadnici nacionalne manjine*. Na pitanje *koji bi prijedlozi i projekti države pomogli manjinskom poduzetništvu*, većina ispitanika navela je otvaranje ureda za manjinsko poduzetništvo (39 %), jačanje novčanih subvencija (38 %) te jasnije zakone (20 %).

4.2. Rezultati druge ankete

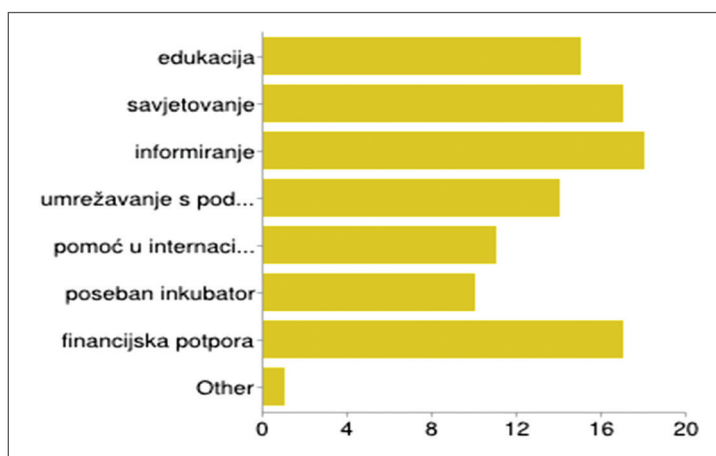
Nakon obrade prve ankete, uvidjela se potreba za dobivanjem odgovora na još neka dodatna pitanja, ali se, nažalost, prvi ispitanici nisu odazvali ponovnom elektroničkom anketiranju. Stoga je druga anketa provedena na 31 albanskom poduzetniku, a njihova dob, obrazovana struktura i djelatnosti kojima se bave prikazani su u tablici 2.

Tablica 2. Karakteristike uzorka drugog anketnog ispitivanja

DOB	n = 31
do 25 godina	0
26 - 35	9
36 - 45	5
46 - 55	9
56 - 65	6
više od 65 godina	2
OBRAZOVANA STRUKTURA	n = 31
Srednja stručna sprema	15
Viša stručna sprema	10
Visoka stručna sprema	6
DJELATNOST	n = 31
Pekarstvo i izrada kruha	16
Ugostiteljstvo	4
Zlatarstvo	9
Foto studio	2

Na pitanje o *ukupnom radnom stažu i radnom stažu koji su proveli kao vlasnici poduzeća*, većina njih u posao je ušla izravno kao vlasnik, odnosno, kao suvlasnik, što nam daje naslutiti da se poduzeća nasljeđuju tradicionalno unutar obitelji. To je ujedno i najčešći oblik ulaska mladih albanskih poduzetnika na poslovno tržište. Na pitanje, *jesu li od države dobili poticaje namijenjene pripadnicima albanske nacionalne manjine*, samo trojica su odgovorila pozitivno, a kao vrstu poticaja svi su naveli edukaciju. Na pitanje, *jesu li članovi neke manjinske udruge*, samo njih 8 (nešto manje od 25 %) odgovorilo je potvrdno. Prosječna ocjena međusobne potpore bila je 3,2. Na pitanje o *problemima prilikom zapošljavanja koji bi se mogli pojaviti zato što su pripadnici albanske nacionalne manjine*, 70 % smatra da problemi postoje. Dok s jedne strane 55 % ispitanika smatra da im je teže biti poduzetnicima jer su dio nacionalne manjine, s druge strane 67 % ispitanika misli da su pripadnici nacionalnih manjina poduzetnički aktivniji od većinskog naroda. Njih 86 % smatra da bi potporne mjere za manjinsko poduzetništvo pridonijele boljem razvoju poduzetništva nacionalnih manjina.

