

Danijela Bonacin, MSc i doc.dr.sc.Dobromir Bonacin
Edukacijski fakultet, Travnik, Bosna i Hercegovina

OBITELJ KAO PODUZEĆE

Društvo je vrlo specifična, kompleksna i profinjena ljudska tvorevina. Linije koje spajaju pojedine segmente i razine na kojima ti segmenti egzistiraju definirani su namjenski, namjerno i vrlo funkcionalno prema unaprijed dogovorenim pravilima a na osnovu točno određenih potreba društva na koja se odnose. Egzistirati u današnjem društvu znači djelovati, pa rezultate svog djelovanja predstaviti tržištu prepuštajući se njegovoj prosudbi. Obitelj u smislu poduzeća/firme (dakle subjekta na tržištu) predstavlja samostalnu, gospodarsku, tehničku i društvenu cjelinu određenog broja ljudskih potencijala s različitim stupnjem odgovornosti, hijerarhijski složenu, koja egzistira sudjelujući u proizvodnji ili proizvođači dobra/usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resurcima i snoseći poslovni i drugi rizik radi ostvarivanja određenih emocionalnih, društvenih i ekonomskih ciljeva. U našem društvu i pogotovo danas, supružnici odnosno roditelji imaju podjednaku vodeću ulogu i djeluju zapravo kao dobro uigran tim, ukoliko je riječ naravno o uspješnoj obitelji.

Ključne riječi: *društvo, obitelj, upravljanje, tržište, uspjeh*

Danijela Bonacin, MSc and Asst.Prof.Dobromir Bonacin, PhD
Faculty of Education, Travnik, Bosnia & Herzegovina

FAMILY AS COMPANY

Society is very specific, complex and nicely human creation. Lines that connect particular segment and levels on which those segments exists are defined purposely, intentionally and very functionally toward advanced agreed rules based on clearly assigned society needs. To exist in today society means to act and to offer acting results to market and its judgment. Family in the sense of company (meaning: as market subject) represents independent, economic, technical and sociological unit made of some number of human resources with different degree of responsibility, hierarchically organized, and that exist with participation in production of products/services for market needs, using different resources with business and other risks for realization of some emotional, sociological and economic aims. In our society and especially today, spouses e.g. parents generates equal leading role and actually act as well composed team, if we talk about successful family, of course.

Key words: *society, family, management, market, success*

Danijela Bonacin, MSc s.
72270 Travnik, Grge Novaka bb
Bosna i Hercegovina
Tel.: +38730514567
Fax.: +38730514567
Gsm.: +38762422052
E-mail: danijela.bonacin@st.t-com.hr

OBITELJ KAO PODUZEĆE

1. Uvod

Društvo je vrlo specifična, kompleksna i profinjena ljudska tvorevina. Linije koje spajaju pojedine segmente i razine na kojima ti segmenti egzistiraju definirani su namjenski, namjerno i vrlo funkcionalno prema unaprijed dogovorenim pravilima a na osnovu točno određenih potreba društva na koja se odnose. Razina od centralne važnosti za današnji način života, koja se nalazi praktično u samom imaginarnom središtu današnje strukture društva jest **tržište** kao mjesto gdje se susreću **ponuda** i **potražnja**, kao mjesto koje predstavlja **krajnji cilj** i rezultat većine ljudskih aktivnosti danas ali i mehanizam kojim se reguliraju odnosi „prodavača i kupaca“ u uvjetima u kojima sudionici razmjene ili kupoprodaje ostvaruju svoje ciljeve i interese, zbog kojih i stupaju u međusobne odnose. Egzistirati u današnjem društvu znači djelovati, pa rezultate svog djelovanja predstaviti tržištu prepuštajući se njegovoj nemilosrdnoj prosudbi. Tržište djeluje sankcijski: *pozitivno* pa prihvati rezultate rada i uzdigne čovjeka na tron uspješnih ili *negativno* pa ga odbaci među gubitnike i promašene slučajeve ili u boljem slučaju ignorira. Funkcionirati kao subjekt na tržištu nije lako, naročito ukoliko je ono što se nudi možda od krucijalne važnosti upravo za to isto društvo, što obitelj kao primarni izvor odgoja i edukacije novih članova svakako jest.

2. Predmet rada

Važnost tržišta kao neke „krajnje mjere“ i „konačne ocjene“ očito je prožeta u svemu oko nas, toliko esencijalno da zadire u sve pore društvene egzistencije, toliko da izgleda kako više ni najmanja sitnica neće zaživjeti ako nema „zelenu kartu“ na tržištu. Zašto se onda ne bi razmišljalo prvenstveno o temeljnim segmentima ljudskog društva kao subjektima na tržištu?! Iz tog razloga za predmet ovog rada uzeta je obitelj kao subjekt na tržištu jer kao primarni izvor odgoja i edukacije novih članova predstavlja jedan od najvažnijih segmenata ljudskog društva.

