
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

Економски факултет



МАГИСТЕРСКИ ТРУД НА ТЕМА:

**ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МЕНАЏМЕНТ И ФИНАНСИРАЊЕ НА МАЛИ
ПРЕТПРИЈАТИЈА**

Ментор:

Проф. д-р Ристо Фотов

Кандидат:

Катица Николова - 20859

Штип, 2014 година

Содржина

Вовед.....	4
Прва глава: Карактеристики и значење на микро и мали претпријатија.....	11
1.1.Поим и дефинирање на претпријатие – мали претпријатија.....	13
1.2.Претприемништвото во малите претпријатија.....	22
1.3.Претприемачи, сопственици – менаџери.....	24
1.4.Политика на Европската унија за поддршка на претприемништвото.....	29
Втора глава: Макроекономското опкружување како рамка за раст и развој на малите претпријатија.....	36
2.1.Институционални претпоставки како поддршка за раст и развој на малите претпријатија.....	48
2.2.Малите претпријатија во макроекономската и развојна политика.....	51
2.3.Финансиски извори и политика на финансирање.....	53
2.4.Политика на вработување.....	65
2.5.Анализа на можни извори на финансирање на претпријатија.....	68
2.5.1. Стратегиски пристап на финансирање на претпријатија.....	71
2.5.2.Специфичности во обезбедувањето извори на финансирање за секторот на мали и средни претпријатија.....	72
2.5.3. Сопствени средства на сопственикот.....	74
2.5.4. Позајмени извори на средства – кредити и инструменти на долг	74
2.5.6. Алтернативни извори на финансирање – концептуална рамка за разбирање на ризичниот капитал и приватни инвестициони фондови.....	75
2.5.7.Емисија на акции како облик на финансирање.....	77

Трета глава: Организациони облици на мали бизниси.....	84
3.1. Менаџирање на мали бизниси.....	85
3.2. Менаџмент на малите претпријатија.....	89
Четврта глава: Начини на финансирање на малиот и средниот бизнис во Република Македонија.....	93
4.1. Пазарни извори на финансирање.....	93
4.1.1. Кредити на комерцијалните банки.....	94
4.1.2. Финансиски лизинг.....	95
4.1.3. Факторинг.....	97
4.1.4. Бизнис ангели.....	99
4.1.5. Микрокредитирање.....	108
Малите претпријатија во Р.Македонија со посебен осврт во општина Штип.....	109
4.2. Амбиент за развој на мал бизнис во Р.Македонија.....	111
4.3. Процес на децентрализација и зајакнување на улогата на локалните власти во Р.Македонија.....	113
4.4. Развој на секторот на мали и средни претпријатија (рефлексии од транзициониот период).....	118
4.4.1. Вкупен број на мали и средни претпријатија.....	119
4.4.2. Секторска дистрибуција на МСП.....	122
Заклучок.....	124
Користена литература.....	132

ВОВЕД

Живееме во време на брзи социо-економски промени. Промените се случуваат на глобално, регионално и на национално ниво. Тие дејствуваат со поголем или помал интензитет на секторот на малите и средни претпријатија.

Не толку одамна, не се посветуваше доволно внимание на секторот мали претпријатија и претприемништво и тоа како од економска, социјална, така и од политичка перспектива. Истражувањата во областа на претприемништвото и малите и средни претпријатија (МСП) не само што беа скудни, туку беа, претежно, академски насочени и, затоа, малку применливи за стратешко планирање при одредување на насоки за создавање и развој на мали претпријатија, претприемништво, како и за креирање на институции и политики со кои би се поддржувало претприемништвото и МСП. Но, промените создадоа притисок и фокусот на општествениот интерес се помести кон претприемништвото и микро и малите претпријатија (ММСП).

Во развиените земји, особено во САД и Англија, во 1990-тите, малите бизниси станаа значаен фактор за социо-економскиот развој поради сè поголемиот број на вработувања во малите претпријатија. *Прво*, голем број од луѓето кои формираа свои или се вработуваа во малите претпријатија, практично, беа отпуштени кадри од големите компании во 1980-тите и раните 1990-ти. *Второ*, кај големите фирми се појави забележителен тренд за аутсорсинг на некои од своите активности кај мали претпријатија, процес што беше мошне олеснет со поголемото користењето на Интернетот. *Трето*, релативната стабилност на економиите во Англија и САД по 1990-тите окуражуваше сè повеќе претприемнички активности. Четврто, појавата на нови економии во светот го забрза глобалниот развој кој, исто така, окуражува сè повеќе претприемнички активности. Затоа, во следните години, може да се очекува дека малите бизниси, во континуитет, ќе играат значајна улога за креирање на нови работни места и за економскиот растеж и, оттука, треба да се посвети должно внимание на

истражувањето на претприемништвото и малите претпријатија, како што е и темата на овој магистерски труд.

Малите и средни претпријатија (МСП), се значаен конституент на локалните, регионалните и националните економии и, како такви, потенцијална цел за политики и институционални интервенции. Меѓутоа, треба да се нагласи дека значењето на МСП за која било економија многу зависи од способноста на државата ефективно да си ги исполнува своите улоги. Во таа смисла, економските стратегии кои имаат за цел да ги поддржат МСП и, особено, малите претпријатија треба да се фокусираат на факторите кои го окуражуваат, но и на оние фактори кои го ограничуваат создавањето и растот на тие бизниси.

Емпириските искуства покажуваат дека малите претпријатија имаат многу значајна улога за развојот и тоа од повеќе аспекти. Всушност, малите претпријатија произведуваат 2,5 пати повеќе нови производи отколку големите претпријатија, честопати можат поуспешно да вршат дифузија на некои најнови технологии, речиси по правило, иновациите кај нив се поефективни и поефикасни, тие можат да бидат незаменливи во некои подрачја на производство, а, исто така, можат поефикасно да ги задоволат потребите на релативно мали но специјални пазари.

Основна карактеристика на овие претпријатија претставува нивната поголема флексибилност за прилагодување кон промените на пазарот. Во исто време, во услови на транзиција и реструктурирање на општествениот капитал во земјите како Република Македонија, тие придонесуваат за апсорпција на превработеноста во големите државни претпријатија. Малите претпријатија се вклучија во процесот на реконструкција и сопственичка трансформација, како и во производствена, технолошка и менаџерска трансформација. Понатаму, малите претпријатија создаваат нови работни места, го ангажираат слободниот капитал на граѓаните и ги активираат и вработуваат потенцијалните локални ресурси. Резултатите од истражувањата во меѓународната заедница покажуваат дека малите претпријатија донесуваат големи бенефити за локалниот економски развој. Освен фактот што генерираат повеќе работни места по единица инвестиции тие, исто така, генерираат повеќе социјални резултати во однос на

остварените инвестиции, реинвестираат значително поголем дел од остварените профити, а, истовремено, воведуваат и множество нови производи и услуги, нови фирми и нови пазари на локално, национално и на регионално ниво. Ваквите атрибути на малите претпријатија, несомнено, упатуваат на нивната улога за ублажувањето на социјалните тензии кои го придружуваат процесот на социо-економски и политички реформи.

Со оглед на фактот што и Република Македонија се наоѓа во фази на сеопфатни општествено-економски реформи, при што стопанството сè уште не постигнало потребно ниво на ефикасно функционирање, во услови на распад на големите претпријатија и пораст на невработеноста, се наметна потребата од создавање на мали претпријатија кои ќе го понесат товарот на заживување на економијата. Тоа, пак, е нераскинливо поврзано со развојот на претприемништво.

Научната оправданост на темата произлегува токму од значењето на малите претпријатија, како основен двигател на економскиот развој на секое општество, а кон кое се стреми и Република Македонија. Со тоа сакаме да укажеме на нужност од институционална и други видови поддршка од страна на државата и социјалните партнери за создавање амбиент за развој на претприемништво и мали претпријатија во Република Македонија и тоа, пред сè, во отстранувањето на бариерите и подобрување на амбиентот за инвестирање во овој сектор. Мислам дека овој труд може да придонесе во разрешувањето на некои специфични прашања поврзани со претприемачкиот менаџмент и финансирањето на малите претпријатија. Во таа смисла, освен теоретски сознанија и искуства, во трудот ќе биде применето емпириско истражување во прилог на поголема актуелност и научна оправданост на трудот во целина.

Цел на трудот е да се потенцира значењето на претприемачкиот менаџмент и финансирањето на малите претпријатија, како и можностите и перспективите кои ги нуди македонското општество во создавањето, растот и развојот на малите претпријатија.

Предметот на трудот се однесува на карактеристиките и значењето на претприемачите и малите претпријатија, факторите кои влијаат на создавањето,

растот и развојот на малите претпријатија, макроекономската политика, организацијата и менаџментот на малите претпријатија, состојбата на секторот, како и можностите и перспективите за создавањето, растот и развојот на малите претпријатија и претприемништвото во Република Македонија.

Очекуваните резултати на истражувањето се во насока да се добијат определени квалитативни и квантитативни сознанија за улогата и значењето на претприемништвото и малите претпријатија во развојот на националната и локалната економија, за можностите, неизвесностите и ризиците на малите претпријатија, за потребните ресурси кои влијаат на создавањето, растот и развојот на малите претпријатија, како и за менаџментот на малите претпријатија. Исто така, од истражувањето се очекува тоа да посочи резултати врз основа на кои ќе се засилува позицијата на претприемништвото и малите претпријатија во формулирањето на макроекономската и развојна политика, политиката на вработување, учеството на секторот во формирањето на бруто домашниот производ, за ограничувачките фактори за создавање, раст и развој, за можностите и перспективите на малите претпријатија во Република Македонија.

Иако темата на трудот е актуелна, теориските и емпириските истражувања се скудни. Несомнено е дека добиените резултати можат да бидат полезни како за научната, така и за пошироката јавност, за оние кои ја проучуват тематиката за малите бизниси и претприемништвото, како и за оние кои директно се вклучени во менаџментот со овој профил на друштва, како и во процесот на нивно финансирање.

Истражувањето во магистерскиот труд е структурирано во четири глави, освен воведот и заклучокот.

Во првата глава, која е од суштинско значење за темата на трудот, ќе се направат теориска и емпириска анализи на карактеристиките и значењето на микро и малите претпријатија и тоа врз основа на критериуми за дефинирање на ММСП, како и дефинирање на микро, мал и среден трговец и тоа во рамки на претприемништвото и менаџментот во малите претпријатија. Исто така, во овој дел ќе биде нагласена улогата и значењето на малите претпријатија во развојот

на националната економија, можностите, неизвесностите и ризиците на малите претпријатија, како и нивната улога во интернационализацијата. Се истакнуваат нови сознанија и ставови за улогата и значењето на претприемничкиот менаџмент и финансирањето на мали претпријатија. Така се потенцираат специфики во контекст на малите претпријатија, нивното влијание на пазарот, неизвесноста и личното влијание на претприемачот. Разликите помеѓу претприемачите, сопствениците-менаџери и менаџерите упатуваат на заклучок дека не секој сопственик-менаџер и менаџер е претприемач, но и дека дел од нив се претприемачи. Понатаму, се открива дека пресудно за претприемачите е донесувањето одлуки, а не сопственоста на претпријатието. Моделот за раст на мало претпријатие разјаснува многу аспекти за темата на претприемничкиот менаџмент и финансирањето на претпријатијата во зависност од нивната големина и раст. Притоа, треба да се има предвид дека малите фирми се менаџирани на личен начин, а не толку низ формализирани менаџмент-структури. Затоа, личноста е инволвирана низ сите аспекти на менаџментот, и финансирањето на бизнисот е инволвирано во носењето на сите главни одлуки.

Во втората глава од магистерскиот труд се укажува на значењето на макроекономската политика за создавањето, растот и развојот на малите претпријатија, при што се изнесуваат институционалните претпоставки за создавање, раст и развој на мали претпријатија, местото и улогата на малите претпријатија во макроекономската и развојна политика, даночната и царинска политика, изворите на финансирање и политиката на финансирање и вработување. Компаративните анализи на 10 индикатори за бизнис-амбиентот укажуваат на реформи и тоа во контекст на прашањата каде и зошто? Политиката и регулативата за вработување не е сè уште доволно ефикасна во Република Македонија, на што укажува компаративната анализа на бизнис-амбиентот. Политиките за даноци, царини и финансирање влијаат на стартирањето и развојот на МСП и тие треба да бидат усогласени со политиката за вработување и така малите претпријатија да претставуваат фактор за динамизирање на вработувањето.

Во третата глава, предмет на елаборација претставува организацијата и менаџментот на малите претпријатија, при што се укажува на видовите организациони форми и менаџментот, со посебен осврт на специфични фирми, како што се семејните бизниси. Имајќи предвид дека организациите се социјални или општествени творби, создадени заради контролирано извршување на заеднички цели, но тие се најзастапени во стопанските структури, од особено значење е претприемничко организирање и менаџирање на малите бизниси. Претприемачите-менаџери на малите претпријатија мора да бидат раководители, претприемачи и лидери кои, со своите идеи, влечат напред, најчесто заради остварување на пионерски цели. Во поглавието, врз основа на факти се посочува значењето и потребата од стратешкото менаџирање на семејните бизниси. Тоа се бизниси за кои во Република Македонија треба да се размислува сè повеќе.

Четвртата глава претставува апликативно заокружување на истражуваните и елаборирани теоретски и емпириски стојалишта во претходните четири дела, согледани низ состојбите во Република Македонија. Имено, изнесени се сознанијата за малите претпријатија во Република Македонија и тоа врз основа на досегашниот развој и состојбите во секторот на мали претпријатија, влезот и излезот на малите претпријатија, нивното учество во формирањето на бруто домашниот производ, нивната улога во вработувањето, како и деловната успешност на секторот мали претпријатија. Исто така, начинот на финансирање на МСП во Р. Македонија е неизбежен дел за овој магистерски труд. Во тој дел се разработени пазарните извори на финансирање, во кои припаѓаат кредитите на комерцијалните банки, финансискиот лизинг, бизнис ангелите, како и микрокредитирањето. Во овој дел од трудот ќе се укаже и на ограничувачките фактори за раст и развој на секторот, како и на можностите и перспективите за создавање, раст и развој на малите претпријатија. Притоа, треба да се има предвид дека за нас се драгоцените туѓите искуствата. Меѓутоа, користењето на туѓи теориските знаења и емпириски искуства, без притоа тие да бидат тестирани во наши услови, ќе води кон пониско ниво на резултати од она што го очекуваме.

Во трудот се користат Статистичката, Аналитичката, Компаративната метода и Методата на контраст. За одредени контексти се применуваат

Индуктивната и Дедуктивната метода. Поради спецификите на трудот, применета е и Историската метода. Во емпирискиот дел се користат примарни и секундарни податоци за истражуваната проблематика. Во текот на истражувањето селективно е користена опсежна домашна и странска литература. Исто така, трудот се темели и на анализа на мноштво документи од Европската унија и Република Македонија.

Глава I

КАРАКТЕРИСТИКИ И ЗНАЧЕЊЕ НА МИКРО И МАЛИ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Микро и малите претпријатија, претставуваат многу значаен сегмент на стопанската структура на сите земји, додека во земјите кои се наоѓаат во транзициони процеси на стопанисување кон отворено пазарно стопанство тие претставуваат еден од клучните фактори на реструктурирање. Во таа смисла, треба да се посочи дека микро, малите и средните претпријатија (ММСП) се моторот на европската економија. Тие се најважен извор за работни места, креираат претприемнички дух и иновации и, така, се круцијални за негувањето на конкурентност и вработување.

Нивната важност, улогата, белезите и дефинициите се менувале и се менуват, а се менува општиот, пред сè пазарниот и институционален амбиент за нивно дејствување. Затоа:

- ❖ Малите претпријатија, со своите економски карактеристики, даваат траен импулс на севкупниот општествено-економски развој и тие имаат приоритетна важност и улога во современите економски движења. Тие претставуваат генератор за вработување, како решение на проблемите и излез од тешкотиите;

- ❖ Малите претпријатија овозможуваат развој на претприемничката иницијатива и креативност. За поранешните социјалистички земји беше карактеристичен административниот начин на раководење со стопанството, каде што се стопираше побрзиот развој на претприемачките идеи за стопанисување на поединците и се афирмираше идејата дека, единствено

државните органи ќе ги решат проблемите во стопанството и тоа со ригидни одлуки и прописи;

- ❖ Малите претпријатија се карактеризират со релативно ефтино работно место во однос на големите компании, затоа што со помал обем на финансиски средства може да се започне со самостојно стопанисување, а општите трошоци за стопанисување – фиксните и варијабилните – се помали, пред сè заради спојување на повеќе функции во работењето во едно лице – менаџер, сопственик, планер, организатор на производство, комерцијалист итн.;
- ❖ Поконкурентни се на пазарот и влијаат на зголемување на конкурентноста на големите претпријатија, а со тоа и на стопанството во целост;
- ❖ Заради релативно помалиот обем на вложен капитал, малите претпријатија полесно го поднесуваат деловниот ризик, кој е резултат на постојаните промени и иновации превземени за максимизирање на доходот;
- ❖ Малите претпријатија најчесто користат домашни сировини и расположливи ресурси и ги задоволуваат, пред сè, потребите на локалниот пазар, овозможуваат порамномерен регионален развој на земјата, а оттука и севкупен стопански развој;
- ❖ Со својата флексибилност, мобилност, виталност, приспособливост, разновидност во начинот и методите на производство, како и примената на техничко-технолошки иновации, малите претпријатија можат да бидат важен фактор за супституција на увозот на производи и услуги со сопствено производство.

Во проширената Европска унија на 25 земји, околу 23 милиони МСП обезбедуваат околу 75 милиони работни места и претставуваат 99% од сите

претпријатија. Сепак, тие често наидуваат на неперфектности на пазарот. МСП често имаат тешкотии при обезбедување на капитал или кредит, особено во раната фаза на стартирање. Нивните ограничени ресурси можат и да го намалат пристапот до нови технологии и иновации. Затоа, еден од приоритетите на Европската Комисија е поддршка на ММСП заради економски раст, креирање на работни места и економска и социјална кохезија.

