

PREDUZETNIŠTVO U SRBIJI

NUŽDA ILI PRILIKA?



CEVES
CENTAR ZA VISOKE
EKONOMSKE STUDIJE

PREDUZETNIŠTVO U SRBIJI

NUŽDA ILI PRILIKA?

Izdavač:
Centar za visoke ekonomske studije (CEVES)
Takovska 23–25, 11000 Beograd
www.ceves.org.rs

Za izdavača:
Kori Udovički

Tehnička obrada i dizajn:
Ana Đorđević-Petrović

Štampa:
Dosije

Tiraž:
200

Godina
2014

European Fund for the Balkans

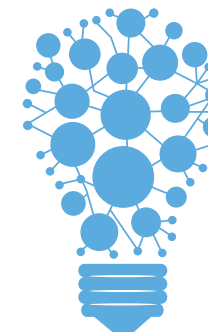
Bringing the Western Balkans closer to the European Union

Brošura „Preduzetništvo u Srbija – nužda ili prilika“ nastala je kao rezultat istraživanja sprovedenog u okviru projekta „Javno zalaganje za javnu politiku podrške preduzetništvu zasnovanu na činjenicama“. Projekat je podržao Evropski fond za Balkan – zajednička inicijativa fondacije Robert Bosch, Compagnia di San Paolo, fondacije ERSTE i fondacije King Baudouin u okviru regionalnog programa praktičnih politika „Misli i povezuj se“.

B | T | D The Balkan Trust
for Democracy

A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND

Stavovi iznešeni u ovoj publikaciji ne odražavaju nužno i stavove Balkanskog fonda za demokratiju, nemačkog Maršalovog fonda.



PREDGOVOR

U ovoj brošuri predstavljamo prve rezultate istraživanja čiji je cilj zalaganje za razvoj preduzetništva u Srbiji zasnovanog na činjenicama. Istraživanja su sprovedena u okviru CEVES-ovih programa „Opservatorija ekonomskih prilika“ i „Oblikovanje institucija za podršku rastu“ u kojima razvijamo znanja neophodna za izgradnju produktivnijeg i srećnijeg društva, kakvo verujemo da Srbija može da bude. Preduzetništvo se nalazi u centru te vizije. Želimo da skrenemo pažnju kako javnosti, tako donosilaca odluka i samih preduzetnika na to da se u preduzetništvu krije ogroman potencijal koji je u Srbiji već godinama sputan našim nerazumevanjem, zanemarivanjem ili čak nepoverenjem prema njemu.

Brošura eklektički spaja neke od rezultata tri projekta iz različitih oblasti, čiji je cilj bio postavljanje analitičkih osnova neophodnih za naše nameravano dugoročnije delovanje u cilju promocije preduzetništva. Svako od tih istraživanja proizvelo je više informacija koje će se progresivno razrađivati na našem sajtu

(www.ceves.org.rs), a neke od njih linkovane su u web-izdanju brošure. Smatrali smo da je pravi trenutak da se sa najvažnijim rezultatima izađe u javnost jer želimo da se naša poruka čuje u predizbornom periodu, u nadi da će podstaći odgovorne u državi da postave donošenje nove strategije za razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva kao jedan od prvih prioriteta nove Vlade.

Prvi projekat sproveden ove jeseni, pod naslovom „Javno zalaganje za politiku podrške preduzetništvu zasnovanu na činjenicama“, istraživao je stavove građana i stvaralaca javnog mnjenja, kojem je cilj bio da pokaže odnos srpskog društva prema preduzetništvu i privatnoj svojini. Taj projekat podržao je Evropski fonda za Balkan i sproveden je u saradnji sa Sanjom Nikolin (Multi Servis) i Aleksandrom Vladislavljević (Bizz). Drugi projekat „Zakonitosti i karakteristike performansi sektora preduzeća u Srbiji: 2005–2012“ predstavlja detaljnu analizu raspoloživih podataka o sektoru preduzeća, sa naglaskom na mala i srednja preduzeća. Taj projekat podržan je iz sopstvenih snaga CEVES-a. Treći projekat „Unapređivanje razumevanja i učestvovanja javnosti u donošenju ekonomskih politika“, još je u toku i bavi se analizom donošenja ekonomskih politika, razvijanjem primera dobrih praksi i uključivanjem zainteresovanih strana u njihovo razmatranje, a podržao ga je Balkanski fond za demokratiju. U CEVES-ovom timu istraživača na ta tri projekta bili su Jelena Krstić, Danijela Bobić, Aleksandra Urošev, Nemanja Šormaz, Dragana Stanišić, Stefan Đerasimović, Nikola Grga, Miloš Popović i Miloš Marković.

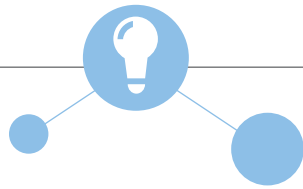
Iskoristila bih priliku da, u ime CEVES-ovog tima i naših partnera, uputim iskrenu zahvalnost svim učesnicima intervjuja o stavovima prema preduzetništvu, kao i preduzetnicima koji su sa nama podelili detaljnija iskustva radi razvijanja studija slučaja. Oni su pokazali dobru volju i velikodušno odvojili vreme da sa nama podele svoje mišljenje. Posebnu zahvalnost dugujemo Ipsos Strategic Marketingu, koji je doprineo našem istraživanju donirajući anketu na reprezentivnom demografskom uzorku.

Kori Udovički

direktorka,
Centra za visoke ekonomske studije

SADRŽAJ

UVOD.....	6
1. ZAŠTO EVROPA BRINE O PREDUZETNIŠTVU?	9
2. KAKO GRAĐANI SRBIJE VIDE PREDUZETNIŠTVO?	14
3. JAVNI SEKTOR – DRUGA STRANA MEDALJE	19
4. KOLIKO MALI I SREDNJI DOPRINOSE SRPSKOM DRUŠTVU?	24
5. MALA PREDUZEĆA – VELIKA PRILIKA?	31
KAKO DALJE?	40



UVOD

Srbija se danas nalazi u teškoj ekonomskoj situaciji. Globalna ekonomska kriza zaustavila je zakasneli tranzicioni oporavak zemlje u momentu kada je počeo da se hvata zalet. Sada, kada evropska privreda konačno pokazuje znake oporavka, Srbija i dalje zaostaje za zemljama u tranziciji. Put ka njenom ozdravljenju vodi kroz bolne mere: racionalizaciju predimenzioniranog javnog sektora i ozbiljnu finansijsku disciplinu, bez kojih privredni rast neće biti moguć. I dalje se nadamo „spasilačkoj konjici“ stranih investitora – sve su oči uprte ka granici, ali vreme velikih stranih investicija se najverovatnije neće ponoviti. Postoji nadanje i o tome da će odnekud država stvoriti „reindustrijalizaciju“. Naravno, ni toga nema u kadru. Nije čudo što srpskim društvom prevlađuje osećaj bezizlaza.

Izlaza, naravno, uvek ima. On se nalazi, kao što je to najčešće slučaj, u našim glavama, u promeni načina razmišljanja. Srbija ima obrazovane i kreativne, nezaposlene ljude, blizu je srca evropskog tržišta, otvorena i povezana ka jugu i istoku. Kapacitet državnih institucija mogao bi se podići na evropski, viši nivo, uz bolju organizaciju i usmereniji napor. Da bi se sav taj „imetak“ stavio u upotrebu, *potrebno nam je više preduzetništva.* Evropska unija definiše preduzetništvo kao *način mišljenja i vrstu procesa koji stvara i razvija ekonomsku aktivnost tako što spaja ulaganje u rizik, stvaralaštvo i/ili inovacije sa dobrim upravljanjem, u novoj ili postojećoj organizaciji*¹. Jednostavno rečeno: preduzetništvo spaja stvaralaštvo i ekonomiju. Nazivamo se preduzetnicima kada stvaramo, pažljivo upravljajući proizvodnjom nove vrednosti, uz bar mali rizik.

Cilj ove brošure jeste da skrene pažnju na potencijal i priliku koja se krije u preduzetništvu, širom sveta, ali naročito u Srbiji. Verujemo da će Srbija teško izaći iz ekonomskog ćorsokaka u kom se nalazi ako se ne osloni više na energiju, stvaralaštvo, angažman stotine hiljada ljudi koji su danas preduzetnici ili koji

¹ Evropska komisija (2003) Green Paper on Entrepreneurship.

bi to rado postali kad bi ih društvo podržalo. Ta veća podrška najpre zahteva drugačiji odnos prema preduzetništvu – da od njega više očekujemo. Time će se, s jedne strane, svi koji žele da budu preduzetnici osetiti cenjenijim i podržanijim, a s druge strane, to će pogurati šire društvo (a ne samo državu) da se ozbiljnije i sa više razumevanja pozabavi stvaranjem uslova koji će podsticati i povećati verovatnoću preduzetničkog uspeha.

Odnos prema preduzetništvu možemo da menjamo samo ako ga bolje shvatimo, ako iskreno verujemo u njegov potencijal. Trenutno su stručna, pa i šira javnost podeljene kako da Srbija postigne ekonomski napredak. Po jednom pogledu, napredak dolazi isključivo kroz strane direktne investicije (SDI) i sve reforme u zemlji treba da budu usmerene ka tome da se stvori povoljan privredni ambijent koji će ih privući. Jedna od ključnih reformi, po tom modelu, jeste da se smanji uloga države u privredi. U drugom taboru su svi koji misle da uloga države mora da se pojača tako što će se ona aktivnije pozabaviti stvaranjem ili oživljavanjem nacionalnih industrijskih sistema, bez kojih bi prvi model vodio u neokolonijalnu zavisnost. Oba modela posmatraju preduzetništvo, tj. njegovo otelotvorenje u poslovanju malih i srednjih preduzeća, kao „drugorazrednu“ privredu, dopunsku kategoriju stvorenu uglavnom iz nužde ili naslanjanjem na prilike koje stvara „prvorazredna“ privreda, velika preduzeća, strana ili državna.

Srbija se ne može uzdati u to da će strane direktne investicije (SDI) povesti privredni rast, kao što se to dogodilo u zemljama u tranziciji uoči njihovog pristupanja EU. Poznato je da strani investitori donose kapital, najnovije tehnologije i znanja, povezuju domaću privredu sa svetskom. U evropskim zemljama u tranziciji u godinama neposredno pre nego što su pristupile EU strane investicije dostigle su oko 8% bruto društvenog proizvoda i postale nosilac restrukturiranja i privrednog rasta, takođe od oko 8% godišnje. No, sa izbijanjem globalne finansijske krize presahnuli su obilati evropski tokovi kapitala, i malo je verovatno da će ponovo nabujati. Primera radi, dotok SDI u Hrvatsku u periodu pred njeno pristupanje u EU iznosio je samo 1,9% BDP-a, a rast privrede bio je, i još uvek je – negativan. Ujedno, ne možemo ni očekivati da će država nastaviti da igra ulogu preduzetnika, tj. da će izgraditi privredne kapacitete kao što je to činila pre više decenija. Danas je zadatak države da stvara neophodne uslove za privrednu aktivnost – predvidiva pravila igre, obrazovane ljude i neophodnu infrastrukturu, a privređuje samo u strateškim ili socijalno osetljivim sektorima.

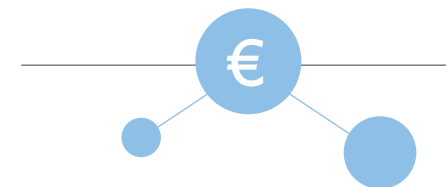
Nema tog stranog investitora koji može da zameni stvaralaštvo i energiju hiljada ljudi koje pokreću preduzetnički poduhvati i ideje. U Srbiji, preduzetništvo ne sme biti „drugorazredno“, jer naša zemlja je u velikoj meri privreda malih i srednjih preduzeća (MSP). No, svako je MSP pravi preduzetnički poduhvat. Ne smemo

da zaboravimo da najveći deo velikih preduzeća vuče korene iz preduzetničkih poduhvata koji su počeli kao mala preduzeća. Ako posvetimo pažnju malim preduzećima, uz malo strpljenja, imaćemo priliku da stvorimo veliku privredu.

Da li preduzetništvo u Srbiji može da zameni ulogu lokomotive koju imaju strane investicije ili država? To pitanje prevazilazi okvire ove brošure, ali ne moramo da znamo odgovor da bismo apelovali na srpsko društvo da se okrene ka preduzetništvu. Pomenuto nije u koliziji sa privlačenjem stranih investicija ili jačanjem odgovorne uloge države. Naprotiv, najbolje ćemo poboljšati uslove poslovanja i privredni ambijent za strane investitore (u šta ulazi i odgovorno ponašanje države) ako to uradimo prema sopstvenim preduzetnicima i radi njih. Političari i donosioci odluka moraju da počnu da razvijaju politike zasnovane na razumevanju realnog stanja srpske privrede (o kom Srbija trenutno zna nedopustivo malo!), bliskoj saradnji sa domaćim privrednicima, a naročito sa preduzetnicima. Takve reforme bile bi stvarne, a ne dokumenta usvojena da se ispune olako data obećanja. U tom procesu, evropska rešenja i strani savetnici mogu biti izvor znanja i iskustva.