3. Metode rada

Obitelj je shvaćena kao organizacija – poduzeće koje ima svoje segmente. Ljudske resurse čine hijerarhijski strukturirani pojedinci različitih spolova i godina starosti, pri čemu su otac i majka ravnopravni uži tim top-menadžera koji istovremeno obnašaju dužnosti logistike i tehničke potpore dok su djeca kao nastavak vrijednosti - krajnji proizvod (Bonacin, 2008). Osim ljudskih, obitelj posjeduje određene materijalne (pokretna i nepokretna imovina) i financijske resurse (novčani prihod) i egzistira u ne previše varijabilnoj okolini u kojoj je bar jedan član tima (npr. otac) zaposlen a drugi doprinosi na različite načine (Malacko i sur, 2006). Svi zajedno imaju određene hobije, navike i ambicije. Za uzorak je uzeta peteročlana obitelj sastavljena od roditelja različitog spola i troje djece, te su definirani temeljni segmenti koje svaka organizacije mora imati: primarni cilj, vizija, misija, strategija i taktika, operativa u vidu pojedinačnih sekundarnih lokalnih ciljeva, te SWOT analiza.

4. Rasprava

George Peter Murdock (prema Haralambos 1989) kaže: «Obitelj je društvena grupa koju karakterizira zajedničko prebivanje, ekonomska suradnja i razmnažanje (reprodukcija). Ona uključuje odrasle osobe različita spola, od kojih najmanje dvoje održavaju društveno 'odobrenu' spolnu vezu i jedno ili više djece, vlastite ili usvojene, od strane odraslih u kohabitaciji». Obitelj u smislu poduzeća/firme (dakle subjekta na tržištu) predstavlja samostalnu, gospodarsku, tehničku i društvenu cjelinu određenog broja ljudskih potencijala s različitim stupnjem odgovornosti, hijerarhijski složenu, koja egzistira sudjelujući u proizvodnji ili proizvodeći dobra/usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resurcima i snoseći poslovni i drugi rizik radi ostvarivanja određenih emocionalnih, društvenih i ekonomskih ciljeva. Organizacija tj. dizajn obitelji unaprijed je određen pravnim pravilima društva i načelno podrazumijeva bračni par ili roditelja (oba ili jednog) i njihove djece koja nisu u braku i ne žive u izvanbračnoj zajednici te nemaju vlastitu djecu u istom kućanstvu. Članovi obitelji predstavljaju ljudski potencijal udružen na dobrovoljnoj (supružnici) i relativno dobrovoljnoj (djeca) bazi. Razlozi udruživanja su raznovrsni no *ljubav i želja za zajedničkim životom i djecom* je temeljni razlog. Članovi obitelji imaju svoju hijerarhiju i među njima su raspodjeljene obveze, dužnosti i određena prava a kako bi obitelj funkcionirala mora postojat određena koordinacija i disciplina. Stariji i hijerarhijski više postavljeni članovi obitelji – roditelji predstavljaju top-menadžment obitelji kao organizacije pri čemu, *ovisno o društvu* u kojem obitelj egzistira roditelji mogu funkcionirati kao **ravnopravan menadžerski tim** s planskom organizacijskom, koordinacijskom, kontrolnom i nazornom, jednom riječju upravljačkom funkcijom (logistika) dok istovremeno vrše i funkciju tehničke potpore (odgajatelji, savjetnici, učitelji...). Djeca u tom modelu predstavljaju proizvodni pogon, primarni cilj tj. funkciju obitelji – reprodukciju. U drugim društvima otac je **top menadžer** a sve je podređeno njemu, pa i krajnji cilj ovisi o njegovim željama. U bilo kojem slučaju, sve što roditelji rade, rade na vlastiti rizik. Oni donose prihod, raspoređuju ga prema unaprijed načinjenim planovima i usmjeravaju prema svom nahođenju ulažući u budućnost na razne načine. Egzistirati na tržištu bilo kojem segmentu ljudskog društva je teško. Obitelji je to posebno teško jer je ključna poveznica obitelji i tržišta emocionalno-interesne prirode. Ukoliko se povodi isključivo za interesima, gubi se prvotni smisao zajedništva i obitelj se pretvara doslovno u posao a onda to ne garantira dobar proizvodni pogon tj. „izvanredne ljudske resurse“ u obliku djece koja će razvijati sebe i to društvo. Ukoliko se povodi samo za emocijama, egzistencija obitelji i njene okoline također je ugrožena i također ne garantira željeni ishod. Umjetnost života u današnjem društvu i jest upravo adekvatno kombiniranje svih resursa, u adekvatno vrijeme i pravilno mijenjaje imaginarnih „brzina“.

