

UTICAJ PORODICE NA IZBOR POSLOVNOG OBLIKA KOD SAMOSTALNIH PREDUZETNIKA- OSVRT NA ŠVEDSKU

Nemanja Budimir¹

SAŽETAK

Većina studija pokazuje da je verovatnoća da deca postanu preduzetnici veća ukoliko je jedan od roditelja preduzetnik. U radu se koristi pojam porodice zasnovan na bliskim rodbinskim vezama i istražuje se značaj porodice za nameru pojedinca da postane preduzetnik. Preduzetništvo se deli u tri kategorije: preduzetnička radnja, akcionarsko društvo i kombinacija zaposlenja sa preduzetničkom radnjom, reflektujući različite namere preduzetnika. Cilj rada je razumeti zašto neko postaje preduzetnik sa fokusom na značaj porodice i njen uticaj na poslovnu i ekonomsku sferu društva. Analizom podataka o preduzetništvu u Švedskoj, proučava se koliko porodica utiče na nameru pojedinca da postane preduzetnik. U Švedskoj ima oko 650.000 registrovanih firmi, koji su značajan ekonomski faktor. Raznolikost oblika preduzetništva reflektuje društveni stav prema preduzetništvu, kao i individualne potrebe i želje. Javne institucije vrednuju preduzetništvo zbog njegove samoodrživosti i doprinosa ekonomskom rastu. Iako motivi za preduzetništvo variraju, zakonodavac prepoznaje vrednost u omogućavanju različitih oblika preduzeća koji zadovoljavaju i individualne i društvene potrebe. Diskusije o preduzetništvu često zanemaruju značaj porodice za one koji osnivaju akcionarsko društva.

KLJUČNE REČI: preduzetništvo, porodica, preduzetnička radnja, akcionarsko društvo, namera, kombinatori

THE INFLUENCE OF FAMILY ON THE CHOICE OF BUSINESS FORM AMONG SELF-EMPLOYED ENTREPRENEURS: A FOCUS ON SWEDEN

SUMMARY

Most studies show that the likelihood of children becoming entrepreneurs is higher if one of the parents is an entrepreneur. This paper uses the concept of family based on close kinship ties and explores the importance of family for an individual's intention to become an entrepreneur. Entrepreneurship is divided into three categories: entrepreneurial actions, joint-stock companies, and a combination of employment with entrepreneurial activity, reflecting different entrepreneurial intentions. The aim of the paper is to understand why someone becomes an entrepreneur, with a focus on the importance of family and its impact on the business and economic sphere

¹ mr.sc Nemanja Budimir, doktorand Beogradska bankarske akademije, Beograd, Bryggan skola- Motala Kommun, Motala, Švedska/Fondacija „Andrej Budimir“, Banja Luka, nemanja.fondacijaandrejbudimir@gmail.com

of society. By analyzing registry data on entrepreneurship in Sweden, the paper examines the extent to which family influences the intention to become an entrepreneur. In Sweden, there are about 650,000 registered companies, which are a significant economic factor. The diversity of forms of entrepreneurship reflects societal attitudes towards entrepreneurship, as well as individual needs and desires.

Public institutions value entrepreneurship for its self-sustainability and contribution to economic growth. Although the motives for entrepreneurship vary, the legislator recognizes the value in enabling different forms of enterprises that meet both individual and societal needs. Discussions on entrepreneurship often overlook the importance of family for those who establish joint-stock companies.

KEY WORDS: *entrepreneurship, family, entrepreneurial action, joint-stock company, intention, combiners.*

UVOD

Većina studija pokazuje da je vjerovatnoća da deca postanu preduzetnici veća ukoliko je jedan od roditelja preduzetnik ili je bio preduzetnik. Međutim, postavlja se pitanje kako porodica utiče na prenos preduzetništva, tj. kakav je uticaj bliskih porodičnih veza i jakih socijalnih veza unutar porodice (Aldrich & Cliff, 2003). U radu se koristi pojam porodice koji je zasnovan na bliskim rodbinskim vezama i upotrebljava se kako bi se istražio značaj porodice za nameru pojedinca da postane samostalni preduzetnik. Koristi se pravna forma preduzeća tj. biti preduzetnik u porodičnoj radnji ili u sopstvenom akcionarskom društvu, kao kategorizacija namere preduzetništva. Preduzetnici u porodičnoj radnji dele se u dve grupe: oni koji kombinuju zaposlenje sa sopstvenom radnjom i oni koji sav prihod ostvaruju samo iz sopstvene radnje. Oblici preduzeća značajno se razlikuju u pogledu namere koju preduzetnik ima sa svojim poslovanjem. Njegova namera prikazuje se kroz izbor oblika preduzeća koji je pojedinac napravio. Kategorizacija preduzetništva u tri kategorije odražava različite namere koje preduzetnici imaju sa svojim poslovanjem.