Međutim, uz poštovanje evropskih normi, naša rešenja moraju biti originalno dizajnirana, skrojena po sopstvenoj meri. Ono što ne smemo da dozvolimo to je da se odrekemo odgovornosti i mogućnosti da svojim rukama stvaramo sopstvenu budućnost. Prosperitet nastaje samo ako se sve više građana upusti u ekonomsko stvaralaštvo, ne čekajući na državu da im pruži rešenja, ali zahtevajući od nje da obezbedi neophodne preuslove za preduzetništvo. Povratno, država mora da odgovara na te zahteve. Okretanje ka preduzetništvu zahteva promenu odnosa svih delova društva – države, građana, ali i samih preduzetnika. Svi oni moraju da sarađuju na utvrđivanju neophodnih mera, politika, i na njihovom sprovođenju.

CEVES-ovo istraživanje preduzetništva, kao i zalaganje za promenu odnosa prema njemu tek je na početku. Ova brošura otvara mnogo više pitanja nego što daje odgovora. Ipak, nadamo se da ćemo otvaranjem „Pandorine kutije“ podstaći veće interesovanje političara, stručnjaka i medija, i shodno tome, ulaganje značajnijih resursa i vremena neophodnih da se na ovu temu baci potrebno svetlo.



1. ZAŠTO EVROPA BRINE O PREDUZETNIŠTVU?

Kao građani Evrope, ponosimo se njenim vrednostima, a to je da svaki čovek ima pravo na dostojanstven život, a da je uslov za to kreativno ostvarivanje kroz rad. Ipak, sa početkom XXI veka, Evropa je zaključila da njene politike deluju uspavljujuće na kreativnost i produktivnost, kojoj se toliko stremi. Javila se zabrinutost da zaostaju inovativnost i kreativna energija koje su postale ključni faktor konkurentnosti sa vodećim ekonomijama sveta, Amerikom i brzo rastućim tržištima. Na milion stanovnika, EU15 je imala samo 71 odobren patent (2002/3)², dok je Amerika imala 301, a Japan 277³. Zabrinjava i činjenica da je u Evropi samo 12 velikih multinacionalnih preduzeća nastalo u drugoj polovini 20. veka, naspram 51 u Americi ili 46 u brzo rastućim ekonomijama⁴. To je pojačalo svest o potrebi strateškog zaokreta Unije ka novim konceptima privrednog razvoja.

Reč je o tome da konkurentna sposobnost privrede danas u velikoj meri zavisi od njene kreativnosti, a ona, pak, od otvorenosti i podsticajnosti prema malim, novim privrednim subjektima koji stvaraju inovacije i od prilagodljivosti velikih preduzeća stalnoj promeni prilika na međunarodnom tržištu. Sa po-

² Izvor: Agencija za patente i robne marke Sjedinjenih Američkih Država (USPTO – United States Patent and Trademark Office).

³ Archibugi, D. & A. Coco (2005), Is Europe Becoming the Most Dynamic Knowledge Economy in the World?, Journal of Common Market Studies 43, 433–459.

⁴ Bruegel Policy Brief, Financing Europe's Fast Movers, Issue 2008/1, January 2008, strana 2. Internet link: <http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/9-financing-europes-fast-movers>

javom interneta i globalizacijom proizvodnje polako nestaju stari, glomazni, hijerarhijski zatvoreni privredni sistemi, ustupajući mesto otvorenosti i fleksibilnom povezivanju velikih privrednih subjekata sa malim, inovativnim, neovisno od njihove lokacije. Jer upravo su mali ti koji u današnje vreme donose inovacije i kreativnost.

Prepoznavši značaj preduzetništva, malih i srednjih preduzeća (MSP), Evropska unija je početkom ovog veka pokrenula niz politika, koje kontinuirano razvija i unapređuje sa ciljem da podstaknu njegov razvoj i oslobode njegov potencijal. Okvir 1. daje hronološki pregled najvažnijih politika Evropske unije, sa kratkim objašnjenjem cilja njihovog donošenja.

OKVIR 1: Hronologija ključnih evropskih politika za preduzetništvo

- ▶ **Mart 2000. godine – Lisabonska strategija**, koju je usvojio Evropski savet sa namerom da se EU do 2010. pretvori u najkonkurentniju i najdinamičniju ekonomiju, zasnovanu na znanju.
- ▶ **Jun 2000. godine – Povelja o malim preduzećima**, dokument koji je usvojio Evropski savet, a koji ukazuje na značaj malih preduzeća i daje smernice državama-članicama kako da poboljšaju poslovno okruženje za njih.
- ▶ **2003. godine – Zelena knjiga o preduzetništvu u Evropi**, podstiče debatu o pitanju preduzetništva u Evropi, ističe njegov značaj i opredeljuje put Evropske unije ka razvoju punog preduzetničkog potencijala.
- ▶ **2008. godine – Akt o maloj privredi**, ključni strateški dokument Evropske komisije, koji treba da poboljša sveukupan pristup preduzetništvu i u kojem su navedeni vodeći principi za izradu i donošenje politika na evropskom i nacionalnom nivou.
- ▶ **2010. godine – Evropa 2020: strategija za pametni, održivi i inkluzivni rast**. Novi strateški koncept usvojen nakon što Lisabonska strategija nije postigla sve zacrtane ciljeve. Cilj te strategije jeste da obezbedi održivu budućnost sa više posla i boljim uslovima života.
- ▶ **2011. godine – Pregled Akta o maloj privredi**, prikaz napretka postignutog u implementaciji Akta o maloj privredi, postavlja novi paket akcija kao odgovor na izazove nastale nakon ekonomske krize.
- ▶ **2013. godine – Akcioni plan za preduzetništvo 2020**, deo sveukupne strategije održivog rasta Evropske unije nazvane „Evropa 2020”, sadrži akcioni plan čiji je cilj oslobađanje preduzetničkog potencijala, uklanjanje postojećih prepreka ka razvoju preduzetništva i osnaživanje preduzetničke kulture u Evropi.

Navedene politike ilustrujemo posebnim predstavljanjem Akta o maloj privredi Evropske unije, koji je usvojen 2008. godine. U njemu se formuliše deset principa (vidi Okvir 2), u vidu smernica za donosioc politika u EU i njenim zemljama-članicama, čiji je cilj stvaranje pravnog, administrativnog i regulatornog okruženja koje će olakšati poslovanje MSP i koji najavljuje nekoliko inicijativa koje te principe sprovode u delo. Evropsko delovanje usmereno je na potrebu da se stvaraju povoljniji uslovi poslovanja za MSP i više slavi i nagrađuje preduzetništvo (princip 1), da se regulativa prilagodi potrebama i mogućnostima preduzetnika (principi 3,4 i 5) i da se pomogne kako bi se iskoristile prilike koje se otvaraju MSP na tržištu (principi 6–10). Zanimljivo je istaći da EU posebnu pažnju posvećuje stvaranju uslova da poštene preduzetnici dobiju i drugu priliku, bez obzira na neuspeh (princip 2), koji sažima sva tri gore opisana cilja.

OKVIR 2: Principi Akta o maloj privredi Evropske unije

1. Stvoriti okruženje u kome se preduzetnici i porodična preduzeća osećaju podržano, a preduzetništvo vrednuje.
2. Obezbediti uslove da poštene preduzetnici koji su bankrotirali dobiju drugu priliku.
3. Pri analizi stanja, donošenju zakona i drugih propisa koji se odnose na privredu, voditi računa o tome kako će oni delovati na mala preduzeća i preduzetnike (*princip „Misliti prvo o malima“*).
4. Državna uprava treba da odgovara na potrebe MSP.
5. Prilagoditi instrumente za izradu javnih politika potrebama MSP: tako što će se omogućiti MSP da učestvuju u javnim nabavkama i bolje upotrebljavati državna pomoć za njih.
6. Omogućiti pristup finansiranju za MSP.
7. Pomoći MSP da imaju više koristi od jedinstvenog tržišta.
8. Politike treba da podrže unapređenje veština u MSP i sve oblike inovacije.
9. Omogućiti MSP da izazove koji se odnose na zaštitu životne sredine pretvore u prilike.
10. MSP su ohrabrena i podržana da učestvuju u rastu tržišta i ostvaruju korist od toga.

Bitna je spoznaja da se MSP suočavaju sa relativno većim preprekama u poslovanju nego velika preduzeća. Naime, mnogi troškovi unapređivanja poslovanja, poput izlaska na zajedničko tržište ili zadovoljavanja regulatornih uslova, približno koštaju veliko i malo preduzeće. I dok su za velika preduzeća ti troškovi prihvatljivi, za mala preduzeća oni mogu postati nepremostiva prepreka u poslovanju. Radi toga, naročito ističemo princip „Misliti prvo o malima” (princip 3 – *Think Small First*), koji nalaže da se pri donošenju regulative vodi računa da politike budu prilagođene uslovima poslovanja malih preduzeća. Tu spada i prilagođavanje instrumenata/procedura u sprovođenju evropskih politika (princip 5), među kojima se posebno ističu olakšavanje učešća MSP u javnim nabavkama i poboljšavanje pristupa MSP državnoj pomoći.

Pored toga što donosioci politika prate pokazatelje kreativnosti, inovativnosti, ulasku preduzeća na tržišta i izlasku sa njih, preduzetništvo se može „meriti” i na izvorištu: sklonosti građana da započnu sopstveni posao. U anketama koje EU redovno sprovodi među građanima u svojim zemljama-članicama nalazi se i pitanje da li oni žele da budu samozaposleni (da otvore svoje preduzeće, samostalno obavljaju profesiju). Prema dobijenim rezultatima, Evropljani su manje skloni preduzetništvu od brže rastućih tržišta, kao što su Amerika, Kina ili Turska. Trend je dodatno opao sa izbijanjem krize, pa sada taj procenat iznosi 37% u poređenju sa 51% u SAD ili 56% u Kini⁵.

S tim saznanjem, Evropska unija svojim novijim politikama nastoji da produbi svoj odnos prema preduzetništvu, pokretanjem velikog broja inicijativa da bi se ono i na njemu zasnovano poslovanje podstaklo⁶. Ostvarivanjem preduzetničkih ideja, pomeranjem granica u inovativnosti, diverzifikovanjem proizvodnje, mala i srednja preduzeća (MSP) mogu omogućiti da evropska privreda zadrži korak i ostvari željeni rast. U cilju održive budućnosti, strateška vizija Evrope („Evropa 2020”) za period 2010–2020. vidi fleksibilnost i kreativnost MSP kao ključne prednosti u realizaciji strateškog opredeljenja EU, i za pokretače rasta postavlja:

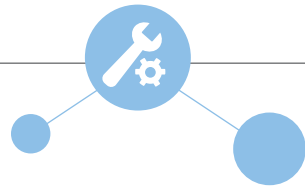
.....
⁵ European Commission (2012) Flash Eurobarometer 354 – Entrepreneurship in the EU and beyond, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf

⁶ Politike podsticanja privrednog razvoja i konkurentnosti podvode se pod princip supsidijarnosti Evropske unije, tj. u nadležnosti su zemalja-članica (dokle god ne narašavaju jedinstveno tržište, odnosno ako se željeni ciljevi ne mogu na odgovarajući način postići na nivou država-članica), te organi EU faktički daju preporuke i sprovode programe koji podstiču uključivanje zemalja-članica u inicijative.

- ▶ *pametna rast* – unapređenjem znanja, veština, inovacija, obrazovanja i digitalnog društva;
- ▶ *održiva rast* – kroz veću efikasnost i adekvatno vrednovanje životne sredine;
- ▶ *inkluzivna rast* – uključivanjem svih slojeva stanovništva u tržište rada i smanjenje siromaštva.

Preduzetništvo, mala i srednja preduzeća daju veoma važan doprinos navedenim pokretačima, kao izvor kreativne energije građana da ostvare svoje stvaralačke snove, ali i da pomognu privredi da postane konkurentna na globalnom tržištu. U sklopu strategije „Evropa 2020” donet je i Akcioni plan za preduzetništvo 2020, koji postavlja tri stuba akcija za oslobađanje evropskog preduzetničkog potencijala: 1) preduzetničko obrazovanje i obuka kao podrška rastu i stvaranju posla; 2) stvaranje okruženja u kojem preduzetnici mogu da rastu; 3) stvaranje modela i dopiranje do specifičnih grupa.





2. KAKO GRAĐANI SRBIJE VIDE PREDUZETNIŠTVO?

Cilj istraživanja stavova intervjuisanih građana i sagovornika (sprovedenog u jesen 2013) bio je da pokaže odnos srpskog društva prema preduzetništvu. Reč je o veoma važnom odnosu koji, ako je negativan, predstavlja prepreku na putu razvoja Srbije na koju se ne smemo spotaknuti, već je moramo skloniti s puta.

Odnos prema preduzetništvu u Srbiji istražen je na dva načina:

- ▶ postavljanjem pitanja na reprezentativnom uzorku građana Srbije (tri pitanja, 1.002 učesnika);
- ▶ obavljanjem razgovora sa relevantnim sagovornicima (stručnjaci ekonomisti/neekonomisti, narodni poslanici, donosioci odluka, predstavnici organizacija civilnog društva i regionalnih razvojnih agencija, preduzetnici, 87 učesnika)⁷.