Grafikon 1. Predložene mjere potpore za razvoj poduzetništva nacionalnih manjina



Kada je riječ o najpoželjnijoj vrsti potpora (grafikon 1), najveći broj albanskih poduzetnika smatra da su najpotrebnije potpore vezane uz pravodobno informiranje, a odmah zatim financijska potpora, savjetovanje i edukacija. Najmanje su im potrebni poseban inkubator i pomoć u internacionalizaciji poslovanja.

4.3. Rezultati dubinskog intervjua

Provedeno je još 6 dubinskih intervjua kako bi se produbila saznanja o najvećim problemima, prednostima i nedostacima albanskog manjinskog poduzetništva u Hrvatskoj. Svi ispitanici su vlasnici poduzeća, a njihove djelatnosti i odgovori na uvodno pitanje „Kako se probijate na tržištu?“ prikazani su u tablici 3.

Tablica 3. Uzorak ispitanika u dubinskom intervjuu i različiti odgovori na pitanje kako se probijaju na tržištu

	IME I PREZIME	DJELATNOST	Kako se probijate na tržištu?
1.	Vilson Bisaku	zlatarnica	Neprekidnim inoviranjem. Probijamo se uz najnovije proizvode, uvijek pratimo najnovije tržište i svake godine u zlatarnici nešto renoviramo da ljepše izgleda, drugačije od ostalih.
2.	Anton Berisha	zlatarnica	Radimo sezonski i iskušavamo nova tržišta što nam pomaže da usvojimo nove vještine te upoznamo konkurenciju na različitim mjestima. To onda unosimo i u svoj sustav rada.
3.	Gašpar Čett	zlatarnica	Jačajući lojalnost ciljnih potrošača. No, za to su uvijek potrebne nove vrijednosti proizvoda.
4.	Martin Kolnrekaj	pekara	Putem vlastitih inovacija, radom na kvaliteti i obaveznom prisutnošću barem jednog člana obitelji u proizvodnji jer na taj način pratimo kvalitetu proizvoda i održavamo pravilno provođenje recepata koji su obiteljska tradicija, a koje kupci prepoznaju i cijene.
5.	Kol Zefić	pekara	Stalno radimo na kvaliteti kako bi se unaprijedilo znanje zaposlenika, a time i konkurentnost poslovanja.
6.	Gjok Rasim	pečenjara	Jako teško se probiti na tržištu posebno u ugostiteljstvu koje ima veliku konkurenciju. No, potrebna su stalna ulaganja u nove usluge i kvalitetu usluge.

Kao što se vidi iz tablice 3 svi ispitanici bave se tradicionalnim albanskim obiteljskim poslovima kao što su zlatarstvo i pekarstvo, a na tržištu se probijaju uglavnom marljivim radom, stalnim ulaganjima, inovacijama, posvećenošću klijentima i kvaliteti svojih proizvoda i usluga. Na pitanje „Koga zapošljavate - obitelj ili djelatnike s tržišta rada?“ svi ispitanici su odgovorili da vode obiteljska poduzeća u kojima osnovu radnog potencijala upravo čine članovi obitelji. Kada je riječ o radnoj snazi, kod manjinskih poduzetnika nema diskriminacije, ipak, važne i rukovodeće poslove obavljaju članovi obitelji koji su im snažna potpora. Razlog tome je tradicija i kultura koja se nastoji održati u poslovanju manjinskih poduzeća. Kao najveću prednost i mogućnost opstanka manjinskog poduzetništva svi ispitanici su naveli međusobnu potporu u pokretanju posla razmjenom znanja i informacija, a osobito međusobnim beskamatnim posuđivanjem novca. Kao nedostatke manjinskog poduzetništva svi ispitanici su navodili neinformiranost, nedostatne i neučinkovite poduzetničke

potpore, podizanje razine zakonskih odredbi iznad same mogućnosti njihova provođenja te shodno tome neumorno „reketarenje“ malih poduzetnika od strane države čime država guši ovaj tip manjinskog poduzetništva. Što se tiče umreženosti svi ispitanici smatraju da su albanski poduzetnici dobro povezani, ali neformalno. Jedan poduzetnik je izjavio da nije formalni član niti jedne manjinske udruge, niti bilo kakve organizacije, jer smatra da od takvih udruženja nema velike koristi. Do sada mu niti jedna manjinska asocijacija nije ponudila pomoć tako da udruženja uopće ne smatra važnima za održivost poslovanja. Međutim, većina ostalih ispitanika smatra da bi se ta neformalna povezanost trebala učiniti formalnijom kako bi imala bolji efekt za poslovanje, npr. osnivanje komora.