Za preduzetništvo se može reći da predstavlja složenu ekonomsku aktivnost. Naime, preduzetništvo se može definisati kao sposobnost da se na osnovu kreativne čovekove ekonomske delatnosti i ograničenih proizvodnih faktora formira određena efikasna privredna delatnost. Isto tako se može definisati kao proces stvaranja nečeg novog, ulaganjem neophodnog vremena i napora, uz pretpostavku pratećih finansijskih, fizičkih i društvenih rizika, ali isto tako i prihvatanjem odgovarajućih nagrada u obliku novčanog i ličnog zadovoljstva i nezavisnosti (Jovanović, 2015, str. 4) U radu pojedinac je „ugrađen“ u porodicu (Aldrich & Cliff, 2003). Izbor oblika preduzeća pojedinca posmatra se kao planirana aktivnost koja je zasnovana na namerama pojedinca (Ajzen, 1987; Ajzen, 1991). Uticaj porodičnog konteksta na prenošenje namera za bavljenje preduzetništvom proučava se pomoću višeslojne analize i podataka iz registra o preduzetništvu u Švedskoj.

Doprinos ovoga rada je pre svega u razumevanju zašto neko postaje preduzetnik fokusirajući se na značaj porodice. Takođe, diskutuje se o porodici i njenom uticaju na preduzeća i društvo. Podela preduzetništva na tri različita poslovna oblika, pruža bolju sliku o malim preduzećima i načinu na koji se namera za bavljenjem preduzetništvom prenosi unutar porodice. Bitno je istaći da u Švedskoj ima mnogo registrovanih preduzetnika, oko 650.000. Sam ovaj broj govori da su oni važna grupa. U mnogim kontekstima, posebno u

politici, pridaje se velika važnost njihovom doprinosu, u nadi da će upravo oni doprineti zapošljavanju i ekonomskom rastu.

Proučavanjem izbora pravne forme preduzeća i namere preduzetnika, nastoji se pokazati koliko je ova grupa raznovrsna. U radu se takođe pokazuje koliko je važna porodica za namere preduzetnika da se bavi preduzetništvom. Na individualnom nivou, velika je prednost što postoji mogućnost izbora preduzetništva, to može da odgovara pojedincu, njegovoj situaciji i namerama. Iako motivi za preduzetništvo variraju i nisu uvek poželjni, poput nezaposlenosti i niske plate, javne institucije smatraju mogućnost bavljenja preduzetništvom vrednom za pojedinca, pozivajući se na njegovu samostalnost i samospoznaju, ali i na dinamiku ekonomije. Raznovrsnost pravnih formi preduzeća odražava stav društva prema preduzetništvu, a ne samo potrebe, sposobnosti i želje pojedinca. Mnoge usluge posebno lične, poput frizerskih i kozmetičkih usluga, bile bi neprikladne u javnom sektoru, pa čak i u velikim firmama. Razvoj usluga, manje ili više tehnički naprednih, često se dešava u malim preduzećima i kod individualnih preduzetnika. Upravo iz tog razloga zakonodavac vidi vrednost u omogućavanju različitih oblika preduzeća koji zadovoljavaju kako individualne potrebe, tako i potrebe društva za razvojem proizvoda i ekonomskim rastom. Javne institucije uglavnom daju prioritet ekonomskom rastu, što je jasno u ideološkoj diskusiji o preduzetništvu i podršci malim preduzećima. To znači da se najmanje pažnje pridaje apsolutnoj većini preduzetnika i njihovim uslovima. Veliki uticaj koji porodica ima za one koji osnivaju preduzeće kao akcionarska društva nije dovoljno istaknuta u diskusijama niti u oblicima podrške za preduzetništvo.