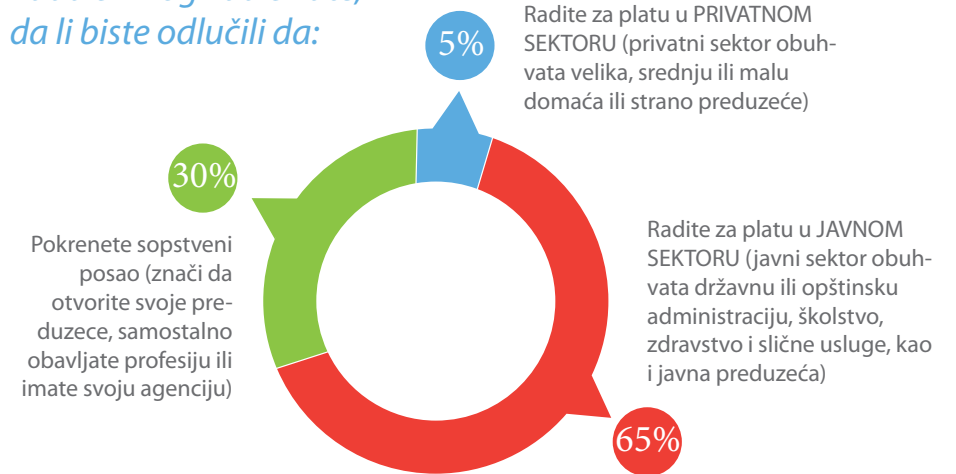
Na početku, važno je istaći da je interesovanje građana Srbije za preduzetništvo kao prvi izbor posla znatno niže od evropskog proseka, a u poređenju sa novim članicama Evropske unije (bivšim socijalističkim zemljama) više samo od Slovenije⁸. Na pitanje kakvu vrstu zaposlenja žele (Grafikon 1) jedna trećina (30%) građana odgovorila je da bi njihov izbor bio da pokrenu sopstveni posao tako što će otvoriti preduzeće ili agenciju ili samostalno obavljati profesiju. S druge strane, čak dve trećine (65%) građana radilo bi za platu, i to u javnom sektoru. Najmanje ispitanika želi da radi za platu u privatnom sektoru, svega 5%.

⁷ U daljem tekstu termin „građani“ odnosi se na reprezentativan uzorak od 1.002 anketirana građanina, a termin „sagovornici“ na sve reprezentativne sagovornike koji su intervjuisani tokom CEVES-ovog istraživanja.

⁸ Evropska komisija (2012) „Flash Eurobarometer 354 – Entrepreneurship in the EU and beyond“, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf

GRAFIKON 1: Način obezbeđivanja egzistencije za koji bi se građani odlučili kada bi mogli da biraju⁹.

Kada bi mogli da birate, da li biste odlučili da:



Očekivano, poželjnost samozapošljavanja opada sa starošću ispitanika, tako da su mu najskloniji mlađi, oni od 18 do 29 godina (36%), a najmanje skloni ispitanici stariji od 60 godina (23%). Pored toga, preduzetništvu su više skloni muškarci (33%) nego žene (27%), kao što su mu više skloni srednje obrazovani (33%) od niže obrazovanih (26%) i visoko obrazovanih (28%)¹⁰.

Zašto veći broj građana nije zainteresovan da se upusti u preduzetničke vode?

Odgovor smo prvo potražili u tome kako vide motive za preduzetništvo. S obzirom na raznovrsnost odgovora koje smo dobili, smatramo da nije u tome celokupno objašnjenje. Na pitanje koji motivi navode preduzetnike da pokrenu svoj posao, građani i sagovornici prepoznali su kao motiv nuždu i stvaralaštvo.

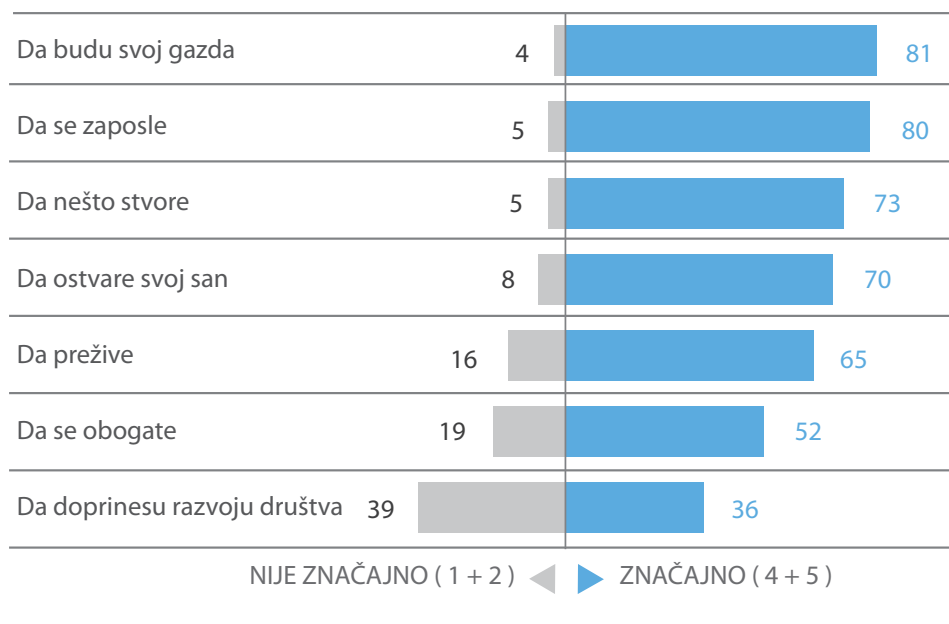
⁹ Anketa IPSOS Strategic Marketing-a (jul 2012), sprovedena za potrebe CEVES-ovog istraživanja o stavovima o preduzetništvu.

¹⁰ Anketa IPSOS Strategic Marketing-a (jul 2013).

Čak 80% građana u značajne ili veoma značajne motive svrstava želju da bude „svoj gazda“, „obezbedi zaposlenje“, a više od 70% smatra da je značajna i želja da „stvore nešto“ ili da „ostvare svoj san“ (Grafikon 2). Čak 65% značajnim smatra i motiv „da se preživi“ – za koji smatramo da možda nosi negativnu konotaciju. Jedina razlika između gledišta građana i naših sagovornika jeste to što sagovornici daju veću težinu želji da se preživi i taj motiv stavljaju na treće mesto, odmah posle želje da se zaposle i da budu svoj gazda.

GRAFIKON 2: Motivi koji navode ljude da pokrenu svoj posao.¹¹

Koji motivi navode ljude da pokrenu svoj posao?



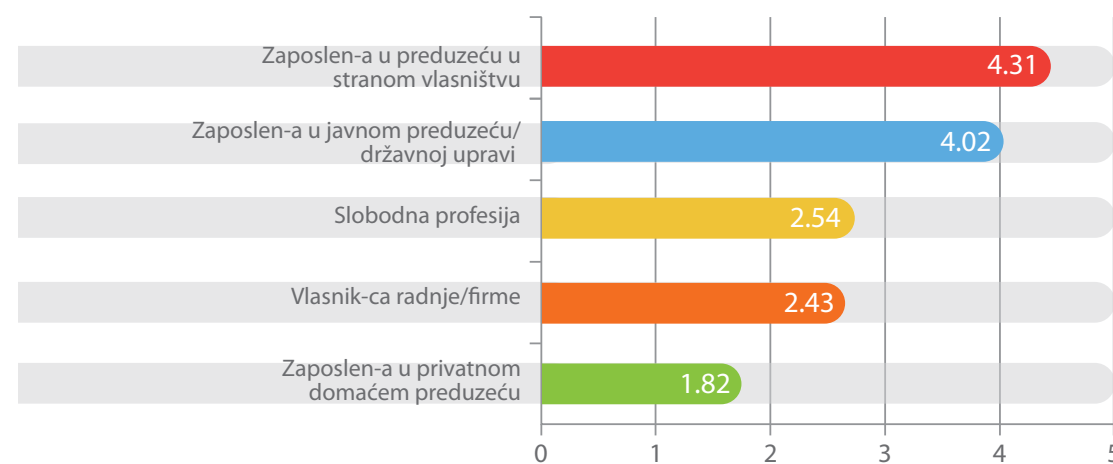
Ponovo očekivano, mlađi ljudi (18–29 godina) daju veću težinu stvaralaštvu kao motivu za pokretanje sopstvenog posla, dok se sa pomeranjem starosne granice (od 45. godine života pa naviše) pokretanje sopstvenog posla posmatra kao nužda. Interesantno je istaći da su motivu pokretanja preduzeća iz nužde veću važnost dali građani sa srednjim i visokim obrazovanjem, dok su niže obrazovani građani na prva mesta stavili ostvarenje snova, stvaranje nove vrednosti i doprinos razvoju društva.

¹¹ Ibid. Svaki motiv pojedinačno se ocenjivao ocenama od 1 do 5, gde ocene 1 i 2 govore da motiv „nije značajan“, a 4 i 5 da je „značajan“. Ocena 3 govori o neutralnom značaju motiva.

Ako građani veruju da se preko preduzetništva obezbeđuje zaposlenje, i to tako što je čovek „svoj gazda“, a imajući u vidu veliku nezaposlenost u Srbiji, onda razloge za relativnu nezainteresovanost za preduzetništvo moramo tražiti na drugom mestu. Problem mora biti u okruženju. Naši sagovornici su jednoglasni u gledištu da naše društvo nije dovoljno podsticajno prema preduzetništvu (74% njih) ili ga ne podstiče uopšte (26%). Niko od sagovornika nije odgovorio da je sadašnja podrška dovoljna. Jedan aspekt tog okruženja jeste ugled preduzetništva kao načina da se obezbedi egzistencija. Po mišljenju naših sagovornika, od nekoliko ponuđenih načina da se obezbedi egzistencija, vlasnik preduzetničke radnje je po ugledu na pretposlednjem mestu (Grafikon 3). Iza vlasnika radnje je samo zaposleni u domaćem privatnom preduzeću. Slobodna profesija je nešto uglednija od vlasnika radnje (oba spadaju u „pokretače sopstvenog posla“, Grafikon 1). S druge strane, zaposlenost u javnom sektoru smatra se naročito uglednom (Grafikon 1). Konačno, sagovornici smatraju da je najuglednije biti zaposlen u privatnom preduzeću sa stranim vlasništvom. Pitanje je da li je taj stav reprezentativan i za gledište građana koje nismo imali prilike da pitamo – s obzirom na to da su oni imali tendenciju da u manjoj meri vide preduzetništvo kao preživljavanje. Ipak, bitno je da tako misle stvaraoci javnog mnjenja i preduzetnici sa kojima smo razgovarali.

GRAFIKON 3. Ugled različitih načina obezbeđivanja egzistencije.¹²

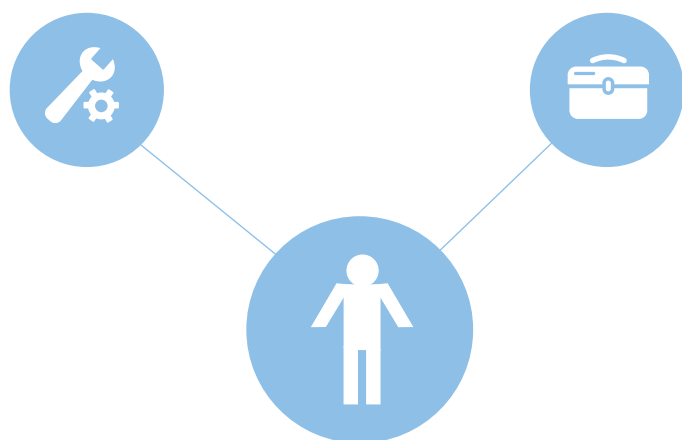
Molim vas da sledeće načine obezbeđivanja egzistencije rangirate po tome koliko mislite da su ugledni u očima građana (1-Najmanje poželjan, 5-najpoželjniji):



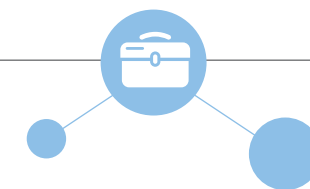
¹² CEVES-ovo istraživanje stavova, 87 reprezentativnih sagovornika

Ipak, sve ukazuje na to da je javni sektor, njegov odnos prema preduzetništvu i shvatanje društva o „poslu u državi“ – velikim delom zaluzan za to što interesovanje za preduzetništvo u Srbiji nije veće. Naši sagovornici gotovo jedinstveno izražavaju stav da odnos države prema preduzetništvu značajno otežava i povećava troškove i rizike preduzetničkog poduhvata – bilo da se ona pojavljuje kao regulator, izvršna ili sudska vlast. Oni vide veliki broj prepreka, o kojima je često reč i u javnosti – poput preteranog administriranja, visokog poreskog opterećenja, nefleksibilnosti i nepredvidivosti propisa. Naročito je zanimljivo mišljenje koje dominira kod preduzetnika, a to je da je najveća prepreka rizik koji stvaraju *propisi koji se stalno menjaju i različito tumače*¹³.

