

Porodični biznis – uloga, značaj i tranzicija

Family business – role, significance and transition

Prof.dr.sc. Damir Šarić, Zavod zdravstvenog osiguranja Tuzlanskog kantona, Dr.sc. Azira Osmanović, Univerzitet u Tuzli

Sažetak— Prema mnogim istraživanjima, porodični biznis znatno doprinosi rastu i razvoju privrede većine zemalja. Kao takav djeluje u svakoj zemlji i sigurno je jedan od najstarijih oblika poslovnog organizovanja, ali njegov značaj nije jednako priznat u svakoj zemlji. Procjenjuje se da je ukupni ekonomski uticaj porodičnog biznisa preko 70% na globalni BDP. Porodični biznis prepoznat je kao porodično preduzeće koje je u vlasništvu članova porodice, čime se praktično neutrališu šanse pojave gubitka zbog loše organizacije. Glavna prednost ovog biznisa ogleda se u činjenici da potpunu kontrolu nad poslovanjem drže članovi porodice, što omogućava jasnu usmjerenost svih uposlenih ka realizaciji zajedničkih ciljeva poslovanja. Takav biznis pruža niz prednosti uposlenicima, poput slobode, neovisnosti i kontrole, istovremeno dajući dozu fleksibilnosti i kreativnosti u poslovanju. Međutim, sa druge strane javljaju se i elementi koji utiču na poslovanje. U prvom redu se to odnosi na sukob generacija, gdje se obično ne dopušta mlađoj generaciji dovoljno prostora za samostalnost u radu i u konačnici preuzimanje liderstva u vođenju posla. Ove negativnosti su prvenstveno uzrokovane kritiziranjem, nedostatkom podrške i povjerenja od strane starijih generacija. Tranzicija porodičnog biznisa predstavlja jedan od najvećih izazova sa kojim se preduzeće suočava, jer zahtjeva tranziciju prvenstveno na ličnom, profesionalnom i poslovnom nivou. Dakle, cilj ovog rada je definisati ulogu i značaj porodičnog biznisa na privredu zemalja, ukazati na prednosti i nedostatke takvog biznisa i analizirati poteškoće koje se javljaju prilikom tranzicije porodičnog biznisa.

Cljučne riječi – porodični biznis, porodično preduzeće, organizacija, ciljevi poslovanja, tranzicija .

Abstract – According to many studies, family business significantly contributes to the growth and development of the economy of most countries. As such, it operates in every country and is certainly one of the oldest forms of business organization, but its importance is not equally recognized in every country. It is estimated that the total economic impact of family business is over 70% of the global GDP. A family business is recognized as a family business that is owned by family members, which practically neutralizes the chances of loss due to poor organization. The main advantage of this business is reflected in the fact that full control over the business is held by family members, which enables a clear orientation of all employees towards the realization of common business goals. Such a business provides a number of advantages to employees, such as freedom, independence and control, while at the same time giving a dose of flexibility and creativity in business. However, on the other hand, there are also elements that affect business. First of all, it refers to the conflict of generations, where the younger generation is usually not allowed enough space for independence

in work and ultimately taking over the leadership in running the business. These negatives are primarily caused by criticizing, insufficient support and trust from older generations. The transition of a family business is one of the biggest challenges the company faces, as it requires a transition primarily on a personal, professional and business level. Therefore, the goal of this paper is to define the role and importance of family business on the economy of countries, to point out the advantages and disadvantages of such business and to analyze the difficulties that arise during the transition of family business.

Keywords – family business, family company, organization, business goals, transition.

I. UVOD

Veliki broj istraživanja govori u prilog tome da porodični biznis umnogome doprinosi rastu i razvoju privreda širom svijeta i danas je prepoznat kao dinamičan i veoma važan sudionik ekonomskih aktivnosti na globalnom nivou. Prisutan je na svim tržištima i predstavlja jedan od najstarijih oblika poslovnog organizovanja, ali tek se posljednjih 10-tak godina jasnije identifikuju i možemo reći značajnije proučavaju njegove jedinstvene prednosti. Vrlo često se porodična preduzeća doživljavaju i opisuju kao neobični poslovni subjekti. Razlog tome, leži u velikoj brizi i predanosti članova porodice kako za dugoročni opstanak preduzeća na tržištu, tako i za neprekidno iskazivanje ljudskosti tokom poslovnih aktivnosti, stvarajući jak osjećaj pripadnosti i ostalim uposlenicima koji nisu članovi porodice.