PORODICA I PREDUZETNIŠTVO

U literaturi razvijen je teorijski okvir za proučavanje preduzetništva u kojem se pojedinac posmatra kao „ukorenjen“ u socijalni, kulturni i ekonomski sistem porodice (Aldrich & Cliff, 2003). Takođe, diskutuje se o značaju porodice za preduzetništvo i za prepoznavanje i eksploataciju poslovnih prilika, tj. ključnih procesa za preduzetništvo (Shane & Venkataraman, 2000). Ključno je to što pojedinac ne donosi potpuno slobodne i nezavisne odluke. Pokretanje sopstvenog preduzeća mora se povezati sa kontekstom porodice. Mnogi autori navode značaj „jakih veza“ između članova porodice (Aldrich et al., 1998). Međutim, nejasno je šta se podrazumeva pod jakim socijalnim vezama. U pojedinim slučajevima se čini da se pojam odnosi na socijalizaciju unutar porodice, a ponekad na socijalizaciju članova porodice izvan nje. U većini slučajeva jake veze definišu se kao direktno srodstvo, bez posebnog naglašavanja vrste socijalizacije koja se odvija u porodici ili je reč o intenzitetu te socijalizacije.

Pokretanje i vođenje sopstvenog preduzeća uglavnom je relativno dobro isplanirana aktivnost, koja zahteva da pojedinac ima želju i sposobnost da bude preduzetnik. Ukorenjenost pojedinca u porodici može ukazivati na to da se neka vrsta prenosa te želje i sposobnosti dešava kroz socijalizaciju među članovima porodice. Ono što se može preneti ili stvoriti unutar porodice putem tih prenosa su resursi koji pojedincu omogućavaju da bude preduzetnik, kao i norme, stavovi i vrednosti koje mu daju želju da bude preduzetnik. Ovo su u stvari preduslovi koji su neophodni kako bi se prepoznale poslovne prilike, izvršila mobilizacija resursa i stvorile poslovne strategije.

U radu posebna pažnja se posvećuje značaju porodične zastupljenosti za preduzetništvo. Ovo stavlja fokus na pojam porodice, namere koje vode ka preduzetničkoj delatnosti i prenos tih namera unutar porodice. Namere predstavljaju važnu stavku za postizanje aktivnosti koja vodi ka preduzetništvu (Shane, 2008). Koristeći karakteristike poslovne forme kao izraza namere preduzetnika, meri se i analizira značaj porodice za prenos namere da se postane preduzetnik.

U analizi koja je predstavljena u radu, porodica je definisana iz populacije rođene između 1945-1960. Svi rođeni u tom periodu i njihova deca rođena pre 1985. godine uključeni su u porodicu. U analizu su uključene samo porodice sa više od jednog člana. Kreirane su porodične baze podataka koje sadrže muške pojedince, ali i porodične baze podataka sa ženskim pojedincima.

OBLIK PREDUZEĆA OTKRIVA NAMERE PREDUZETNIKA

U literaturi veoma često se pravi razlika između preduzetništva i samozapošljavanja. Pojam preduzetništva naglašava inovacije, razmišljanje o mogućnostima i delovanje. S druge strane, pojam samozapošljavanje naglašava samostalnu zaradu i odgovornost za prihod od preduzetničke delatnosti (Henrekson & Sanandaji, 2014). Razlikuju se tri oblika samozapošljavanja, a to su: preduzetnici u individualnoj delatnosti (individualna delatnost- preduzetnička radnja), preduzetnici koji kombinuju zaposlenje sa individualnom delatnošću (kombinatori) i preduzetnici u sopstvenom akcionarskom društvu (akcionarsko društvo). Hipotetički, prva dva oblika su najbliža definiciji samozapošljavanja sa motivom samostalne zarade, dok je poslednji bliži definiciji preduzetnika sa fokusom na inovacije, poslovne prilike i preuzimanje rizika. U tabeli koja sledi prikazan je procenat samozaposlenih, kao i procenat za različite oblike preduzeća, a to su: individualna delatnost (preduzetnička radnja), akcionarsko društvo i kombinatori. Kako bi se mogao definisati kao preduzetnik pojedinac mora da bude registrovan u SCB registru (šved. *Statistikmyndigheten SCB*) u periodu od 2003-2010. godine.

	<i>Muškarci</i>	<i>Žene</i>
<i>Svi</i>	25,4%	14,8%
<i>Akcionarsko društvo</i>	7,3%	2,3%
<i>Preduzetnička radnja</i>	10,4%	5,9%
<i>Kombinatori</i>	16,6%	11,2%

Tabela 1. Procenat preduzetnika u Švedskoj u periodu 2003-2010. godine

Izvor: Autor prema Statistikmyndigheten

Ovde je bitno istaći da od svih pojedinaca u porodičnim bazama podataka, 25,4% muškaraca je bilo definisano kao preduzetnici u nekom trenutku tokom posmatranog perioda. Takođe, važno je naglasiti da pojedinac može imati sva tri različita oblika preduzeća tokom perioda, samim tim brojevi se ne mogu sabirati.