O shvatanju odnosa države možda najupečatljivije svedoči stav naših sagovornika da izvršna i sudska vlast nemaju jednak odnos prema privatnoj i državnoj svojini. Velika većina, gotovo četiri petine (76,1%) smatra da izvršna vlast više poštuje javnu svojinu, dok manje od petine (17,7%) misli da je podrška podjednaka. Kad je reč o odnosu sudske vlasti prema privatnoj svojini, još manji broj sagovornika (svega 11%) smatra da pravosuđe podjednako tumači, poštuje i štiti prava privatnog i javnog sektora, dok jedna trećina (33%) smatra da ne zna odgovor. Bez obzira na to da li bi stručna analiza, npr. sudskih odluka, potvrdila pristrasnost, bitna je percepcija. Velika rizičnost i neizvesnost poslovnog okruženja, pojačana nepoverenjem u pravednost države, ozbiljno obeshrabruje preduzetništvo.



13 CEVES-ovo istraživanje o stavovima prema preduzetništvu – iz razgovora s relevantnim sagovornicima.



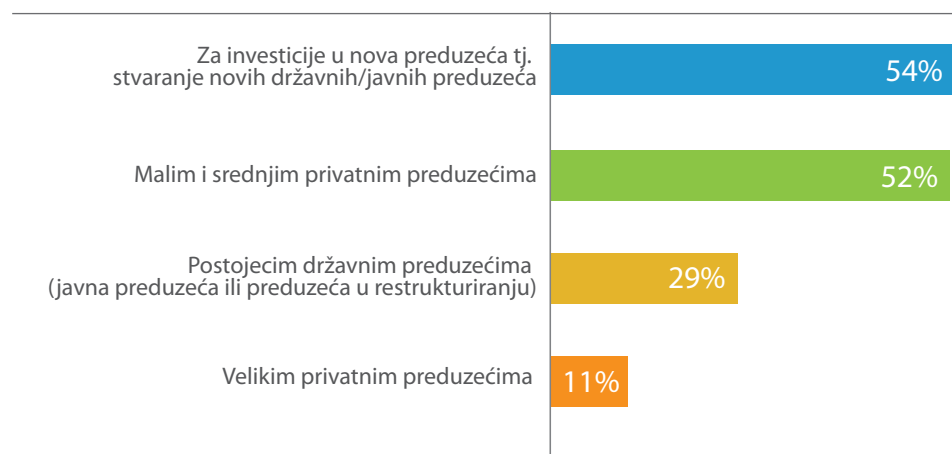
3. JAVNI SEKTOR – DRUGA STRANA MEDALJE

Odnos javnosti prema preduzetništvu možemo dodatno da rasvetlimo razmatranjem njegove antiteze – odnosa prema javnom sektoru. Kao što smo naveli, dve trećine ispitanih građana želi da se zaposli u javnom sektoru, kada bi odabir radnog mesta zavisio samo od njih (Grafikon 1). Ne iznenađuje to da je posao u javnom sektoru poželjan, jer pored toga što se smatra uglednim, u najvećem broju slučajeva pruža sigurnost i solidnu zaradu. Očekivano, interesovanje za rad u javnom sektoru progresivno raste sa starošću ispitanika, od polovine građana (56%) između 18 i 29 godina, do čak 73% građana koji imaju više od 60 godina. Kada je u pitanju opcija pokretanja sopstvenog posla, odnos je regresivan, od 23% građana preko 60 godina, do 36% mladih iz kategorije 18–29 godina. Takav trend, uz visoku sklonost ka zapošljavanju u javnom sektoru verovatno je odraz našeg nekadašnjeg socijalističkog nasleđa, prema kojem su građani bili naviknuti da od države očekuju siguran posao, a od društvenog preduzeća pristojnu platu, socijalnu zaštitu, čak i obezbeđen posao za svoje potomstvo. Ohrabruje nalaz da su mladi ljudi, nenaviknuti i neopterećeni nasleđem iz prošlosti, postali skloniji radu u privatnom sektoru.

Visoka očekivanja građana od javnog sektora ogledaju se i u stavovima o raspoređivanju budžetskih sredstava za podršku privredi. Na pitanje o sredstvima koje država ulaže u pojedine mere i programe koja direktno pomažu razvoj pojedinih preduzeća – čak polovina (54%) smatra da bi trebalo ulagati u nova preduzeća, tj. u stvaranje novih, državno-javnih preduzeća, a trećina (29%) – u postojeća državna preduzeća (Grafikon 4). Malo više od polovine ispitanih građana smatra da bi trebalo podržavati i mala i srednja preduzeća (52%), dok samo 11% smatra da podršku treba pružiti i velikim privatnim preduzećima. Uočljivo je da postoji bitno veća sklonost ka tome da se privreda podrži kroz podršku i stvaranje državnih preduzeća, dok je u slučaju privatnog sektora prihvatljivo da to bude kroz sektor MSP. Zanimljiva je i razlika u odnosu MSP i velikih, privatnih preduzeća, gde su građani znatno naklonjeniji podršci malim i srednjim preduzećima. Moguće je da ta razlika odražava svest o tome da se MSP suočavaju sa većim teškoćama u poslovanju od velikih preduzeća, ali i da postoji verovanje u javnosti da su se velika privatna preduzeća neopravdano obogatila na tranzicionim procesima zemlje od 2000. godine naovamo. Moguće je i da se MSP u određenoj meri vide kao socijalna kategorija kojoj treba pružiti društvenu zaštitu.

GRAFIKON 4: Kome bi građani dodelili sredstva kada bi mogli da odlučuju o njihovoj raspodeli ¹⁴ :

Pored ulaganja u infrastrukturu i obrazovanje, država izdvaja sredstva koja koristi za podršku privredi – npr. za mere/ programe koji direktno pomažu razvoju pojedinih preduzeća. Ako bi odlučivali kome dodeliti sredstva, to bi bilo:



¹⁴ Anketa IPSOS Strategic Marketing-a (jul, 2013).

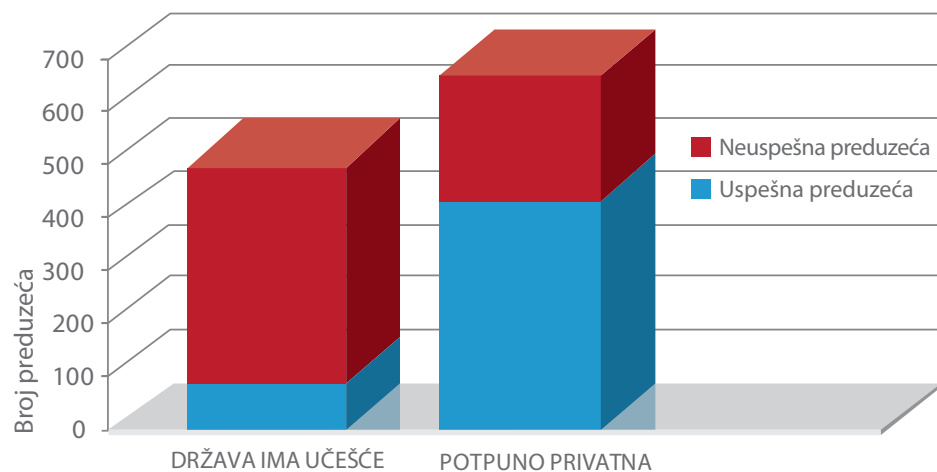
Postavlja se pitanje odakle potiče uverenost toliko velikog broja ispitanika da je država ta koja treba da otvara nove fabrike? Objašnjenje koje se nameće jeste naša socijalistička prošlost. Industrija Srbije izgrađena je na investicijama nekadašnjeg javnog sektora, i starije generacije sećaju se sa nostalgijom rada u tim preduzećima. Iznenađujuće je, stoga, da su najskloniji novim investicijama u državna preduzeća, zapravo najmlađi – generacija od 18 do 29 godina, čak dve trećine njih (60%), koji se i ne sećaju socijalizma. Takođe, investiranju u državna preduzeća skloniji su oni sa najnižim obrazovanjem (osnovno i niže), njih 65%. To, pak, ukazuje na to da bitan faktor može biti i neinformisanost (usled nedostatka obrazovanja ili iskustva), što čini prijemčivijom predstavu o svemoćnoj, sposobnoj državi.

Neosporan je značaj države u podršci privrednoj aktivnosti, međutim njena uloga nikako ne sme biti zamena za preduzetništvo. Takođe, kada se govori o značaju države, i sigurnosti zaposlenja u javnom sektoru, potrebno je pružiti analizu uspešnosti preduzeća sa učešćem države u vlasničkoj strukturi. U proteklim godinama u Srbiji, preduzeća sa bilo kakvim oblikom javne svojine i učešćem države u vlasničkoj strukturi zapošljavala su petinu od svih zaposlenih u privrednim društvima i učestvovala u stvaranju dohotka sa jednom trećinom. Nažalost, ta preduzeća pokazala su se daleko manje efikasnim od privatnih.

CEVES je istražio podatke iz finansijskih izveštaja za period 2005 - 2012, koje Agenciji za privredne registre (APR) podnose sva preduzeća i preduzetnici koji podležu plaćanju PDV-a. Na osnovu ovih podataka, možemo videti da je daleko najveće učešće državnog vlasništva kod velikih preduzeća. Od 892 velika preduzeća u 2012. godini koje je CEVES podvrgao analizi uspešnosti, 270 je u svojoj vlasničkoj strukturi imalo i učešće države, manjinsko ili većinsko. Kao što se vidi na Grafikonu 5, postoji očigledna suprotnost između uspešnosti privatnih preduzeća i onih u državnom vlasništvu. Naime, samo 22% državnih preduzeća poslovalo je dobitno, kumulativno uvećavajući svoje prihode i zaposlenost, dok je u privatnom sektoru učešće uspešnih bilo daleko veće – 64%.

GRAFIKON 5: Uspešnost velikih preduzeća.

Uspešnost velikih preduzeća u 2012. Godini



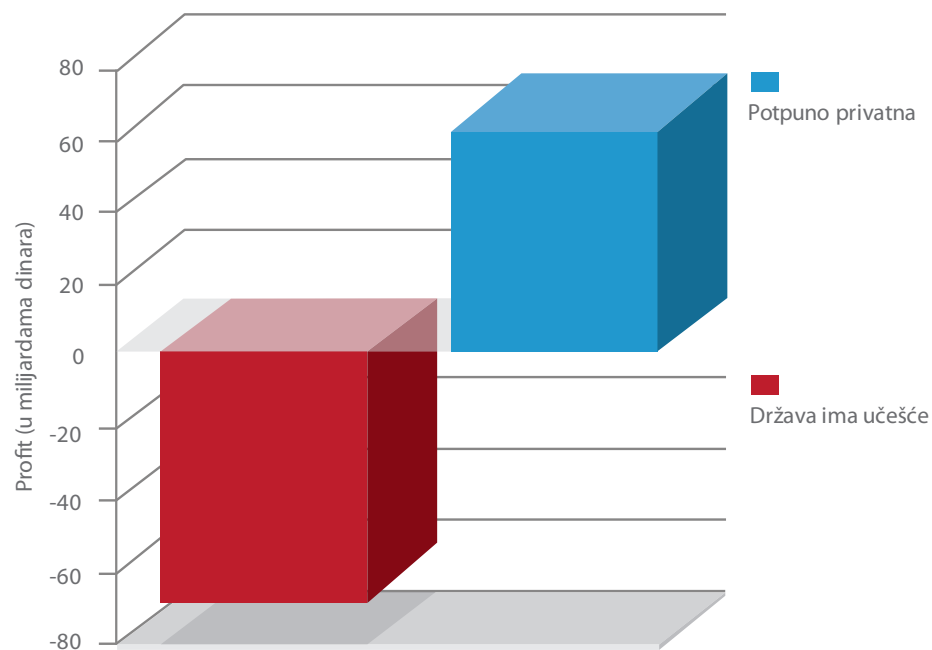
Izvor: APR (CEVES-ova obrada podataka)



Razlika u uspešnosti direktno se preslikala i na dobit dva sektora velikih preduzeća (privatnih i državnih), što je prikazano na Grafikonu 6. Celokupnu dobit – 65 milijardi dinara stvorenu u privatnom sektoru „pojeli” su gubici zabeleženi u velikim državnim preduzećima.

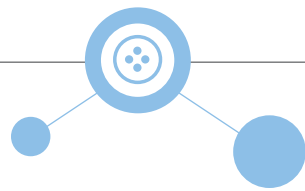
GRAFIKON 6: Dobit velikih preduzeća.

Profit velikih preduzeća u 2012.