Primarni cilj tj. svrha obitelji

U dalekoj prošlosti funkcija obitelji nije bila artikulirana na današnji način. Individualne ljudske jedinice ulazile su u odnose svih vrsta s pripadnicima svoje vrste kako bi se zaštitile, preživjele i napredovale. U nekim razdobljima više pripadnika zajednice ili čitavo prvobitno pleme vršilo je funkciju obitelji a obzirom da je reprodukcija zapravo jedini direktni način preživljavanja, uskoro je postala fokus okupljanja i zajedništva.

Kao posljedica većih spoznaja prvenstveno emocionalne prirode, formira se obitelj kao prirodna institucija koja omogućava reprodukciju pojedinca i njegovih vlatitih genetskih predispozicija (Bonacin i sur., 2009). Bez obzira na napredak i razvoj današnjeg svijeta, svrha i primarni cilj današnje obitelji su ostali reprodukcija i odgoj, s tim da put kojim se dolazi do reproduciranja (do djece) je kompleksniji i to dijete u nekim slučajevima ima formu umjetničkog djela (u književnosti, glazbi, likovnoj umjetnosti) a djeca su predstavljena učenicima, ljubiteljima i obožavateljima. Cilj obitelji uzorka bio je i ostao, onaj iskonski. S jedne strane, u obliku djece produžiti kvalitetne karakteristike i vrijednosti za koje supružnici misle da ih imaju, a s druge strane s menadžerske pozicije gledano, dati društvu izvanredan građevni materijal u obliku kvalitetnih ljudskih potencijala koji će vlastitim spoznajama i sposobnostima doprinijeti razvoju i napredovanju društva te se reproducirati u nešto još bolje.

Misija obitelji

Obitelj je formirana u svrhu vlastite reprodukcije s krajnjim ciljem općeg razvoja društva u kojem egzistira. Povodi se na načelima istine, ljubavi i neprestane potrage za znanjem, usmjerava na neprestano pomicanje naprijed u hijerarhiji kvalitete odnosa sa svijetom oko nje, istodobno svjesna njegove materijalne tendencije. Svi naponi usmjereni su neagresivnom i znanstveno-umjetničkom prenošenju kvalitetnih vrijednosti tom svijetu. Posljedica toga je emocionalno ispunjena, spoznajno nikad dovršena i sretna obitelj, primjerenog ekonomskog statusa čije je djelovanje više no očito ostavlja trajne posljedice na svaku inteligentnu jedinku. Plodove tog djelovanja osim same obitelji uživaju svi oko nje adekvatno spoznajnoj razini na kojoj su. Ta homogenost i konzistencija obitelji fokusirana oko emocija, želje za znanjem pozitivnim mijenjanjem drugih je ono što je razlikuje od ostalih obitelji na općem ili adekvatnom specifičnom tržištu.

Vizija obitelji

Obitelj u budućnosti bit će bazirana na istim temeljima samo proširena na porodicu. Produkti rada obitelji već sada ostavljaju tragove na sve s kojima dođu u susret a u budućnosti to će znanje 'uhvatiti korijenje' i društvo će biti puno kvalitetnije i prijemljivije za moralnu revoluciju koja je na snazi (Bilić i Bonacin, 2007).

Strategija obitelji

Strategija za ostvarivanje vizije obitelji je prilično široka i općepoznata no zapravo jednostavna. Roditelji će odgajati i obrazovati potomstvo, samostalno i kroz edukacijski sustav društva, omogućiti im slobodu i izbor, vlastito razmišljanje i ekonomsko ostvarenje snova. Isto tako, s nekim ograničenjima djelovati će na sve oko sebe.

Taktika obitelji

Taktika kojom će obitelj „nadjačati“ konkurenciju na tržištu je također poznata: *zaista će koristiti* sve mogućnosti koje joj legalno sustav omogućava kombinirajući ga sa vlastitim saznanjima i tehničkim resursima. I jednostavno će **voljeti** djecu.

Pojedinačni unaprijed utvrđeni ciljevi obitelji

Pojedinačni ciljevi zapravo su samo parcijalni dijelovi koji proizlaze iz strategije i taktike.