Iz samog naziva “porodično preduzeće” proističe da je porodica u kojoj živimo, rastemo i na kraju poslujemo ključ uspješnog poslovanja. U najvećem broju slučajeva radi se o preduzećima koja skladno posluju zahvaljujući predanosti svih uposlenika ka realizaciji zajedničkih ciljeva poslovanja. Idejni tvorci porodičnog biznisa, poslu pristupaju krajnje strastveno, ulažući značajnu energiju u rast i razvoj preduzeća, pokazujući time da za njih posao predstavlja život, što se neminovno prenosi na ostale članove porodice kao i sve uposlenike. Pored brojnih prednosti porodičnog biznisa, koje se ogledaju u slobodi, neovisnosti, fleksibilnosti i kreativnosti u poslovanju, ovaj vid poslovnog organizovanja često se susreće i sa određenim problemima koji se najčešće reflektuju u “generacijskom sukobu mišljenja”, napredovanju u poslu, naslijeđivanju, te tranzicijskom periodu. Cilj ovog rada je definisati ulogu i značaj porodičnog biznisa na privredu zemalja širom svijeta, ukazati na prednosti i nedostatke takvog

biznisa, te analizirati teškoće sa kojim se susreću tokom tranzicije preduzeća.

II. POJAM PORODIČNOG BIZNISA

Porodično preduzeće je poduzeće koje je u vlasništvu porodice i u čijoj je aktivnosti uključen jedan ili više članova porodice. Za preciznije određivanje pojma porodičnog poduzetništva moguće je koristiti i dodatne kriterije kao što su: postotak vlasništva poduzeća, utjecaj pri glasovanju o bitnim pitanjima poslovanja, mogućnost kontrole, uključivanje više generacija u posao i slično (Buble, M. 2003). Stoga definisanje i poimanje porodičnog biznisa, koji je u osnovi mali posao, veoma je teško i promjenjiva je kategorija. Ipak može se reći da je mali posao nezavisno posjedovani i upravljani posao, koji nije dominantan u svom polju djelovanja, što znači da posao posjeduje pojedinac ili manja grupa ljudi.

Nekada je taj biznis predstavljao jedini oblik organizacije poslovanja, a danas predstavlja dominantan oblik poslovanja i vrlo je važan oblik poduzetništva za ekonomski razvoj. Relativno je lako prepoznati značenje pojma porodičnog poduzetništva, budući da su mu glavne odrednice porodica i poduzetništvo tj. posao ili biznis. Porodični posao podrazumijeva da su u njemu angažirani isključivo članovi jedne porodice i njihovi prvi srodnici po muškoj i ženskoj liniji uključujući i njihove supružnike. Porodičnim poslom smatra se i posao u kojem porodica kao vlasnik posla povremeno za pojedine stručne, administrativne ili menadžerske poslove stalno ili povremeno angažira i druge osobe.

David Bork pod porodičnim biznisom podrazumijeva svaki biznis kojeg pokreće član obitelji i kojeg preuzima i dalje vodi i razvija neki drugi član obitelji. Nasljednici pokretača biznisa kontroliraju poslovanje i razvoj i imaju vlasništvo nad biznisom, a članovi porodice rade, participiraju i imaju korist od biznisa. Član porodice je svaka osoba koja ima krvno srodstvo s porodicom vlasnika, bilo rođenjem ili zaključenjem braka, ili osoba koja je u rodbinskoj vezi s vodećim ljudima u tom biznisu (Brok, D. 1987). Porodično preduzeće čini svaki posao registrovan kao trgovačko društvo ili obrt u vlasništvu porodice ili onaj u kojem porodica svojim ponašanjem i odlukama ima presudan uticaj. Najšira definicija porodičnog preduzeća govori o zahtjevu da porodica raspolaže određenim stepenom efektivne kontrole prilikom strateškog odlučivanja i da u konačnici želi zadržati preduzeće u obitelji (Kružić, D. i Bulog, I. 2012).

Zbog toga svako ko radi za sebe umjesto za druge je poduzetnik, gdje su osnivači ljudi koji pokreću vlastiti posao, a nasljednici ljudi koji naslijede porodični posao ili dobiju ulogu u porodičnom poslu. Porodični biznis predstavlja vlasnički oblik proizvodno uslužne organizacije poslovanja čije nastanak nije moguće precizno odrediti u vremenu i prostoru ali se može pretpostaviti da ima veliku povijest. Porodični biznis predstavlja pojmove kojima se zajednički opisuju uključenost porodice u obavljaju određenih privrednih djelatnosti s ciljem ostvarivanja profita (Kružić, D. 2004).