Izvor: APR (CEVES-ova obrada podataka)

S obzirom na to da preduzeća u javnom sektoru krajnje neefikasno posluju i da prevashodno zavise od politički određenih subvencija, pitanje je da li je zaposlenost u njima održiva i donosi li dugoročnu korist samim radnicima? Iako inicijalno viša plata i siguran posao kratkoročno izgledaju primamljivo, dihotomija koja se stvara između radnika i rezultata preduzeća dugoročno ne donosi korist – radnici nemaju preveliku odgovornost i ne osećaju potrebu da se bore za dobrobit preduzeća, retko ulažu natprosečan trud i nisu dovoljno produktivni i efikasni. Zaposleni vremenom postaju otuđeni i nezainteresovani za rad, što guši njihovu kreativnost i ideje, kao i motiv za daljim učenjem, napretkom i usavršavanjem. S obzirom na to da je stanje u javnom sektoru izuzetno loše i da u njemu preovlađuju neuspešna preduzeća i „gubitaši”, jasno je da je *status quo* neodrživ i da će se ta preduzeća morati ozbiljno restrukturirati u budućnosti. Tada poslovi više neće biti garantovani i osigurani, a u prvi plan će iskočiti upravo karakteristike kao što su znanje, produktivnost, motivisanost i kreativnost.



4. KOLIKO MALI I SREDNJI DOPRINOSE SRPSKOM DRUŠTVU?

Preduzeća u Srbiji razvrstavaju se na mala, srednja i velika, zavisno od broja zaposlenih, poslovnog prihoda i vrednosti poslovne imovine. Klasifikacija koja se koristi u Srbiji identična je onoj u EU u pogledu broja zaposlenih – mikro preduzeć a zapošljavaju do devet radnika, mala do 50, srednja do 250, dok velika zapošljavaju više od 250. Međutim, razlika postoji u visini poslovnih prihoda i poslovne imovine, gde je granica u EU višestruko veća¹⁵. Kada bi se primenila evropska klasifikacija, mnoga srednja i velika preduzeća u Srbiji ne bi zadržala svoj status u pogledu veličine, a doprinos sektora MSP statistički bi postao značajniji. Zbog neuporedivosti podataka u međunarodnim poređenjima, često se kao kriterijum razvrstavanja koristi samo broj zaposlenih, te je taj metod korišćen i u našoj brošuri¹⁶.

Još jedan bitan raskorak postoji kod obuhvata MSP sektora. Dok je svetska praksa da sektor obuhvata sve privredne subjekte, u Srbiji se on odnosi samo na privredna društva, ali ne i na fizička lica koja svoju delatnost obavljaju kroz samostalne radnje i agencije. Pomenuta fizička lica označena su u Srbiji kao preduzetnici, čime se pojam preduzetništva pretvara u isključivo pravni termin. Upravo zbog toga, u brošuri, pod sektorom MSP označili smo sva mikro, mala, srednja preduzeća i preduzetnike. Nažalost, podaci za preduzetnike

¹⁵ U Srbiji, kod visine poslovnih prihoda, granica za mala preduzeća je do 2,5 miliona evra, a za srednja do 10 miliona. Kada je reč o vrednosti poslovne imovine, mala preduzeća ne prelaze milion evra, a srednja pet miliona evra.

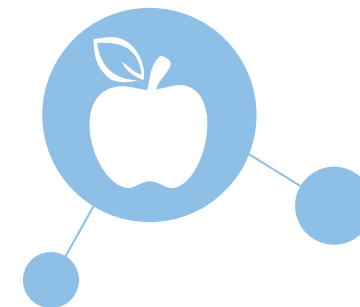
¹⁶ U okviru procesa pridruživanja Srbije EU, prvi korak u usaglašavanju klasifikacija učinjen je donošenjem novog Zakona o računovodstvu, koji je granične vrednosti približio evropskim.

koji ne podnose finansijske izveštaje (a to je većina) najčešće nisu dostupni ili ne postoje, a nedostatak tako važnog podatka za srpsku privredu i sam govori o odnosu prema preduzetništvu. Stoga smo prinuđeni da u određenim delovima analize koristimo samo podatke o preduzećima i preduzetnicima koji podnose izveštaje, što će biti predmet naše napomene.

U stručnoj javnosti dobro je poznata činjenica da je sektor MSP važan element, ponekad i motorna snaga svake privrede. Naravno, uticaj malih i srednjih preduzeća na privredu bilo koje zemlje direktno je vezan za njihov broj – po pravilu, neuporedivo ih je više nego velikih preduzeća. Po proceni CEVES-a, u Srbiji su 2012. godine poslovala 105.133¹⁷ mala i srednja preduzeća, uključujući i preduzetnike za koje se može reći da su redovno podnosili finansijske izveštaje. Pored njih, kao aktivno, registrovano je još i oko 193.000 preduzetnika koji ne podnose izveštaje (pa se ne može sa sigurnošću tvrditi da su zaista poslovali). Drugim rečima, MSP sektor bio je sačinjen od oko 300.000 preduzeća i radnji, a pošto je velikih preduzeća bilo 935, možemo zaključiti da je sektor MSP činio oko 99,7% svih privrednih subjekata u Srbiji.

Koliko su mala i srednja preduzeća značajna?

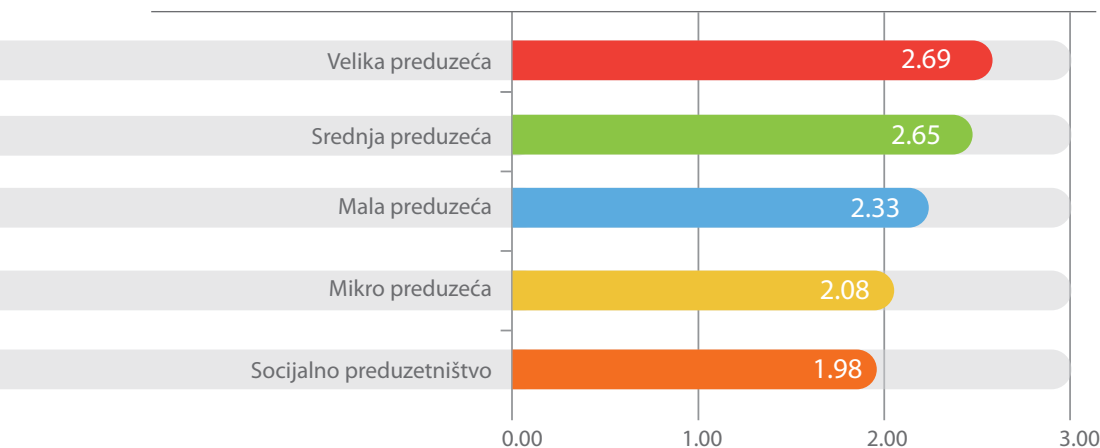
Pitanje „značaja” neke kategorije preduzeća relativna je stvar, ne zavisi samo od broja preduzeća koja ga čine, niti od njihove veličine. Na pitanje koje ne određuje bliže pojam „značaja”, osim da je reč o „privredi i blagostanju građana”, naši sagovornici su u potpunosti poistovetili značaj kategorije preduzeća sa njihovom veličinom (Grafikon 7). Tako, najznačajnijim se smatraju velika preduzeća, a najmanje značajnim mikro preduzeća i socijalno preduzetništvo.



¹⁷ Od toga, 8.332 preduzeća osnovana su i podnela izveštaj u 2012. godini.

GRAFIKON 7: Značaj veličine preduzeća za privredu i blagostanje građana Srbije. ¹⁸

Ocenite značaj svake od navedenih kategorija za privredu i blagostanje građana Srbije (1 najmanji značaj, a 3 najveći)



Postoji mnogo načina na koje preduzeće može uticati na uvećanje društvenog blagostanja, pri čemu je najdirektniji i najočigledniji čisti materijalni uticaj – kroz dobit, prihod i zarade. Međutim, blagostanje se može uvećati i na druge načine: počev od zapošljavanja, podrške zajednici u kojoj se posluje, preko zadovoljenja najrazličitijih potreba društva čitavim dijapazonom raznolikih proizvoda i usluga, pa sve do širenja inovacija, tehnologija, znanja, stručnog usavršavanja radnika i drugih pozitivnih, neposrednih efekata koja preduzeća proizvode svojim aktivnostima i poslovanjem.

S obzirom na aktuelnu ekonomsku situaciju u Srbiji, gde veliki broj građana nema posao ili radi u „sivoj“ zoni bez mogućnosti da dobije priliku za iskazivanje svog potencijala napredovanjem i sticanjem iskustva, stvaranje radnih mesta predstavlja jedan od najvažnijih doprinosa određene kategorije preduzeća na društveno blagostanje. U tom kontekstu, upravo se mala i srednja preduzeća pokazuju najznačajnijim za građane Srbije.

Naime, mala i srednja preduzeća su 2012. doprinela sa 72% ukupnoj zaposlenosti¹⁹, što se može videti na Grafikonu 8, na kojem je sektor MSP predstavljen sa tri gornja stubića. Mala preduzeća i preduzetnici su dominantno doprinosili ukupnoj zaposlenosti, zapošljavajući 762.000 radnika, odnosno 57% za-

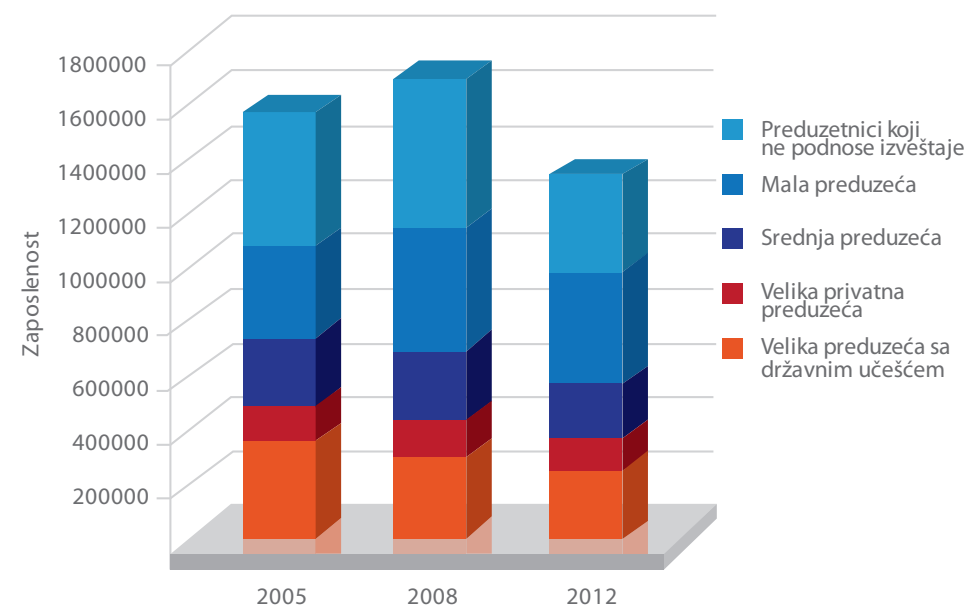
¹⁸ CEVES-ovo istraživanje stavova, 87 reprezentativnih sagovornika

¹⁹ Privredni subjekti klasifikovani su po veličini u momentu započinjanja poslovanja (ili u 2005, ako su osnovani pre te godine), a ne u trenutku analize.

poslenih. Međutim, i pored dominantnog doprinosa 2012, rast zaposlenosti u malim preduzećima i kod preduzetnika zabeležio je negativan trend nakon krize. U 2008. godini, pred krizu, zaposlenost u malim preduzećima i kod preduzetnika bila je na svom vrhuncu, nakon višegodišnje ekspanzije. Zapošljavali su čak milion radnika i učestvovali su u zaposlenosti sa 60%. Nakon udara krize 2009. godine, broj registrovanih zaposlenih je počeo da opada, a naročito je taj pad bio izražen kod preduzetnika koji ne podnose izveštaje, kod kojih se zaposlenost do 2012. smanjila za čak 33%, tj. za skoro 200.000 radnih mesta. Treba napomenuti da je tako veliki pad zaposlenosti kod preduzetnika verovatno dobrim delom posledica prelaska radnika u „sivu“ zonu, imajući u vidu to da je smanjenje broja preduzetničkih radnji bilo dosta blaže od registrovanog pada zaposlenosti u njima. Naime, broj radnji se smanjio za 12%, dok je broj zaposlenih u njima prepolovljen.

Grafikon 8: Značaj veličine preduzeća za privredu i blagostanje građana Srbije.

Dinamika zaposlenosti — doprinos prema veličini preduzeća



Izvor: APR (CEVES-ova obrada podataka)

U nastavku sledi primer preduzeća koje ilustruje performansu malih i srednjih preduzeća i na najbolji način predstavlja procese kroz koje su prošla preduzeća do krize 2009. godine i nakon nje. Preduzeće „Desing“ je poslednjih šest godina poslovalo uspešno, uvećalo je svoju zaposlenost i uspešno se bori s teškoćama koje je kriza donela i usporila njegov rast.

DESING D.O.O.

