

## OD KREATIVNOSTI DO PORODIČNOG BIZNISA - PRIMER KREATIVNE RADIONICE »FLOWERS AND ARTS«

### FROM CREATIVITY TO FAMILY BUSINESS- CREATIVE WORKSHOP »FLOWERS AND ARTS«

Marija Ranić, Predrag Miladinović  
SZR »Flowers and Arts«, Kosančićev venac 5, Beograd

**Sadržaj:** Ovaj rad predstavlja razvojni put i aktivnosti kreativne radionice »Flowers and Arts« kao primer porodičnog biznisa. Kreativnu radionicu su osnovali Marija Ranić i Predrag Miladinović u Beogradu 1999. godine. Radionica okuplja nekoliko saradnika koji neguju specifičan način obrade drveta i izrade ramova i raznih upotrebnih predmeta sa aplikacijama od presovanog cveća i lišća. U radu su date kako prednosti tako i pojedine mane porodičnog biznisa na osnovu dosadašnjeg iskustva.

**Ključne reči:** Porodični biznis, kreativnost

**Abstract:** This document presents "Flowers and Arts" creative workshop development and activity, as a family business. Marija Ranić and Predrag Miladinović founded the creative workshop "Flowers and Arts" in Belgrade in 1999. The workshop gathers several associates who cherish the specific style of making frames and various utility products made of wood with pressed flowers and leaves applications. In this work we represent advantages as well as disadvantages of family business on the basis of experience.

**Key words:** Family business, creativity

#### 1. UVOD

Preduzetnički biznis svoj razvoj počinje uglavnom kao porodični biznis u kome se skoro isključivo angažuju članovi porodice. Ključna karakteristika, koja porodični biznis razlikuje od ostalih, jeste jedinstvena atmosfera koja kreira osećaj pripadanja i pri tome bitno pojačava važnost zajedničkih ciljeva kod svih zaposlenih [3].

Posvećenost poslu je po mnogima jedan od ključnih elemenata porodičnog biznisa. Preduzetnici, kao idejni kreatori, svom poslu pristupaju sa puno energije, strastveno, i to u svim fazama razvoja proizvoda. Posao predstavlja život što se neminovno prenosi i na ostale članove porodice. Ovakva atmosfera kreira i veoma pozitivan odnos zaposlenih koji nisu članovi porodice, utičući na njih da firmu sve više prihvataju kao svoju, pri čemu motivisane radnike nije teško prepoznati. Oni spontano, slobodno izražavaju svoje ideje i sugestije, pozitivno se odnose prema novim zadacima i povećanim zahtevima, rade da bi postigli rezultate, precizni su i snalažljivi u svim segmentima obavljanja posla, vode računa o organizovanosti i urednosti radnog mesta, o ličnom nastupu, izgledu [1].

Porodični biznis vrlo često ima specifičan »know-how« koji se ogleda u posebnim tehnikama i veštinama obavljanja posla koje ne poseduje konkurencija. Osim toga, velika posvećenost poslu članova porodice omogućava da se bez posebnih debata o prekovremenom radu posao završi na vreme. Takođe, prednost porodičnog biznisa je i u brzini donošenja odluka i reagovanja na nove poslovne mogućnosti pri čemu se zaobilaze hijerarhijske strukture.

Porodice uglavnom imaju prisutnu dugoročnu poslovnu orijentaciju ali su sa druge strane slabe u formalnom pristupu poslovnom planiranju, izradi biznis planova, analiziranju pretpostavki, testiranju ostvarenih rezultata, dakle, prisutno je »nedisciplinovanost« razmišljanje i planiranje. U poređenju sa širokim

spektrum izvora finansiranja koji su dostupni velikim firmama, kod porodičnog biznisa postoji problem u izraženim limitima u procesu dolaženja do kapitala, naročito kada se radi o pribavljanju dugoročnog kapitala za veće projekte. Česte su situacije prisutnih poteškoća i prilikom promnalaženja kratkoročnih sredstava. Sve ovo je, između ostalog, i rezultat straha porodice od gubitka kontrole nad svakodnevnim poslovanjem i sopstvenom sudbinom.

Sušтина porodičnog biznisa je pre svega u upornosti i strpljenju i ideje se polako, trnovito pretaču u vidljivo i opipljivo - stvara se proizvod. Zajednički imenitelj svih porodičnih biznisa je puno rada, mnogo rezultata i mnogo novih ideja od kojih se mnoge ostvare a veliki broj čeka na realizaciju neko bolje vreme i bolje uslove rada.