1.1.Поим и дефинирање на претпријатие – мали претпријатија

Во рамки на дефинирањето на малите претпријатија, во Европската унија до неодамна не постоеше единствен приод и единствени критериуми за универзално прифатена дефиниција. Најчесто применуван, а истовремено и најчесто критикуван, е квантитивниот критериум при дефинирањето на малото претпријатие. Во теоријата на менаџментот и во практиката на европските земји, големината на малото претпријатие се определуваше на различни начини. Но, по усвојувањето на Европската Повелба за мали претпријатија од страна на Европскиот Совет во Санта Марија да Феира во Португалија (Јуни 2000 година) порасна и потребата за подобро регулирање и дефинирање на микро претпријатијата. Поради тоа, препораката на Европската Комисија, меѓу другите промени кои ги промовира, воведе и нова категорија на претпријатија – микро претпријатие. Овој тип на мали претпријатија е особено значајно за развојот на претприемништвото и создавањето на нови работни места. Измените направени во новата дефиниција на МСП во голем дел се основани на две рунди интензивни јавни консултации водени во текот на 2001 и 2002 година.

Клучните цели на оваа ревизија се следниве:

- ❖ **Намалување на административниот товар и забрзување на процедурите.** Со новите измени, еден единствен формулар на изјава на

волја треба да ги замени различните формулари за основање на бизнис кои дотогаш се користени заради различни административни причини;

- ❖ **Промоција на претприемништвото и микро-претпријатијата.** Првите конкретни финансиски горни граници со кои се определуваат микро претпријатијата треба да го олесни нивниот влез во националните и регионални шеми за поддршка;
- ❖ Овозможување влез на капитал за ризични инвестиции преку подобар третман и искористување на регионалните фондови, компании со капитал за ризични инвестиции и бизнис ангели;
- ❖ **Промоција на инвестиции во иновација и истражување.** На пр.: инвестиција во независни институции основани од универзитети и истражувачки институти;
- ❖ **Промоција на кластери на независни МСП и зголемување на правната сигурност.** Беа појаснети видовите на претпријатија (автономни, партнерски и поврзани) и методата користена за утврдување на бројот на вработените и финансиските горни граници, со цел да дадат пореална слика за економската сила на претпријатијата и да се зголеми сигурноста утврдена со закон;
- ❖ **Превенција од даночна евазија** (избегнување на плаќање даноци). Изедначувањето на концептот на „поврзани“ претпријатија со Директивата за консолидирани сметки на ЕУ и со праксата за верификација на државна помош, ќе го направи избегнувањето на плаќање даноци (даночна евазија) да биде многу тешко;
- ❖ **Промоција на професионална обука и балансирање на животот и работата.** Практиканти и студенти не влегуваат во вкупниот број на

вработени. Ова е од корист на претпријатијата кои организираат обуки за доусовршување. Исто така, породилно и отсуство заради татковство не се бројат, со цел да не го казнат претпријатието што се обидува да промовира баланс помеѓу животот и работата.

Како и да е, за претпријатие се смета субјект кој – без разлика на својот правен статус – се занимава со економска активност. Во рамки на тоа се вклучени личности кои самостојно работат, семејни бизнисмени кои се занимават со занаетчиство и слични активности, како и партнерства и асоцијации кои вршат редовна економска активност.

Третманот на претпријатијата треба да биде поставен врз множество од заеднички правила, како што е поставен и Единствениот пазар ослободен од внатрешни граници. Спроведувањето на овој пристап е особено неопходен од аспект на екстензивната интеракција на националните и мерките на заедницата во помагањето на микро, малите и средно големите претпријатија, на пример, во врска со структурните фондови или истражувањата. Ова значи дека мора да се избегнуваат ситуациите во кои ЕУ ги фокусира своите активности на определена категорија на МСП, а земјите членки на друга категорија. Исто така, се сметаше дека кога Комисијата, земјите членки, Европската Банка за инвестиции и Европскиот Инвестициски фонд ќе користат една иста дефиниција, ќе се подобри постојаноста и ефективноста на политиките кои се однесуваат на МСП и ќе се намали ризикот од нарушување на конкуретноста.

Табела 1.1¹: Препораката на ЕК за дефиницијата на МСП (мај 2003)

¹The activities of the European Union for small and medium-sized enterprise (SMEs), Commission of the European Communities, Brussels, 8.2.2005, SEC(2005)170, p.7.

<i>Категорија на претпријатија</i>	<i>Број на вработени</i>	<i>Обрт на средства</i>	<i>или</i>	<i>Билансна состојба</i>
<i>Средни големина</i>	<i>< 250</i>	<i>≤ € 50 милиони</i>		<i>≤ € 43 милиони</i>
<i>Мали</i>	<i>< 50</i>	<i>≤ € 10 милиони</i>		<i>≤ € 10 милиони</i>
<i>Микро</i>	<i>< 10</i>	<i>≤ € 2 милиони</i>		<i>≤ € 2 милиони</i>

Микро, малите и средни претпријатија (ММСП), во контекст на новата дефиниција, се определуваат во рамки на следниве четири услови што треба да ги исполнува едно претпријатие:

- ✓ Да биде организација или претпријатие вклучено во економските активности;
- ✓ Да вработува од неколку до 250 вработени;
- ✓ Да остварува годишен промет до 50 милиони евра или помалку, или да има биланс на состојба кој не надминува 43 милиони евра;
- ✓ Да биде автономно во однос на менаџерската независност и независно сопствеништво на капитал.

Во овој контекст, автономијата на малото и на средното претпријатие означува исполнување на следниве услови:

- ✓ Сопственост без акции во други претпријатија и вице верса, или
- ✓ Сопственост на помалку од 25% акции во други претпријатија (и вице верса), но кои не се меѓусебно поврзани, или
- ✓ Сопственост на помалку од 25% акции во други претпријатија и кои се меѓусебно поврзани.

Во САД се применуваат повеќе критериуми од различни институции, за утврдување на големината на малите стопански субјекти, вклучувајќи ги и ситните занаетчи. Основните критериуми за класификација се: вработеноста, прометот и вредноста на основните средства.

Во Република Македонија, во моментов, постојат три основни закони кои ги регулираат малите и средни претпријатија: *Законот за сметководство*, *Законот за основање на Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Македонија (АППРМ)* и *Законот за трговски друштва*. Сите тие ги дефинираат малите и средни претпријатија на три различни начини. Различните дефиниции предизвикуваат проблеми кај банките и другите институции кои обезбедуваат различни специфични услуги за МСП. Тие имаат тешкотии при разликувањето кои заеми, во нивното кредитно портфолио, се однесуваат на мали, а кои на средни претпријатија. Тие не можат да ги разликуваат средните од малите претпријатија бидејќи три различни закони различно ги дефинираат.

Ваквата неусогласеност се очекува да се зголеми заради тоа што со новиот Закон за трговски друштва се вовеле нова категорија на микро претпријатија, додека тие во другите два закони кои ги дефинираат МСП не се спомнати. На пример, Законот за основање на Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Македонија (Службен весник бр. 60/2003) го утврдува следниот концепт на мали и средни претпријатија:

За МСП се сметаат следните правни и физички лица:

- ❖ Компании кои (1) Имаат помалку од 50 вработени, (2) Прават бруто годишен обрт на сретства кој не е поголем од 1,5 милиони евра во денарска противредност и завршна сметка која не е поголема од 1,1 милион евра во денарска противредност, (3) Се независни во својата работа, (4) Имаат барем 51% во приватна сопственост;
- ❖ Индивидуални претприемачи;
- ❖ Занаетчии;
- ❖ Други даватели на услуги.

Оваа дефиниција заедно ги дефинира и малите и средни претпријатија и на Агенцијата може само да ѝ создаде проблеми, заради тоа што не помага во разликувањето на малите од средните претпријатија. Поради тоа АППРМ се соочува со значителни проблеми во реализација на својата главна цел, а тоа е да ги поддржува МСП. За разлика од Законот за основање на АППРМ, Законот за

сметководство (Службен весник бр. 42/93, 48/93, 6/95, Одлука на Уставен суд бр. 247/95, 248/95, 271/95, 304/95 и во Службен весник бр. 3/96, 32/98, 39/99 и 70/2001) ја признава разликата помеѓу малите, средните и големите претпријатија. Во својот четврти член овој закон – од аспект на водењето сметководство – ги класифицира малите, средните и големите претпријатија, во зависност од бројот на вработените и големината на средства кои тие ги прикажуваат во годишните финансиски искази во последните две години (пресметковни години).

Мал субјект се смета субјектот кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето, задоволил најмалку два од следниве критериуми:

- ✓ Просечниот број на вработените врз основа на часови на работа да е до 50 работници;
- ✓ Годишниот приход да е помал од 8.000 просечни месечни бруто плати по работник во стопанството на Република Македонија;
- ✓ Просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на средствата во активата да е помала од 6.000 просечни месечни бруто плати по работник во стопанството на Република Македонија.

Среден субјект се смета субјектот кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето, задоволил најмалку два од следниве критериуми:

- ✓ Просечниот број на вработените, врз основа на часови на работа, да е до 250 работници;
- ✓ Годишниот приход да е помал од 40.000 просечни месечни бруто плати по работник во стопанството на Република Македонија;
- ✓ Просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на средствата во активата да е помала од 30.000 просечни месечни бруто плати по работник во стопанството на РМ.

Во следната табела е прикажана категоризацијата на претпријатијата.

Табела 1.2: Дефиниција на МСП во Законот за Сметководство (1993, 1995, 1996, 1998, 1999, 2001)

Категорија на претпријатија	Број на вработени	Годишен приход	или	Просечна вредност на актива
Средни	< 250	≤ 40.000 просечни месечни бруто приходи		≤ 30.000 просечни месечни бруто приходи
Мали	< 50	≤ 8.000 просечни месечни бруто приходи		≤ 6.000 просечни месечни бруто приходи

Извор: Наведени Законони за сметководство

Законот за трговски друштва е основниот закон кој треба да ги класифицира претпријатијата по *вид* и по *големина*. Постојат две причини за тоа: Законот за трговски друштва е општ правен акт (*lex generalis*) кој, преку признавањето на постоењето на МСП, обезбедува основа за усвојување на специјални правни акти за МСП. Исто така, овој закон треба да направи простор за усвојување на механизми кои ќе создадат подобра средина за развој на МСП.

Неодамнешната ревизија на дефиницијата на мали и средни претпријатија во ЕУ предизвика потреба за ревизија и на македонската дефиниција за МСП. Новоусвоениот Закон за трговски друштва ги класифицира трговските субјекти како *големи, средни, мали* или *микро трговски субјекти*, во зависност од бројот на вработените, годишниот приход и просечната вредност на вкупните средства проценета врз основа на завршните сметки од последните две години (пресметковни години). Законодавците, утврдувајќи ја дефиницијата на МСП, направиле директна транспозиција/пренесување на препораката на Европската Комисија од 6 мај 2003 година, а која се однесува на микро, малите и средните претпријатија (2003/361/ЕК). Дефиницијата ги користи следниве критериуми: број на вработени, вкупен приход/обрт на средства и просечна вредност на вкупните средства. Од тој аспект, бројот на вработени, како критериум, не се спори. Но,

затоа се оспоруваат вредностите / горните граници на обртот на средства / приходот и имотот кои – во обид да се приспособат до македонската реалност – се намалени за една четвртина од бројките кои се препорачани од Европската Комисија. Така, вредностите кои се утврдени во дефинициите не се дотолку реални бидејќи не се основани на темелни анализи и проценки. Ова може да се забележи од следниве дефиниции:

За микро трговец се смета трговецот кој, во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето, го задоволил првиот критериум и најмалку еден од вториот и третиот од следниве критериуми:

- ✓ Просечниот број на вработените – врз основа на часови на работа – да е до десет работници;
- ✓ Бруто приходот остварен од трговецот од кој било извор да не надминува 50.000 евра во денарска противвредност;
- ✓ Најмногу 80% од бруто приходот на трговецот да е остварен од еден клиент/потрошувач од лице кое е поврзано со овој клиент/потрошувач;
- ✓ Сите права на учество во микро претпријатието да се во сопственост на најмногу две физички лице.

Мал трговец е трговецот кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето, го задоволил првиот критериум и најмалку еден од вториот и третиот од следниве критериуми:

- ✓ Просечниот број на вработените, врз основа на часови на работа, да е до 50 работници;
- ✓ Годишниот приход да е помал од 2.000.000 евра во денарска противвредност, вкупниот обрт да е помал од 2.000.000 евра во денарска противвредност;
- ✓ Просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на вкупните средства (во активата) да е помала од 2.000.000 евра во денарска противвредност.

За **среден трговец** се смета трговецот кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето, го задоволил првиот критериум и најмалку еден од вториот и третиот од следниве критериуми:

- ✓ Просечниот број на вработените, врз основа на часови на работа, да е до 250 работници;
- ✓ Годишниот приход да е помал од 10.000.000 евра во денарска противвредност;
- ✓ Просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на вкупните средства (во активата) да е помала од 10.000.000 евра во денарска противвредност.

Табела 1.3: Дефиниција на МСП во Законот за Трговски Друштва (мај 2004)

Категорија на претпријатија	Број на вработени	Обрт на сретства	Просечна вредност на вкупни средства
Средни	< 250	≤ € 10 милиони	≤ € 1 милион
Мали	< 50	≤ € 2 милиони	≤ € 2 милиони
Микро	< 10	≤ € 500,000	≤ € 500,000

Претходно наведените дефиниции за мали претпријатија во Република Македонија отвораат неколку прашања за дискусија:

- I. Последната дефиниција утврдува дека вкупниот приход е еднаков на вкупниот обрт на средства;
- II. Вредноста на обртот и годишниот приход не соодветствува на реалната економска ситуација во Република Македонија. На пример, истражувањето на СЕЕД покажува дека 70,3% од малите претпријатија и 47% од средните претпријатија имаат годишен приход до 810.000 €, што, во секој случај, е помалку од 2.000.000 € (за мали) и 10.000.000 € (за средни претпријатија),

колку што утврдува најновата дефиниција. Очигледно е дека законодавецот само направил транспозиција / пренесување на Препораката на Европската комисија без, притоа, да ги земе предвид двата критериуми кои се одлучувачки за утврдувањето на обртот на средствата: растот на продуктивноста и измените во композитниот индекс на цени (БДП дефлатор).

Микро, малите и средните претпријатија треба да бидат попрецизно дефинирани и дефиницијата треба да се рефлектира во сите закони кои, во моментот, ја регулираат оваа област, доколку се сака да се овозможи реализација на владината долгорочна стратегија за поддршка на овој сектор. Второ, може да се согледа дека постои силна врска помеѓу претприемништвото, микро и малите бизниси и амбиентот во кој треба да се стимулира и мотивира претприемништво во функција на стартирање и раст на МСП.

1.2.Претприемништвото во малите претпријатија

Основна карактеристика на пазарното стопанство кое е предуслов за развој на претприемништво претставува децентрализацијата, слободата на индивидуата, слободата на потрошувачот да врши избор помеѓу конкурентските производи и услуги, слободата како производителот да основа претпријатија, да ги проширува, да го носи ризикот и профитот и, воедно, слободата на работникот да врши избор на своето работно место.

Корените на поимот претприемништво и претприемачки иницијативи на поединците се наоѓаат уште во 1775 година кај *Ричард Кантијон*, кога прв пат во економската литература е користен терминот „*претприемач*“. Со својата теорија дека трудот е основен творец и создавач на сите вредности во општеството и дека постојат три основни производствени фактори: работа, капитал и земјиште и, воедно, работници, капиталисти и земјопоседници. *Адам Смит* бил поборник за слободниот пазар, а претприемачите ги изедначувал со капиталистите. *Јозеф А. Шумпетер*, во својата Динамична теорија на стопански развој, смета дека претприемачот е столб околу кој се случуваат сите активности, бидејќи е

иноватор, а со неговата активност, на стопанството му се дава поттик за растеж и излез од рамнотежата. За *Шумпетер*, претприемништвото е развоен фактор. „Иновациите го заживуваат стопанството, а претприемачите започнуваат инвестициона активност, сè додека не се појават инфлаторни тенденции кои ја намалуваат стопанската активност, профитите се намалуваат, настанува депресија бидејќи позајмените средства мора да се вратат. Оваа депресивна состојба трае сè додека не се појават нови претприемачи кои, повторно, преземаат нови стопански активности и, така, стопанството се развива на цикличен начин. Есенцијален фактор за успешно работење, способноста за покренување на акции и мерки заради достигнување на определена цел во производствениот процес, се карактеристики на претприемништвото. Капиталот и природните ресурси претставуваат пасивни развојни елементи, а само со активна улога на човечкиот фактор, со неговата креативна способност, како витален дел на националното богатство на секое општество, се создаваат нови богатства и општествена благосостојба. Претприемништвото, како процес на деловно организирање, раководење и ризикување, внесува големи промени во националното стопанство. Претприемачот има визија и расудување, решителност, мотивираност, оптимизам и храброст, издржливост, способност и умешност за оптимална комбинација на производствени фактори за реализацијата на своите идеи. Претприемачите се луѓе, малостопанственици, кои не мируваат, тие постојано создаваат, внесуваат нов квалитет, трагаат по промени, по иновации, по реализација на нивните идеи. Тие вешто ги чувствуваат импулсите на потребите на пазарот и дејствуваат брзо, навреме, подготвени на себе да го превземат ризикот. Претприемачот ги реализира своите идеи, тој не е само визионер, тој е и реализатор“.