„Od male porodične firme do snabdevača Mekdonaldsa“

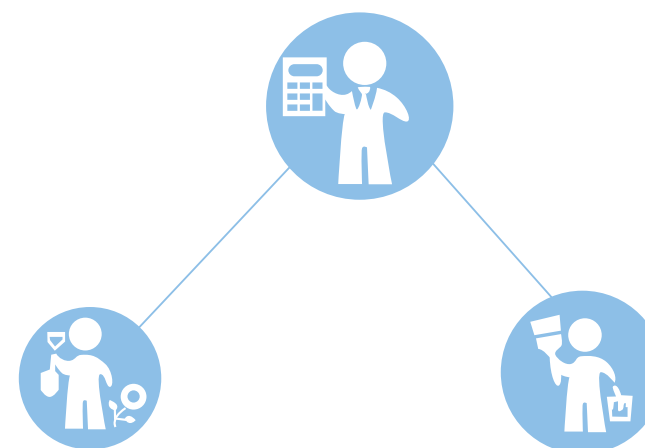
Preduzeće „Desing“ d. o. o. osnovala je 1992. godine porodica Tomić, u Knjaževcu, poznatom voćarskom regionu Srbije. U početku, njegova osnovna delatnost bila je proizvodnja i distribucija aditiva, ali je neprekidnim razvojem proizvoda, inovacijama i upotrebom savremenih tehnologija, proizvodni program proširen na voćne paste za industriju sladoleda, voćne, čokoladne i karamel prelive, pekarska punjenja, sirupe za postmiks aparate, voćne baze i koncentrate za industriju bezalkoholnih pića.

Poštovanje najviših međunarodnih standarda kvaliteta omogućilo je tom preduzeću da 2001. postane dobavljač restorana „Mekdonalds“ u Srbiji, koje snabdeva topinzima i prelivima za sladolede i šejkove, a 2007. godine dobija status odobrenog dobavljača za „Nestle“ sladolede. Pored toga, na domaćem tržištu ostvaruje saradnju i sa „Frikomom“, „Knjazom Milošem“ i „Medelom“. U sklopu novog projekta, „Desing“ uspostavlja pilot-postrojenja za preradu voća u aseptičnim uslovima da bi korišćenjem nove tehnologije proširio svoje poslovanje na tržište voćnih jogurta. Potencijal te ideje uočio je i Fond za inovacionu delatnost, koji je u novembru 2012. godine „Desingu“ odobrio podsticajna sredstva u okviru Programa sufinansiranja inovacija.

Od 2007. do 2012. realni prihodi preduzeća „Desing“ opali su za 3,5%, broj zaposlenih porastao je sa 16 na 29, a u svim godinama ostvaren je pozitivan neto rezultat. Ta kompanija odličan je primer male porodične firme koja je iskoristila dolazak stranih investitora i kvalitetno snabdevajući velika preduzeća razgranala poslovanje na domaćem tržištu.

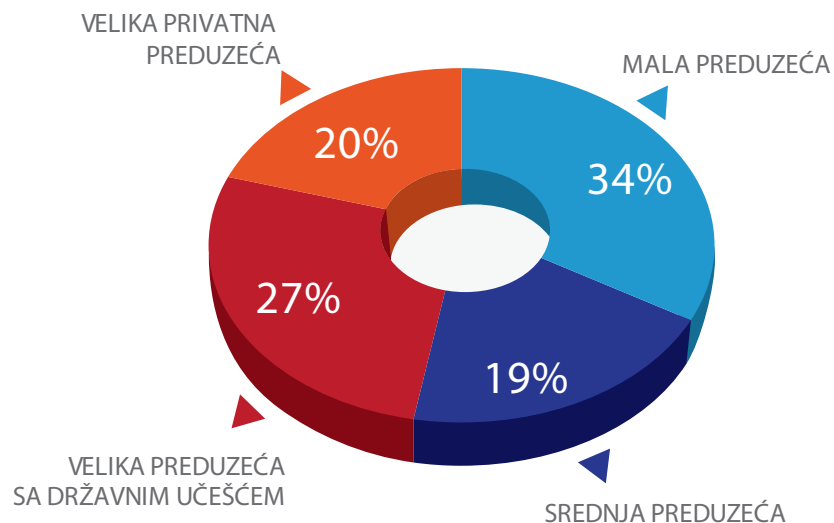
Značajna uloga MSP u stvaranju radnih mesta tokom tranzicije, bitna je karakteristika većine bivših socijalističkih zemalja, gde Srbija nije izuzetak. Naime, za bivše socijalističke zemlje bila je karakteristična dominacija velikih, često konglomeratskih državnih preduzeća. Pošto su imala veliki višak zaposlenih, ta preduzeća u toku tranzicije znatno smanjuju zaposlenost, čak i ako su u međuvremenu uspešno privatizovana. Nova radna mesta stvarala su uglavnom mala i srednja preduzeća. Tako je i u Srbiji zaposlenost u velikim preduzećima stalno opadala, kao što se može videti na Grafikonu 8. Negativna tendencija je posledica prvenstveno restrukturiranja velikih državnih preduzeća. U periodu koji posmatramo (2005–2012), zaposlenost u sektoru velikih preduzeća opala je za čak 115.000 radnih mesta, tj. za četvrtinu (25%).

Rast dohotka je još jedan od ključnih pokazatelja doprinosa privrednih subjekata – sva nova vrednost koju proizvodi – koncept blizak BDP-u i blagostanju društva. Sve do udara krize, dohodak MSP pratio je rast zaposlenosti, ali je nakon toga, i pored opadanja zaposlenosti, uspeo da nastavi svoju putanju rasta. Tokom 2012. godine, realni dohodak je za 110%²⁰ bio viši nego 2005. godine. Takav fenomen „rasta bez radnih mesta“ (*jobless growth*), nije samo odraz zakasnele i nedovoljno efikasne tranzicije u Srbiji već predstavlja pošast mnogih drugih evropskih i srednje razvijenih zemalja na početku XXI veka, a naročito je uočljiv od udara krize 2009. godine.



²⁰ Rast korigovan za apresijaciju evra u periodu 2005–2012.

Učešće preduzeća prema veličini u rastu ukupnog realnog dohotka preduzeća u periodu 2005 – 2012.

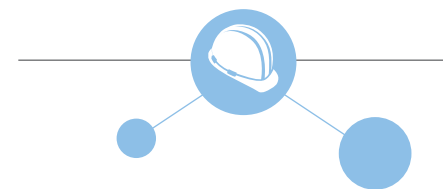


Izvor: APR (CEVES-ova obrada podataka)



Doprinos sektora MSP rastu dohotka bio je izuzetno značajan, što se može videti na Grafikonu 9. U ukupnom rastu agregatnog dohotka, sektor MSP je učestvovao sa 53%²¹, a najznačajniji pojedinačni faktor upravo su mala preduzeća i preduzetnici koji su podnosili izveštaje.

²¹ U podatak su uključeni i preduzetnici koji ne podnose finansijske izveštaje



5. MALA PREDUZEĆA – VELIKA PRILIKA?

Da bi se razumeo potencijal sektora MSP, mora se izaći iz okvira njegovog agregatnog posmatranja. Sektor MSP se sastoji od preduzeća i radnji koje se među sobom razlikuju prema veličini, delatnosti, motivu za započinjanje poslovanja i potencijalu. U sektoru malih preduzeća, nailazimo na uspešna s potencijalom za dalji razvoj, razrađenim idejama, jasnom vizijom i konkurentnim proizvodima. U literaturi se takva preduzeća nazivaju „preduzeća iz prilike“. Međutim, nesumnjivo su brojnija preduzeća koja godinama posluju u skromnim razmerama, čija je svrha obezbeđivanje egzistencije vlasnicima i malom broju zaposlenih, bez velike verovatnoće da se razviju i prošire, u literaturi nazvana „preduzeća iz nužde“. Između te dve krajnosti su i privredni subjekti koji pokušavaju da se probiju, u kojima preduzetnici vide potencijal, ali se on još ne vidi u njihovim performansama. To su preduzeća koja su tek uspostavljena, ili koja su u procesu restrukturiranja, ili koja pored značajnijih ulaganja stagniraju.

Od 72.206 malih i srednjih preduzeća²² čiju je uspešnost u poslovanju analizirao CEVES, karakteristike poslovanja jedne trećine (oko 24.000) odgovaraju opisu preduzeća koja posluju iz nužde. Reč je o firmama osnovanim kao privatnim (ne državnim ili privatizovanim), koje godinama ne rastu, zapošljavaju do četiri radnika, ne raspolažu imovinom većom od 50.000 evra, niti su im poslovni prihodi viši od te granice.

Sa druge strane, 20.600 uspešnih malih i srednjih preduzeća sa očiglednim potencijalom za dalji rast i razvoj pozicioniralo se na tržištu i krči svoj put ka

²² Uspešnost preduzetnika koji ne podnose finansijske izveštaje nije analizirana, jer podaci o njihovom poslovanju nisu javno dostupni. Iz posmatranja su isključena sva preduzeća za koje smo kroz finansijsko izveštavanje utvrdili da nisu bila u potpunosti aktivna ili da izveštaji nisu bili verodostojni. Verujemo da su to u dobroj meri preduzeća koja su osnovana kao „sekundarna“ ili kao instrumenti za propisno ili nepropisno podržavanje poslovanja svoje matice.

daljem napretku. Ta preduzeća su očigledno uspela da pronađu tržišnu nišu, poslovala su dobitno, uvećavala svoju zaposlenost i prihode i predstavljaju pravi pozitivan primer za ugledanje, kao i motiv za preuzimanje inicijative budućim generacijama preduzetnika. Ona su godišnje u proseku uvećavala svoje realne prihode za 20% (posmatrano od 2005. ili od datuma njihovog osnivanja), a 2012. zapošljavala su 142.000 radnika. U pomenutu grupu spada i oko 5.000 preduzeća koja su na početku svog poslovanja ličila na firme osnovane iz nužde, ali su se neprekidnim rastom i razvojem u nekom trenutku odvojila od te grupe.

Da li se među tim preduzećima kriju i neka koja bi mogla povesti srpsku privredu napred? Svakako. U našoj analizi naišli smo na velik broj sjajnih i ubedljivih priča. No, odgovor na pitanje o ulozi koju mala i srednja preduzeća mogu da odigraju pre svega zavisi od mere u kojoj možemo da očekujemo da malo preduzeće ili preduzeće posle izvesnog broja godina razvoja počne samostalno da izvozi. Rast jedne privrede u dužem roku presudno zavisi od njene sposobnosti da nastupa konkurentno na inostranim tržištima.

U našoj analizi identifikovali smo čak 4.700 preduzeća proizvođača razmenljivih proizvoda koja su rasla veoma brzo – ona su tokom posmatranja uvećavala svoje realne prihode i imovinu u proseku za 40% godišnje, tj. dovoljno da prerastu iz jedne kategorije po veličini u drugu²³, upošljavajući u proseku po 13 radnika. Među njima se posebno ističu preduzeća iz sektora agrobiznisa (600 firmi) – poljoprivredna proizvodnja i proizvodnja prehrambenih proizvoda, ali u značajnom broju to su i preduzeća iz oblasti proizvodnje metalnih proizvoda, proizvoda od drveta, nameštaja, računara i elektronske opreme, kao i preduzeća koja se bave pružanjem konsultantskih usluga, računarskim programiranjem i razvijanjem softvera.

Ne sumnjamo da među opisanim preduzećima veliki broj njih ima potencijal da takve performanse proširi i na strano tržište. Među njima se mogu identifikovati tri vrste uspešnih. Najbrojnija su, bez sumnje, preduzeća vezana za domaće tržište – kao snabdevači velikih preduzeća ili kao preduzeća koja pružaju dobra i usluge potrošačima i državi. Takvo je već pomenuto preduzeće „Desing“.

Nadalje vidimo primere malih i srednjih preduzeća koja su se internacionalizovala po dva scenarija. Prvi je da se razvijaju i rastu na temeljima domaće tražnje, a kada postanu dovoljno ekonomski snažna, vidljiva i konkurentna, nađu priliku na inostranom tržištu (uz pomoć domaćih partnera ili bez njih). U nastavku, predstavljamo „Termomont“, primer preduzeća koje se dugo razvijalo kao domaće, da bi danas, kao preduzeće srednje veličine, izvozilo značajan deo proizvodnje na inostrano tržište.

²³ Rasli su prosečnom brzinom dovoljnom za prelazak u višu kategoriju (u odnosu na period od osnivanja), nisu sva za to imala i dovoljno vremena.

„TERMOMONT“

Jedno od najstarijih privatnih preduzeća srednje veličine, koje je ugled steklo na domaćem tržištu, a od 2006. uspešno osvaja i inostrana tržišta

Preduzeće „Termomont“ d. o. o. osnovano je 1986. godine u Šimanovcima kao prvo privatno preduzeće u Sremu. U prvim godinama postojanja, „Termomont“ sa 10 zaposlenih radnika stiče priznanje na tržištu u oblasti instalacije centralnog grejanja i montaže kotlovskih postrojenja. Početkom devedesetih godina, kada su nafta i derivati u Srbiji poskupeli i postali teško dostupni zbog sankcija, to preduzeće videlo je šansu za rast u proizvodnji kotlova na čvrsto gorivo.

Nova povoljna prilika za rast, ovaj put kroz izvoz, javlja se od 2006. godine, kada cena nafte počinje ubrzano da raste na svetskom tržištu. Zahvaljujući uspostavljenim poslovnim kontaktima na Beogradskom sajmu 2006. godine, „Termomont“ osvaja tržište Zapadnog Balkana (Bosne i Hercegovine, Makedonije, Crne Gore). U periodu 2008–2010. počinje s prodorom na tržišta Rusije i Rumunije. Pošto kultura ugradnje tog tipa grejanja nije bila razvijena, jedna od vodećih pet izvoznih destinacija je i Španija, gde je na vreme procenjen potencijal za rast prodaje. „Termomont“-ov nastup na evropskom tržištu, štiti gabarit finalnih proizvoda koji otežava konkurenciju iz udaljenijih destinacija.