Tablica 4. SWOT poduzetništva albanske nacionalne manjine u Hrvatskoj

JAKOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Prenošenje tradicionalnih znanja i vještina u obitelji i manjinskoj zajednici. • Marljivost, upornost i snalažljivost • Viša stopa poduzetničke aktivnosti od većinskog stanovništva • Vlastiti kapital • Međusobno beskamatno posuđivanje • Obiteljsko poduzetništvo otpornije na gospodarske krize • Velika međusobna potpora i neformalna umreženost • Jačanje poduzetništva kao modela očuvanja identiteta albanske zajednice u Hrvatskoj 	<ul style="list-style-type: none"> • Slabija obrazovna struktura poduzetnika, • Nedostatak suvremenih poslovnih znanja potrebnih za održivi rast poduzeća • Strah od asimilacije • Slabije poznavanje hrvatskog jezika otežava praćenje zakona i korištenje potpora • Loša informiranost i nedovoljno korištenje postojećih poduzetničkih potpora • Neorganiziranost u formalna poslovna udruženja • Neuključivanje žena u vlasništvo i vođenje obiteljskih poduzeća
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Trend poticanja samozapošljavanja • Poduzetničko cjeloživotno učenje • Formalno udruživanje za razmjenu iskustava i bolje javno zastupanje manjinskih poduzetnika • Posebne javne potpore za manjinsko poduzetništvo • Korištenje EU fondova za bolju socijalnu uključenost nacionalnih manjina i prekograničnu suradnju • Umrežavanje u europsku mrežu etničkih poduzetnika 	<ul style="list-style-type: none"> • Teže zapošljavanje na tržištu rada • Veliki međunarodni i nacionalni lanci „gutaju“ obrte, mala i srednja poduzeća • Nedostatne i neučinkovite poduzetničke potpore za manjinske poduzetnike, • Podizanje razine zakonskih odredbi iznad same mogućnosti njihova provođenja • „Reketarenje“ malih poduzetnika od strane države koja guši malo i manjinsko poduzetništvo. • Nedostatna obrazovanost i ekipiranost Vijeća nacionalnih manjina na lokalnoj razini

Kao što se može vidjeti iz SWOT analize postoje neosporne jakosti i prilike razvoja poduzetništva albanske manjine u Hrvatskoj. Osvježivanjem slabosti i naporima da se one prevladaju još bi se bolje mogle iskoristiti prilike.

5. ZAKLJUČAK

Istraživanjem temeljnih značajki manjinskog poduzetništva na primjeru poduzetništva albanske nacionalne manjine u Hrvatskoj dobiveni su odgovori na sva tri postavljena istraživačka pitanja.

Prvo, što se tiče sadašnje situacije sa zapošljavanjem pripadnika albanske nacionalne manjine u Hrvatskoj, rezultati prvog i drugog anketnog ispitivanja pokazali su kako 70 % albanskih poduzetnika smatra da njihovi sunarodnjaci imaju problema prilikom zapošljavanja zato što su pripadnici albanske nacionalne manjine. Zato pripadnici albanske manjine većinom pribjegavaju pokretanju vlastitih poduzeća. No, ovaj trend nije samo posljedica visoke nezaposlenosti i loših uvjeta zapošljavanja manjina u Hrvatskoj, nego je to, na neki način, i obiteljska tradicija u određenim zanimanjima (zlatarstvo i pekarstvo). Veliki broj mladih pripadnika albanske manjine nastavlja obiteljski posao i teži tome da zadrži tradiciju obiteljskog poduzetništva. Temeljne prednosti poduzetništva albanske manjine leže upravo u očuvanju tradicionalnih zanimanja, jačanju poduzetništva kao modela očuvanja identiteta albanske zajednice u Hrvatskoj te velikoj međusobnoj potpori. Nedostaci su slabija obrazovna struktura poduzetnika, neorganiziranost u formalna poslovna udruženja, loša informiranost i nedovoljno korištenje mjera poduzetničke potporne infrastrukture. Albanski poduzetnici imaju volju i mogućnosti da razvijaju svoja poduzeća, ali prema njihovom mišljenju hrvatska vlada još uvijek ne prepoznaje potencijal manjinskog poduzetništva.