U ovom radu pokušali smo da predstavimo razvojni put kreativne radionice »Flowers and Arts« u periodu od nastanka 1999. godine pa do danas, kao primer porodičnog biznisa u uslovima prvo teške ekonomske krize, zatim velikih političkih promena kao i procesa tranzicije. Takođe, želimo da iznesemo neka svoja iskustva i zapažanja koja možda mogu pomoći porodicama koje se spremaju ili su već zagazile u preduzetničke vode.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU**

## **2. NASTANAK I RAZVOJ »FLOWERS AND ARTS«**

Kreativna radionica »Flowers and Arts« bavi se izradom slika i raznih upotrebnih predmeta, poslužavnika, polica, ogledala, stolova, lampi itd. sa aplikacijama od presovanog cveća. Radionicu su osnovali Marija Ranić i Predrag Miladinović početkom 1999. godine. Kao S.Z.R. - domaća radinost, vlasnika Predraga Miladinovića, »Flowers and Arts« postoji od februara 2001. godine. Umetnički predmeti ove radionice su zanimljiv suvenir jer nose obeležje ovih prostora, bilo preko biljaka karakterističnih za ovo podneblje, zatim motiva koji su uglavnom inspirisani srpskom tradicijom ili preko ramova i upotrebnih predmeta koji se direktno oslanjaju na predmete i ramove iz prošlosti Srbije. Radionica neguje specifičan stil i nesvakidašnji pristup obradi presovanih biljaka. Fina struktura i bogat kolorit biljnog materijala zajedno sa unikatnim ramovima i predmetima od punog drveta čine da rukotvorine »Flowers and Arts« lako nalaze put do mnogih domova i čine toplijim svaki kutak u kome se nađu.

Neposredan povod osnivanja radionice je bilo ostvarivanje dodatnih prihoda kućnom budžetu koji je, zahvaljujući malim ličnim dohotcima u to vreme, bio sve nedovoljniji za zadovoljavanje tzv. »potrošačke korpe«. Kreativnost koja je postojala u glavama i rukama osnivača radionice pretočena je u konkretan proizvod: sliku od presovanog cveća. Važno je naglasiti da stručna sprema osnivača radionice nije u direktnoj vezi sa delatnošću »Flowers and Arts«. Ulaganjem jako malog početnog kapitala u vrednosti od oko 20€, nastale su prve slike koje kupce nalaze uz pomoć ulične prodaje koja je u to vreme bila jako rasprostranjena i jedan od mogućih načina ostvarivanja prihoda. U početku, hobi koji je donosio određenu zaradu nije imao prava obeležja porodičnog biznisa, što i jeste jedna od njegovih odlika, a to je da može nastati slučajno, bez prethodnih analiza tržišta. Za konkretan proizvod - slike od presovanog cveća, u periodu 1999. - 2000. godina, zaista se nije moglo pretpostaviti da će imati tako dobar odziv kod potencijalnih kupaca. Očigledno, rezultat je postignut različitosti i originalnošću proizvoda na tržištu koje je bilo preplavljeno proizvodima sumljivog porekla i kvaliteta. Ovakav razvoj situacije je uticao da sporedna delatnost počinje da dobija oblik i karakteristike porodičnog biznisa.

### **2.1. Izložbe kao jedna od marketinških akcija**

Izraženu uzlaznu liniju i prodor na tržištu - ovde se pod pojmom tržišta podrazumeva područje Beograda, Novog Sada, Kraljeva, kreativna radionica doživljava posle prve samostalne izložbe u martu 2001. godine. Slede i druga i treća samostalna izložba u decembru 2001. i oktobru 2002. godine. Svaka izložba je veoma dobro medijski praćena tako da je radionica od svog nastanka do danas imala preko 60 pojavljivanja u medijima - novine, radio, televizija. Na raznim TV kanalima je prilozima, kao i gostovanjima u emisijama, postignuta zavidna minutaža koju S.Z.R. »Flowers and Arts« svakako ne bi mogla finansijski izdržati da se radilo o plaćenim oglasima. Kao što je već pomenuto, »nedisciplinivano« razmišljanje i planiranje je bilo veoma prisutno u radu radionice. Svaka izložba je sa jedne strane značila nekoliko meseci ne ostvarivanja prihoda od svakodnevnog prodaje i ulaganje u eksponate i propratni materijal - znači, negativan bilans, a sa druge strane veliku reklamu u medijima. Finansijske okvire za takve poslovne poduhvate je bilo jako teško postaviti pri čemu je u prvi plan isticana dugoročna poslovna orijentacija - stvaranje brenda čak i uz negativan finansijski bilans. »Flowers and Arts« posredstvom dobrog PR-a koristi sredstva javnog informisanja kao svoju lansirnu rampu prema javnosti. Dobar PR podrazumeva da se uzimajući u obzir sve faktore koji odlučuju o stavovima javnosti sistematski, trajno, elastično, sugestivno i privlačno uz neprestano proveravanje dejstva stvara poželjna javna slika [2].

[WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

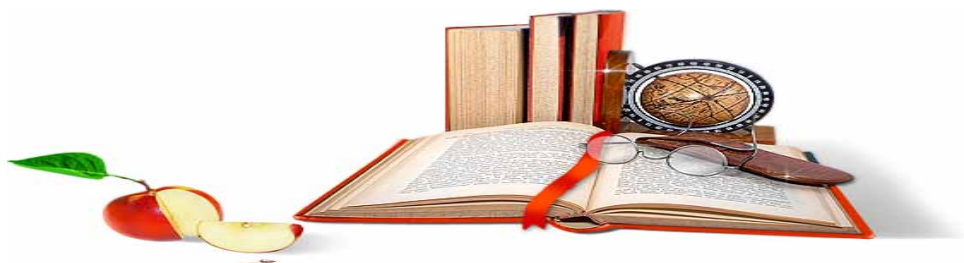
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)

[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)