Realni poslovni prihodi u periodu 2005–2012. porasli su za 216,6% ili 11,7% godišnje. Broj zaposlenih u istom periodu povećao se sa 49 na 93, kumulativno za 89,8%. U posmatranom periodu „Termomont“ je poslovaao dobitno, danas izvozi čak 70% svoje proizvodnje i zauzima 550. mesto na listi 1.000 najvećih izvoznika u Srbiji. Dobro obučena radna snaga sa nižim troškovima jedan je od ključnih faktora konkurentnosti u odnosu na zapadnoevropske firme, s obzirom na to da su troškovi obuke u toj grani vrlo visoki. Tokom poslednjih godina uvodi se savremena linija proizvoda, tzv. pametni kotlovi na bazi CNC tehnologije, čiji rad je u potpunosti automatizovan. Uvođenje takve tehnologije i proizvodnog programa znatno je jeftinije u Srbiji, što „Termomont“ čini još konkurentnijim na inostranom tržištu.

Drugi scenario je da mala i srednja preduzeća pronalaze prilike na inostranim tržištima još dok su mala, pa čak od svog samog osnivanja. Takva preduzeća uspeavaju da se probiju na strana tržišta tako što pronadu odgovarajuću nišu zahvaljujući inovacijama ili naročitoj konkurentnoj prednosti u usko specijalizovanim oblastima. U nastavku dajemo primer „Mikroelektronike“, preduzeća koje je svoj napredak gradilo upravo na navedeni način.

„MIKROELEKTRONIKA“ D. O. O.

Put od garaže do Google-a

Priča o ovom preduzeću počinje 1995. godine, kada se Nebojša Matić, student završne godine elektrotehnike u Novom Sadu, zainteresovao za problematiku mikrokontrolera, koji su se tada pojavili. U to vreme nije bilo literature ni interneta, ali uz pomoć profesora iz srednje škole sakupio je novac i kupio prve komponente.

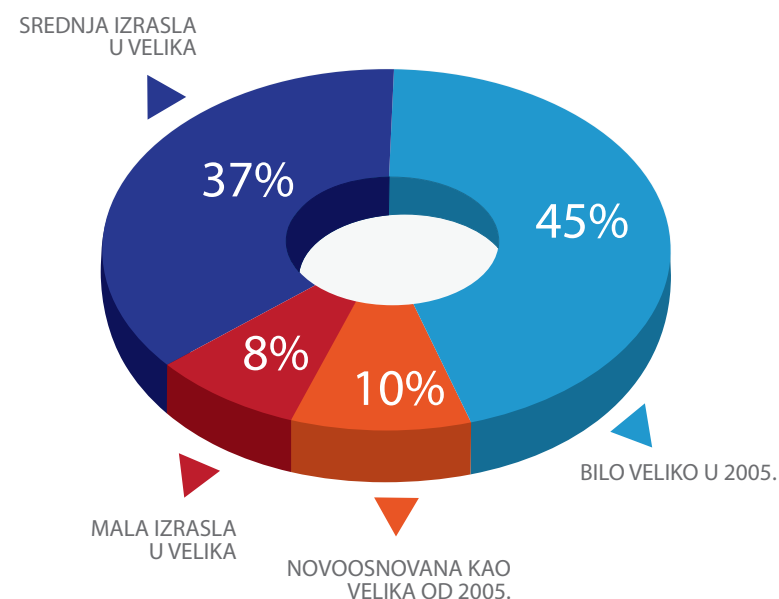
Nedugo zatim, počeo je da pravi prve sisteme u očevoj garaži u Lajkovcu, gde ih je ručno lemio. Sisteme su u početku kupovale njegove kolege, da bi se potom prodaja razgranala pošto je to bio jedinstven proizvod na tržištu. Mladi inženjer želeo je da popularizuje problematiku mikrokontrolera u široj javnosti, pa je 1998. godine počeo da štampa časopis „MikroElektronika“. Tokom 1999. godine napravio je prodor na strano tržište jedostavno pomoću veb-prezentacije na engleskom jeziku i zahvaljujući jedinstvenosti proizvoda, atraktivnog kupcima iz inostranstva.

Danas je „Mikroelektronika“ jedno od desetak preduzeća u svetu koja proizvode mikrokontrolere, uz celokupan alat i softver vezan za njih. U periodu 2008–2012. realni prihodi su udvostručeni, a broj zaposlenih povećao se sa 24 na 44. Više od 300 različitih proizvoda izvozi se u 110 država, u 38 poseduje distributere, a 96,8% prihoda ostvaruje izvozom. Neki od stalnih kupaca su Toshiba, Hitachi, Soni, NASA, Ferrari, Ford, General Motors, CERN i Toyota. Održavaju se i mesečni sastanci s predstavnicima kompanije Google. Ta priča pokazuje nam da male firme iz Srbije, ako poseduju jedinstveni proizvod, mogu da se probiju na inostrano tržište, ostvarujući saradnju s najvećim svetskim korporacijama.

U našem dosadašnjem istraživanju nailazimo na brojne slučajeve svih vrsta, ali za njihovu istinsku kvantifikaciju, potrebno je dalje istraživanje.

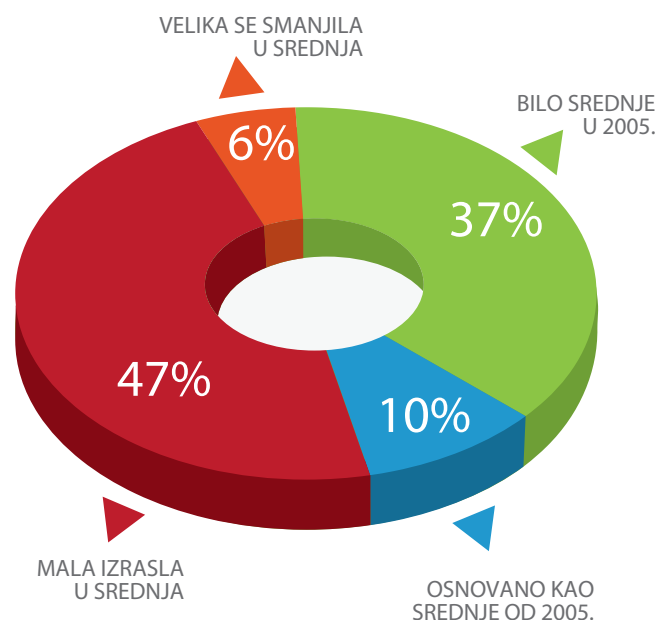
Možda u masi malih i srednjih preduzeća broj od 4.700 dinamičnih i verovatno konkurentnih ne izgleda tako impresivno, ali to nije slučaj ako se posmatra u odnosu na broj velikih preduzeća. Kao što možemo videti iz detaljnije istorijske strukture današnjih srednjih i velikih preduzeća (Grafikoni 10a i 10b), u strukturi velikih preduzeća Srbije u 2012. godini, veoma je značajno učešće onih koja su još 2005. (godina od koje raspoložemo podacima) bila mala preduzeća ili nakon toga nastala kao mala preduzeća (8%) ili srednja (37%). Pomenuta preduzeća čine čak 80% velikih preduzeća koja su nakon 2005. godine stekla status velikih, četiri puta ih je više nego novonastalih velikih preduzeća koja su kao takva nastala. Slično je i sa strukturom srednjih preduzeća, što se takođe može videti na Grafikonu 10b, među kojima čak 47%, tj. oko 1.400 njih, vodi poreklo od preduzeća koja su još 2005. ili kasnije bila mala preduzeća.

GRAFIKON 10a: Struktura velikih preduzeća (2012) po veličini u vreme osnivanja.



Izvor: APR (CEVES-ova obrada podataka)

GRAFIKON 10b: Struktura srednjih preduzeća (2012) po veličini u vreme osnivanja.



Izvor: APR (CEVES-ova obrada podataka)

Dakle za samo osam godina, veliki napredak i promenu u strukturi velikih (srednjih) preduzeća mogu da donesu brzorastuća mala preduzeća. Zasigurno je da će određeni broj uspešnih malih preduzeća koja uspeju da održe kontinuitet u svom razvoju i u budućnosti prerasti kategoriju i postati srednja, a možda potom i velika. Uz podsticajno okruženje i razvoj, od perspektivnih malih preduzeća može da se dobije značajna korist, tako što će uticati na društveno blagostanje, ali i motivisati i obrazovati buduće preduzetnike.

Postojeći podaci ukazuju na to da su u Srbiji slučajevi direktnog uključivanja MSP u međunarodnu podelu rada relativno brojni. Danas MSP, uključujući preduzetnike, doprinose skoro 50% vrednosti izvoza Srbije, a od 1.000 najvećih izvoznika, čak oko 60% čini sektor MSP. To je značajna, čak neuobičajeno visoka proporcija, mada treba imati na umu da je srpski izvoz relativno mali, pa pomenuti odnos u dobroj meri odražava i nedostatak internacionalizovanih, velikih preduzeća u zemlji. Ipak, značajno je istaći da je sektor MSP do 2011. godine udvostručio svoj izvoz u odnosu na 2005, kada je njegovo učešće bilo svega 38%. Srpski izvoz je rastao relativno brzo, ali je izvoz MSP rastao još brže! Pored toga, mala i srednja preduzeća u Srbiji pokazala su se „žilavijim“ na udar globalne krize – njihov izvoz je 2009. manje opao nego izvoz velikih preduzeća.

Među iskustvima zrelih evropskih privreda mogu se naći brojni primeri regija ili zemalja, čija se privredna aktivnost ili rast u velikoj meri zasnivaju na MSP. Po pravilu, takva uloga MSP, bez obzira na okolnosti u kojima su se razvila, rezultat je vrlo specifičnih razvojnih uslova i određene društvene ili preduzetničke mobilizacije koja je omogućila MSP da prevaziđu prepreke zbog kojih se ona teško internacionalizuju. Italija i Nemačka dva su takva primera, proistekla iz sasvim različitih okolnosti. U Italiji su se sami preduzetnici organizovali u klastere kako bi izašli na spoljno tržište, dok je u Nemačkoj reč o saradnji zajednice – naročito obrazovnih institucija, i samih preduzetnika. U obe zemlje, MSP se u značajnoj meri direktno uključuju u međunarodnu podelu rada, što je ilustrovano primerom koji sledi:

ZNAČAJ MSP U RAZVOJU NEMAČKE I ITALIJANSKE PRIVREDE

Da privredni rast može u velikoj meri da se zasniva na malim i srednjim preduzećima, pokazuju primeri Italije i Nemačke, koje karakteriše podjednak uspeh na nacionalnim i međunarodnim tržištima.

Italijanski model zasnovan je na izvozno orijentisanim malim i srednjim preduzećima, a pre svega na mikro preduzećima koja predstavljaju značajan deo privrede. MSP sektor čini 99,9% firmi, zapošljava 80% radnika i ostvaruje 68% dohotka, dok sam sektor mikro preduzeća čini 94,4% firmi, zapošljava 46,1% radnika i doprinosi stvaranju ukupne dodatne vrednosti sa 30%. Zanimljivo je prikazati kako su mikro firme u Italiji postale dominantne i uticajne.

U periodu privrednog razvoja, geografske osobenosti i tadašnji loš kvalitet infrastrukture na jugu zemlje u velikom broju slučajeva nisu bili pogodni za dolazak velikih, a i stranih investitora na italijansko tržište, pa su značajne SDI izostale. Vlasnici mikro preduzeća su, međutim, stvorili priliku tako što su se povezali u klastere.

Tajna uspeha tog modela je u saradnji, specijalizaciji i fleksibilnosti u poslovanju. Preduzeća u klasteru međusobno blisko sarađuju, a svako od njih podstaknuto je da se bavi samo onim segmentom proizvodnje za koji je razvilo ključne kompetencije, što obezbeđuje visok nivo znanja i kvaliteta za svaki sastavni deo proizvoda koji klaster izrađuje. Male firme se lakše prilagođavaju promenama u tražnji, kako u pogledu materijalnih resursa,

tako i u pogledu radne snage. Klasteri su omogućili preduzećima niz pogodnosti, od nižih fiksnih troškova, preko razmene znanja i iskustava, pa do stvaranja jakih i konkurentnih igrača na inostranim tržištima od preduzeća koja bi, da su delovala samostalno, ostala marginalna.