„Претприемништвото како немерлив фактор на стопанскиот развој, како општа филозофија на дејствување во пазарни услови, својот развој го манифестира во развојот на малите претпријатија. Малото претпријатие честопати е опишано како ’рбет на претприемништвото. Тоа обезбедува идеално опкружување, што на претприемачите им овозможува да го покажат својот талент и да ги постигнат целите кои самите ги поставиле. Во сите успешни стопанства,

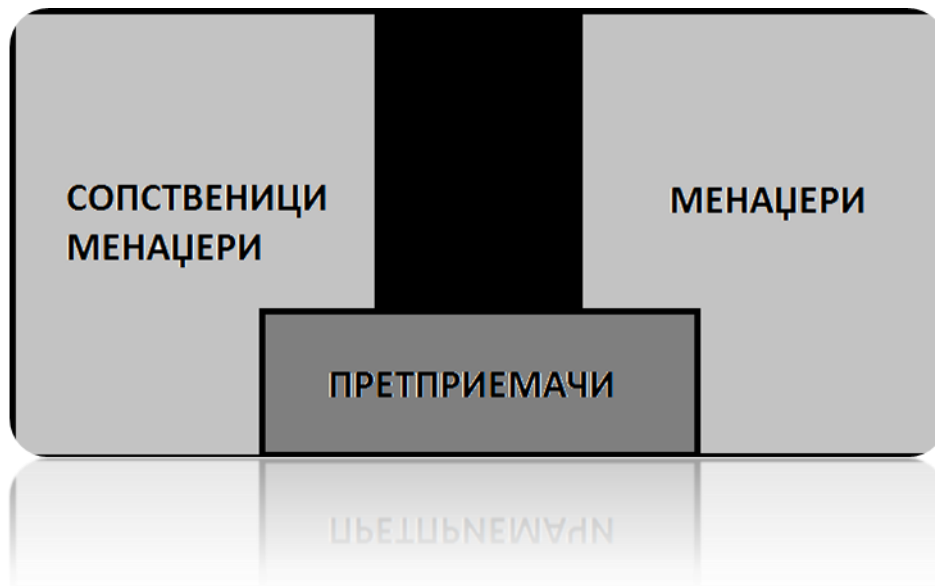
претприемачите се третираат како есенцијални за стопанскиот раст, за отворање нови работни места и за социјалниот прогрес, а предностите на малите бизниси досега се речиси универзално прифатени.”

1.3.Претприемачи, сопственици-менаџери

Претприемачите иновираат со цел да креираат промена и во тоа да препознаат и експлоатираат можност со намера да прават профит. Притоа, промената се препознава во зголемување на продуктивното користење на економските ресурси. Во тој процес, претприемачите прифаќаат висок степен на ризик и неизвесност. Но, тие сè уште немаат сопственост на мала фирма која треба да ја менаџираат. Од друга страна, многу менаџери имаат сопственост на фирми кои ги менаџираат. Овие менаџери се сопственици-менаџери. На пример, трговците поединци се сопственици-менаџери. Терминот сопственик-менаџер се однесува на сопственост на преку 50% на уделот во капиталот и затоа тој го контролира бизнисот. Оттука, вистинскиот аспект на прашањето не е сопственоста, туку контролата на бизнисот. Сопствениците-менаџери значајно ги контролираат операциите на својата фирма и тоа на дневни основи. Оттука, сопствениците-менаџери може – но и не мора – да бидат претприемачи. Се укажува дека претприемачите можат да се опишат во смисла на нивниот карактер и за нив да се суди според нивните акции, а еден од главните фактори по кој треба да се разликуваат претприемачите и сопствениците-менаџери е интензитетот на нивното инволвирање и практикување на малиот бизнис.

Многу менаџери на мали фирми немаат сопственост или контрола на фирмата. Фирмата е контролирана од поголема компанија. Затоа, менаџерот не е сопственик-менаџер. Меѓутоа, парадоксално, тие можат да бидат претприемачи, и тоа во зависност од начинот на кој дејствуваат. На Сликата 1.1 се прикажани овие релации. Менаџерите се различни луѓе од сопствениците-менаџери, но некои и од едните и од другите може да бидат претприемачи.

Слика 1.1²: Менаџери, сопственици-менаџери и претприемачи



Нема униформно прифатена дефиниција за прашањето: Што е мала фирма? Така, многуте дефиниции предизвикуваат практични проблеми. Она што дополнително го усложнува прашањето се дефинициите темелени на финасиски критериуми кои, пак, страдаат од проблеми поврзани со инфлација и монетарни трансакции. Од аспект на менаџирање, претприемништво и мала фирма, МСП можат да вклучат организациски менаџмент од несопственици-менаџери. Дури и тогаш, некои од несопствениците-менаџери можат да бидат претприемачи. Значи, сè уште остануваме со трите групи: **менаџери на мали фирми, сопственици, менаџери и претприемачи, и тоа сè уште со не најјасно заокружување.** Меѓутоа, веројатно е вистина дека колку е помала фирмата, поединечниот сопственик-менаџер на фирмата е сè позначајна личност со влијание на менаџирањето, и тоа без разлика дали тие се претприемачи или, пак, не се. Поимот мала фирма не се однесува само на нејзината големина во смисла на едноставни статистички термини. Малата фирма се опишува како фирма која треба да задоволува три критериуми, а сите критериуми се предизвици за (или конфронтирани со) практични статистички апликации:

1. Влијание на пазар

Во економска смисла, малата фирма има мало учество на пазарот. Оттука, таа не е доволно голема да влијае на цените или на националните количини на

производите или услугите со кои таа го снабдува пазарот. За несреќа, во врска со тоа, се појавуваат два фундаментални проблеми, и тоа, првиот во врска со дефиницијата на пазарот и вториот во врска со способноста на малата фирма да влијае на цената и на продадените количини на пазарот. Голем број успешни мали фирми оперираат на „тенки“ пазарни ниши, така што тие доминираат на тој пазарен сегмент, и тоа со јасна конкуренција, и можат да влијаат и на цената и на продадените количини. Во таа смисла, општо прифатената дефиниција, дека малата фирма нема влијание на пазарот, изгледа наивна и старомодна и, веројатно, е под влијанието на економската дефиниција за перфектна конкурентност. Со таква, исклучиво економска, дефиниција нема да се согласат голем број претприемачи.

2. Независност

Малата фирма е независна во смисла дека не е дел од големо претпријатие и дека сопствениците-менаџери се ослободени од надворешна контрола при донесување на своите главни одлуки. Треба да се има предвид дека менаџирањето на мала фирма има одредени специфични карактеристики и таквото менаџирање малата фирма ја прави различна од големата фирма.

Големите бизниси се карактеризираат со:

- ✓ Кај нив постои огромна финансиска моќ;
- ✓ Имаат голем број потрошувачи;
- ✓ Имаат голем потенцијал на човечки ресурси;
- ✓ Вложуваат многу пари во маркетинг;
- ✓ Имаат големи залихи и лесно одговараат на зголемената побарувачка;
- ✓ Имаат пониски цени, заради попустот на обемот на нарачки што ги добиваат;
- ✓ Грешките можат да се толерираат;

- ✓ Не даваат дополнителни услуги и сл.

Малите бизниси се карактеризираат со:

- ✓ Немаат финансиска моќ;
- ✓ Слаби се со човечки ресурси;
- ✓ Немаат голем број потрошувачи;
- ✓ Немаат доволно моќно рекламирање, односно финансии за маркетинг;
- ✓ Имаат повисоки набавни цени заради малиот обем на нарачки;
- ✓ Не поседуваат големи залихи;
- ✓ Постојноста на грешки кај нив може да биде со кобни завршетоци;
- ✓ Имаат голем потенцијал за брзо прилагодување;
- ✓ Одржуваат лични и блиски односи со потрошувачите и сл.

Од горенаведените карактеристики на малите и средните бизниси, може да се забележи дека тие се дијаметрално спротоставени. Но, доколку би се поставило прашањето: Каде е клучот на успехот на малите бизниси?, предноста може да се побара во следниве карактеристики на малите бизниси:

- ✓ Бидејќи немаат големи финансии за рекламирање, односно за маркетинг, малите бизниси се инвентивни и користат нискобуџетни маркетинг тактики кои можат да бидат поинтерсни и поблиски за потенцијалните потрошувачи;
- ✓ Малите бизниси не држат големи залихи, а со тоа не плаќаат за складишта, како и за трошоци за одржување на залихи. Со тоа компензираат дел од повисоките цени за набавка во однос на големите бизниси;
- ✓ Бидејќи грешите кај малите бизниси можат да бидат кобни, претприемачите на малиот бизнис се многу претпазливи. Тие имаат посебна карактеристика да превземаат и вкалкулираат ризик;
- ✓ Малите бизниси се поблиски со нивните потрошувачи и на секој нивен потрошувач можат да му посветат посебно внимание при услугувањето.

3. Лично влијание (инфлуенца)

Малата фирма е менаџирана на личен начин, а не низ медиумиум на формализирана менаџмент структура. Затоа личноста е инволвирана во сите аспекти на менаџментот на бизнисот и е инволвирана во носењето на сите главни одлуки. Најчесто има малку децентрализација или делегирање на права.

Малите фирми започнуваат со менаџерски активности откако ќе надминат вработување на 10-20 луѓе и од таа точка започнува појава на формални структури. Суштински, вистинската мала фирма не може да се опише дека има две раце, две нозе и огромно его. Со други зборови, малата фирма е еден додаток (екстензија) на личноста, било да се работи за прашањето дали таа личност е сопственик-менаџер или, пак, претприемач.

Менаџер е човекот кој ја извршува работата во претпријатието со помош на ангажирање на други луѓе кои, директно, или индиректно се вклучени во процесите.

Лидер е личност која има влијание врз соработниците и другите луѓе во организацијата за остварување на одредени цели на организацијата. Вистинскиот лидер е лице кое без принуда влијае на своите соработници и вработените во организацијата, за тие на најдобар начин да придонесат за ефективно работење во организацијата.

Претприемачот е лице кое не само што врши комбинација на факторите на производство, туку истиот се стреми кон нивно иновирање и развивање.

Личноста на менаџерот е втисната во начинот на оперирање, во персоналниот ризик и во неговото семејно лице.

Претприемач како термин во себе ги вклучува следните работи²:

1. Преземање иницијатива;
2. Ги организира и реорганизира општествените и економските механизми за користење на ресурсите и ситуациите во практична намена;

²Robert D. Hisrich, Michael P. Peters- ENTREPRENEURSHIP, 1998.

3. Прифаќа ризик и неуспех.

За разлика од големите корпорации, каде што сопственичката структура е поделена на стотици акционери, МСП се способни да бидат во сопственост и управувани од страна на една личност и, како резултат на тоа, применетиот менаџерски стил има тенденција да биде во неформална природа.

Во суштина, фирмата истовремено е и контролирана и управувана од истото лице што, всушност, е еден од главните аспекти што МСП ги води кон успех или кон неуспех.

Концептот на лично влијание може да се дефинира како извор на енергија, која што може да се користи за поддршка на менаџментот, или спротивно, во зависност од тоа како е концентриран и управуван. Во суштина, претставува најсилен извор на енергија, при што секоја засегната страна во компанијата, има право да ги бара своите права, а тоа може да влијае врз кадровските решенија, големината на компанијата, структурата на пазарот како и изборот на стратегиите на пазарот.

Кај голем дел МСП во процесот на управување големо влијание имаат специфичните процедури, преференциите и ставовите на самиот сопственик кој воедно е и менаџер.

Успехот на деловниот субјект е детерминиран од знаењето, способностите, вештините и искуството.

1.4. Политика на Европската унија за поддршка на претприемништвото

До 80-тите години на XX век, Европската унија немала некоја посебна политика за развој на малите и средни претпријатија. Насочувањето на вниманието кон овој сектор настанало како последица на одделните регионални

и социјални политики на ЕУ и како резултат на успешниот Американски модел на генерирање нови работни места преку малите претпријатија.

Првите политики за поддршка на секторот на МСП во ЕУ се насочени кон подобрување на деловното опкружување, создавање на услови за подобро користење на можностите на внатрешниот пазар и обезбедување на конзистентност на државните политики со политиката на ЕУ преку основањето на т.н. Директорат на мали и средни претпријатија.

Европската унија започнува со поинтензивна политика за развој на овој сектор во Лисабон 2000г., кога Европскиот совет ја поставил целта дека, до 2010 година, Унијата треба да има економија базирана на знаење, со што ќе биде најконкурентната во светот. Лисабонската стратегија е со цел постигнување на прогрес кој не е заснован само на легислативата на Унијата, туку и врз основен метод на координација и докажани мерки, веќе превземани од различни земји кои се членки на Унијата.

Како одраз на сознанието дека постигнувањето на целта - ЕУ да стане најконкурентна економија во светот во 2010 г., во најголема мера зависи од развивањето на малите бизниси, на Самитот во Фиера, во јуни 2000 г., Европската унија ја донесува *Европската повелба за мали претпријатија*. Со усвојувањето на Повелбата, земјите-членки се обврзале дека ќе работат кон остварување на посебен напредок во областите опфатени со повелбата и дека ќе соработуваат меѓу себе во насока на остварување на поставените цели. Во Европа, денес, дури 72% од вкупната работна сила се вработени во секторот на микро и мали претпријатија. Со прифаќањето на Европската повелба за мали претпријатија, секоја од земјите се обврзува за остварување на напредок во десет области кои ги опфаќа Повелбата и тоа:

1. Обука и образование за претприемништво;
2. Поевтино и побрзо основање на бизнис;
3. Подобра легислатива и регулатива;
4. Достапност на вештини;
5. Подобрување на on-line пристап;

6. Подобро искористување на можностите на единствениот пазар;
7. Оданочување и финансиски прашања;
8. Зајакнување на технолошкиот капацитет на МСП;
9. Успешни модели на е-бизнис и врвна поддршка на мали бизниси;
10. Посилно и поефикасно застапување на интересите на малите претпријатија.

Меѓутоа, политиките на ЕУ продолжуваат и понатаму преку делување и развој на две од трите значајни области кога, на 7 март 2005 година, Советот на министри одобри нови препораки (key – issues – paper KIP). Првата се однесува на тоа Европа да се направи најатрактивно место за инвестиции и работа, а втората е да се засили промовирањето на знаење и иновации. Земјите членки треба да ги развиваат своите иновативни политики во светло на нивните специфични карактеристики, меѓу другото: поддршка за создавање механизам за иновативност на МСП, почетоци на високо технолошки бизниси, промовирање на партнерство помеѓу претпријатијата и универзитетите, овозможување пристап до ризичен капитал, развој на иновативни партнерства, и центри на регионално и локално ниво.

Според Европскиот совет, новата програма за иновативност и конкурентност на заедниците треба да дава поголем поттик за развој на иновативноста во ЕУ преку создавање нов механизам за финансирање на иновативните брзо растечки МСП, преку јакнење на мрежите за техничка поддршка на иновативните претпријатија и преку поддршка на развој на регионалните центри и европските мрежи за поддршка на иновативноста.

На среднорочната ревизија на МСП во ЕУ е констатирано дека земјите-членки на ЕУ имаа постигнато напредок во создавање на пријателски бизнис клими. Направени се вистински напори за намалување на бирократијата, а прашањето за поддршка на МСП е ставено во фокус на Програмите за поддршка на ЕУ за периодот од 2007- 2013 година. Забележано е значително подобрување на деловната клима на МСП кај земјите членки инспирирани од најдобрите практики во контекст на Европската повелба за мали претпријатија во Фиера, во 2000 година.

Кои се ефектите од спроведените реформи и до кој степен земјите членки на ЕУ се приближени до целите поставен во Лисабон 2000 г., може да се види од извештајот на Европската комисија во 2006 г., посебно во делот што се однесува на обуки и стекнување вештини за отворање нови работни места и поддршка на развојот на технологијата во секторот на малите и средни претпријатија. Идеите за иновација најчесто се црпат од барањата и забелешките на клиентите и добавувачите, преку набљудување на конкуренцијата, разговор со потенцијални клиенти и експериментирање со сегашни производи и услуги. Според истражувањата на Федерацијата на мали претпријатија, забележано е зголемување до 33% во инвестирање во опрема и машини, 5% во истражување и развој, 24% во инвестирање во информатичка технологија и 12% во зголемена соработка со добавувачите. Според EURAB (European Research Advisory Board) големо мнозинство од малите и средните претпријатија во ЕУ, околу 70%, не вложуваат, или само делумно вложуваат, во истражување и развој. Од друга страна, многу мал број, помал од 30%, од МСП редовно развиваат, применуваат или стекнуваат технологија. Што се однесува до растот на вработување, во околу 43% од претпријатијата е регистрирано зголемување на вработување споредено со претходните две години. Клучни вештини за кои во бизнис распоредот на FSB членките е изразено најголемо незадоволство и кои, воедно, се сметаат за дефицитарни, е располагањето со напредни ИТ вештини, продажни и маркетиншки вештини, странски јазици, математички вештини на работници и комуникативни вештини. Во релација со Лисабонските цели, FSB (Federation of Small Business - Федерација на мали претпријатија) е посебно згасната во недостигот на ИТ вештини.

Доживотното учење е една од точките кои зазема централно место во редот на Лисабонските цели. Раководејќи се според FSB анкетата, во 2004 г. само 39,8% од сопствениците на бизниси изјавиле дека редовно се застапуваат за формална обука на персоналот, 30,2% повремено и 30% воопшто не се застапуваат за формални обуки. Многу од бизнисите изјавуваат дека имаат ограничени формални обуки поради постоење на бариери. Со анкетата е утврдено дека 36,3% од вкупните причини за ограничување на формалните обуки

се однесуваат на недостаток на релевантност на курсеви, на второ место е времетраењето на кусевите, па, понатаму следуваат финансиските трошоци и оддалеченоста на претпријатието.

И покрај охрабрувачкиот напредок, сепак, ЕУ треба да превземе долготрајни мерки за зајакнување на целокупниот потенцијал на овој сектор. Генерално, во ЕУ, малите и средните претпријатија сè уште имаат пониска продуктивност и раст, во споредба со малите и средни претпријатија во САД. Овој сектор сè уште се соочува со сериозни проблеми во своето работење. На пр., околу 21% од малите и средните претпријатија од Европа покажуваат дека пристапот од финансии е сериозен проблем. Улогата на малите и средни претпријатија во европската економија е признаена на највисоко политичко ниво. Во јуни 2008 година, Европскиот совет изрази силна поддршка за иницијативата на понатамошното зајакнување на мали и средни претпријатија, обезбедување услови за одржлив раст и конкурентност, преку донесување на акти познати како Small Business Act (SBA) за Европа и побара негов брз прием и примена од страна на земјите членки на ЕУ.