Naime, osnivanje preduzeća, bilo da je izazvano iznenadnim događajem ili uvidom, prethodi procesima koji omogućavaju osnivanje (Lofstrom et al., 2014). Želja i sposobnost da se bude preduzetnik postepeno se razvijaju kod pojedinaca i dešavaju se u interakciji

sa članovima porodice. Naime, to vodi do varijacija u namerama kod preduzetnika koje se mogu odraziti kroz moguće oblike preduzeća koje zakon dozvoljava.

U tabeli 1, može se videti koliko su zastupljeni različiti oblici preduzeća. Naime, postoji velika razlika u procentima za tri različita oblika preduzeća. Na osnovu dobijenih podataka može se zaključiti da su kombinatori najdominantniji oblik, preduzetnička radnja nalazi se na drugom mestu, dok je akcionarsko društvo zastupljeno u najmanjoj meri. Imati firmu za dodatni posao predstavlja najpopularniji oblik samozapošljavanja. Potreba za zaradom bez zavisnosti od šefova je druga po popularnosti. Biti preduzetnik sa kompanijom koja ima poboljšane mogućnosti za rast pokazuje se kao najmanje uobičajena namera među preduzetnicima.

INTENCIJE PREDUZETNIKA

Pitanje koje se veoma često postavlja jeste šta utiče na odluku da se postane preduzetnik? Pojedini autori navode da se može raditi o naučenim normama, stavovima i uzorima, ili sposobnosti da se prepoznaju poslovne prilike, predvide potrebe za resursima i posledice (Ajzen, 1987; Ajzen, 1991). Proces prenosa preduzetničkih namera unutar porodice je složen. U literaturi se navodi da postoji prenos preduzetničkih namera sa roditelja na decu, ali takođe i da bake i dede igraju značajnu ulogu i da u pojedinim slučajevima mogu delimično da zamene roditelje u procesu prenosa (Stavroula et al., 2012). Bavljenje preduzetništvom može biti trenutna odluka, međutim namera je i dalje ključna za njeno ostvarivanje. Namera da se bude preduzetnik je neizostavan (ali ne i dovoljan) korak za preduzetnika da realizuje svoj plan (Bird, 1988).

Namera da se bude preduzetnik zavisi od dva faktora: percipirane želje i percipirane sposobnosti, odnosno mogućnosti (Ajzen, 1991; Fitzsimmon & Douglas, 2011). S obzirom da namera zavisi od dva faktora, oni se mogu odnositi jedan na drugi na različite načine tokom vremena i u procesu prepoznavanja i eksploatacije poslovne ideje. Pojedini autori su argumentovali da postoji multiplikativna povezanost između faktora u procesu namere (Conner & McMillan, 1999; MacIver et al., 1991). Takođe, bitno je istaći da percipirana sposobnost i želja pokazuju da je interakcija između njih uglavnom negativna (Fitzsimmon & Douglas, 2011). A razlog za to je što inicijalni podsticaj u fazi prepoznavanja prelazi u kasniji inhibirajući fokus u fazi eksploatacije poslovne ideje, što uglavnom dovodi do negativne interakcije između faktora. Oni identifikuju tri različite kombinacije faktora percipirane želje/sposobnosti: Visoka/visoka (daje snažnu nameru da se postane preduzetnik i naziva se „prirodni preduzetnik“), visoka/niska (vodi ka delovanju da se postane preduzetnik, naziva se „neizbežni preduzetnik“) i niska/visoka (u pravom trenutku može dovesti do osnivanja preduzeća i naziva se „prilazni preduzetnik“) (Fitzsimmon & Douglas, 2011).

OBLIK PREDUZETNIŠTVA KAO INTENCIJA

Svaki oblik preduzetništva ima specifičnu pravnu konstrukciju koja ga čini pogodnim za različite svrhe i koja ujedno sugerise na namere preduzetnika (Lunden, 2011; Lunden, 2012). Preduzetnici koji vode preduzetničku radnju lično su odgovorni za sve ekonomske odluke i posledice tih odluka koje se donose u ime preduzetničke radnje. To znači da takvi preduzetnici rade sami ili imaju samo nekoliko zaposlenih, često u vidu pomoći članova porodice. Takođe, oni retko imaju planove za proširenje i izbegavaju rizike koji bi mogli