Zbog svojih specifičnosti porodični biznis vrlo često ima veliki značaj koji se ogleda u posebnim tehnikama i vještinama obavljanja posla koje ne posедуje konkurencija. Istovremeno velika posvećenost poslu članova porodice omogućava da se posao završi na vrijeme, uz čestu primjenu prekovremenog rada. Isto tako prednost porodičnog biznisa može biti u brzini donošenja odluka i reagovanja na nove poslovne mogućnosti pri čemu se zaobilaze hijerarhijske strukture. Postoje i druge karakteristike za porodični i mali biznis. Mali biznisi otvaraju mnoga radna mjesta i vidan je porast interesa za malim biznisom u poslovnim školama. Poduzetništvo je atraktivno za ljude svih godina i želja pojedinca da svoje znanje, kapital i rad uloži u vlastiti posao. Isto tako potreba za preživljavanjem praćena velikim povećanjem nezaposlenosti što se pretvara u oblik samozapošljavanja. Kod poduzetnika koji započinju porodični biznis prisutna je želja za neovisnošću uz jak osjećaj za posao. Isto tako prisutna je lična i porodična motiviranost, te očekivanja brzih i konkretnih rezultata. Na određeni način sposobni su da brzo reaguju na promjene i apsolutno su posvećeni svom poslu gdje često ulaze u posao sasvim slučajno. Stepenn prisutnost porodičnih preduzeća, u svim porama ekonomije na globalnom nivou, zahtjeva sveobuhvatnu pažnju zbog načina njihovog funkcionisanja i spremnosti da se nose sa svim budućim izazovima (Kružić, D. 2004). Za porodična preduzeća od iznimne važnosti je želja za stvaranjem tradicije. Na tom putu teže biti prepoznati po kvaliteti proizvoda i usluga kao i odnosa prema tržištu, usmjeravajući posebnu pažnju na značaj učenja, sticanja novih znanja i vještina svojih potomaka, kako bi bili spremni preuzeti porodični biznis.

III. ULOGA I ZNAČAJ PORODIČNOG BIZNISA U OBLIKOVANJU PRIVREDA SVAKE ZEMLJE

Sama struktura porodičnog biznisa veoma je kompleksna, a njegovo značenje i doprinos nacionalnim ekonomijama u najvećem broju slučajeva je podcijenjen. Osnivači porodičnog biznisa uglavnom ne žele javnosti prezentirati svoju moć i uticaj na ekonomska kretanja na lokalnom, nacionalnom i globalnom nivou, osim u slučajevima kada im to određeni zakonski propisi nalažu. U praktičnom smislu porodični biznis se razvija i to najčešće u obliku malog ili srednjeg preduzeća i predstavlja vodeću snagu u ekonomskom razvoju svake zemlje, tako što stimulišu privatno vlasništvo i poduzetničke sposobnosti. Takav oblik poslovnog organizovanja je veoma fleksibilan, sa mogućnošću brzog prilagođavanja promjenama na tržištu. U EU svake godine oko 450.000 preduzeća s oko 2 milijuna zaposlenih prolazi kroz proces prijenosa poslovanja, s tim da 30% porodičnih preduzeća preživi prijenos poslovanja na drugu generaciju, 13% na treću generaciju, a svega 3% ima duži životni vijek¹. Određene pojave, a prije svega nastanak i ekspanzija tehnoloških dostignuća poput informatičkih tehnologija posljednjih decenija veoma brzo mijenja navike i potrebe potrošača, stvarajući kontinuirane promjene na tržištima. Evidentno je da su neprestane tržišne promjene

¹ <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2016/02/CEPOR-Forum-obiteljskih-poduzeca-2015-program.pdf>

generator razvoja privrede i društva u čijim okvirima preduzeća u cilju opstanka odgovaraju izazovima, omogućujući na taj način produženje svog opstanka. Stoga je jedna od najvažnijih osobina malih i srednjih preduzeća postala njihova kontinuirana sposobnost da konzumiraju i generišu znanje. Pored toga, mala i srednja preduzeća postala su sposobna za brzo adaptiranje i čak prihvatanja stalnih promjena u njihovom okruženju, koje su prirodno nepredvidive².

U osnovi kao porodični biznis, te kao mala i srednja preduzeća u razvijenim zemljama predstavljaju generator privrednog rasta koji se ogleda kroz: otvaranje novih radnih mjesta, podsticanje brzih tehnoloških promjena zasnovanih na neprestanoj zdravoj i kreativnoj konkurenciji, raznovrsnost ponude roba i usluga, kreiranje novih potreba potrošača i zadovoljavanje istih.