Во срцето на европската SBA е постигнувањето на најдобри можни услови за развој на мали и средни претпријатија, што најмногу зависи од општественото признавање на претприемачите. Општата клима во општеството треба да биде предводена од поединци кои ќе размислуваат за можноста за започнување на сопствен бизнис и ќе признаат дека малите и средните претпријатија имаат голем придонес за зголемување на вработеноста и економскиот просперитет. Како клучен придонес кон постигнување пријателска бизнис средина ќе треба да се промени перцепцијата за улогата на претприемачите и преземањето ризик треба да биде поврзано и поддржано од медиумите, администрацијата и политичките лидери.

SBA има за цел да ја подобри севкупната политика за пристап кон претприемништвото, преку зацврстување на принципот Think small first, регулирање на јавниот сектор, како и промоција на растот на МСП, помагајќи им во надминувањето на проблемите кои го попречуваат нивниот развој. SBA претставува нова стратешка рамка која ги интегрира постојните инструменти и е

во согласност со Европската повелба за мали претпријатија и современата политика за поддршка на МСП. За имплементација на оваа амбициозна политичка агенда, Комисијата предлага искрено партнерство помеѓу Европската унија и земјите-членки кои ги почитуваат принципите на супсидијарноста и пропорционалноста.

Овој акт ја симболизира политичката волја за признавање на централната улога на малите и средни претпријатија во економијата и потребата од нивно поставување во политиките на Европската унија и нејзините земји-членки, преку воведување и почитување на:

- Принципи врз кои се основа концепцијата на Европската унија и нејзините земји-членки;
- Збир од нови законски предлози предвидени според принципот Think Small First;
- Збир од нови политички мерки кои ќе ги имплементираат овие 10 принципи, според потребите на малите и средни претпријатија на ниво на заедница и на ниво на земја-членка.

Со донесување на овој акт, Европската комисија повика на примена и почитување на пропишаните десет принципи кои се однесуваат на:

1. Креирање на опкружување во кое претприемачите и семејните бизниси ќе можат да напредуваат, а претприемачите да бидат наградени;
2. Оние претприемачи кои се соочиле со неуспех, а имаат пожност за втор обид;
3. Правилата да се согласат со принципот Think Small First;
4. Јавната администрација да одговара на потребите на мали и средни претпријатија;
5. Адаптација на алатките на јавниот систем на потребите на мали и средни претпријатија;

6. Подобрување на пристапот до финансии за мали и средни претпријатија и развој на правна и бизнис клима, како поддршка за навремено плаќање на комерцијални трансакции;
7. Помагање на мали и средни претпријатија, за подобро искористување на можностите од единствениот пазар;
8. Промовирање на постојано усовршување на вештините на малите и средните претпријатија и сите форми на иновативност;
9. Да се овозможи малите и средните претпријатија да ги претвораат предизвиците на опкружување во можности за развој;
10. Поттикнување и поддршка на малите и средни претпријатија да имаат корист од растот на пазарите.

Од моментот на неговото создавање од страна на Европската комисија, идејата за спроведување на Small Business Act во Европа предизвика многу очекувања. Иако широко поддржан од владино ниво, од Европскиот парламент и од заедницата на мали и средни претпријатија, важно е истиот да биде темелно спроведен, што подразбира целосна посветеност и на Комисијата и на земјите-членки на Европската унија.

Глава II

МАКРОЕКОНОМСКОТО ОПКРУЖУВАЊЕ КАКО РАМКА ЗА РАСТ И РАЗВОЈОТ НА МАЛИ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Во Европа, 25 милиони МСП обезбедуваат повеќе од две третини од сите работни места во приватниот сектор. Ова значи дека МСП вработуваат повеќе од 100 милиони луѓе. Се смета дека најдинамичните МСП креираат околу 80% од новите вработувања. Без сомнение е дека креаторите на политики треба да се охрабруват да ја препознаваат значајната улога на малите претпријатија.

Примарната цел на макроекономската политика не е само да им пружи помош на малите фирми, туку да обезбеди рамка за сите големини на претпријатија за да се развиваат во економијата. Најшироките цели на политиката на МСП се од макроекономска природа. Тие цели вклучуваат создавање на работни места, со кои се намалува невработеноста.

Претпријатијата имаат корист од стабилна макроекономска средина со тесна контрола на инфлација, низок буџетски дефицит, разумни каматни стапки и конкурентна стапка на реален девизен курс.

Макроекономската стабилност на компаниите им обезбедува стимуланти на заштеди и механизми за канализирање на тие заштеди во инвестиции. Обезбедувањето на макроекономската стабилност, на пример, преку контролирање на инфлацијата и на девизниот курс, е, исто така, важен начин за да се овозможи МСП да се основаат, да растат и да напредуваат.

Макроекономскиот контекст има влијание врз темпото на економскиот раст кој, пак, има имплементација врз работната сила и социјалната политика. Тековната глобална криза ги зајакнува аргументите во врска со основната улога на макроекономската политика и важноста на оценувањето на промените кои ќе треба да се направат. Пропустите и нестабилноста на варијаблите, како што е

реалниот девизен курс, генерираат динамички ефекти преку влијанијата на макроекономскиот амбиент односно на:

- Стапката на инвестиции;
- Интензитетот на додадена вредност;
- Иновациите;
- Развојот на МСП;
- Сгурноста на пазарот на трудот, итн.

Стабилноста на макроекономските политики е од клучно значење, бидејќи тие придонесуваат за намалување на ризикот од водење бизнис преку обезбедување на предвидлива бизнис клима. **Макроекономската стабилност се смета за предуслов на економскиот раст.**

Основните цели на макроекономската политика се:

- Пораст на производството;
- Пораст на вработеноста;
- Стабилност на цените;
- Остварување на богата економска размена во странство.

Падот на БДП ја сигнализира стангацијата на пазарот. Бизнисите не можат да функционираат и да направат профит, кога постојат високи трошоци. Флукуациите на цените можат да ги уништат МСП. Силна и стабилна макроекономска средина е потребна за поддршка на долг рок на економскиот раст, со цел да се намали ризикот за водење на бизнис со обезбедување на предвидлива бизнис клима во правењето на инвестициони одлуки.

Не само МСП, туку и големите фирми зависат од способноста на владата за спроведување на здрава и конзистентна макроекономска политика. Низок буџетски дефицит, ниската инфлација и стабилен и транспарентен режим на валутата обезбедуваат одредена стабилност. Инфлацијата влијае врз растот на

МСП, и девизниот курс повеќе ги погодува МСП, поради помалите можности на располагање, но политиката на нестабилност, генерално, ги погодува сите фирми подеднакво.

Целокупните развојни цели на една економија можат да создадат:

- Нови работни места;
- Зголемување на продуктивноста;
- Конкурентност;
- Пораст на БДП;
- Ценовна стабилност;
- Рамнотежа во надворешните плаќања;
- Социјална, секторска и регионална еднаквост;
- Намалување на сиромаштијата.

Поврзувањето на развојната политика на МСП, заедно со целите на една економија, прави полесно да се координираат соодветните активности на различните органи и да се постават приоритетни цели. Специфични цели можат да се постават во однос на придонесот на МСП за намалување на сиромаштијата, креирање на нови работни места, благосостојба и сл.

Перформансите на претприемништвото и на МСП се тесно врзани со рамковните услови за олеснување на претприемничката активност. Рамковните услови покриваат широк спектар области, на пример: регулација, легислатива, влијание на културата, индивидуални вештини, амбиции итн. Унапредувањето на рамковните услови е потребно за исполнување на целите во областа на претприемништвото и МСП. Притоа, треба да се сфати дека идентификувањето и креирањето на рамковни услови е континуиран процес. Во таа смисла, идентификувани се пет клучни фактори за управување со претприемништво, и тоа во контекст на МСП (Табелата 3.1).

Табела 3.1: Фактори кои влијаат на претприемништвото³

<u>Пристап до пазарот</u>	<u>Снабдување со капитал</u>	<u>Снабдување на вештини</u>	<u>Поттикнувачка структура (мотивација)</u>	<u>Претприемничка култура</u>
Дали претприемачите имаат пристап до пазар на кој тие можат да ги продаваат своите производи или услуги?	Дали претприемачите имаат пристап до различни снабдувачи на капитал за старт-ап, за раст и развој?	Дали претприемачот ја поседува потребната вештина и дали пристапот до косултанство ќе му овозможи да ги експлоатира пазарните можности?	Кои се трошоците и добивките од експлоатацијата на пазарните можности?	Дали постои претприемничка перцепција и претприемничко однесување, така што пазарните можности се лесни за користење?

Во Табелата 3.2 се прикажани 29 области на политики кои се применуваат во Данска, од кои 19 се покриени со меѓународно компаративни индикатори, а 10 области на политики (италиц) не се покриени со меѓународно компаративни индикатори.

Табела 3.2: Области на политики⁴

Пристап до пазарот	Снабдување со капитал	Снабдување на вештини	Поттикнувачка структура (мотивација)	Претприемничка култура
Пристапни бариери	Капитал за заеми	Традиционално бизнис образование	Персонален данок	Културни и социјални норми
Пристап до меѓународни пазари	Данок на имот и на наследство	Претприемничко образование	Корпоративни даноци	Таргетирани иницијативи

³Entrepreneurship Index 2012 – entrepreneurship Condition in Denmark, National Agency for Enterprise and Construction, November 2012, str. 24.

⁴Entrepreneurship Index 2012 – entrepreneurship Condition in Denmark, National Agency for Enterprise and Construction, November 2012, str. 25.

Трансфер на нови знаења	Ризичен капитал	Рестартирачки и можности	Административни оптоварувања старт ап	Воведување на претприемништво во примарно образование
Приватна побарувачка	Пазари на хартии од вредност	Претприемничка инфраструктура (јавна)	Административни оптоварувања за функционирање на бизниси	Комуникација со 'Хероу на претприемништвото'/'свест'
Јавна побарувачка	Данок на капитал	Претприемничка инфраструктура (приватна)	Регулација на пазарот на труд	
Тестирање на олеснувањата	Бизнис ангели		Законска регулатива за банкротство	
			Финансиски поттикнувања	
			Социјално и здравствено осигурување	

Значајна цел на секоја влада во областа на претприемништвото е да ја придвижи претприемничката елита во смисла да креира нови фирми. Меѓутоа, клучниот предизвик за некои земји веќе е - а за други набрзо треба да стане - прашањето како новите претпријатија да се движат по здрава економско-социјална растечка патека?

Политиките за Start-up на бизниси треба да стимулираат и мотивираат способност за креирање нови претпријатија. Стартирањето на нови бизниси најчесто се искажува како стапки за старт-ап бизниси, во смисла на број на новорегистрирани претпријатија во текот на една година во однос на 100 активни МСП, или/и како број на новорегистрирани претпријатија на 1000 жители. Второ, за бизнис климата треба да се размислува и во контекст на здравиот раст на

новоосновените претпријатија. За терминот растечки претприемнички претпријатија нема универзално прифатена дефиниција. Се знае дека индустриите и секторите имаат различни патеки на раст. Оттука, некои претпријатија можат да растат во однос на бројот на вработувања, а други во однос на приходите. Општо, дефиницијата за растечки претприемнички претпријатија го покрива растот на вработување или растот на приходот. На пример, секторот на растечки претприемнички претпријатија во САД ги опфаќа оние претпријатија кои стартирале помеѓу 2004 и 2011 година (7 години), кои сè уште биле во бизнисот во 2011 година и кои имале преку 60% раст на приходите или вработувањето. Просечниот годишен раст мора да надминува 20%. Како мали компании се сметаат оние компании кои имале број на вработени помеѓу 15 и 200 вработени во 2004 година. Како што произлегува, тоа е услов за траен стопански раст и развој кон кој се стремат сите стопанства во светот, развиени, транзициони и недоволно развиени.

Значењето на МСП во ЕУ, САД и Јапонија - Лисабонската стратегија, која беше лансирана во 2000 година, беше создадена со цел да се направи ЕУ најконкурентната и најдинамична економја која ќе се базира на знаење и ќе биде способна за одржлив економски раст, создавање повеќе и подобри работни места и развивање поголема социјална кохезија. Еден од условите за остварување на целта беше да се развие бизнис средина во која претпријатијата ќе можат да опстанат и да растат. Затоа, јавната политика е да се идентификуваат и да се земат предвид условите за МСП во европската економија. Успехот на Лисабонската стратегија зависи од успехот на МСП. Оваа централна улога на МСП во економијата на ЕУ е призната од страна на Комисијата и во Актот за мал бизнис SBA (Small business act). Актот е донесен во 2008 година и утврдува сеопфатна рамка за политиката на МСП во ЕУ и нејзините земји членки. Околу 99% од сите претпријатија во ЕУ се МСП, и истите обезбедуваат повеќе од 2/3 од вработувањата од вкупниот правен сектор. Со индиректно влијание на нивните профити и плати, преку оданочувањето, Европските МСП се основен столб на ЕУ.

Во 2012 година, околу 70% од вработувањето во бизнис секторот на ЕУ е обезбеден од страна на МСП. Микро претпријатијата придонесуваат за околу 30% од овие работни места, малите претпријатија околу 25%, а средните претпријатија околу 20%.

МСП даваат значаен придонес за економијата и во САД во однос на создавањето на работни места, претприемништвото и БДП. Во 2012 година, МСП придонеле со околу 65% од неземјоделскиот БДП во САД. Вработувањето во МСП и придонесот кон БДП се концентрирани во услужните сектори, како и во производството, рударството и претприемништвото.

Бројките покажуваат дека МСП како работодавачи биле одговорни за создавање на околу 70% на работни места во периодот од 2001 – 2012 година. МСП имаат придонес и во иновациите и развојот на претприемничките вештини. МСП се извор на иновативните процеси, добра и услуги

Микрофинансирањето во САД се појавило во средината на 1980 година. Тоа било под влијание на растот и развојот на меѓународната индустрија и било одговор на потребата за подобра економска опции за оние претприемачи кои немаат пристап до формално финансирање.

Во САД како микро се дефинирани оние бизниси со пет или помалку вработени кои бараат 35.000 \$ или помалку во почетен капитал. Според американскиот попис (2012), во 2010 година имало 4.078.084 бизниси со 1-4 вработени од вкупно 7.396.628 бизниси кои покажуваат дека околу 55% од сите бизниси би можеле да се вклопат во категоријата на микро. Исто така, овие микро имаа комбиниран вкупно платен список од над 290.000.000.000 \$ од вкупно 4.940.000.000.000 \$ за сите бизниси. Овие бројки покажуваат дека микро бизнисите се значаен дел од американската економија.

МФИ во САД имаат проблеми при постигнување на одржливост и некои се прашуваат дали тие се дури и ефективни во стимулирање на економската активност и помагање на сиромашните да избегаат од сиромаштијата. МФИ не можат да ги наплатат каматните стапки, доволно високи за да се покријат

трошоците направени при донесувањето на мали кредити и мора да зависат од субвенции.

МФИ во САД имаат помал успех од нивните меѓународни партнери во постигнувањето на одржливост.

Прво, финансирање лица во земјите во развој се предмет на помалку строги прописи и се слободни да наплаќаат каматните стапки доволни за покривање на нивните трошоци, но во САД е речиси секогаш забрането со закони (Бел, 2010; Gollakota & Doshi, 2010).

Второ, многу студии покажаа дека социјалниот притисок да го отплати заемот преку групата кредитирање, во пракса, е неефикасна во САД. Причините за ова се:

- ✓ Пониска густина на населението во споредба со места, како Бангладеш, што доведува до многу поголема дисперзија на потенцијалните клиенти;
- ✓ Многу повеќе минливи и мобилни ниски приходи на населението и
- ✓ Фактот дека повеќето групи кои беа формирани во САД беа доделени од страна на МФИ, наместо да се формираат од страна на должници кои ги негираа предностите на групата (проблеми на информациската асиметрија) (Чандра и Арун, 2011; Gollakota & Doshi, 2010).

Конечно, еден суштински важен фактор во успехот на МФИ е дека ако се отворени бизниси од примателите на заем кои се успешни, тогаш е јасно дека е многу поголема веројатност кредитот да биде вратен. Но, отпочнување на бизнис во формална и развиена економија како САД е многу потешко отколку во земјите во развој.

На пример, во САД еден претприемач кој е заинтересиран за отпочнување на мала продавница ќе треба да се натпреварува со гигантите како Vol-Mart и Target. Исто така, постојат многу регулативи на федерално, државно и локално ниво, кои мора да се почитуваат. Овие пречки, повеќе или помалку, не постојат во земјите во развој, каде што микрофинансирањето има толку многу успех. Не само што се создадоа дополнителни тешкотии за претприемачите во создавање на

успешна компанија во САД, но МФИ во САД сфатија дека тие мора да обезбедат обука и техничка помош на нивните клиенти.

Значи, прашањето е - што МФИ во САД да направи за да се справи со предизвиците презентирани од страна на овие разлики во регулација, културата и економскиот амбиент?

- Прво, бидејќи во САД МФИ не се во можност или не сакаат да наплаќаат, каматните стапки се доволно високи за да ги покријат своите трошоци, тие се многу информирани во изнаоѓање извори на финансирање. Главниот извор на финансирање за МФИ во САД доаѓа од банки кои често се партнери со МФИ, како дел од нивната усогласеност со Заедницата. МФИ, исто така, добиваат финансиска поддршка од сојузната влада и приватна филантропија;
- Второ, затоа што е намалена ефикасноста на методологијата на група кредитирање во САД, МФИ треба да излезе со уште еден начин да се обезбеди отплата. Едно решение е да се бара колатерал за обезбедување на заемите, иако во многу случаи целосната вредност на кредитот не е обезбедена и обезбедувањето е претежно симболично;
- Друг начин на кој МФИ во САД ја обезбедува отплатата е, исто така, методот кој тие го користат за да се надмине тешкото економско опкружување, а тоа е преку обезбедување на бизнис услуги за развој. Многу пати, претприемачите кои добиле микро кредитирање работат многу внимателно со персоналот на МФИ за да добијат обука, менторство, тренинг, како и други бизнис услуги за развој.

За разлика од МСП во ЕУ и САД, во Јапонија МСП работат поинаку.