da ugroze željeni prihod. Razlozi zašto se odlučuju za preduzetništvo često su nezadovoljstvo trenutnim poslom, niske plate ili nezadovoljstvo sa nadređenim i sl. Preduzetnici u preduzetničkim radnjama često obavljaju poslove u istoj ili sličnim industrijama u kojima su ranije bili zaposleni. Takođe, troškovi osnivanje preduzetničke radnje su relativno niski. Međutim, vođenje preduzeća može zahtevati dodatne resurse, kao što su prostor, oprema i administrativne usluge. S obzirom da rade u poznatoj industriji i primenjuju prethodno stečena znanja, veštine i iskustva, ali i mreže koje su stvorene tokom prethodnog zaposlenja, operativni troškovi retko predstavljaju prepreku za one koji vode preduzetničku radnju.

Najveća grupa preduzetnika su kombinatori, od kojih većina ima zaposlenje kao glavni izvor prihoda, dok preduzetništvo u obliku preduzetničke radnje obavlja kao dodatnu delatnost. Motivi za kombinatore da imaju preduzeće često su povećanje prihoda ili poboljšanje životnih uslova. Kombinatori su relativno česta pojava među profesionalnim radnicima i zanatlijama sa nekoliko godina radnog iskustva. Kombinatori se retko zapošljavaju, preuzimaju mali rizik i ne postoje namera da se posao proširi. Preduzeće kombinatora može se smatrati dodatnim poslom.

S druge strane, preduzetnik koji osniva i vodi akcionarsko društvo prilikom osnivanja mora da uloži kapital u preduzeće radi njegove kupovine i legalizacije. Osim toga, godišnji administrativni troškovi su znatno viši u poređenju sa preduzetničkim radnjama. Ovo je nešto drugačije od najjednostavnijeg oblika preduzetništva. U pravilu preduzetnici koji vode akcionarsko društvo imaju veće ambicije od jednostavnog zarađivanja za život ili povećanja prihoda kroz dodatni posao. Motivi su obično razvoj poslovanja, mogućnost zapošljavanja i uzimanje kredita. U isto vreme preduzetnici žele da ograniče rizike povezane sa poslovanjem, a to postižu vođenjem preduzeća kao akcionarskog društva. Preduzetnici u akcionarskom društvu biraju ovu formu preduzeća kako bi razvili proizvodnu/poslovnu ideju, iskoristili tržišne prilike i projekte koji uključuju i mogućnosti i rizike. Ovo je vrsta preduzetnika koja najverovatnije odgovara opisu preduzetnika, onome koji kreira nove poslove, radna mesta i ekonomski rast. Ujedno ovo je i najređa vrsta među preduzetnicima.

UTICAJ PORODICE I PRENOS INTENCIJE

Cilj je proučiti značaj porodice za izbor preduzetničke forme kod pojedinca. Da bi se to postiglo koristi se analiza više nivoa. Ova analiza ima za cilj da objasni koliki deo ukupne varijacije u preduzetništvu može da se objasni porodicom. Konkretno, upotrebljava se korelacija između grupa, tj. udeo ukupne varijacije u rezultatu koji se može pripisati porodici. Visoka međugrupna korelacija znači da je porodica važna za objašnjenje individualne sklonosti ka preduzetništvu i različitim preduzetničkim formama.

Naime, analiza pokazuje da veliki deo ukupne varijacije može da se pripiše porodici, što je prikazano i u tabeli 2. Efekat porodice, meren kao međugrupna korelacija, iznosi 21,4% za muškarce i 20,9% za žene. U poređenju sa imigrantskim grupama ili opštinama, porodica objašnjava oko 4-5 puta više od ukupne varijacije. Uticaj porodice na sklonost pojedinca da bude preduzetnik jasno je vidljiva, što se slaže sa već poznatim rezultatima iz naučne literature.

Međugrupne korelacije za preduzetnike u preduzetničkoj radnji i kombinatore su visoke i iznose oko 20% za muškarce i žene. Ovo pokazuje da je uticaj porodice snažan na izbor ove dve preduzetničke forme sa karakteristikama koje ih obeležavaju. Preduzetnici u

sopstvenom akcionarskom društvu pokazuju još jači uticaj sa međugrupnom korelacijom od 32% za muškarce i 34% za žene, što ukazuje na još jači uticaj porodice. Rezultati koji su prikazani u tabeli koja sledi pokazuju sličnosti međugrupnih korelacija za muškarce i žene.