Mala i srednja preduzeća u zemljama u tranziciji nisu još uvijek u mogućnosti da svoj pokretački uticaj ubrizgaju u privredni razvoj zemlje, jer ne tako davno u svim sadašnjim tranzicijskim zemljama mala i srednja preduzeća nisu ni postojala ili su obavljala samo male i beznačajne djelatnosti. Treba naglasiti da je historija poduzetništva u tranzicijskim zemljama veoma kratka, što ima za posljedicu mnogobrojne poteškoće pred kojima se nalaze mala i srednja preduzeća. Spor rast malih i srednjih preduzeća u zemljama u tranziciji negativno utječe na razvijanje poduzetništva, samozapošljavanja, razvoj tržišta, promjenu vlasničke strukture, brže i jednostavnije zadovoljenje potreba potrošača, izgradnju infrastrukturnih objekata.

Bez obzira na činjenicu o procentualnom učešću malih i srednjih preduzeća u BDP-u, broju zaposlenih i drugim značajnim vidovima njihovog doprinosa društvu, ekonomija jedne zemlje ne može se zasnivati isključivo na njima. Ovakav pristup ulozi malih i srednjih preduzeća pod mentorstvom stručnjaka razvijenih zemalja prihvatile su vlasti tranzicijskih zemalja u okviru kojih spada i Bosna i Hercegovina. To se posebno ogleda što se velikodušno radilo na razgradnji velikih privrednih sistema u procesu privatizacija s ciljem njihovog pretvaranja u mala i srednja preduzeća.

Mikro, mala i srednja preduzeća su veoma važna sa socijalnog i ekonomskog aspekta, jer ona čine 99% svih preduzeća u EU i zapošljavaju oko 65 miliona zaposlenika. U zemljama EU u malim i srednjim preduzećima broj zaposlenih radnika je približno isti kao u SAD ili Japanu. Mala i srednja preduzeća u značajnoj mjeri generišu inovacije i preduzetništvo koje su, kako navodi Schumpeter (Cason, M. 2003), „glavni pokretač ekonomskog razvoja“ u kreiranju novih radnih mjesta.

Uvažavajući značaj malih i srednjih preduzeća za privredu evropskih zemalja, u Lisabonu je 2000. godine donesena Povelja EU o malom poduzetništvu. Poveljom je definisano deset ključnih područja, sa ciljem unapređivanja razvoja malog poduzetništva, kako slijedi:

- Obrazovanje i obuka u oblasti poduzetništva, na svim nivoima obrazovanja, uključujući i visoko obrazovanje;
- Jeftinije i brže pokretanje preduzeća, kroz pojednostavljene procedure;
- Kvalitetnije zakonodavstvo i propisi, putem ocjene propisa u smislu njihovog efekta na male firme i kada je to moguće, pojednostavljenje ili uklanjanje svih obaveza nametnutih malim i srednjim preduzećima;
- Dostupnost vještina, kojima se omogućava institucijama za obuku da usmjere kurseve obuke na razvoj umijeća potrebnih za mala i srednja preduzeća;
- Poboljšavanje on-line pristupa, da bi se smanjili troškovi i povećala efikasnost malih i srednjih preduzeća koja saraduju s vladom;
- Bolje iskorištavanje jedinstvenog tržišta, kroz kontinuirani napredak ukloniti barijere trgovini i osigurati lojalnu konkurenciju na unutrašnjem tržištu;
- Opozivanje i pribavljanje finansija, kojim se podržavaju investicije u mala preduzeća kroz osiguranje povoljnih poreskih i regulacionih sistema, posebno da se njima nagrađuje uspjeh;
- Jačanje tehnoloških kapaciteta malih preduzeća, kako bi se osigurala sposobnost pristupa i primjene tehnologije koja im je potrebna;
- Uspješni modeli e-biznisa (elektronskog poslovanja) i vrhunska podrška malim biznisima, da bi se podstakla i da bi im se omogućilo da maksimalno iskoriste nove mogućnosti u toj oblasti;
- Razvijanje jačeg i efikasnijeg zastupanja malih preduzeća, na nivou EU i države, kako bi kreatori politike bili u potpunosti svjesni interesa malih preduzeća.

