

FRANŠIZING U FUNKCIJI RAZVOJA PREDUZETNIŠTVA I REINDUSTRIJALIZACIJE SRBIJE SA POSEBNIM OSVRTOM NA FIAT AUTOMOBILI SRBIJA (FAS)

FRANCHISING IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP AND SERBIAN REINDUSTRIALIZATION WITH SPECIAL REFERENCE TO THE FIAT CARS SERBIA (FAS)

Sreten Ćuzović¹

Rezime

Privreda Republike Srbije je devedesetih godina prošlog veka dovedena u stanje „entropije“. Kao simbol prepoznatljivosti da su srpske fabrike imale svoje mesto na regionalnom i globalnom tržištu govore empirijsko-statistički pokazatelji. Primera radi, „Zastava“ je u periodu od 1954. godine proizvela 4.680.000 automobila. Nazivali su je integrativnim faktorom jugoslovenskog tržišta i metaloprerađivačke industrije. Sa kooperantskom mrežom od 386 poslovnih sistema, raspoređenih u 180 gradova, tadašnje SFRJ, iznedrila je inženjere i industrijske radnike, od kojih su neki „akreditovani“ u Japanu. Nisu izostale ni spoljno-trgovinske aktivnosti „Zastave“, koje karakteriše izvoz 623.000 automobila u 76 zemalja. Zastavin radnik-Šumadinac, „gedža u opancima“ (kako su ga neki nazivali) polagao je majstorski „ispit“ i na probirljivom američkom tržištu. Vrhunac prosperiteta „Zastave“ postignut je 1989. godine, kada je sa proizvodnih traka sišlo 210.000 automobila. Nakon „petooktobarske revolucije“ nova „elita“, najčeće bez ijedne godine radnog staža, nazivala je „Zastavu“ „gigantom na staklenim nogama“. Osnivači Srpske federacije za franšizing (SFF) bili su hroničari svih ovih događanja, pokušavajući da kreatorima ekonomske politike skrenu pažnju da nisu iskorišćeni svi modeli preduzetništva za prestrukturiranje „Zastave“. Vreme nas nije prepoznalo, a kreatori ekonomske politike nisu podržali. Kompaniju „Fijat“ automobili Srbija (FAS) prepoznali smo kao „poligon“ za testiranje franšizinga kao modela preduzetništva, (sa)mozapošljavanja i reindustrijalizacije Srbije. U razvijanju teme pošli smo od osnivanja Srpske federacije za franšizing (SFF) i njenih aktivnosti na promovisanju franšizinga u Srbiji. Sačinili smo marketinški test sposobnosti naše privrede u razvoju franšizinga. Pokušali da damo odgovore na pitanja: 1) zašto franšizing nije uspeo u Srbiji? i 2) zbog čega je neophodno primeniti franšizing u kompaniji (FAS)?

Ključne reči: franšizing, preduzetništvo, (sa)mozapošljavanje, reindustrijalizacija, Srpska federacija za franšizing, „Fijat“ automobili Srbija (FAS)

¹ Ekonomski Fakultet Univerziteta u Nišu

Summary

The economy of the Republic of Serbia in the nineties of the last century brought to a state of "entropy". As a symbol of recognition that the Serbian factory had its place in the regional global market mostly empirical- statistical data. For example, the "Zastava" in the period in 1954, it has produced 4.68 million cars. They called the integrating factor of the Yugoslav market and the metal industry. Contracted with a network of 386 business systems deployed in 180 cities of the former Yugoslavia, home of the engineers and industrial workers, some of whom are "accredited" in Japan. It gives also the foreign trade activities "Zastava", which is characterized by the export of 623,000 cars in 76 countries. Zastava worker - Šumadinac, "hick in their shoes" (as some call it) laid the masterful "test" and choosy. The peak of prosperity "Zastava" was reached in 1989 , when he came off the production line with 210,000 cars. Following the October Revolution the new "elite", most often without any years of service, called the "Zastavu" "giant with feet of clay". Founders Serbian federation of franchising (SFF) were chronicles of these events, trying to economic policy makers point out that not all the models used for enterprise restructuring "Zastave". The time we did not recognize, and policy makers are not supported. Company " Fiat " cars Serbia (FAS), we have recognized as a "training ground" for the testing of franchising as a model of entrepreneurship, self-employment, and re-industrialization of Serbia. Developing the theme we started from the foundation of franchising Serbian federation (SFF) and its activities to promote franchising in Serbia. We made a test marketing of our economy in the development of franchising. We tried to give answers to the questions: 1) why franchising failed in Serbia? and 2) why it is necessary to apply franchising the company (FAS) ?

Keywords: franchising, entrepreneurship, self-employment, re-industrialization, Serbian Federation for franchising , "Fiat" cars Serbia (FCS)