	<i>Muškarci</i>	<i>Žene</i>
<i>Sve</i>	21,4	20,9
<i>Akcionarska društva</i>	32,8	34,4
<i>Preduzetničke radnje</i>	21,6	19,8
<i>Kombinatori</i>	21,0	21,6

Tabela 2. Međugrupna korelacija za različite preduzetničke forme 2003-2010. godina

Izvor: Autor prema Statistikmyndigheten

Treba napomenuti da međugrupna korelacija pokazuje udeo ukupne varijacije koja se može objasniti pripadnošću porodici i računa se pomoću sledeće formule: varijansa porodice/(varijansa porodice + varijansa pojedinac).

ANALIZA I TUMAČENJE REZULTATA

Preduzetnici koji imaju vlastito akcionarsko društvo razlikuju se od drugih oblika preduzetništva jer je uticaj porodice na izbor ove preduzetničke forme znatno jači nego kod kombinatora i preduzetnika koji imaju preduzetničke radnje. Naime, preduzetnici sa sopstvenim akcionarskim društvom su „prirodni (pravi) preduzetnici“ prema kategorizaciji koju su uradili Fitzsimmons i Douglas, tj. oni predstavljaju preduzetnike koji imaju jaku želju i visoku sposobnost za preduzetništvo (Fitzsimmon & Douglas, 2011). Verovatnoća da član porodice postane preduzetnik raste ukoliko u porodici već postoje preduzetnici sa relativno razrađenim poslovanjem i poslovnim razmišljanjem, koje se može preneti unutar porodice. Dalje značaj preduzeća za preduzetnike sa akcionarskim društvom je veći za članove porodice nego za kombinatore i preduzetnike sa preduzetničkom radnjom, jer predstavlja glavni izvor prihoda za porodicu. Uzor preduzetnika koji imaju akcionarska društva je jasniji nego kod ostala dva slučaja. Preduzetnik sa akcionarskim društvom uglavnom ima uspostavljeno poslovanje sa specifičnim proizvodima, brendom, prostorijama i zaposlenima, što se može opet povezati sa porodicom. Ovo može inspirisati i podstaći članove porodice vlasnika akcionarskog društva da razviju jaku želju da postanu preduzetnici. Okruženje akcionarskog društva donosi zajedničko znanje o porodičnom poslovanju, koje omogućava porodici da ojača i poboljša sposobnosti otkrivanja novih poslovnih mogućnosti i njihovo korišćenje u sopstvenom preduzetništvu. Ovo znanje ne mora biti vezano za određeno zanimanje ili industriju, što je uglavnom slučaj kod kombinatora i preduzetnika sa preduzetničkom radnjom, već pruža mogućnost prenosa znanja o preduzetništvu na druge oblasti osim tradicionalnih delatnosti porodice.

Uticaj porodice na preduzetnike sa preduzetničkom radnjom i na kombinatore približno je jednak, ali znatno manji nego na preduzetnike sa akcionarskim društvima. Rezultati se tumače tako da je prenos namere da se bude određena vrsta preduzetnika jednako snažan za kombinatore i preduzetnike sa preduzetničkom radnjom. Međutim, iako prenesena namera u porodici ima sličnu snagu, ona se razlikuje u vezi sa osnovnim faktorima, kao što su osećaj želje i osećaj sposobnosti/mogućnosti. Preduzetnici sa preduzetničkom radnjom

mogu se opisati kao „neizbežni preduzetnici“ (Fitzsimmon & Douglas, 2011), sa visokom željom, ali niskom sposobnošću/mogućnošću da budu preduzetnici. Ukupan efekat namere od faktora postaje negativan, i zato su preduzetnici sa preduzetničkom radnjom manje pogođeni uticajem porodice nego preduzetnici sa akcionarskim društvom. Slično je i sa kombinatorima. Oni se mogu definisati kao „privremeni preduzetnici“ i oni imaju nisku želju i visoku sposobnost/mogućnost da budu preduzetnici (Fitzsimmon & Douglas, 2011). Ukupan efekat namere osnovnih faktora postaje negativan.