Околу 99% од сите бизниси во Јапонија се МСП и истите вработуваат поголем дел од работната популација и создаваат голем дел од економскиот ануитет. Поголемиот дел од овие компании не се толку добро познати како гиганти на Јапонија, тие го формираат столбот на услужниот сектор и се клучен дел од производството и извозниот синџир на снабдување. Јапонските МСП се соочуваат со одредени проблеми во поглед на обезбедување на финансии. Не е

изненадувачки фактот дека банките сè повеќе сакаат да даваат заеми на големите претпријатија, наместо на малите. Континуираниот ризик на јапонските банки ставаат многу МСП во неповолна ситуација кога се во потрага по средства. Привлекувањето на искусни и квалификувани работници може да биде тешко за МСП. Јапонските МСП заостнуваат на меѓународниот пазар. Со намалувањето на домашниот пазар, многу јапонски МСП мораа да се интернационализираат. Додека некои се обидуваат да учествуваат на надворешните пазари, МСП се релативно бавни во поглед на донесувањето на ваквите промени.

Јапонските МСП инвестираат релативно малку во иновации, а Јапонија како целина троши многу во споредба со другите развиени економии. Недостатокот на пристап до финансии и склоноста кон ризик се една од причините.

Европските и јапонските МСП имаат многу сличности: играат улога во нивните домашни економии со обезбедување на голем процент на вработност. МСП се потпираат на банкарски кредити за да задоволат некоја од нивните финансиски потреби, но и ЕУ и САД страдаат од банкарска криза. Јапонските МСП имаат искусно две децении стагнација, предизвик со кој Европа може да се соочи во иднината. Во Јапонија, миграциите од региони со ниски приходи кон региони со високи приходи предизвикува МСП да забележат падови во одредени области.

- Земји во транзиција и развој

Процесот на транзицијата претставува премин од не пазарна во пазарна економија, доколку тоа се согледа од економска смисла, а согледано од политичка гледна точка, транзицијата претставува премин од еден во друг општествен систем.

Современото значење на транзицијата претставува име со кое се именуваат драматичните промени што настануваа во политичките системи и економиите на поранешните комунистичко – социјалистички земји во Источна и Централна Европа, кога се напушти централизираната етатистичка економија и се премина на пазарна, кога се премина од еднопартиско во повеќепартиско

владеење, од диктатура кон парламентарна демократија. Најкратко речено, настана трансформација од комунизам и социјализам во капитализам.

Транзицијата се случувала од 1989⁵ година до денес. Во процесот на транзиција се вклучиле над 30 земји, опфатени преку 1,8 милијарда луѓе, речиси четвртина од светската популација, од Централна Европа до Источна Азија, вклучувајќи ги и гигантските промени во Русија и во Кина.

Во транзиција влегоа и досега не излегоа, безмалку сите земји што се осамостоија по распадот на социјалистичка Југославија, вклучувајќи ја и нашата земја Р.Македонија.

Најкарактеристични појави на транзиција во земјите на Балканот се пропаста на големите компании, криминалната приватизација, грабежот на фирмите, масовното отпуштање на работниците и појава на голем број невработени лица, осиромашување на мнозинството и сл.

Едно од основките прашања што нема дециден одговор е кога ќе заврши транзицијата. Ако се оди по аналогијата што ја прифатија и ја практикуваат речиси сите транзициски земји, еден историски или политички процес завршува кога се забораваат или уриваат едни споменици, а се подигаат нови.

Земјите од Источна Европа во раните 90-ти години доживеале тешки маки на транзицијата на изминатите 10 години. Како најуспешни земји во транзиција во Источна Европа се⁶: Словенија, Чешка, Унгарија, Естонија, Словачка, Хрватска, Полска, Литванија и други земји кои покажаа добра динамика на развој.

Основна цел на земјите во транзиција беше да остварат стабилен, долгорочен економски раст, кој ќе придонесе за зголемување на инвестициите, подобрување на технолошката база, како и зголемување на конкурентноста на производството на меѓународен план. Голема улога за овие остварувања имаа странските директни инвестиции кои требало да доведат до заживување на некои клучни сектори и фирми кои би ја привлекле останатата економија кон развој. Финансиските потенцијали на овие земји беа многу ограничени и затоа имаа потреба од континуиран прилив на странски средства. Приливот на средства

⁵ <http://www.dnevnik.mk/?ItemID=C1F78F614AE76441966F6CD3EE07BDAA>

⁶ http://mk.swewe.net/word_show.htm/?293342_2&%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D0%B5%D0%BD%D0%B0_%D0%B7%D0%B5%D0%BC%D1%98%D0%B0

можеше да се остварува од меѓународни институции или од поединечни странски инвеститори, преку странски директни инвестиции, портфолио инвестиции или други инвестиции како странски капитал. Бидејќи во тоа време земјите во транзиција биле многу задолжени, како актуелна потреба се користеле странските директни инвестиции. Приливот на странски капитал може да доведе до зголемување на ефикасноста на инвестициите и на економскиот раст.

Странските афилијации и претпријатија во кои има странски партнер постигнуваат повисоко ниво на продуктивност, зголемен извоз и побрза реконструкција на постоечките претпријатија.

Во почетните години од транзицијата, странските директни инвестиции во земјите во транзиција биле минимални, што се потврдува со фактот дека во 1992 година во 27 земји во транзиција влегле само 5,3 милијарди долари, во претпријатијата на 21 држава во вид на странски директни инвестиции или само 2% од вкупните странски директни инвестиции во светот.

Унгарија е меѓу првите земји која го започнала процесот на приватизација во 1993 годија и имаше речиси 50%⁷ од сите примени странски вложувања во земјите во транзиција. Како што се зголемувала довербата на инвеститорите во деловното окружување, така се зголемувал и приливот на инвестициите. Најголемата концентрација на странски директни инвестиции во 1996 година е остварена во Унгарија, Полска, Чешла и Русија, каде се инвестирале 11,769 милиони долари или 75% од вкупните инвестиции во земјите во транзиција.

Постојат три начини на законски решенија за вложување на странски капитал во земјите во транзиција:

1. Вложување при одржување на националниот систем (поранешна СФРЈ, каде законската рамка се засновала на процесот на самоуправување);
2. Вложување при креирање на еден т.н. енкливен систем (Романија, каде се основани заеднички фирми од домашни и странски партнери во посебна форма со посебни органи кој делувале по посебен девизен курс како енклава во рамките на стопанскиот систем);
3. Вложување во концесиски системи.

⁷Institute of economics, research centre for economics and regional studies, Hungarian academy of sciences Budapest, 2012.

Најмногу странски директни инвестиции во последните години се забележани во Украина, што е нормално поради големината на нејзината економија. Странските директн инвестиции во Украина како земја во транзиција имаат големо учество во БДП, каде во просек од 2000 до 2012 година изнесува околу 5,2%⁸.

2.1. Институционални претпоставки како поддршка за раст и развој на малите претпријатија

За поттикнување на растот на малите претпријатија, од особено значење е воспоставувањето и ширењето на институционалната структура. Организираната мрежа на институции треба да ги охрабри малите и нови претприемачи во нивните идеи и иницијативи и да им овозможи пристап до неопходни деловни информации, советодавно- консултативна поддршка и асистенција, перманентна обука и едукација, како и финансирање. Поддршката на претприемништвото се изразува преку создавање на инструментариум од јавни, државни, приватни институции и невладини организации и тоа на национално, регионално и локално ниво. Спектарот на институции - министерства, комори, агенции, дирекции, фондови, центри, банкарски и финансиски институции, како и консалтинг фирми и бироа, треба да овозможат пакет на услуги од информации, совети и обука во областа на менаџментот, истражувањето и развојот, правните аспекти од работењето на малите претпријатија, сметководството, маркетингот, техничко-технолошкото опремување, квалитетот, стандардите, дизајнот на производите итн.

Една од формите на институционална поддршка на малите и средни претпријатија и на претприемништвото, претставува и формирањето на **бизнис**

⁸ http://www.kapital.mk/mk/evropa/80404/ukraina_obezbedi_4,56_milijardi_dolari_stranski_investicii.aspx

инкубатори и научни паркови. Ова особено се однесува за стартирање на бизниси, но и за мали бизниси со потенцијал за забрзан раст.

Бизнис инкубаторите и научните паркови се институции чија што основна цел и задача е, на локално ниво, да го поддржат процесот на селекција на претприемнички идеи и нивна комерцијализација преку формирање на микро, мали и средни претпријатија. Тие најчесто се поставуваат во региони, подрачја и општини во чијашто економска структура се застапени опаѓачки индустрии кои продуцираат високи стапки на невработеност. Типичен пример се рударските региони во Велика Британија, но и во други развиени земји, каде што, по исцрпувањето на рудното богатство, многу рудари ги загубија своите работни места. Затоа, беа неопходни нови иницијативи за преквалификација, самовработување и стартирање на сопствени бизниси.

Поставувањето на бизнис инкубаторите најчесто претпоставува коалиција на три партнери: **локаните власти, бизнисот и универзитети**. При тоа, *локалните власти* обично обезбедуваат простор и неопходна инфраструктура, *бизнисот* обезбедува финансиски средства, а *универзитетот* - трансфер на знаења. Сè почесто се формираат инкубатори кои имаат основна цел и задача претприемачката идеја да ја доведат до фазата на комерцијализација и фирмата да ја задржат во инкубаторот, сè додека не ги преброди сите слабости од наталниот период. Во инкубаторите и научните паркови се добиваат услуги и експертски знаења на едно место, во контекст на: финансиски услуги, совети, услуги при изборот на технологијата, трансфер на знаења, усовршување на технолошки процеси, квалитет на производите, дизајнот, усвојувањето на меѓународните стандарди за квалитет, сметководствени услуги, итн. Научните паркови, иако со слични содржини како инкубаторите, сепак се поширок поим од инкубаторите. Често, во научните паркови се привлекуваат големи корпорации, при што просторот им се дава под закуп на долг рок.

Бизнис линкови (Business link) како форма на институционална поддршка се појавуваат на почетокот на 1990-тите години, како резултат на заклучокот од страна на експертите во Велика Британија, кои сфатиле дека огромниот број на институции на локално ниво често пати создават чувство на збунетост, конфузност

кај претприемачите, кои понекогаш не знаат на која институција да се обратат, принудени се да одат од институција до институција и не се сигурни дека ја одбрале онаа вистинската. Така се родила идејата за формирање на посебни организации, т.н. бизнис линк, на локално ниво, кои на едно место, под еден чадор, ќе ги обединат сите неопходни услуги за потребите на малите и средни претпријатија. Денес, сите региони на Велика Британија се покриени со бизнис линкови и ги даваат следниве услуги: шеми за грантови и поддршка, помош и совети при извозот, финансирање, даночни совети, помош врзана со стандардите, информации за единствениот европски пазар, обезбедување на почетен капитал за отпочнување на сопствен бизнис или start-up капитал, технологија и иновации, тренинг, маркетинг, дизајн, прашања врзани за опкружувањето и животната средина, патенти, трговски марки, сметководствени услуги, дијагностички услуги за проблемите на претпријатијата, инвестиции, семинари и едукација.

Форма на институционална поддршка за развојот на малите претпријатија претставуваат и **бизнис мрежите** (Business networks), каде што концептот се состои во развивањето на механизми за соработка/кооперација помеѓу мали бизниси со комплементарни производни програми, заради нивно оспособување за успешна конкуренција и опстанок на пазарот. Суштината на кооперацијата е да се координираат производните можности на претпријатијата, зголемување на квалитетот на производите, трансферот на технологија и знаења, заеднички настап на пазарите и слично.

Во реализацијата на концептот на бизнис мрежите посебна улога им припаѓа на т.н. **мрежни брокери** (networks brokers) кои се иницијатори, медијатори и извршители на сите активности на мрежата.

Во Република Македонија, и покрај определбите и создадениот голем број на мали фирми, сепак, институционалната поддршка е сè уште скромна. Инфраструктурата од разни институции се наоѓа во процес на создавање и градење мрежи од филијали, додека советодавно-консултантската и едукативната поддршка се во фаза на развој и афирмација. Но, треба да се истакне фактот дека, во овој домен, во последниве неколку години, е направен значителен прогрес.

2.2. Малите претпријатија во макроекономската и развојна политика

Земјите во развој и земјите во економска транзиција ја прифатија промоцијата на малите претпријатија како еден од клучните фактори во стопанското и сопственичкото реструктурирање, за развојот на конкурентски односи на пазарот и за создавање на ефикасно стопанство. Важноста за развојот на малите претпријатија, заради тоа, е предмет на постојани анализи, програми, стратегии, макроекономски политики, индустриски политики, научни истражувања, и опсервации.

Поддршката на развојот на малите претпријатија во високоразвиените земји во рамките на националната макроекономска политика е повеќе насочена кон нематеријална, отколку кон материјална и финансиска поддршка. Но, во земјите во економска транзиција, новорегистрираните мали претпријатија имаат потреба - пред сè - од финансиска, а потоа од други видови помош. Оттука, со оглед на специфичните услови во секоја поединечна земја, едноставното пресликување на модели на развој на малите претпријатија (а во смисла на потребната владина политика на поддршка) од високоразвиените земји во земјите во транзиција може да создава опасност од непродуктивност и нецелосообразност. Секоја земја, во рамките на своите компаративни предности, нивото на стопанска развиеност, дефинираните приоритети во стопанскиот развој и на општеството во целост, мора да изгради свој сопствен пат за развој, вклучувајќи го и развојот на малите претпријатија.

Како што укажавме, МСП се мошне значајни за социо-економскиот развој. Со цел да го дообјасниме изнесеното, ќе презентираме некои квантитативни индикатори за Република Македонија и за земјите од Западен Балкан. Сепак, односот на регистрирани/активни претпријатија со вкупниот број на жители во земјите од Западниот Балкан е сè уште многу низок (15-20 МСП на 1000 жители, Табела 3.3) во споредба со земјите членки на ЕУ од Централна Европа, каде тој индикатор е три до четири пати повисок.

Табела 3.3⁹: Статистика за претпратија во земјите од Западен Балкан за 2012г.

Земји од Западен Балкан	Албанија	БиХ	Хрватска	Косово	Македонија	Црна Гора	Србија
Вкупно регистрирани компании	64710	103644	239131	55884	180000	28950	-
Активни компании	45034	-	111075	42153	44424	-	69360
Вкупен број на МСП	64658	-	70000	55849	44340	10887	68691
МСП на 1000 жители	14,38	-	15,57	22,23	21,79	15,91	9,2
МСП во преработувачка индустрија, во однос на вкупната популација на МСП (%)	-	-	-	9,25	17	16,54	22

⁹Enterprise Policy Development in the Western Balkans, Report on the Implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2012, European Commission; str 37.

Табела 3.4: Клучни индикатори за земјите од Западен Балкан¹⁰

Земји од Западен Балкан	Површина илјади km ²	Население-милиони 2012г.	БДБ млјрд €	Номинален БДП/жител (2012) €	Отвореност за трговија. Вкупна трговија како % од БДП
Албанија	28,7	3,2	6,96	2.184	70
БиХ	51,0	3,8	7,37	1.940	87
Хрватска	87,6	4,4	30,8	6.939	109
Македонија	26,0	2,5	4,56	2.280	108
Црна Гора	13,8	0,7	1,68	2.518	87
Србија	88,4	9,3	19,44	2.587	74
Косово	10,9	1,9	2,5	1.316	47

Изнесените индикатори се само општ показател за тоа колку регионот е сè уште економски слаб.

2.3. Финансиски извори и политика на финансирање

Финансирањето е клучен предуслов и најчувствителен домен за развојот на малите претпријатија. За успешен развој на МСП, а и на стопанството во целост, треба да постојат: *макроекономска стабилност, стабилен курс на домашната валута, нејзина конвертибилност, современ и развиен финансиски систем, мобилност на сите фактори на производството, како и слободен проток на меѓународниот капитал.*

Финансискиот пазар треба да е достатно издиференциран, да обезбедува брза меѓусекторска и меѓуграѓанска мобилност на финансиските средства. За

¹⁰Enterprise Policy Development in the Western Balkans, Report on the Implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2012, European Commission; str. 40.

обезбедување дополнителен капитал, покрај банкарските кредити, потребни се и други инструменти, како што се акциите и обврзниците. Освен тоа, треба да се развиваат и посебни инвестициони банки, како и да се збогати финансискиот пазар со небанкарски финансиски посредници.

Финансискиот механизам за поддршка на малите и средни претпријатија би требало да се состои од:

- Селективно кредитирање на малата индустрија која произведува за големото стопанство;
- Селективно кредитирање на проекти за супституција на увоз во високорентабилни извозни производи;
- Конзорциумско финансирање на малите и средни претпријатија;
- Селективно финансирање на производството на нови и дефицитарни производи;
- Организирање на наменско штедење на малите претпријатија кај специјализираните банки и од него финансирање на високопрофитабилните проекти;
- Финансирање на семејни бизниси и сл.

Основните облици на финансиски институции за поддршка на развојот на малите претпријатија се:

- Фондови за развој на малите претпријатија;
- Специјализирани банки за малите претпријатија;
- Специјализирани институции за одобрување на заеми, кредити и издавање гаранции на малостопанствениците кај деловните банки (банки, фондови, асоцијации, агенции) и
- Фрашизинг и лизинг систем.

Овие финансиски институции обично се финансирани од: *буџетски средства, донаторства, евтини меѓународни средства, меѓународна помош и*

програми, странски капитал, акционерски капитал, специјализирани претпријатија за лизинг и франшизинг итн.

Финансиските инструменти за поддршка на мали и средни претпријатија во Европската унија, кои ги дополнуваат регионалните и националните иницијативи, се имплементирани од страна на **Европскиот Инвестициски фонд** (ЕИФ), кој претставува финансиски механизам за обезбедување од ризици на Европската Инвестициона банка (ЕИБ). Европскиот Инвестициски Фонд е јавно-приватно партнерство, во сопственост на Европската Инвестициона банка, Европската Комисија и банкарскиот сектор. Инструментите на ЕИФ за ризични инвестиции се состојат од фондови со капитал за ризични инвестиции, кои ги поддржуваат МСП, посебно оние кои се во раните фази на својот развој или оние кои се технолошки ориентирани.

Ова е поддржано од два финансиски извори:

1. Капитал од ЕИБ Групата (ЕИБ и ЕИФ) кој го сочинува јадрото на ЕИФ инвестициите и
2. Капитал од Европската Комисија кои се алоцирани во две различни програми: ЕТФ Старт-ап олеснувања и Акционен семенски капитал.