IV. PORODIČNI BIZNIS – ZA I PROTIV

Često vlasnici porodičnog biznisa, opravdanje za njegovo pokretanje vide u akumuliranju svog kapitala, znanja, vještina i rada u vlastiti posao. Povod može biti i jednostavna želja za preživljavanjem ili dopuna kućnog budžeta koji se ostvaruje radom na drugom mjestu. Porodična preduzeća su u uglavnom trajna preduzeća koja posjeduju uglavnom neke različite komponente ili tajne recepte po kojima se razlikuju od drugih preduzeća i time stiču prednost na tržištu. Djeca ostaju u preduzeću te se na njih prenose stečena znanja koji osiguravaju nastavak tradicije. Fleksibilnost u radu i vremenu provedenom na poslu je velika prednost i time se stiče konkurentna prednost u odnosu na ostala preduzeća koja nisu porodičnog porijekla (Čovo, P., 2007).

U praksi postoji puno prednosti porodičnih biznisa. Posvjedovanje porodičnog biznisa ima određene benefite a to je prije svega misli na slobodu, neovisnost i kontrolu, odnosno postizanje kontrole nad vlastitom sudbinom. Nadalje imamo izgradnju vlastitog kapitala, sopstvenu izgradnju kao ličnosti, kao i neizmjerni doprinos zajednici. Pored toga tu su još: porodična povezanost i želja da se sačuva ono što je stečeno, spremnost porodice na odricanja, usmjerenje zaposlenika (članova porodice) na dugi rok s obzirom da se u porodici ostaje dugoročno, poticanje na odgovornost i razvoj radnih navika svakog člana porodice, poticanje zajedništva u porodici, posvećenost kvaliteti i izgradnji branda, etična i

² Clerc, Ph., Business Intelligence as a Competitive Tool, SME Forum: Rapid Growth and Competitiveness through Technology, Helsinki, Septembar 16-17, 2000.

društvena odgovornost naročito prema lokalnoj zajednici i ostale (Dellinger, M.J., 1999). Kroz porodični biznis moguće je osigurati prestiž, ispoljiti kreativnost i inovativnost u kreiranju i realizaciji poslovnih ideja, što nas može dovesti u status lokalnog lidera kao društveno odgovornog preduzeća i time pridobiti potpunu naklonost zajednice. Porodična preduzeća lakše uspostavljaju bliskiji kontakt sa upravom, manje su birokratske, imaju ugrađen faktor povjerenja s uspostavljenim odnosima i omogućuju praktičnu obuku i rano izlaganje slijedeće generacije poslu.

Naravno u samoj osnovi postoje i određeni problemi kod porodičnog biznisa. Prije svega ne postoji izgrađen sistem finansiranja, odnosno nije lako doći do novca. Uvijek postoji neizvjesnost ubiranja prihoda i mogućnost gubljenja kompletnog kapitala. Nadalje tu je teret državne administracije sa brojnim barijerama, kao i mogućnost bržeg propadanja porodičnog biznisa. Stoga se uvijek postavljaju pitanja „za“ i „protiv“ porodičnog biznisa. Uz sve to neophodno je puno sati napornog rada i istovremeno niži nivo kvaliteta života dok se ne stabilizuje posao. Posebno je visok nivo stresa jer je kompletna odgovornost na pojedincu što može da obeshrabri dalje vođenje porodičnog biznisa. Porodični biznis, takođe se suočava s nizom upravljačkih izazova koji proizlaze iz preklapanja porodičnih i poslovnih pitanja. Porodična preduzeća trebala bi predstavljati skladno preduzeće koje dobro posluje i na dobrom je glasu baš zbog zajedničkih interesa i zajedničkih snaga koje ulazu u taj posao.

Porodična komunikacija, sukobi s rodbinom i odnosi između braće i sestara obično se nalaze među deset najvećih problema u porodičnim preduzećima. Glavno pitanje u rješavanju takvih porodičnih problema je otvoreno se s njima suočiti i započeti komunikaciju unutar porodice u pravcu rješavanja problema. Drug ključ uspješnog porodičnog biznisa uključuju uzajamno poštovanje, prisutnost dobrih uzora unutar porodice, sposobnost da poslovne probleme ne shvatamo lično te strpljenje i sposobnost slušanja drugih. Povijest porodičnog biznisa može biti korisno sredstvo za poboljšanje komunikacije i razumijevanja među članovima porodice. Pričajući priču o tome kako je posao osnovan i njegovim ranim borbama, povijest pomaže članovima sljedećih generacija da bolje razumiju vrijednosti i stavove porodice prema poslu. Osim za prenošenje porodičnih vrijednosti, povijest porodičnog biznisa može se koristiti za održavanje jedinstvene poslovne kulture i stvaranje kohezije među zaposlenicima. Također se može koristiti kao marketinški alat za kreiranje pozitivne slike o biznisu i porodici koja stoji iza njega.