Može se zamisliti relativno česta situacija gde osoba u svom radnom veku poželi određene promene u svom životu: nezadovoljstvo poslom, nezaposlenost ili umor od radnog odnosa i sl. U porodičnom okruženju sa preduzetnicima koji vode preduzetničke radnje, verovatno će se naići na jednostavne, konkretne uzore za preduzetništvo koji mogu da inspirišu druge članove porodice da požele sličnu situaciju. Korak da se postupi isto kao što su roditelji uradili, tj. da se otvori preduzetnička radnja, može delovati privlačno i lako. Međutim, čak i ako postoji snažna želja, potrebno je proći proces otkrivanja svojih sposobnosti i mogućnosti. To može biti relativno jednostavan proces, s obzirom da se može početi u malom obimu i prodavati svoje proizvode u oblasti gde se ima znanje ili koje deluje jednostavno za rad, a što ne zahteva zaposlene, velike prostorije, opremu i alat itd. Želja za preduzetništvom u velikoj meri se upravlja uzorom u porodici i daje pojedincu mogućnost da oponaša taj uzor. Aktiviranje želje za preduzetništvom kod preduzetnika sa preduzetničkom radnjom zavisi od pojedinca i njegove percepcije trenutne situacije, u tom smislu želja je latentna i dispozitivna dok trenutna situacija ne podstakne pojedinca da potraži mogućnosti i iskoristi svoje sposobnosti za sopstveno preduzetništvo. Za mnoge preduzetnike koji se bave preduzetničkom radnjom kao glavnim izvorom prihoda, možda deluje kao neizbežno da budu preduzetnici.

Preduzetnici sa dodatnim poslom (kombinatori) imaju sličan uticaj porodice kao i preduzetnici sa preduzetničkom radnjom. Put do preduzetništva za njih je sličan kao kod preduzetnika sa preduzetničkom radnjom, putem posla koji vodi do preduzetništva sa preduzetničkom radnjom. Međutim, namere kombinatora se značajno razlikuju od namera preduzetnika sa preduzetničkom radnjom. Kod kombinatora, to je više kao planska dvostepena raketa- prvo siguran i dobro plaćen radni odnos, a zatim ako se ukaže prilika, otvaranje preduzetničke radnje za dodatnu zaradu, osećaj slobode ili kao zaštita od rizika radnog odnosa. Namera se stoga ne aktivira dok pojedinac ne dostigne određeni nivo prihoda i sigurnosti u svom radnom odnosu. U većini slučajeva, trošak za osnivanje vlastite radnje kao kombinator je mali. Zahtevi za planiranje su obično manji nego za preduzetnike sa preduzetničkom radnjom. Oni često koriste svoje znanje, veštine i mreže, jer često biraju da rade u istoj industriji kao i njihovi poslodavci. U mnogim slučajevima, uz saglasnost poslodavca, mogu da koriste i njegove resurse. To znači da obim preduzetništva mora biti mali, kombinatori retko imaju zaposlene u svome preduzeću. U suprotnom, poslodavac bi to smatrao neloyalnošću i kaznio bi to na neki način. Namere kombinatora se uveliko razlikuju od namera preduzetnika sa preduzetničkom radnjom. Obrazovanje i izbor zanimanja igraju veću ulogu za kombinateure i važniji su od želje za vlastitim preduzetništvom. Mogućnost dodatnog posla u okviru preduzetništva u ograničenom obimu, koje nudi odabrana profesija i industrija, su ključni za to da osoba vidi mogućnost preduzetništva. Ako deca izaberu slično obrazovanje i zanimanje kao što su imali roditelji, to ne prenosi jaku želju za

preduzetništvom kod dece, ali pruža mogućnost da postanu preduzetnici kao kombinatori kada se za to ukaže prilika, kao povremeni, dodatni preduzetnici.

ZAKLJUČAK

Na osnovu svega prethodno navedenog potvrđuje se da je efekat porodice na sklonosti ka preduzetništvu generalno jak. Takođe, pokazano je da efekat porodice varira u zavisnosti od oblika preduzetništva, tako da je jači za preduzetnike sa sopstvenim akcionarskim društvom nego za preduzetnike sa preduzetničkom radnjom i kombinatorom. Primenom varijacija u namerama koje različiti oblici preduzetništva podrazumevaju, pokazano je da se ne samo sklonost ka preduzetništvu, već i namere u vezi sa preduzetništvom prenose unutar porodice.

U porodicama sa preduzetnicima, namere vezane za preduzetništvo se prenose unutar porodice. Namere koje se prenose u određenoj porodici utiču na njene članove u odabiru vrste preduzetničke delatnosti kojom se bave. Unutar porodice prenosi se mešavina želja i sposobnosti koje određuju da li se preduzetnici smatraju „prirodnim preduzetnicima“, „neizbežnim preduzetnicima za izdržavanje“ ili „povremenim dodatnim preduzetnicima“.