Većina ispitanika navodi da bi najprikladnije potporne mjere bile povećanje subvencija, otvaranje ureda za manjinsko poduzetništvo i posebni projekti države koji bi poticali manjinsko poduzetništvo. Potrebni su i jasniji zakoni koji će regulirati manjinsko poduzetništvo. Najpotrebnije su potpore vezane uz pravodobno informiranje, a odmah zatim financijske potpore, savjetovanje i edukacija. Najmanje im je potreban poseban inkubator.

Radi velikog utjecaja novih informacija na poslovanje i razvijanje poduzeća, preporuke za praksu pripadnicima albanske nacionalne manjine prvenstveno se odnose na povezivanje u različite manjinske udruge radi međusobne potpore i savjetovanja. Pohađanje poduzetničkih tečajeva i predavanja pridonijelo bi njihovom osobnom razvoju i usavršavanju postojećih menadžerskih znanja i sposobnosti neophodnih za upravljanje rastom poduzeća. Savjetuje se redovito kontaktiranje javnih institucija radi što boljeg informiranja, prisustvovanje raznim poduzetničkim događajima i manifestacijama, intenzivnija komunikacija i interakcija sa svim ostalim poduzetnicima u Hrvatskoj, a osobito pripadnicima drugih nacionalnih manjina, koji se nalaze u sličnim problemima.

Preporuka za daljnja istraživanja bila bi istražiti stavove, potrebe i preporuke manjinskih poduzetnika, pripadnika ostalih nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj. To se osobito tiče jačanja velikih lanaca i vala zatvaranja malih nekonkurentnih obiteljskih obrta (npr. pekarnica i zlatarnica), niže obrazovanih sinova koji tako ostaju bez posla te sve obrazovanih kćeri koje se još uvijek teško prihvaća kao vlasnice i menadžerice obiteljskog posla.

THE BASIC CHARACTERISTICS OF MINORITY ENTREPRENEURSHIP: ALBANIAN ENTREPRENEURS IN CROATIA

Antoneta Lekaj

antoneta.lekaj@gmail.com

mr. sc. Zrinka Gregov, University of Applied Sciences VERN'

Iblerov trg 10/1, 10000 Zagreb, Hrvatska

Telefon: +385 91 4825 920 Fax: +3825 1 4825 910 E-mail: zrinka.gregov@vern.hr

Mirna Varlandy Supek, Veleučilište VERN'

Iblerov trg 10/1, 10000 Zagreb, Hrvatska

Telefon: +385 91 4285 851 Fax: +3825 1 4825 910

E-mail: mirna.varlandy-supek@vern.hr

ABSTRACT

The research explored possibilities of self-employment and employment through minority-owned businesses. Its subject was Albanian minority entrepreneurship in Croatia. The objective was to explore the fundamental characteristics and potentials of developing minority entrepreneurship, and the purpose was to indicate the need for its encouragement as it may contribute to the development of the economy, higher levels of employment and self-employment and human rights reinforcement. Comprehensive research was conducted in order to answer the following questions: what is the current employment situation for members of the Albanian minority in Croatia; what is the current level of their business activity and what are the possibilities of its development; and what incentives for minority-owned businesses would enhance the development of Albanian minority entrepreneurship in Croatia. Following the desk research, two surveys (100 and 30 respondents) and six in depth interviews were conducted with Albanian minority entrepreneurs. The results show a rather low level of their employability. As entrepreneurs they have to rely on their own capital, be inventive and pass on their business knowledge and know-how to other members of their minority community. There is a strong bond between Albanian business owners, but most of them are not members of any entrepreneur association. They are not acquainted with the government incentives for minority-owned businesses. In Croatia there are still problems regarding the development of minority-owned businesses. Therefore we suggest improving the position of minority-owned businesses in Croatia through various incentives and closer collaboration between the government and Albanian minority union.