Шемата на ЕТФ Start-up Facilitis поддржува финансирање на МСП во нивната почетна фаза, преку **инвестирање во фондови** за ризични инвестиции и бизнис инкубатори. Овие фондови треба да бидат како „фондови за засејување“, мали фондови кои работат регионално или фондови кои се фокусирани на специфични сектори или технологии, или фондови за ризични инвестиции кои го финансираат искористувањето на резултатите од истражувањето и развојот.

Шемата, пак, на Seed (семе) Capital Action, обезбедува поддршка на долгорочни ангажмани на нови менаџери за инвестиции, за да се засили капацитетот на „фондовите за засејување“. Како и да е, побарувачката за овој инструмент е мала.

Фондот за ризични инвестиции е еден од најрелевантните извори на финансии за компаниите кои сакаат да ги финансираат своите инвестиции.

Фондот за ризични инвестиции се состои од финансии кои се обезбедени на пазарот на капитал од специјализирани оператори. Фондот за ризични инвестиции купува акции или конвертибилни обврзници во компанијата. Тие не инвестираат за да добијат дивиденда моментално, туку да ѝ овозможат на компанијата да се развие и, на крај, да ја зголеми вредноста на нивната инвестиција. Исто така, тие се заинтересирани за иновативни МСП со многу рапидни развојни стапки.

Општо земено, се разликуваат следниве фази на инвестирање:

- Seed (семено) финансирање, обезбедено за истражувања, проценки и развој на првичен концепт кој ѝ претходи на start-up (почетната) фаза на бизнисот;
- Start-up (почетно) финансирање, на компаниите им обезбедува финансии за развој на производи и почетен маркетинг. Компаниите можат да бидат во процес на формирање или, пак, скоро да отпочнале со работа, но сè уште не ги продаваат комерцијално своите производи.

ЕУ, исто така, има и Европска програма за заеднички вложувања (ЕПЗВ), која би требало да го охрабри создавањето на транснационални „оратклаци“ помеѓу европските МСП. Во овој контекст, „ортаклак“ се однесува на конзорциум, партнерство или ортаклак во индустрискиот, услужниот, трговскиот, занаетчискиот сектор.

Дополнителни можности за помош на претприемачите и Start-up бизнисите, за преживување во почетните години и за обезбедување просперитет на европската економија, се бизнис инкубаторите и бизнис ангелите. **Бизнис инкубаторите** се центри кои физички обезбедуваат канцеларии од различен обем и други канцелариски погодности, складишта и производствен простор, простор за утовар и истовар, простор за состаноци, кујна и заедничка просторија за прием на странки со различна големина. Инкубаторот ги надоместува трошоците преку наплата на умерени кирии и надоместоци за користење на специјализирани услуги и опрема. **Бизнис ангелите** или неформалните инвеститори се богати индивидуалци кои се подготвени да ги користат своите финансиски извори за ризични инвестиции засновани на нивното искуство и

интереси. Постојат повеќе мотивирачки причини тие да се инволвираат во вакви инвестиции, самостојно или во помали групи. Неформалните инвеститори или бизнис ангелите, најчесто сакаат да располагаат со својата инвестиција преку тоа што ќе станат акционери во компанијата, односно делумни сопственици. Обично тие се нафаќаат на инвестиција помала од 250.000 евра.

Финансирање со заеми е најзначајниот извор на надворешно финансирање за повеќето европски претпријатија. МСП можат да обезбедат среднорочни и долгорочни банкарски заеми во повеќе земји членки на ЕУ, со каматни стапки кои варираат помеѓу 7% и 9% годишно. Банките, како генерално правило, не сакаат да инвестираат во капитал на нова компанија. Меѓутоа, тие би можеле да обезбедат заеми и други конвенционални банкарски услуги: чек и депозит, пречекорувања итн.

Пречекорувањата на сметка се користат со кратка најава или без претходна најава, но затоа се многу поскапи од заемите, во зависност од проценетиот ризик во врска со МСП. Сепак, МСП се често подготвени да платат повеќе за пречекорувања бидејќи тие нудат поголема флексибилност. Во земји каде пречекорувањата се многу користени, постои намалено користење на банкарските заеми (Италија, Грција, Данска, Велика Британија).

Со цел да се подобри пристапот на МСП до среднорочни и долгорочни заеми, неколку земји членки на ЕУ имаат развиено функционални гарантни шеми и заеднички гарантни друштва на национално или регионално ниво. Гарантните шеми за заеми и заедничките гарантни друштва можат да го подобрат пристапот до заеми преку гаранции. Често, овие друштва со претприемачот ја дискутираат одржливоста на бизнис планот.

Европската Инвестициона банка (ЕИБ) има за цел да го подобри финансиското опкружување на МСП. За таа цел, на финансиските институции (посредници) им дава *среднорочни или долгорочни заеми* (глобални заеми), кои тие потоа ги пласираат на МСП. Исто така, гарантните олеснувања за МСП, кои се дел од иницијативата за развој и вработување на Европската Комисија, имаат за

цел да ја зголемат достапноста на заемите до мали или новоосновани фирми преку споделување на ризикот, по пат на национални гарантни шеми, заеднички гарантни шеми и други соодветни институции, вклучувајќи ја и Европската Инвестициона банка (ЕИБ).

Микрофинансирање е финансирање по пат на одобрување мали кредити и извршување други финансиски услуги за физички лица кои основаат или веќе водат многу мал бизнис, често како трговци поединци. Некои инструменти за микрофинансирање може да имаат посебни целни групи како што се невработени, етнички малцинства, млади или жени претприемачи. Иако големината на микрозаемите се разликува помеѓу земјите членки на ЕУ, најчесто терминот микрофинансирање се користи за заеми помали од 25.000 евра. Микрофинансирањето е најчесто обезбедено преку небанкарски организации (како што се фондации и фондови), иако во некои земји членки, како на пр., Германија, јавните финансиски институции ја превземаат таа обврска. Кога банкарската легислатива забранува директно одобрување на кредити од небанкарските институции (Шпанија, Италија), микрофинансирањето обично се врши преку банки, кои ги делегираат административните задачи на институциите за микрофинансирање.

Финансирање на иновации, во овој контекст, значи овозможување финансии на компаниите, посебно за start-up, кои развиваат и промовираат нови производи и услуги на пазарот. Овие продукти или услуги треба да се или нови, или научно засновани или, пак, треба да содржат некои други иновативни елементи. Ваквите компании најчесто делуваат во следниве сектори: информатичка технологија, природни науки, медицинска опрема и други индустрии засновани на наука. Иновативните start-up компании се многу зависни од адекватно финансирање на сите фази од нивната еволуција и често имаат проблеми да ги финансираат сите свои потреби. Директните инвестиции во сопственичкиот капитал доминираат во финансирањето на иновации во фазата на проширување на бизнисот.

Останати алтернативни извори на финансирање на МСП се: ***лизинг, факторинг и финансирање со обврзници.***

Лизингот е особено практичен за МСП со мал капитал, бидејќи не врзува капитал. Некои новини во лизингот се од посебен интерес за МСП. На пример, лизингот за ризични инвестиции им овозможува на start-up да добијат дополнителни „семени“ и почетни финансии без непотребно намалување на нивниот сопственички капитал. Лизинг компаниите за ризични инвестиции често воспоставуваат работни односи со start-up компаниите кои ги финансираат.

Факторингот е метода на подобрување на ликвидноста на компанијата преку замена на готовинскиот баланс со книжените долгови, кои се обично 80-85% од одобрените долгови. Факторот управува со трговските кредити на компанијата/клиент и авансира готовина во согласност со овие кредити. МСП може да го користат факторингот за да обезбедат ликвидност и да ги покријат потребите за работен капитал, особено во оние земји членки на ЕУ каде пристапот до банкарски заеми е ограничен. Факторингот е посебно атрактивен за МСП.

Постојат три главни видови фактори. *Факторот може да биде поврзан со некоја комерцијална банка, со некоја голема индустриска компанија која обезбедува факторинг за специјализирани пазари или да биде независен.* Различните видови факторинг обезбедуваат дисконтирање на фактури, каде долговите на клиентот стануваат имот на МСП додека не се отплатат, а компанијата која го обезбедува факторингот авансира парични средства за нив.

Финансирање со обврзници се јавува кога фирмата директно им издава на инвеститорите свои должнички хартии од вредност. Овој вид на финансирање е користен од поголеми компании бидејќи ги обезбедува со поконкуретна алтернатива, споредено со посредништвото на банките. Овој вид финансирање е ограничувачки за МСП, бидејќи минималната вредност на компанијата која издава обврзница е значителна.

МСП може да користи и кредитно осигурување, уште еден финансиски инструмент, за ублажување на финансиските загуби, предизвикани поради инсолвентност на должникот. Обично, кредитното осигурување за своја целна група ги има МСП кои се извозно ориентирани, МСП кои имаат за цел освојување

на нови пазари или проширување на производственото портфолио или тие кои имаат силен развоен потенцијал.

Доверителски кредити се едни од најзначајните извори за финансирање на МСП. Помеѓу 20-50% од постоечките заеми се состојат од доверителски кредити. Користењето на доверителските кредити зависи од должината на периодот на отплата, од сопствените финансиски средства кои се на располагање и од пристапот до банкарските заеми.

Гаранциите за основен капитал овозможуваат финансирање на ризични проекти, за кои гаранциите за заемот за конвенционален долг не се адекватен инструмент. Гаранциите за инвестиции во сопственички капитал можат да бидат користени од банки и други инвеститори, со цел проширување на нивниот обем на работење во секторот МСП. На европско ниво, инструментот гаранции за сопственички капитал е составен дел на финансиските инструменти на повеќегодишната програма за претпријатија и претприемништво на Европската Комисија, која е управувана од ЕИФ. Гарантните олеснувања за МСП нудат специјална можност за гарантирање на инвестиции во сопственички капитал или преку контра-гарантирање, или преку ко-гарантирање со национални шеми или, пак, преку директно гарантирање за инвестициите во сопственички капитал од страна на банките или фондовите.

Во контекст на финансирањето на МСП ќе наведеме неколку случаи. Владата на Република Италија одобрува неповратни средства за млади претприемачи кои првпат започнуваат свој бизнис. Исто така, доделува заеми на почетници, а финансира и специјални програми за поттикнување на женското претприемништво.

Во Јапонија постои национална политика за развој на малите и средни претпријатија, во рамките на која секоја година владата ги определува целите, задачите и мерките на финансиската поддршка на развојот на малите претпријатија и игра значителна улога.

Во САД, уште во 1953 година, Министерството за трговија има основано Агенција за малите претпријатија (Small Business Administration - SBA), која обезбедува многубројни програми за развој на малите претпријатија.

Во Француската Република, од 1996 година, постои банка за развој на мали и средни претпријатија, како холдинг компанија од две друштва, Банка за финансирање на опрема за мали и средни претпријатија, основана од 1981 година, која суфинансира преку преземање ризик со други банки и Друштво за гаранции за финансирање на мали и средни претпријатија, основано од 1982 година и кое е единствена во Европа со начинот на функционирање.

Во Република Турција, во текот на 1992 година е донесена Програма за поддршка на малите и средни претпријатија во која централно место зазема Кредитно-гарантниот фонд основан во 1993 година.

Во земјите во транзиција, многу често применуван систем на поддршка на малите и средни претпријатија претставува користењето на меѓународни организации.

Аспекти за финансирањето на МСП на земјите од Западен Балкан и други земји

Табела 3.5: Реформи во банките и либерализација на каматна стапка (резултат од 1 најнизок, 4, 5 највисок рејтинг)¹¹

Економија	2011г.	2012г.	2013г.
Албанија	3.67	3.67	3.67
Босна и Херцеговина	3.67	3.67	3.67
Хрватска	5.00	5.00	5.00
Македонија	3.67	3.67	3.67
Црна Гора	4.33	4.33	4.67
Србија	3.33	3.67	3.67

¹¹Enterprise Policy Development in the Western Balkans, Report on the Implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2013, European Commission; str. 113.

Може да се забележи дека во периодот 2011-2013 година, освен во Црна Гора, има застој во реформите во финансискиот сектор.

Табела 3.6: Домашно кредитирање на приватниот сектор како учество во БДП (%)¹²

Економија	2011г.	2012г.	2013г.
Албанија	11.0	14.4	16.6
Босна и Херцеговина	22.8	24.6	NP
Хрватска	57.8	57.6	NP
Македонија	23.5	27.4	30.1
Црна Гора	22.9	29.8	32.0
Србија	22.0	27.5	NP

Во Република Македонија се забележува постојан раст на учеството на кредитирањето на домаќинствата и претпријатијата во БДП. Во секој случај, податоците укажуваат на поволни тенденции во областа на кредитирањето на приватниот сектор.

Во Табелата 3.11 се прикажуваат изворите за финасирање на малите претпријатија во земјите од Западен Балкан, земји со созреани пазарни економии како Кореја, Виетнам и Турција.

¹²Enterprise Policy Development in the Western Balkans, Report on the Implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2013, European.

Табела 3.7: Извори за финасирање на мали фирми во (%)¹³

Извори на финансирање на мали фирми	Интерни фондови/ задржан а заработу-вачка	Еквити и (емисија на ново учество)	Заеми од банки	Заеми од семејство и пријатели	Зајмувач и на пари и други неформални извори	Трговски кредити	Лизинг	Влада	Др.
Западен Балкан	71.8	1.1	15.4	4.5	0.6	1.8	2.4	0.7	1.7
Созреани и пазарни економи	63.0	11.1	13.8	2.3	0.3	2.3	5.3	0.3	1.8
Кореја	63.8	1.6	20.6	1.1	0.3	2.7	7.9	0.6	1.4
Виетнам	45.3	0.2	29.4	2.2	0.0	0.9	18.9	0.6	2.4
Турција	55.7	30.6	5.7	4.3	0.6	1.4	0.7	0.9	1.2

Основен извор за финасирање на МСП во земјите од Западен Балкан (и во Република Македонија), пред сè, се интерните фондови на МСП. Потоа, значаен извор за финасирање се банкарските кредити. Р.Македонија е многу напред во имплементацијата на релевантната легислатива, регулација и супервизија на секторот, но лизингот сега се користи само да се финансира купување на возила.

Она што е воочливо за земјите од Западен Балкан е неразвиено еквити финасирање. На пример, во земјите со созреани пазарни економии еквити финасирањето е многу значајно, особено во Турција каде еквити финасирањето е дури позначајно од финасирањето врз основа на банкарско кредитирање на мали фирми. Слична констатација, но не во толкава мерка, може да се воочи и за лизингот како извор за финасирање. Во однос на земјите со созреани економии,

¹³Enterprise Policy Development in the Western Balkans, Report on the Implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2013, European Commission; str. 116.

во земјите од Западен Балкан, семејството и пријателите е позначаен извор за финасирање на малите фирми. Наведеното упатува на неколку смерници за политика за развој на изворите за финасирање на МСП.

1. Зголемувањето на заемите од домашните банки на приватниот сектор, особено на МСП, е значаен предизвик за финансискиот сектор. Иако тоа не мора да бара владина интервенција, има одреден број мерки што власта може да ги презема за да го олеснат продлабочувањето на финансиско посредување. Во таа смисла, најголемиот предизвик (каде што тоа не е активно) е да се дозволи на банките да се префрлат на готовинско кредитирање за мали заеми, наспроти стандардното позајмување врз база на колатерал;
2. Други предизвици вклучуваат промоција на безготовински трансакции, зајакнување на правата на имот, подобрување на регистарот и катастарот на земјиштето, со цел да се олесни употребата на имот како колатерал од страна на локалните фирми, примена на договорни облигации и поширока расположивост на информации за кредиторите;
3. Спуштање на административните бариери и трошоци за трансфер на дознаки од иселеници од странство во банкарскиот систем, исто така, е значајно во смисла на зголемување на пристапот до финансиски средства за нови инвестиции;
4. Да се подигнат ниските нивоа на кредитирање од банките, промоцијата на нови финансиски инструменти (како лизингот), да се развива еквити финасирањето, да се создава соодветен правен и регулаторен режим и да се наоѓаат решенија на предизвикот за развојот на небанкарски финансиски институции.

2.4. Политика на вработување

Малите и средните претпријатија, по својата бројност - како најзастапени во сопственичката структура на современите пазари - играат огромна улога за вработеноста.

Во Европската унија, од 25 милиони бизниси, 99% се мали и средни претпријатија, 2/3 од вкупно вработените во Европската унија се ангажирани во малите и средни претпријатија. Исто така, тие генерираат повеќе од половина од сите новоотворени работни места. Најголема вработеност се забележува во секторот услуги, каде што се вработени повеќе од половина или 57,30%, додека, пак, во секторот на индустријата и градежништвото се вработени другите 42,7%.

Табела 3.8¹⁴: Број на вработени во Европска унија - 25 во 2012 г.

Сектор	Сите претпријатија	Микро (%)	Мали (%)	Средни (%)	Големи (%)
Индустрија градежништво и услуги	112.353.000	28.0	20.8	16.8	34.4
Индустрија и градежништво	47.973.000	19.4	22.5	21.5	36.5
Услуги	64.380.000	34.5	19.5	13.3	32.7

Табела 3.9: Број на вработени по сектори во ЕУ - 25 во 2012 г.

Сектор	Сите претпријатија	Микро (%)	Мали (%)	Средни (%)	Големи (%)
Индустрија, градежни-	112.353	28.1	20.8	16.8	34.4

¹⁴Prisposobeno, spored SMEs in Europe-Candidate countries-Data 2001, Eurostat, Luxemburg, 2012, p.17.

Итво и услуги					
<i>Индустрија и градежништво</i>	47.973	19.4	22.5	21.5	36.5
Рударство и каменоломство	665	5.9	13.8	13.1	67.2
Производство	34.061	13.2	20.5	24.1	42.2
Струја, гас и водовод	1.503	2.2	5.1	13.6	79.1
Градежништво	11.745	40.3	31.4	15.4	12.9
Услуги	64.380	34.5	19.5	13.3	32.7
Дистрибуција	27.037	39.7	21.1	12.4	26.8
Хотели и ресторани	7.424	45.7	24.4	10.2	19.7
Транспорт, складиште и комуникација	10.389	17.2	14.6	11.8	56.5
Недвижности, изнамување и деловни активности	19.532	31.9	18.0	16.7	33.4

Вкупниот број на малите претпријатија во 12-те земји на Европската унија изнесува 14.600.000 (Табела 3.14).