Najznačajnija područja s kojima se suočavaju obiteljska poduzeća su (Ward, L.J., 2004):

- *Nasleđivanje* u smislu kada i kako će nastupiti, ko će o tome odlučivati i kako odrediti budućeg vođu;
- *Vlasništvo*, ko će biti novi vlasnik poduzeća nakon osnivača;
- *Poslovna odgovornost*, u smislu društvene odgovornosti porodičnog biznisa, kao ipojedinačne odgovornosti članova porodice;
- *Unutarporodični odnosi*, kako se odnositi s rivalstvom braće i sestara, kako se postaviti prema odnosima koji proizlaze iz

braka - odnosima prema snahama i zetovima; - *Izvanporodični odnosi*, kako će članovi porodice tretirati nečlanove, kako će se profesionalna kultura ispreplesti s porodičnom kulturom u poduzeću?

Za većinu ljudi najvažnija pitanja u njihovim životima predstavljaju njihove porodice i njihov posao, tako da je lako shvatiti moć porodičnog biznisa. Porodica i posao zajedno predstavljaju snažnu simbiozu snage, čiji sinergijski učinci mogu značajno doprinijeti zadovoljavanju životnih potreba.

V. TRANZICIJA U SLOŽENIJI OBLIK POSLOVNOG ORGANIZOVANJA

Sasvim je opravdano da porodični biznis tokom svog životnog ciklusa, dođe do tačke kada se mora odlučiti kojim putem nastaviti dalje. Svi oni biznisi koji su u proteklom periodu uspješno prevazilazili poslovne barijere, zahtijevaju tranziciju u složeniji oblik poslovnog organizovanja. Najpraktičnije je da se formalni plan tranzicije uradi u pismenom obliku, te da se taj dokument prezentuje na validan i transparentan način. U toj varijanti smanjuje se mogućnost konflikata i nesporazuma. Planom bi se trebalo obuhvatiti postepeno povlačenje osnivača, školovanje i pripremu nasljednika. Istovremeno treba se raditi i na razvoju drugih menadžerskih funkcija u poduzeću koji će odrediti buduću pravilan rast i razvoj preduzeća. Uz budućnost porodičnih biznisa najčešće se vezuju slijedeća pitanja:

- Postoji li mogućnost prijenosa na nove generacije,
- kada je pravi trenutak za započinjanje procesa prijenosa,
- kako i kada provesti postupak nasljeđivanja porodičnog biznisa,
- kako osigurati finansijsku stabilnost osnivača nakon prijenosa menadžmenta i vlasništva na preduzećem?

Odgovori na ova pitanja nisu identični kod svih porodičnih biznisa, iz razloga što je svaki biznis tokom svog poslovanja davao druge prioritete. Predpostavka je da će uspješnu tranziciju doživjeti oni biznisi koji su posebnu pažnju poklanjali tradiciji poslovanja sa posebnim osvrtom na kontinuitet edukacije i obrazovanja svih članova porodice, a posebno onih za koje se predviđa da će jednog dana preuzeti vođenje biznisa. S toga je od posebne važnosti da porodični biznisi blagovremeno pripremaju članove porodice i rade unutrašnju reorganizaciju kako bi na uspješan način obavili proces tranziciji u složeniji oblik poslovnog organizovanja (Jevtić, R., 2004). Uspješni porodični biznisi teže tranziciji poslovanja, sa aspektom zadržavanja upravljačke i vlasničke strukture unutar porodice, pri čemu su u proteklom periodu aktivno radili na pripremi kadrova iz kruga porodice za preuzimanje najvažnijih funkcija u prestrukturiranom poduzeću.

Positivan uticaj porodičnog biznisa na ekonomski rast i razvoj u visokorazvijenim zemljama, kao i zemljama u tranziciji, nedostatak finansijskih sredstava i vremena kao najvažnijih resursa, ukazuju da jedan od strateških ciljeva države treba da predstavlja podsticanje razvoja malih i srednjih preduzeća.