Key words: SMEs; minority entrepreneurship; national minorities; Albanians; Croatia

LITERATURA

1. Deakins, D. i Freel, M. S. (2009). *Entrepreneurship and small firms*. 5th ed. London: McGraw-Hill.
2. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2011). Preuzeto s <http://www.dzs.hr/> (12. 6. 2013.)
3. Europska komisija (2010). *EUROPA 2020: Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast*. Preuzeto s http://www.azoo.hr/images/razno/eu_hr.pdf (20. 7. 2013.)
4. *Europska mreža gradova za lokalne integracijske politike za migrante* (2011). Preuzeto s <http://www.eurofound.europa.eu/ubdocs/2008/105/hr/1/EF08105HR.pdf> (12. 6. 2013.)
5. EU (2004). *Akcijski plan za poduzetništvo (COM (2004) 70 final)*. Preuzeto s http://europa.eu/legislation_summaries/index_en.htm (12. 6. 2013.)
6. Fertala, N. (2006). *Determinants of Successful Immigrant Entrepreneurship in the Federal Republic of Germany*. Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Eberhard-Karls-Universität Tübingen.
7. Hout Rosen, H. (1999). *Self-employment, Family background, and Race*. NBER Working Paper 7344. Preuzeto s <http://www.nber.org/papers/w7344> (20. 7. 2013.)
8. Hrvatski zavod za zapošljavanje Republike Hrvatske (2011). Preuzeto s <http://www.hzz.hr> (26. 6. 2013.)
9. Li, P. S. (2001): Immigrants' Propensity to Self-employment: Evidence from Canada. *International Migration Review*, 2(35): 1106-1128.
10. Ministarstvo poduzetništva i obrta (2012). *Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. – 2020*. Preuzeto s <http://www.seecel.hr/UserDocslimages/Strategy%202013%20%202020%20MINPO.df> (22. 7. 2013.)
11. Narodne novine (2000): *Ustavni zakon o pravima nacionalnih manjina*. Narodne novine, 155/02, 47/10, 80/10.
12. Narodne novine (2000). *Zakon o uporabi jezika i pisma nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj*. Narodne novine, 51/00.
13. OECD (2010). *Entrepreneurship and Migrants. Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship*. OECD.
14. Regionalni centar za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje Jugoistočne Europe (SEECEL – South East European Centre for Entrepreneurial Learning). Preuzeto s <http://www.seecel.hr/> (1. 10. 2014)
15. Unija zajednica Albanaca: Baza podataka albanskih poduzetnika u Republici Hrvatskoj
16. Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Republike Hrvatske (2011). Preuzeto s http://www.uljppnm.vlada.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=51 (12. 6. 2013.)
17. Vlačić, E. i Čakić, N. (2011). *Tajna uspjeha albanskih poduzetnika: Najatraktivniji prostori u njihovom su vlasništvu*. Preuzeto s <http://www.istarski.hr/node/174> (26. 6. 2013.)
18. Vlada Republike Hrvatske (2012). *Izvešće o provedbi Akcijskog plana za provedbu Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina za razdoblje od 2011.-2013., za 2011. godinu*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava manjina u Republici Hrvatskoj
19. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2010). *Strategija učenja za poduzetništvo 2010.-2014*. Zagreb: RH, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva. Preuzeto s http://www.hzz.hr/UserDocslimages/Strategija_ucenja_za_poduzetništvo_2010-2014.pdf (1. 10. 2014.)