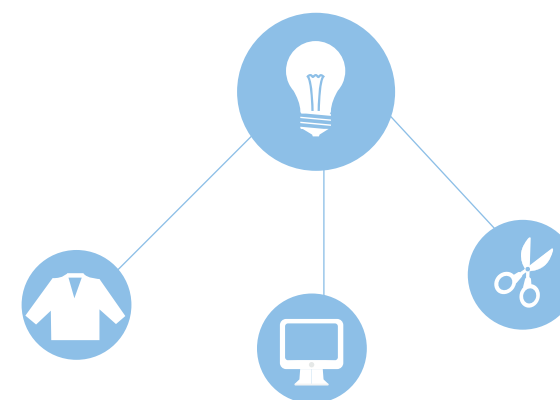
Nemački model se značajno razlikuje od italijanskog. U Nemačkoj su naročito zastupljene porodične firme koje spadaju u preduzeća srednje veličine. Model njihovog poslovanja u dobroj meri objašnjava stabilnost u izvozu, u čemu je Nemačka već dugi niz godina svetski lider. Uspeh malih i srednjih preduzeća postignut je zahvaljujući njihovoj inovativnosti i koncentrisanjem na neiskorišćene „proizvodne niše“, ne samo na nemačkom već i na svetskom tržištu, kao i proizvodnji specijalizovanih proizvoda koja su se pokazala ostvarivom i veoma profitabilnom.

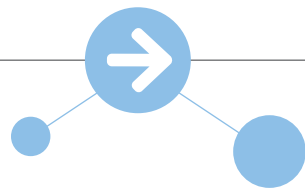
Pronalaženje delova tržišta na kojima tražnja nije zadovoljena, stavila je Nemačku na prvo mesto po broju „skrivenih šampiona“ u svetu. Od 2.700 „skrivenih šampiona“, skoro polovina (1.300) poticala je iz Nemačke. „Skriveni šampioni“ su većinom porodične, male ili srednje, ali veoma uspešne firme, čiji su proizvodi usko specijalizovani i neupadljivi, čije je prisustvo u medijima slabo, čiji su prihodi niži od određene granice i koje su među vodećima po učešću na određenom tržištu. „Skriveni šampioni“ u nemačkom izvozu učestvuju sa 25%, a koliko je to značajno, govori i podatak da je Nemačka u periodu 2003–2008. bila najveći izvoznik sveta, dok je i danas u samom vrhu. Diverzifikacija posla u nemačkim preduzećima većinom nije opcija, a čest moto njihovih malih firmi je „Mi proizvodimo jednu stvar, ali bolje od drugih“.

Mala i srednja preduzeća predstavljaju priliku na još jedan način. Reč je o tome da je kvalitet privrednog razvoja viši kada se zasniva na dinamičnim i kreativnim malim i srednjim preduzećima. Takva mala i srednja preduzeća omogućavaju stvaranje snažnije srednje klase, odnosno manje oštre podele između onih koji „imaju“ i onih koji „nemaju“. Te prednosti malih i srednjih preduzeća proizilaze iz sledećih njihovih karakteristika:

1. U današnjem svetu čistih i nepredvidljivih tržišnih promena, mala i srednja preduzeća karakteriše to što su znatno prilagodljivija nego velika. Neretko su mala preduzeća ta koja svojom inovativnošću diktiraju promene na tržištu, što potom podstiče velike sisteme na transformaciju i dodatna ulaganja u razvoj, a ne obrnuto.

2. Mala i srednja preduzeća doprinose diverzifikaciji rizika u društvu, jer eventualna propast jednog malog ili srednjeg preduzeća ili više njih ne mogu izazvati velike privredne potrese, dok bankrot velikih preduzeća često izaziva talase otpuštanja i trošak za poreske obveznike. Interes države je da ima razvijen i stabilan sektor MSP, jer se na taj način sistemski rizik drži pod kontrolom.
3. Kod manjih sistema, put od rađanja ideje do same realizacije novog proizvoda/ usluge znatno je kraći nego kod velikih, što doprinosi većem stepenu inovativnosti društva nastankom novih i kvalitetnijih proizvoda/usluga.
4. Prednost koju vlasnik malog privatnog preduzeća ostvaruje u odnosu na zaposlenog u velikom sistemu jeste i mogućnost da ostvari direktan kontakt sa drugim preduzetnicima, uz „držanje posla pod kontrolom“. Imati direktan uticaj nad svim poslovnim procesima velika je odgovornost, ali i privilegija koju imaju preduzetnici u odnosu na zaposlene u velikim preduzećima.
5. Preduzetništvo i osnivanje malih firmi dostupno je svima, bez obzira na pol, stepen obrazovanja, starosnu strukturu, a jedini preduslov je lična odluka za pokretanje sopstvenog posla.





KAKO DALJE?

Izgradnja preduzetničkog društva uključuje sve. Stavovi o preduzetničkoj inicijativi i neuspehu moraju biti pozitivniji. Najvažniji za postizanje tog cilja upravo su oni od kojih današnje i buduće preduzetništvo zavisi.

– Evropska komisija (2003) „Zeleni papir o preduzetništvu u Evropi”²⁴

Na prethodnim stranama ukazali smo na to da se u preduzetništvu Srbije krije ozbiljan, ali vrlo potcenjen potencijal. Za sada, srpski preduzetnici postižu rezultate „ispod radara”, u okruženju koje im više postavlja prepreke nego što ih podržava. Da bi preduzetništvo snažnije povelu srpsku privredu napred, potrebno je da mu kao društvo pružimo potrebne uslove i podršku. Pri tom, pod „uslovima” i „podrškom” ne mislimo na subvencije, recimo za izvoz, inovacije i drugo. Ekonomska istraživanja od udara globalne krize pokazuju da direktna finansijska podrška daje rezultate samo ako je pažljivo i usko ciljana, a da je daleko važnije šire podsticajno okruženje. Nema ni jednostavnog recepta za stvaranje okruženja u kojem preduzetništvo cveta; nekim zemljama je pošlo za rukom da ga stvore, drugima manje. Ipak, nema sumnje da pored zdravog makroekonomskog okruženja, odgovor leži u koheziji društva – kapacitetu da se podsticajno okruženje stvara kroz dijalog i saradnju države, preduzetnika i šire zajednice. Takav je, bez sumnje, primer Nemačke.

²⁴ Commission of the European Communities (2003), „Green Paper on Entrepreneurship in Europe”.

Upoznavanje sa uspešnim industrijskim politikama i potrebama sopstvenih preduzetnika da bi se osmislile one koje možemo primeniti veliki je zadatak u čije angažovanje pozivamo i srpske kreatore politika, i preduzetnike, i širu javnost. U ovoj poslednjoj glavi bavimo se, ipak, samo prvim korakom ka tom putu – razvijanjem svesti o potencijalu i važnosti preduzetništva. Samo takva svest može da promeni odnos šireg društva prema preduzetništvu, ali naročito kreatora politika, regulatora i državnih službenika na svim nivoima vlasti, a samo promena tog odnosa može da stvori podsticajno okruženje. Za promenu tog odnosa potrebno je:

Usvojiti zvaničan dokument na najvišem nivou vlasti kojim ćemo proglasiti nameru da se Srbija aktivno bavi preduzetništvom;

Idealan početak bio bi da Vlada ili Narodna skupština usvoje dokument nalik evropskom Aktu o maloj privredi (*Small Business Act*), čime bi sistemski započelo širenje svesti o većoj važnosti preduzetništva za privredu Srbije. Dokument u svojoj osnovi ne bi težio pružanju detaljnih odgovora kako preduzetništvu pružiti svu potrebnu podršku, već bi jasno započeo proces dobijanja potrebnih smernica i ključnih politika koje će istinski podržati srpsko preduzetništvo. Put do cilja je kroz sveobuhvatan dijalog između preduzetnika, države, struke i šire javnosti, širok proces javne rasprave, tj. društvenog dijaloga. Neke odgovore pronaći ćemo lako, u evropskim inicijativama, npr. prilagođavanje procesa javnih nabavki potrebama MSP. Sa početkom procesa pregovora o pristupanju Evropskoj uniji Srbija je uključena u inicijative za unapređenje sektora SME i podleže odnosnim godišnjim revizijama aktivnosti. Međutim, nije dovoljno samo ispunjavati evropska očekivanja. Okretanje Srbije ka preduzetništvu mora biti veliki, strateški zaokret kojim se ponire dublje u srž problema. S obzirom na ekonomske teškoće u kojima se Srbija nalazi, unapređivanje preduzetništva može odigrati mnogo važniju ulogu za prosperitet privrede nego što je to slučaj sa Evropskom unijom. U tom pogledu, pred Srbijom je veći zadatak nego pred Evropom – odnos prema preduzetništvu u Srbiji nije samo razlog zaostajanja u globalnoj konkurentskoj utakmici, već istinska kočnica, prepreka njenom ekonomskom razvoju.

Prikupljati veći broj podataka i proizvoditi informacije zasnovane na realnim činjenicama;

Prikupljanje većeg broja podataka pomoći će da buduća istraživanja i društveni dijalog podignu vidljivost i šire razumevanje o preduzetništvu. U Srbiji postoji malo pouzdanih informacija o procesima i trendovima u privredi; statistika „pati“ od slabosti, a naročito kad je reč o MSP i kategoriji pravnih lica koja se nazivaju „preduzetnici“. Nedopustivo je za zemlju koja ima velike teškoće s privrednim oporavkom da nema jasan odgovor ili živu diskusiju o temi kao što je na primer, u kojoj meri i zašto MSP predvode u rastu izvoza od globalne krize do danas. Takođe, Srbija se mora ponovo uključiti i u redovna istraživanja posvećena preduzetništvu, kao što je Global Entrepreneurship Monitor (GEM), koji prati preduzetničku aktivnost na globalnom i nacionalnom nivou. Redovno istraživanje (koje npr. sprovodi Hrvatska), omogućilo bi da kroz uporedive podatke pratimo tokove i karakteristike srpskog preduzetništva.

Preduzetništvo treba da postane 'DNK' sistema obrazovanja;

Uz bolju informisanost, građanima Srbije je potrebno i bolje osnovno razumevanje preduzetništva. U svojih četvrt veka tranzicije ne znamo da li se Srbija ikad pozabavila promenom shvatanja preduzetništva i tržišnih odnosa, koje je postepeno prestalo da se zasniva na društvenoj svojini. Najpre, ekonomija ili preduzetništvo moraju se izučavati u osnovnim i/ili srednjim školama, što danas nije slučaj. Nasuprot Srbiji, zemlje koje su kapitalističke, već više stotina godina nalaze da je potrebno decu u školama učiti ekonomiji ili preduzetništvu. Pomenuto učenje ne bi trebalo da bude (samo) stvar uvođenja zasebnog predmeta već postavljanje novog pristupa u obrazovanju razvijanjem kreativnog, inovativnog razmišljanja, poslovnih i praktičnih veština upravljanja. Pored toga, neformalno preduzetničko obrazovanje mora biti dostupnije i kvalitetnije da bi se budućim i/ili postojećim preduzetnicima omogućilo da razviju nove veštine koje su potrebne u različitim fazama razvoja preduzetničkog poduhvata, od osnivanja, razvoja i usloznavanja posla.

Obučiti javne službenike u svim granama vlasti o preduzetništvu i njegovom potencijalu za ekonomski razvoj zemlje;

Poseban problem u Srbiji predstavlja to što država, na svim nivoima vlasti, ne razume preduzetništvo i njegov potencijal. Nasleđe iz prošlosti je to da državna administracija štiti društvenu svojinu od „preterano preduzetnih“ samoupravljajuća

i da je pravo i dužnost državne administracije da „usmerava“ ekonomsku aktivnost u zemlji. Takav stav, naravno, snažno sputava preduzetništvo. Takav način razmišljanja ne menja se preko noći, pogotovo zato što je ugrađen u osnovne propise i procedure na kojima se zasniva ceo sistem. Ipak, odnekud se mora početi – a to mora biti od detaljnog upoznavanja s „nesporazumima“ na kojima se zasniva odnos srpske države prema preduzetništvu.

Preduzetništvo se ne odnosi samo na male;

Sa promenom formalne sitnice – zvaničnog naziva „preduzetnik“ za privredne subjekte koji su fizička lica, dala bi se bitna poruka. Preduzetnici su često, a sasvim neopravdano, isključeni iz podataka i analiza koje se odnose na sektor MSP. Još je bitnije da se značenje reči „preduzetnik“ sužava na pravni izraz, čime se širi pojam „preduzetnika“ ostavlja bez termina. Iz našeg istraživanja smo otkrili da se pojam „preduzetnik“ ne poistovećuje sa pojmom „uspešni“ niti sa „bogat“ privrednik. Međutim, nema razloga da se ne poistovećuje, jer iako nije svaki „bogat“ privrednik to postao preduzetništvom, mnogi jesu. Društvo koje podržava preduzetništvo mora da slavi uspehe malih, pružajući im zamajac da u budućnosti postanu veliki.

Ako Vlada ne pokrene ozbiljnije inicijative za promenu odnosa prema preduzetništvu...

Odgovornost u tom slučaju najviše ostaje na preduzetnicima, ali i na nevladinim organizacijama i medijima koji moraju uporno da se bore za promenu stavova. Svako ko može, mora se zalagati. Najviše to mogu sami preduzetnici – naročito kroz ulaganje u prikupljanje i širenje informacija o tome kakve prilike država Srbija propušta zapostavljanjem svog preduzetništva, kao i u razvijanje znanja i međusobne saradnje na unapređivanju preduzetništva.



CEVES
CENTAR ZA VISOKE
EKONOMSKE STUDIJE

Takovska 23–25, 11000 Beograd
www.ceves.org.rs