Potrebno je poticati razvoj strateških vizija za Porodično preduzeće umjesto ustrajanja na postojeće poglede i viđenja poslovanja (Alpeza, M., Peura, K., 2012). Potencijalni razvoj karijere u Porodičnom preduzeću ovisi i o stupnju educiranosti i potencijalima člana porodice, a istovremeno je potrebno razvijati vještine i znanja koja su potrebna za daljnje upravljanje i vođenje Porodičnog preduzeća. Nivo zainteresovanosti za poduzetništvo je veoma visok u svim starosnim grupama i ovakav rast poduzetničkog duha je jedan od najznačajnijih ekonomskih događaja u novijoj ekonomskoj historiji. Svuda u svijetu, ovi novi ekonomski „heroji“, mijenjaju biznis sredinu i igraju veoma značajnu ulogu u ekonomijama svojih zemalja. Mnogo bolje od velikih kompanija, ovi „mali džinovi“ (Bo Burlingam 2014) inoviraju proizvode i usluge, pomjeraju tehnološke granice, otvaraju nova radna mjesta.

U Evropskoj Uniji mala i srednja preduzeća čine 99,8% od približno 19 miliona preduzeća u Evropskoj Uniji i stvaraju oko 43% GDP-a. Iz navedenih podataka je lako zaključiti da bi svakoj zemlji trebalo da bude interes da sektor MSP bude što jači i zdraviji. Međutim, to nije jednostavno ostvariti. Zato zbog ograničenih resursa, neiskusnih menadžera i manjka finansijske stabilnosti prije svega, mala i srednja preduzeća imaju mnogo višu stopu mortaliteta od velikih preduzeća. Već poslije dvije godine, jedna trećina novootvorenih preduzeća će biti ugašena, dok će ih poslije 4 godine nestati više od pola.

Poslije 10 godina, samo će četvrtina novih preduzeća i dalje poslovati. Ovako visoka stopa mortaliteta ima dva negativna efekta – manje ljudi će se opredjeljivati da se bavi privatnim biznisom, usljed visokog rizika, a s druge strane i postojeća preduzeća će morati da posluju konzervativnije, jer nisu sigurna da li će njihovi partneri u poslu opstati na dugi rok. Stope mortaliteta su još više u manje razvijenim ekonomijama, kao što su ekonomije u tranziciji, što je svojevrsan problem, jer je baš ovim ekonomijama neophodno da imaju jak sektor malih i srednjih preduzeća kako bi mogla brže da prebrode tranzicioni period.

Klasični oblici podrške preduzećima su neophodni kako bi se sektor malih i srednjih preduzeća brže razvijao. Njihov efekat se može uočiti ukoliko uporedimo SAD i Evropu u periodu od 1960. do 1983. Godine (Becker, Gary S. 1996).

U tom periodu, broj malih i srednjih preduzeća u SAD se udvostručio, dok je Evropi, prosječno gledano, ostao na skoro istom nivou. Prema Geri Bekeru (Gary S. Becker), razlog su bile prevelike barijere za biznis i visoke stope oporezivanja u Evropi u tom periodu.

Porodična preduzeća prolaze kroz određene razvojne faze od rođenja i djetinjstva preko odrastanja i zrelosti pa do starosti i smrti. Najčešće se koristi 4 faza kroz koje prolazi Porodično preduzeće i koje su neophodne u životu preduzeća (Kruzić, D., 2004):

- Pojava i preživljavanje Porodičnog biznisa (start-up stage) temeljni i osnovni cilj preduzeća je započeti s poslovanjem. Ovu fazu odlikuje visoki finansijski rizik i nizak stepen organiziranosti, nedostatak resursa i pritisak za što bržim postizanjem rezultata,

- Stabilizacija i rast poslovanja predstavlja fazu razvoja za koju je moguće ocijeniti je li Porodično preduzeće uspjele, postiže se unutarnja stabilnost preduzeća,

- Dozrelost poslovanja dolazi do umanjenosti profitabilnosti, proizvodi i usluge koje pruža Porodično poslovanje gubi svoju prepoznatljivost i konkurencija se razmonžava, preduzeće u ovoj fazi postiže sve teže napredak.

- Ponovni početak ili nestajanje biznisa započinjemo s novim poslovnim poduhvatom ili nadopunjavamo staru poslovnu strukturu, ponekad to može uspjeti a ponekad ne.

Rast preduzeća predstavlja proces kontinuiranih pozitivnih poslovnih aktivnosti preduzeća, koji se posmatra s različitih aspekata kao što su: finansijski, strateški, strukturni i organizacioni aspekti (Wichkam, A.P., 2006).