Javne institucije teže da daju prioritet ekonomskom rastu, što je jasno u političkoj diskusiji o preduzetništvu i podršci malim preduzećima. Međutim, fokus na preduzetništvo uopšte u politici i merama podrške može smanjiti efikasnost tih mera sa aspekta rasta. Veliki značaj koji porodica ima za one koji osnivaju preduzeća kao akcionarska društva, prirodne preduzetnike, takođe nije naglašena u dovoljnoj meri u diskusiji ili u oblicima podrške preduzetništvu. Razumno je postaviti pitanje da li činjenica da porodica ima značaj za rastom, orijentisano preduzetništvo može imati praktičnu važnost. S obzirom da je u radu pokušano da se pokaže da su najviše orijentisani ka rastu preduzetnici koji imaju sopstveno akcionarsko društvo, čini se da su društveni naponi trebali biti usmereni upravo na njih. U sektorima sa niskim barijerama (odnosno ulaznim zahtevima kao što su tehnički, finansijski ili tržišni faktori) finansijski resursi ne igraju veliku ulogu u osnivanju sopstvenog biznisa, dok u sektorima sa visokim barijerama igraju ključnu ulogu.

Dakle, usmeravanje društvenih finansijskih mera podrške ka onima koji osnivaju sopstveni biznis u sektorima sa visokim barijerama, koji su u radu identifikovani kao prirodni preduzetnici, učinilo bi podršku preduzetništvu efikasnijom i više usmerenom ka rastu. Posebno je interesantan značaj porodice za namere da se postane preduzetnik. Moguće je da društvo prepozna značaj porodice za razvoj preduzeća u sektorima sa visokim barijerama. Praktičan način da se uzme u obzir značaj porodice u takvom preduzetništvu mogli bi biti različiti oblici zajedničkih poduhvata između javnog sektora i porodice, koji bi smanjili troškove preuzimanja rizika za pojedince i porodicu. To može da obuhvata pitanja savetovanja, finansiranja, poreza, taksi, administracije i sl. Smanjenjem barijera za preduzetništvo u sopstvenom akcionarskom društvu, može se omogućiti osnivanje i rast preduzeća u sektorima sa visokim barijerama, sektorima koji isto tako imaju potencijal da generišu ekonomski razvoj i povećanje zapošljavanja.

LITERATURA

1. Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1-63.
2. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, vol 50, 179-211.
3. Aldrich, E., Renzulli, L., & Langton, N. (1998). Passing on Privilege: Resources Provided by Self-Employed Parents to their Self-Employed Children. *Research in Social Stratification and Mobility*, vol. 16, 291-317.
4. Aldrich, H., & Cliff, J. (2003). The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Towards a Family Embeddedness Perspective. *Journal of Business Venturing*, vol 18, 573-596.
5. Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, vol. 13, 442-453.
6. Conner, M., & McMillan, B. (1999). Interaction Effects in the Theory of Planned Behaviour: Studying Cannabis Use. *British Journal of Social Psychology*, vol 38, 195-222.
7. Fitzsimmon, R., & Douglas, E. (2011). "Interaction between Feasibility and Desirability in the Formation of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 26, 431-440.
8. Henrekson, M., & Sanandaji, T. (2014). Small Business Activity Does Not Measure Entrepreneurship. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, vol. 111, 1760-1765.
9. Jovanović, I. (2015). *Preduzetništvo- U savremenim uslovima poslovanja*. Bor: Univerzitet u Beogradu, Tehnički fakultet u Boru.
10. Lofstrom, M., Bates, T., & Parker, S. (2014). Why Are Some People More Likely to Become Small-Businesses Owners than Others: Entrepreneurship Entry and Industry-Specific Barriers. *Journal of Business Venturing*, vol. 29, 232-251.
11. Lunden, B. (2011). *Aktiebolag-skatt, ekonomi och juridik*. Stockholm: Björn Lunden information.
12. Lunden, B. (2012). *Enskild firma-skatt, deklaration, ekonomi, juridik*. Stockholm: Björn Lunden information.
13. MacIver, J., Stipek, D., & Daniels, D. (1991). Explaining Within-Semester Changes in Student Effort in Junior High School. *Journal of Educational Psychology*, vol. 83, 201-211.
14. Shane, S. (2008). *The Illusions of Entrepreneurship*. New Haven: Yale University Press.
15. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, vol. 25., 217-226.
16. Statistikmyndigheten. (2024, 07 01). Preuzeto sa <https://www.scb.se/>
17. Stavroula, N., Breugst, S., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational Transmission of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 27, 414-435.