Табела 3.10: Мали претпријатија во Европската унија во 2012 г.¹⁵

Мали претпријатија во ЕУ	Број на претпријатија во 1000	Број на претпријатија над 1000 жители	Просечна големина на фирма	Учество на вработените од 0-9 во %	Учество на вработените од 0-499 во %
Белгија	530	53	5	28	69
Данска	180	35	9	22	76
Франција	2.040	36	7	28	67
Германија	2.160	35	9	17	62
Грција	670	67	3	59	91

¹⁵Spored D.J. Storey: Understanding the small business sector, Routledge, London, p.22.

Ирска	130	36	6	34	83
Италија	3.170	55	4	48	81
Луксембург	20	43	9	23	74
Холандија	420	28	10	28	72
Португалија	640	62	4	36	80
Шпанија	2.020	52	4	36	83
В.Британија	2.630	46	8	26	65
<u>Вкупно</u>	<u>14.600</u>	<u>45</u>	<u>6</u>	<u>30</u>	<u>70</u>

Во овој контекст, би сакала да споменам и за намалувањето на невработеноста во Република Македонија, односно конкретно за општина Штип, каде локалната политика за пораст на вработеноста, односно намалување на невработеноста е во согласност со политиката за подобрување на локалната економија. *Подобрување и збогатување на структурата на стопанството во Општина Штип*: Ова упатува на тоа дека е констатирана недоволна разновидност на индустриски гранки. Доминантна е текстилната индустриска гранка, за сметка на останатите индустриски гранки. Отворањето на нови индустриски капацитети кои, секако, не се застапени или се во минорен дел, ќе доведе до поголема искористеност на расположливите ресурси, како што се човечките (невработени лица), сировини (земјоделски, минерални и сл.). Со заживување на прехранбената индустрија во делот на преработувачка на земјоделски производи би се вклучил поголем дел од невработеното машко население. Подршката на постојните преработувачки капацитети би се подобрила со отворање на мали и средни занаетчиски погони, како и со зголемување на услужни дејности. Со ова би се самовработил значителен дел од квалификуваното невработено население. За 2012 година биле одвоени средства во висина од 350.000 денари за проекти поднесени од страна на регионални занаетчиски комори, здруженија на граѓани и фондација за поддршка на занаетството, додека 1.954.000 денари биле резервирани за организирање на

обуки за start-up бизниси, обуки на постојаните претприемачи, промоција на претприемништвото и организирање на саеми.

2.5. Анализа на можни извори на финансирање на претпријатија

Финансирањето на малите и средни претпријатија, во суштина, претставува многу сложен процес кој е неопходен за нивно основање и нормално нивно понатамошно функционирање. Постојат историски податоци кои покажуваат дека развојот на различните форми на организација на бизнисите е детерминиран од самата потреба и вечната борба да осигураат дополнителни извори на финансирање за нивниот развој.

Во економската литература се среќаваат повеќе поделби на извори за финансирање на деловните субјекти, но вообичаено станува збор за формални и неформални извори на финансирање. Претприемачите можат многу побрзо да обезбедат финансиски средства од неформалните извори, затоа што не постои формално – правна постапка што претходно треба да биде реализирана. Притоа, се вклучуваат и сопствените заштеди на претприемачите и заемите од семејствата, роднините, како и парите од неформален ризичен капитал, т.е. бизнис ангелите.

Кај формалните извори постои спроведување на постапка за одобрување и користење на средства и во оваа група припаѓаат парите од официјалните финансиски институции, парите од банките, како и парите што се мобилизираат преку берзата.

ROSKA – се ротирачки заштеди на кредитна асоцијација каде што членовите се среќаваат редовно и се собираат средства, кои подоцна се доделуваат на друг член од организацијата, секој нареден состанок, со цел ротирачки заштеди.

Овие извори на финансирање, несомнено, се користат од страна на претприемачите за да се создаде генерирање на приходни активности, но, сепак, постојат проблеми со овие видови финансирање.

Лихварите, исто така, можат да се сметаат како извор на микрофинансирање. Кредитите добиени од овој тип извори често се многу скапи за корисникот на кредит поради високите каматни стапки кои се далеку над оние кои се наоѓаат во формалниот финансиски свет. Друг извор на микрофинансирање може да биде семејството и пријателите. Меѓутоа, кога се користи задолжување од семејството и пријателите, каматните трошоци можат да бидат ниски или нула, но социјалните трошоци или односи можат да бидат значителни. На пр., задолжувањето од близок пријател може да го уништи пријателскиот однос во случај на не исполнување на обврските.

Формалниот финансиски сектор се соочува со неколку пречки кога се обидува да ги финансира малите претпријатија. Тие вклучуваат асиметрија на информации, повеќекратни извори на ризик и висока цена на сервисирање на малите кредити. Асиметријата на информации се однесува на фактот дека банката или слична финансиска институција обично ќе немаат информации за тоа кој е добар ризик, но и поради фактот дека потенцијалните мали клиенти, најверојатно, имаат да кажат малку за својата кредитна историја.

За малите заеми проблемот се зголемува, бидејќи финансиските институции не можат да наплаќат по високи стапки за да го покријат овој ризик, поради постоењето на законот на лихварство. Сервисирањето на трошоците за малите кредити се високи бидејќи фиксните трошоци се значаен дел од износот на кредитот. Поради овие фактори формалните финансиски институции генерално го избегнуваат малиот кредитен пазар.

Тешкотиите со кои се соочуваат претприемачите во пристапот на мали заеми и кредити доведе до развој на модерното движење на микрофинансирање кое започна од Грамин банка во Бангладеш во доцните 1970-ти години. Грамин банка беше основана од страна на д-р Мухамед Јунус во 1976 година, и е базирана на моделот кој што се нарекува Граминкредит. Моделот се одликува со мисија: да им помогне на сиромашните да ја надминат сиромаштијата преку

креирање на генерирање на приходни активности, не се заснова на колатерал или правен систем, туку врз основа на доверба. Од основањето на Грамин банката, моделот е пресликан на земјите во развој, типични институции на микрофинансирање, непрофитна организација финансирана од страна на владини и филантропски извори.

Во различни развојни фази на деловните ентитети претприемачите можат да користат и различни извори на финансирање на своите бизниси, но, вообичаено, во развиените земји во почетната фаза на развојот на самиот бизнис како доминантни извори на финансии се бизнис ангелите. Имено, станува збор за добро разработени бизнис идеи каде доаѓа до изготвување на прототип на производот. Во почетокот, односно во развојната фаза, доминантни се ризичниот капитал, т.е. ризичите фондови, бидејќи се произведува и дистрибуира производ, т.е. ризикот од неуспех се намалува, а веќе во доцната фаза на развој, како значаен извор за финансирање, се појавува емисијата на хартии од вредност. Во оваа фаза ризикот е минимален, затоа што станува збор за развиена фирма со добар производ и сигурен пазар. Во суштина, политиката за финансирање во смисла на дефинирање на оптималниот однос помеѓу сопствениот и позајмениот капитал, како и изворот меѓу различните алтернативи за финансирање - интерни и екстерни, е значајна детерминанта за деловниот субјект што настојува да обезбеди добри претпоставки за долгорочна стабилност и успешно работење.

Малите и средни претпријатија во однос на финансирање се сметаат за многу поризични за разлика од финансирањето на големите компании, бидејќи многу често имаат недоволно способен, необучен, неискусен менаџер, имаат проблеми при обезбедување на финансиер бидејќи ретко имаат што да понудат како покритие, постои мала соработка и сл.

2.5.1. Стратегиски пристап на финансирање на претпријатија

Економската теорија и емпиriskите студии покажуваат дека иновациите се клучни двигатели на економскиот раст. Тие значително придонесуваат за зголемување на продуктивноста и квалитетот на производите и услугите, правејќи ги фирмите да бидат поконкурентни на пазарот. Во окружувањето, конкурентноста на СМП зависи од брзината со која што нивните производи можат да бидат презентирани на пазарот. Иновацијата за нив е движечка сила која ги води кон драматични промени. Иновацијата понекогаш може да резутира со сосема нов, дотогаш непознат производ или, пак, замена на некоја постојна функција, т.е. нејзино поефикасно и поуспешно извршување.

Иновацијата мора да биде потврдена на пазарот за да биде признаена како иновација, а вообичаени пазарни аспекти за настанување на иновацијата се:

- Demand pull – кога се создаваат нови производи за да се одговори на потребите на потрошувачите;
- Supply pull – кога иновацијата не настанува како резултат на потребите на барањата на потрошувачите, туку, едноставно, деловниот субјект само креира потреба и потрошувачка за своите производи.

Во насока на поттикнување на иновациите кај МСП, од страна на Европската комисија се понудени програми за поддршка на иновациите, а тоа се:

- Стратегијата за еко инвестициите, што има за цел да ги надмине пазарните неуспеси и да ги отстрани пазарните бариери што го спречуваат растот на иновациските компании во Европа. Европската унија, за таа цел, има превземено голем број мерки за градење партнерства со државите – членки, што е раководен предуслов за иновациските активности, а, секако, нуди и соодветно финансирање;
- Стратегијата за иновации ги таргетира мултисекторските прашања, односно прашањата за интелектуална сопственост, стандардизација и јавни набавки;

- Најчесто застапена алатка за развој на иновациски стратегии на Европската комисија е програмата за иновации и конкурентност, CIP. Оваа програма нуди можности за вложување во иновациски активности и тоа, пред сè, за МСП. Оваа програма има за цел да го подобри пристапот за финансирање, да се промовираат еко – иновациите и да продолжи да ги финансира активностите на Европската унија во својата поддршка за бизнисите и иновацијата;
- Еуропа INNOVA финансирана од страна на CIP програмата, ги собира околу себе компаниите, истражувачките организации и инвеститорите за размена на успешни практики во областа на финансирање и иновациите, кластерите, стандардите и иновацискиот менаџмент во секторите како што се: текстилот, автомобилската индустрија, градежништвото и сл. Повеќе од 300 иноватори од 23 земји членки тековно се инволвирани во 11 секторско-кластерски мрежи, 10 финансиски мрежи, 6 мрежи за стандарди, проект за иновации и менаџмент, како и неодамна воспоставената иновациска платформа која се темели на услуга заснована врз знаење.

Може да се резимира дека малите и средни претпријатија имаат потенцијали и често се извор на нови процеси, идеи и услуги и производи, додека пак, големите компании се малку колебливи за да го обезбедат тоа. Малите претпријатија се принудени да бидат иноватори за да можат да опстанат во борбата против големата конкуренција.

2.5.2. Специфичности во обезбедување на извори на финансирање за секторот на мали и средни претпријатија

Финансиите се основа за добро функционирање на секој бизнис. Без финансии нема да може да функционира бизнисот, нема да постои работење и планиран раст. При започнување на бизнис, една од најважните работи во

процесот на планирање е добро да се проектираат финансиските показатели како би се обезбедило опстојување на бизнисот.

Се вели дека финансирањето на новите бизниси се изведува преку лично финансирање и кредити од банка, а помалку со алтернативи на долгорочно финансирање преку издавање на хартии од вредност и долгорочни обврзници.

Како најкористени извори за финансирање на малиот и среден бизнис се јавуваат:

- Лични финансии. Финансии кои ќе ги обезбеди самиот претприемач;
- Финансии како позајмици од семејството и пријателите. Ова е втора опција на бесплатни финансии, бесплатни, бидејќи нема камата на тие позајмици;
- Владини организации за развој на малите бизниси. Ова се институции кои се формираат од страна на државата и кои имаат за цел да го поттикнат развојот на претприемништвото;
- Банкарски кредити. Ова се краткорочни кредити кои служат само за да го подобрат финансирањето на бизнисот. Start-up бизнисите многу потешко доаѓаат до овие средства како правни лица. Но, затоа, претприемачот може да ја искористи можноста за добивање на средства како физичко лице;
- Кредитни картички на претприемачот и членовите на семејството. Ова претставува една поскапа алтернатива на кредитите, но, сепак, достапни се средства во износ на лимитот на картичките;
- Бизнис ангели;
- Штедилници;
- Лизинг.

2.5.3. Сопствени средства на сопственикот

Започнувањето на бизнис кај малите и средни претпријатија, може да се манифестира со финансирање од повеќе извори како што претходно е споменато, меѓу кој е и начинот на финансирање со сопствени средства од страна на сопственикот.

Самофинансирањето е финансирање кое деловните субјекти го вршат од сопствени извори на средства.

Внатрешни извори на самофинансирање се оние кои деловниот субјект како самостоен правен субјект ги создава во работењето, било со амортизација на основните средства и долгорочните пласмани, со долгорочно резервирање, или со акумулирана нето – добивка за себе.

2.5.4. Позајмени извори на средства – кредити и инструменти на долг

Кредитирањето како екстерен извор на финансирање на малите и средни претпријатија е најзастапено, но и проследено со високи трошоци.

Кредитирањето е однос помеѓу два или повеќе партнери кои му преотстапуваат еден дел од сретствата на друг партнер под определени услови во определено време. Обврската за добиените средства е враќање на истите со договорениот надоместок – камата. Кредитите со кои се здобиваат МСП можат да се разликуваат според времето на враќање и тоа како: краткорочни, среднорочни и долгорочни кредити.

Развиеноста на банкарскиот систем и банкарските институции имаат значајна улога во процесот на кредитирање и тоа во улога на финансирање на

МСП. Постапката за одобрување кредит не е воопшто едноставна. Банките мора да ја проценат способноста на кредитобарателот како и да постои покривање во случај истиот да не може да го врати долгот. Со одобрување на кредитот МСП можат да инвестираат во стартување или иновации на веќе постоечките капацитети.

2.5.6.Алтернативни извори на финансирање – концептуална рамка за разбирање на ризичниот капитал и приватни инвестициони фондови

Финансискиот механизам за поддршка на малите и средни претпријатија би требало да се состои од:

- Селективно кредитирање на малата индустрија која произведува за големото стопанство;
- Селективно кредитирање на проекти за супституција на увоз во високорентабилни извозни производи;
- Конзорциумско финансирање на малите и средни претпријатија;
- Селективно финансирање на производството на нови и дефицитарни производи;
- Организирање на наменско штедење на малите претпријатија кај специјализираните банки и од него финансирање на високопрофитабилните проекти;
- Финансирање на семејни бизниси и сл.

Основните облици на финансиски институции за поддршка на развојот на малите претпријатија се:

- Фондови за развој на малите претпријатија;
- Специјализирани банки за малите претпријатија;

- Специјализирани институции за одобрување на заеми, кредити и издавање гаранции на малостопанствениците кај деловните банки (банки, фондови, асоцијации, агенции) и
- Фрашизинг и лизинг систем.

Овие финансиски институции обично се финансирани од: *буџетски средства, донаторства, евтини меѓународни средства, меѓународна помош и програми, странски капитал, акционерски капитал, специјализирани претпријатија за лизинг и франшизинг итн.*

Финансиските инструменти за поддршка на мали и средни претпријатија во Европската унија, кои ги дополнуваат регионалните и националните иницијативи се имплементирани од страна на **Европскиот Инвестициски фонд** (ЕИФ), кој претставува финансиски механизам за обезбедување од ризици на Европската Инвестициона банка (ЕИБ). Европскиот Инвестициски Фонд е јавно-приватно партнерство, во сопственост на Европската Инвестициона банка, Европската Комисија и банкарскиот сектор. Инструментите на ЕИФ за ризични инвестиции се состојат од фондови со капитал за ризични инвестиции, кои ги поддржуваат МСП, посебно оние кои се во раните фази на својот развој или оние кои се технолошко ориентирани.

Ова е поддржано од два финансиски извори:

1. Капитал од ЕИБ Групата (ЕИБ и ЕИФ) кој го сочинува јадрото на ЕИФ инвестициите и
2. Капитал од Европската Комисија кои се алоцирани во две различни програми: ЕТФ Старт-ап олеснувања и Акционен семенски капитал.

Шемата на ЕТФ Start-up Facilitis поддржува финансирање на МСП во нивната почетна фаза, преку **инвестирање во фондови** за ризични инвестиции и бизнис инкубатори. Овие фондови треба да бидат како „фондови за засејување“, мали фондови кои работат регионално или фондови кои се фокусирани на специфични сектори или технологии, или фондови за ризични инвестиции кои го финансираат искористувањето на резултатите од истражувањето и развојот.

Шемата, пак, на Seed (семе) Capital Action обезбедува поддршка на долгорочни ангажмани на нови менаџери за инвестиции, за да се засили капацитетот на „фондовите за засејување“. Како и да е, побарувачката за овој инструмент е мала.

Фондот за ризични инвестиции е еден од најрелевантните извори на финансии за компаниите кои сакаат да ги финансираат своите инвестиции. Фондот за ризични инвестиции се состои од финансии кои се обезбедени на пазарот на капитал од специјализирани оператори. Фондот за ризични инвестиции купува акции или конвертибилни обврзници во компанијата. Тие не инвестираат за да добијат дивиденда моментално, туку да ѝ овозможат на компанијата да се развие и, на крај, да ја зголеми вредноста на нивната инвестиција.

2.5.7.Емисија на акции како облик на финансирање

Малите и средни претпријатија, покрај гореспоменатите начини на финансирање на свите бизнис, како начин за финансирање ја користат и емисијата на акции како облик на финансирање.

Емисија на акции претставува чин на финансирање на деловниот субјект, така што, од една страна се јавуваат акционери, а од друга страна се јавува деловен субјект. На стопанскиот субјект му се потребни финансиски средства и се врши емисија на акции. На ваков начин, финансиските средства од акционерите доаѓаат на жиро-сметката на деловниот субјект.

Преку емисија на акции, компаниите полесно, поефикасно и побрзо ќе дојдат до потребните финансиски средства кои им се потребни за реализирање на своите бизнис проекти. Со емисија на акции по пат на јавна понуда, компанијата, воедно, станува транспарентна и отворена за широката инвестициска јавност и за акционерите.

