



KOLIKO JE ZNAČAJAN MSP SEKTOR

Reforme iz ugla domaćeg preduzetništva

U Srbiji postoji nekoliko velikih kompanija, ali one ne mogu da budu nosioci rasta. Stoga, ekspanzija i razvoj malih i srednjih preduzeća predstavljaju šansu, ali i nužnost za zdrav razvoj domaće privrede, a prvi i neophodni uslov jesu politike vlade i finansijskih institucija, koje će biti prilagođene potrebama MSP sektora.

*Piše: Vladimir Jovanović**

Ne postoji puno preduzeća koja su započela svoje poslovanje kao velike kompanije. Svemoćni Microsoft je krenuo iz garaže, Hewlett-Packard iz drvene kolibe, Google je bio „samo“ dobra ideja nekolicine mladih ljudi, a Volkswagen tek omaleni proizvođač automobila u Nemačkoj.

Često možemo čuti da su mala i srednja preduzeća (MSP) „stub razvoja“ ekonomije svake zemlje; da su generator razvoja i inovacija; da značajno doprinose društvenom bruto proizvodu i zapošljavanju; da predstavljaju neophodnu podršku sektoru velikih preduzeća. Zbog svoje veličine, MSP brže prepoznaju i spremnija su da prihvate nove

trendove u industriji. Ovo im omogućava da budu pioniri u razvoju tehnologije, čime se stvaraju uslovi za veće investicije i dalji razvoj.

Ali šta suštinski predstavlja MSP sektor? Najjasniju sliku o njihovom značaju za ekonomiju bilo koje zemlje ilustruju podaci Evropske unije. Od 19,3 miliona preduzeća u EU, 99,8 odsto definisana su kao MSP i zapošljavaju oko 75 miliona ljudi, ili 66 odsto od ukupnog broja zaposlenih (6th Annual Report of the European Small Business Observatory). Postoji samo 35.000 preduzeća sa više od 250 zaposlenih, dok je 18 miliona preduzeća mirko veličine i zapošljava manje od 10 radnika. Prosečni evropski biznis obezbeđuje zaposlenje za četiri osobe, uključujući vlasnika/direktora, uz godišnji promet od oko 500.000 evra, dok ukupan promet MSP sektora EU iznosi 56,2 odsto ukupnog prometa.

Prosečan broj i učešće u ukupnom broju zaposlenih u EU, po veličini preduzeća

Veličina	Broj zaposlenih	Učešće
Mikro	2	34%
Malo	20	19%
Srednje	90	13%
Veliko	1025	34%

Sa stanovišta veličine, struktura privrednih društava u Srbiji je nalik Evropskoj uniji, jer 99,5 odsto preduzeća pripada MSP sektoru (Saopštenje o poslovanju privrede u Republici Srbiji u 2014. godini, APR). Najviše je mikro preduzeća (88,9 odsto), malih je 9,4 odsto, srednjih 1,2 odsto, dok velika čine

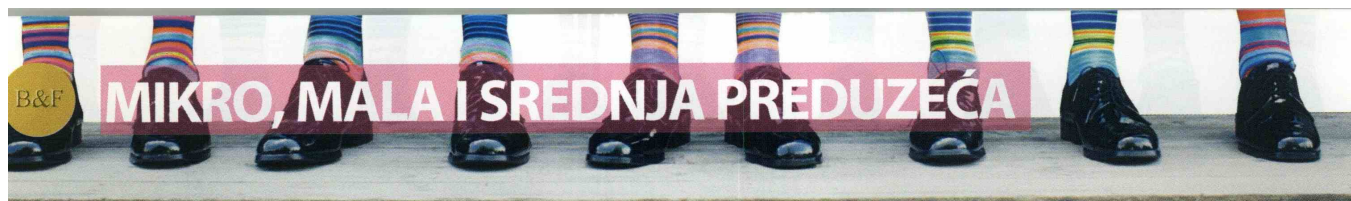
samo 0,5 odsto. Velika preduzeća zapošljavaju trećinu ukupnog broja zaposlenih, a ostatak zapošljavaju MSP, što je takode u skladu sa evropskom praksom.

Potencijal s preprekama

Nažalost, podaci o smanjenim privrednim aktivnostima i prošlogodišnjem padu bruto domaćeg proizvoda od 1,8 odsto ukazuju da se privreda Srbije još nije oporavila od globalne finansijske krize i velikih vremenskih nepogoda koje su nas zadesile u proteklom periodu. Po finansijskim izveštajima privrede, najveći gubici ostvareni su upravo u najmanjoj i najvećoj grupi privrednika – kod mikro i velikih preduzeća.