- Cilj prvi.* raditi će se na održavanju temelja obitelji i njenom kvalitativnom razvoju (Clemmer, 2005),
- Cilj drugi* osigurati će se adekvatni materijalni resursi koji predstavljaju potporu ostalim nastojanjima,
- Cilj treći* svi članovi bavit će se onim što vole i biti kompletni ljudi te time utjecati i na druge,
- Cilj četvrti* djeca će trenirati judo, jer roditelji žele da se individualno psihički i motorički razvijaju i postanu individualci s vlastitim stavom, sigurni u sebe, bez straha i uspješni a što borilački sport omogućava (Neill, 1999),
- Cilj peti* djeca će barem određeno vrijeme plesati folklor jer roditelji žele da se ona umjetnički izražavaju i nadopunjavaju kroz glazbu i pokrete te komuniciraju s ljudima različite vjere, nacionalnosti i interesa,
- Cilj šesti* djeca će upisati školu koju žele i raditi će što vole kako bi bili kompletni ljudi,
- Cilj sedmi* osigurati će se emocionalna i znanstveno-praktična podrška cijeloj obitelji.

Ostali ciljevi - zadaci

Svi ostali ciljevi se formiraju adekvatno potrebama i mogućnostima te se oblikuju na način da ih se može s malo truda i resursa ostvariti pa predstavljaju zadatke koje treba riješiti.

SWOT ANALIZA OBITELJI

Snaga tj. prednost ove obitelji je emocionalna ispunjenost i ustrajnost, homogenost, ogroman kvantum znanja i sposobnost korištenja istog, ujednačene ambicije i ciljevi i mogućnosti njihovog sprovođenja, odlična logika u planiranju i upravljanju vremenom i promjenama.

Slabost obitelji je relativno nonšalantan stav prema materijalnim resursima koji uzrokuje „gladne godine“ tj. periode.

Mogućnosti tj. prilike koje ova obitelj ima su mnogobrojne i sve veće. Najvažniji resursi današnjeg vremena su informacije (znanje) i vrijeme. Što znači da će potražnja za kvalitetama i karakteristikama ovakve obitelji biti sve veća.

Prijetnje su povezane sa slabostima je zbog očite lakonske usmjerenosti ka stjecanju novca, u određenom mjeri obitelj ovisi o vanjskim utjecajima.

5. Zaključak

Obitelj kao subjekt na tržištu cjelina je sastavljena od ljudskih resursa koji dijele iste ili slične temeljne interese i čiji su ciljevi podudarni a ima tendenciju vlastite reprodukcije. Kao i u bilo kojem poduzeću u njoj postoji hijerarhija i neko od tih ljudskih potencijala ima glavnu upravljačku funkciju što znači da organizira i upravlja, određuje i usmjerava, odlučuje, nadzire, rukovodi, vodi itd. Sve ostale članove, koristeći sve dostupne resurse ka određenom cilju. U našem društvu i pogotovo danas, supružnici odnosno roditelji imaju podjednaku vodeću ulogu i djeluju zapravo kao dobro uigran tim, ukoliko je riječ naravno o uspješnoj obitelji. Oni su *'dioničko društvo s podjednakim vlasništvom nad svim dionicama i s potpunom emocionalnom i materijalnom odgovornošću'*. Kako bi uspjeli, moraju raditi timski i međusobno komunicirati, moraju upravljati svime a naročito vremenom, moraju odrediti prioritete i delegirati obveze shodno potrebama te moraju biti efikasni i efektivni (Šunje, 2002). Kako bi bilo što od toga uspjelo, potrebno je da barem jedan partner može vidjeti „veliku sliku“ i predočiti je argumentirano drugom partneru razdvojivši pozitivne i negativne strane, kako bi odluka bila optimalna.

S obzirom na neprestano spoznavanje i emocionalno prožimanje, ovakva obitelj sve jasnije vidi „veliku sliku“ i nalazi svoje mjesto u njoj, viziju koju je imala prožela je strašću i stupila u akciju. Rezultat je uspjeh a tendencija ka još boljemu. Možda mora poraditi na novčanim tokovima.

6. Literatura:

Bonacin Da. (2008) *Optimizacija klasično dizajnirane strukture sportske organizacije*. /završni rad/. Sarajevo: FASTO.

Bonacin D., i Bonacin Da. (2009). *Povijest sporta* /priručnik/. Split: Aspira.

Bonacin D., i Bonacin Da. (2009). *Povijest sporta* /udžbenik/. Travnik: Edukacijski fakultet.

Clemmer, J. (2005). *Razvojem do uspjeha*. Zagreb: Mozaik knjiga.

Haralambos, M., i Heald, R. (1989). *Uvod u sociologiju*. Zagreb: Globus.

Šunje, A. (2002). *Top menadžer: vizionar i strateg*. Sarajevo: Tirada.

Malacko, J., i Rađo, I. (2006). *Menadžment ljudskih resursa*. Sarajevo: FASTO.

Neill, A.S. (1999). *Slobodna deca Samerhila*. Beograd: BIGZ.