VI. ZAKLJUČAK

Vrlo često se porodična preduzeća doživljavaju i opisuju kao neobični poslovni subjekti. Razlog tome, leži u velikoj brizi i predanosti članova porodice kako za dugoročni opstanak preduzeća na tržištu, tako i za neprekidno iskazivanje ljudskosti tokom poslovnih aktivnosti, stvarajući jak osjećaj pripadnosti i ostalim uposlenicima koji nisu članovi porodice. Porodično preduzeće je preduzeće koje je u vlasništvu porodice i u čijoj je aktivnosti uključen jedan ili više članova porodice. Porodična preduzeća predstavljaju često zastupljen oblik vlasničkog organiziranja i upravljanja poslovanjem. Nekada je taj biznis predstavljao jedini oblik organizacije poslovanja, a danas predstavlja dominantan oblik poslovanja i vrlo je važan oblik poduzetništva za ekonomski razvoj. U osnovi kao porodični biznis, te kao mala i srednja preduzeća u razvijenim zemljama predstavljaju generator privrednog rasta koji se ogleda kroz: otvaranje novih radnih mjesta, podsticanje brzih tehnoloških promjena zasnovanih na neprestanoj zdravoj i kreativnoj konkurenciji, raznovrsnost ponude roba i usluga, kreiranje novih potreba potrošača i zadovoljavanje istih. Često vlasnici porodičnog biznisa, opravdanje za njegovo pokretanje vide u akumuliranju svog kapitala, znanja, vještina i rada u vlastiti posao. Povod može biti i jednostavna želja za preživljavanjem ili dopuna kućnog budžeta koji se ostvaruje radom na drugom mjestu.

U praksi postoji puno prednosti porodičnih biznisa. Posvjedoavanje porodičnog biznisa ima određene benefite a to je prije svega misli na slobodu, neovisnost i kontrolu, odnosno postizanje kontrole nad vlastitom sudbinom. Nadalje imamo izgradnju vlastitog kapitala, sopstvenu izgradnju kao ličnosti, kao i neizmjerni doprinos zajednici. Naravno u samoj osnovi postoje i određeni problemi kod porodičnog biznisa. Prije svega ne postoji izgrađen sistem finansiranja, odnosno nije lako doći do novca. Uvijek postoji neizvjesnost ubiranja prihoda i mogućnost gubljenja kompletnog kapitala. Nadalje tu je teret državne administracije sa brojnim barijerama, kao i mogućnost bržeg propadanja porodičnog biznisa. Sasvim je opravdano da porodični biznis tokom svog životnog ciklusa, dođe do tačke kada se mora odlučiti kojim putem nastaviti dalje. Svi oni biznisi koji su u proteklom periodu uspješno

prevazilazili poslovne barijere, zahtijevaju tranziciju u složeniji oblik poslovnog organizovanja.

LITERATURA

- [1] Alpeza, M., Peura, K., (2012.): Razvoj i održivost obiteljskih poduzeća u Hrvatskoj, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR, Zagreb,
- [2] Becker, Gary S. (1996); The Essence of Becker, Hoover Press,
- [3] Brok, D. (1987) Family Business – How to make it work. Aspen: Bork Institute for Family Business.
- [4] Buble, M. (2003) Management malog poduzeća. I. dio. Split: Ekonomski fakultet u Splitu
- [5] Burlingam, Bo., (2014): „Small Giants –Companies That Choose to Be Great Instead of Big“
- [6] Clerc, Ph., Business Intelligence as a Competitive Tool, SME Forum (2000): Rapid Growth and Competitiveness through Technology, Helsinki,
- [7] Casson, M., (2003), The Entrepreneur – An Economic Theory 2ed, Edward Elgar,
- [8] Čovo, P. (2007.): Održivo poduzetništvo, nastavni materijali, Sveučilište u Zadru., Zadar
- [9] Dollinger, M.J. (1999) Entrepreneurship: Strategies and Resources. 2. izd. Prentice Hall.
- [10] Kružić, D., Bulog, I. (2012.): Obiteljaska poruzeća - životni ciklusi, nasljeđivanje i održivost, Ekonomski fakultet Split,
- [11] Kružić, D., (2004) ; Obiteljski biznis, RRiF-plus, Zagreb
- [12] Jevtić, R., (2004); Razvoj malih i srednjih preduzeća – Bosna i Hercegovina,
- [13] Ward, L.J. (2004) Perpetuating the Family Business. Macmillan: Palgrave
- [14] Wichkam, A. P., Strategic Enterprenuership, 4th. ed., Prentoce Hall, 2006.
- [15] www.nfib.com/content/resources/workplace-policies, 04.10.2023.
- [16] www.cepor.hr/wp-content/uploads/2016/02/CEPOR_-Forum-obiteljskih-poduzeca-2015-program.pdf, 05.10.2023.