Prema USAID „Anketi 1000 preduzeća“, predstavnici MSP ocenjuju ukupnu poslovnu klimu u Srbiji kao neizvesnu i nepovoljnu. Ovakva ocena zasnovana je, pre svega, na percepciji da je promet, bez obzira na delatnost, niži nego prethodnih godina i da je na tržištu manje novca. Privrednici izražavaju i nepoverenje u državne institucije u pogledu njihove uloge da obezbede jednake uslove poslovanja za sve, kao i da zaštite sve aktere „tržišne utakmice“. Upravo činjenica da tržište na kom posluju procenjuju kao izuzetno nestabilno, odbija ih da pozajmljuju sredstva iz spoljnih izvora i investiraju ih u razvoj.

Negativni podaci o poslovanju privrede i stavovi MSP ukazuju na to da se u Srbiji hitno moraju preduzeti koraci ka stvaranju poslovne klime koja omogućava stabilan rast i razvoj. Posebnu pažnju treba poklo-



niti sektorima sa najvećim potencijalom, koji imaju mogućnost da pokrenu razvoj privrede Srbije kroz unapređenje izvoznih aktivnosti i konkurentnosti na inostranim tržištima. Sektori koji imaju očigledan tržišni potencijal istovremeno se suočavaju sa poteškoćama u ostvarivanju svojih ciljeva i punoj realizaciji tog potencijala, tako da kreatori politika sada moraju da se usredsrede na otklanjanje, ili barem svodenje na minimum ograničenja sa kojima su ti sektori suočeni.

Evropska Komisija, svesna značaja MSP sektora, kreirala je Akt o malim biznisima (Small Business Act) - sveobuhvatni okvir za politiku EU o malim i srednjim preduzećima. Ovaj Akt ima za cilj da poboljša pristup preduzetništvu u Evropi, pojednostavi regulatorno i političko okruženje i ukloni preostale prepreke za njihov razvoj. Kao glavni ciljevi Akta navedeni su: promocija preduzetništva, manje regulatornih prepreka, pristup finansiranju poslovanja i pristup tržištu i internacionalizacija.

Šansa, ali i nužnost

Analiza trendova u Srbiji potvrđuje činjenicu da velika preduzeća mogu nastati brzim rastom malih, kao i da MSP u Srbiji, takođe, mogu biti značajan oslonac za razvoj

privrede. Među velikim preduzećima u Srbiji u 2012. godini značajan udeo je nekada pripadao kategoriji MSP. Preciznije, prema analizi „Mogućnosti rasta malih i srednjih preduzeća i propuštene prilike u kreditiranju“ Centra za visoke ekonomske studije, 45 odsto velikih preduzeća je za samo osam godina nastalo od MSP (8 odsto velikih su bila mala preduzeća, a 37 odsto srednja preduzeća). Sličan razvoj može se primetiti u strukturi srednjih preduzeća, od kojih je čak 47 odsto (oko 1.400 njih), počelo kao malo preduzeće u prethodnih osam godina.

Ekspanzija i razvoj MSP sektora je šansa, ali i nužnost za zdrav razvoj domaće privrede. U Srbiji postoji nekoliko velikih kompanija, ali one ne mogu da budu nosioci rasta, koji je neophodan da bi Srbija dalje napredovala. Takođe, naša zemlja ne može da računa na na ogroman broj stranih investitora kao na generatore privrednog rasta. Prvi i neophodni uslov, koji će omogućiti malim i srednjim preduzećima da postanu glavni deo globalno konkurentnih sektora, da generišu veliki broj radnih mesta i potencijalne prilike, jesu politike vlade i finansijskih institucija, koje će biti prilagodene potrebama MSP sektora.

Osnovni principi podrške

Akt o malim biznisima Evropske komisije zasnovan je na deset osnovnih principa:

1. Stvoriti sredinu u kojoj preduzetnici i porodični biznisi mogu da napreduju i u kojoj je preduzetništvo nagrađeno;
2. Omogućiti poštenim privrednicima koji su se susreli sa bankrotom da dobiju drugu šansu;
3. Kreirati pravila u skladu sa „Think Small First“ principima;
4. Kreirati javnu administraciju koja efikasno odgovara na zahteve MSP sektora
5. Prilagoditi javne politike potrebama MSP; omogućiti učešće MSP u javnim nabavkama i omogućiti efikasne programe državne podrške;
6. Omogućiti finansiranje MSP i kreirati regulatorno i poslovno okruženje koje omogućava blagovremeno izmirenje obaveza u komercijalnim transakcijama;
7. Pomoći MSP sektoru da profitira iz mogućnosti učešća na jedinstvenom tržištu;
8. Promovisati unapređenje veština kod MSP i sve forme inovacija;
9. Omogućiti MSP da izazove poslovnog okruženja pretvore u mogućnosti;
10. Ohrabriti i podržati MSP da iskoriste rast tržišta.

Ministar privrede najavio je da će 2016. godina biti „Godina preduzetništva“. To je, svakako, prilika da Srbija pruži ozbiljnu podršku malim porodičnim preduzećima i da svaku sledeću reformu sprovede sagledavši je iz ugla srpskog preduzetništva.

* Autor je analitičar USAID Projekta za bolje uslove poslovanja