Јавната понуда на хартии од вредност, според Законот за хартии од вредност, е јавен повик за запишување и купување на хартии од вредност објавен во средства за јавно информирање.

За разлика од **приватната понуда**, која е наменета за однапред познати инвеститори, лицата кои ќе ги купат хартиите од вредност што се продаваат по пат на јавна понуда се непознати.

Предности од јавната понуда на хартии од вредност се:

- Алтернативни извори за прибирање на капитал;
- Пазарно вреднување на компанијата и ликвидност;
- Зголемување на конкурентноста на компанијата;
- Престиж;
- Полесен пристап до нов капитал;
- Одржување постојаната стапка на пораст на компанијата;
- Објавување информации.

Како фирмите издаваат хартии од вредност?

Кога фирмите имаат потреба од капитал тие можат да одберат да продаваат (или да пуштат во оптег) нови хартии од вредност. Новите емисии на акции, обврзници или други хартии од вредност инвестициските банки ѝ ги продаваат на јавноста на **примарниот пазар**. Продавањето и купувањето на веќе издадените хартии од вредност меѓу приватните инвеститори се врши на **секундарниот пазар**. Тргувањето на секундарните пазари не влијае врз тековниот износ на хартиите од вредност, сопственоста едноставно се пренесува од еден инвеститор на друг.

Постојат два вида емисии на обични акции на примарниот пазар. Примарните понуди на хартии од вредност или IPOs (initial public offerings) се акции издадени од некоја приватна компанија која се појавува во јавноста, односно, што за прв пат продава акции во јавноста. Сезонски, новите емисии ги

нудат компаниите што веќе имаат акции во промет. На пример: новите акции што ги продава IBM претставуваат сезонска нова емисија.

Како се тргуваат хартиите од вредност?

Финансиските пазари се развиваат за да се задоволат потребите на одредени тргувачи. Луѓето што сакаат да инвестираат во некои видови финансиска актива, ќе треба да најдат други луѓе кои сакаат нив да ги продаваат. Местата каде заинтересираните страни се среќаваат се нарекуваат финансиски пазари.

Постојат четири видови пазари и тоа: *непосредни пазари, посреднички пазари, трговски пазари и аукциски пазари.*

Непосредни пазари – овој вид пазар е најслабо организираниот пазар. Тука продавачите и купувачите се бараат сами. Еден пример на зделка што се извршува на таков пазар е купопродажбата на половен фрижидер што продавачот го објавува во весник. За овие пазари е својствено тоа што истите не се чести, евтини се и со нив се тргува со нестандартна стока. На повеќето луѓе и фирми не им е исплатливо да бараат профит со специјализирање на таков амбиент.

Посреднички пазари – На овие пазари тргувањето со одредена стока е доволно активно, посредниците можат да најдат простор за заработка со нудење услуги за наоѓање на купувачи и продавачи. Добар пример за тоа е пазарот на недвижности, каде што економистите од обемот бараат станови што се на располагање и можни купувачи, за што компаниите сметаат дека е корисно да им платат на брокерите да ги извршат тие барања. Посредниците на одредени пазари се здобиваат со специјализирано знаење за процена на одредена актива со која се тргува на соодветниот пазар.

Важен посреднички пазар е т.н. примарен пазар, каде што на јавноста ѝ се нудат новите емисии на хартии од вредност. На примарниот пазар инвестициските банкарни се јавуваат како брокери (работат во свое име и за своја сметка), тие

бараат вложувачи што сакаат да купуваат хартии од вредност директно од компанијата што ги издала. Друг брокерски пазар е пазарот за големи блок-трансакции, каде што се купуваат и продаваат големи пакети на акции. Станува збор за пакети на акции со повеќе од 10.000 акции, но вообичаено е да се и поголеми, за што, често се ангажираат посредници или блок-фирми за директно барање други крупни трговци, за да не се тргува директно на берзата, каде што, релативно, тргуваат помали вложувачи.

Трговски пазари – Во случај кога ќе се зголеми динамиката на тргување со одреден вид на актива, доаѓа до појава на трговски (дилерски) пазари. Овие пазари се специјализирани за разни видови актива, со што ги купуваат за себе, а потоа ги продаваат, сè со цел да остварат заработувачка. Разликата меѓу куповната и продажната цена е извор на профит. Трговските пазари им заштедуваат на трговците трошоци за барање комитенти, затоа што учесниците на пазарот можат лесно да ги видат цените по кои можат да купат или продадат кај трговците. Пред тргувањето на пазаро да стане атрактивен извор на заработка, потребно е да се извршат значителни активности. Еден пример на трговски пазар е продажбата на хартии од вредност преку шалтер или познат како OTC (over the counter) пазар.

Аукциски пазари – Најинтегриран пазар е аукцискиот пазар, каде што сите негови учесници што се заинтересирани за одредена стока доаѓаат на едно место (лично или по електронски пат) за да купат или да продадат одредена стока. Њујоршката берза е пример за аукциска берза. Предноста на аукцискиот во однос на трговскиот пазар е што интересентот не мора да ја бара кај дилерите најдобрата цена за одредена стока. Ако сите интересенти се соберат на едно место, тогаш ќе дојдат до заеднички поволни цени и така ќе заштедат во маржата меѓу понудената и бараната цена. Постојаните аукциски пазари бараат голем и редовен трговски промет за да се покријат трошоците за одржување на пазарот. Од таа причина Њујоршката берза и другите берзи пропишуваат услови за

котација со кои се ограничуваат акциите со кои се тргува на берзата на оние фирми за кои ќе постои веројатен задоволителен интерес за тргување. И организираните берзи, исто така, се секундарен пазар. Тие се организирани за вложувачи што меѓусебно тргуваат со тековни хартии од вредност.

Во берзанското секојдневие познати се настаните кои се поврзани со иницијална понуда на акции на пазарот, или IPO (initial Public Offering). Иницијалната понуда значи отворање на друштвото спрема јавноста, односно инвеститорите. Со иницијалната понуда, едно трговско друштво кое постоело и функционираше како друштво со ограничена одговорност, односно мало акционерско друштво, со релативно помал капитал и број на сопственици, станува акционерско друштво поседувано од јавноста со поширок круг на акционери. Најчесто, иницијална понуда на пазарот се користи од друштвата за да се обезбеди дополнителен капитал за финансирање на понатамшниот растеж на друштвото.

Една од основните карактеристики на акционерското друштво е тоа што, согласно законските прописи, друштвото може да дојде до свеж капитал со емисија на нови акции, нудејќи ја новата емисија за прв пат и директно на пошироката јавност. Ова е т.н. прибирање на капитал од екстерни извори каде што постојните акционери во акционерското друштво издавач, се подготвени да го намалат, односно поделат своето учество во постојана акционерска структура со нови инвеститори – акционери. Мотивите за секундарната понуда на нови акции се обезбедување дополнителен капитал за финансирање на развојот на друштвото, заштита од превземање и зголемување на конкурентноста, превземање на конкурентски друштва или друштва со слични гранки и дејности итн.

Секундарниот пазар, односно берзата, им овозможува на постојните сопственици на акции, во секој момент, да ги продадат своите акции и да ја претворат својата инвестиција во пари. Колку е поразвиен пазарот на капитал и

поголема ликвидноста на хартии од вредност, толку е поедноставно за акционерите навремено и по објективни услови да ги претворат своите вложувања во пари.

Берзата, во сите три случаи, им овозможува на друштвата и на постоечките акционери едноставен и транспарентен пристап до дополнителен капитал кој лесно може да се мобилизира од слободни парични средства на пошироката јавност.

Акциите можат да се поделат според:

- Содржината на правото и
- Според тоа на кого гласат.

Според содржината на правото, акциите можат да бидат **обични и приоритетни акции**.

Обичните акции се акции кои на сопственикот му обезбедуваат учество во поделбата на нето добивката на друштвото, откако ќе се извршат обврските кои имаат приоритет во исплатата. Сопствениците на обичните акции имаат и право на управување со друштвото, односно право на глас при донесувањето на одлуки од страна на акционерското собрание. Сопствениците на обичните акции имаат право, во случај на ликвидирање или стечај на друштвото, да го поделат меѓу себе остатокот од имотот, по намирување на обврските на друштвото на оние кои имаат приоритетна наплата.

Приоритетните акции се акции кои на сопствениците им носат однапред определен паричен износ или процент од номиналниот износ на акцијата, дивиденда, која најчесто се исплатува годишно. Самото име на овие акции покажува дека тие имаат приоритет во исплатата на дивидендата пред сопствениците на другите видови акции. Она што е суштествено за овие акции е

тоа што најчесто на сопственикот не му обезбедуваат право на управување во друштвото, доколку со статутот и одлуката за издавање на акции не е поинаку уредено. Согласно позитивните законски прописи во Р.Македонија, вкупниот номинален износ на приоритетни акции без право на глас не може да биде поголем од 30%¹⁶ од вкупниот номинален износ на обичните акции во основната главнина на друштвото.

Во зависност од различните права што им ги даваат на акционерите, во Р. Македонија постојат повеќе класи на приоритетни акции и тоа:

- Кумулативна приоритетна акција, која му дава на сопственикот право на наплата на акумулираните неплатени дивиденди пред наплатување на какви било дивиденди на сопственикот на обични акции;
- Партиципативна приоритетна акција, која му дава на сопственикот, покрај утврдена (фиксна) дивиденда, и право на исплата на дивиденда која што им припаѓа на сопствениците на обични акции.

Во Република Македонија, покрај кредити како основен извор на финансирање, треба што почесто да ги користат емисиите на нови хартии од вредност, што моментално се случува многу ретко. Во иднина, се очекува секоја компанија да зајми повеќе пари и од инвеститори преку емисија на обврзници и да го зголеми капиталот со издавање на акции. Предностите на акциите се големи во услови на рестриктивна монетарна политика и скапи кредити. Во Прирачникот за издавање на хартии од вредност е упатено дека на компаниите треба да им се помогне полесно да го разберат целиот процес на издавање на хартии од вредност.

Во Р. Македонија, тргувањето со хартии од вредност за 2012 година ги бележи следниве податоци:

- Вкупниот промет во 2012 година изнесувал 5.600.304.948¹⁷ денари, што е за 58,99% помал во споредба со 2011 година;

¹⁶<http://www.mse.mk>

¹⁷http://www.mse.mk/Repository/UserFiles/File/Godisni%20izvestai/Godisen_Rep_2012.pdf

- Остварениот профит со класично тргување во 2012 година изнесувал 2.755.471.034 денари, што е за 19,89% понизок во споредба со 2011 година;
- Прометот остварен со акции (официјален и редовен пазар) во 2012 година изнесувал 1.553.185.005 денари, што е за 27,66% понизок во споредба со 2011 година;
- Во 2012 година е остварен промет со обврзници од 1.202.286.029 денари, што е за 6,98% понизок од 2011 година;
- Во 2012 година, на Берзата се реализирани 75 блок-трансакции (администраторски и системски блок-трансакции) со вредност од 2.399.890.440 денари и бележи намалување од 73,23% во споредба со 2011 година;
- Во 2012 година се реализирале јавни понуди на хартии од вредност на Берзата и е остварен промет од 97.860.558 денари и истото е намалено за 90% во споредба со 2011 година.

Глава III

ОРГАНИЗАЦИОНИ ОБЛИЦИ НА МАЛИ БИЗНИСИ

Компонентата за вработување во однос на другите индикатори за бизнис климата во Република Македонија се наоѓа на последно место (Табела 3.5). Додека, компаративно, позицијата на вработувањето во 2009 година во Република Македонија е полоша од Србија, Црна Гора, БиХ, Албанија и Бугарија, таа е подобра од Хрватска. Трендот на позицијата на индикаторот за вработување укажува дека тој во периодот од 2009 до 2011 се влошил. Влошувањето на рангот на овој индикатор секако дека се однесува на домашната политиката за вработување која, пак, секако дека е меѓузависно поврзана и условена со други регулативи, на пример како што е регулативата за згаснување на претпријатијата. Но, влошувањето на рангот на вработувањето може да е и резултат на тоа што

другите земји поефективно и поефикасно создаваат амбиент за вработување, па, така, подинамично напредуваат во рангот за вработувањето. Вработувањето мора да се темели на стартирање на нови бизниси и на раст и развој на бизниси.

3.1. Менаџирање на мали бизниси

Секое општество се стреми кон постојан развој, што, во голема мерка, зависи од неговата стопанска активност преку која се создаваат производи и услуги за задоволување на потребите на поединците, но и на општеството во целина. Секоја организација, во својот состав, ги вклучуваат следниве елементи: *материјално-технички ресурси (простор, опрема, средства за работа, финасиски ресурси/пари, капитал, акции/ и човечки ресурси/вработени).* Организациите се социјални или општествени творби, создадени заради контролирано извршување на заеднички цели. Постојат повеќе особености што ги прават бизнис организациите карактеристични во однос на другите; во нив се вклучуваат: луѓе, имаат потреба од пари, имаат сопственици, обезбедуваат производи или услуги, имаат потреба од потрошувачи или клиенти и стекнуваат пари од производите или услугите. Менаџментот, или управувањето, се однесува на извршување на работите или на овозможување работите да се случат и тоа се однесува на процес кој сите луѓе го прифаќаат како начин или култура на нивно живеење и работење во организациите. Сите активности, во рамките на менаџментот, можат да се поделат на следните основни менаџерски функции: **планирање, организирање, екипирање, водење и контролирање.** Во контекст на изнесеното, секако дека малите претпријатија (во однос на големите претпријатија) се разликуваат и затоа организацијата и менаџирањето со малите претпријатија сè почесто се нарекува претприемничко организирање и менаџмент. Констатираме дека во теоријата, кај нас и во светот, постојат голем број дефиниции за претпријатие, но сите, во основа, се сведуваат на тоа дека станува збор за форма на организирање и за давање услуги наменети за пазар и остварување профит, односно за трговско друштво.

Трговско друштво е правно лице во кое едно или повеќе лица вложуваат пари, предмети или права во имот што го користат за заедничко работење и заеднички ги делат добивката и загубата од работењето.

Според формата, трговско друштво може да се организира како: *јавно трговско друштво, командитно друштво, друштво со ограничена одговорност, акционерско друштво и командитно друштво со акции*. Основачите не можат самите да измислат некоја нова, посебна форма на трговско друштво. Во контекст на поопшто разбирање на секторот мали претпријатија, особено се значајни следните форми: трговец-поединец и друштва со ограничена одговорност. Поимот трговец-поединец треба да се разликува од поимот трговско друштво. Трговец-поединец е физичко лице кое, во вид на занимање, врши некоја од трговските дејности определени со Законот за трговски друштва. ДОО е најприфатлива за започнување на бизнис во светот, вклучително и Република Македонија. Преку оваа форма на друштво се задржува блискоста на личните односи и довербата на содружниците, од една, а тие, со закон, имаат ограничена одговорност и ризик, од друга страна. Доколку друштвото има еден содружник, фирмата ги содржи зборовите: друштво со ограничена одговорност од едно лице или ознаката ДООЕЛ.

Во оваа сфера може да констатираме дека првата и основна форма на организација на малото претпријатие, односно единствен сопственик означува бизнис кој е во сопственост на една личност, односно мало претпријатие кое го управува претприемач. Тоа е наједноставната форма на организирање. Поедници ангажирани во оваа форма на организирање работат за своја сметка. Истовремено, сопственикот презема ризик. Со други зборови, единствениот сопственик е сопственик на средствата, на обврските, на профитот, на загубата, на ризикот и на управувањето со бизнисот. Единствениот сопственик е најчеста форма на организација на бизнисот. На пример, во Соединетите Американски Држави оваа форма е застапена со 78,4%, партнерството е застапено со 7,7% и 13,9% отстапуваат на корпоративната форма.

Втората основна форма на организација на малото претпријатие е **партнерството**.

Партнерството е бизнис во сопственост на двајца или повеќе поединци.

Во секое партнерство мора да има најмалку еден општ партнер, а ограничување за максимален број општи партнери не постои. Во партнерството деловите не мора да бидат еднакви, а управувањето на малото претпријатие организирано како партнерство го вршат партнерите. Успехот на партнерството во голема мерка зависи од интеракцијата помеѓу партнерите. Емпириските истражувања покажуваат дека довербата, подготвеноста да се координираат активностите и способноста да се изрази чувството на посветеност во односите со партнерите се клучни аспекти на партнерството.

Од аспект на претприемништвото, значајно е да се знае дека постојат четири видови на ограничени партнери:

1. Тајниот партнер е ограничен и тој има активна улога во управувањето на малото претпријатие, но не е познат за јавноста;
2. Тивкиот партнер е ограничен партнер кој е познат во јавноста, но не е активно вклучен во управувањето со малото претпријатие;
3. Неактивниот партнер е ограничен партнер кој, истовремено, не е познат за јавноста и не е активно вклучен во управувањето со малото претпријатие;
4. Номиналниот партнер е само партнер по име. Тој, честопати, се нарекува привиден партнер и не е сопственик на претпријатието.

Третата основна форма на организација на претпријатие е корпорацијата. Таа е дефинирана како деловно претпријатие кое постои како правен ентитет и им обезбедува ограничена одговорност на сопствениците. Корпоративната форма на сопствеништво е сосема поразлична од сопственик и партнерството. Нејзиниот животен век не зависи од живеењето на сопствениците. За направените долгови е одговорна таа, а не сопствениците на капиталот. Директорите - членовите на одборот и менаџерите се претставници на капиталот и одговараат за корпорацијата. За да настане корпорација, за разлика од претходните основни форми, потребно е да се добие дозвола од државата. Корпорацијата се препознава како вештачки ентитет, создаден со договор помеѓу државата и три

или повеќе сопственици, познати како акционери. Малото претпријатие организирано како корпорација е во сопственост на повеќе луѓе кои имаат акции за сопствеништво. Овој вештачки правен ентитет може да тужи и да биде тужен, да биде продаден и ангажиран во деловните активности договорени со корпоративно сопствеништво.

Покрај доминантните основни форми на организација на малите претпријатија, во практиката, како и во теоријата на менаџментот, се наведуваат и други помалку вообичаени форми. Во групата на други форми на организација на малите претпријатија припаѓаат: *заедничките вложувања, деловниот труст и кооперативата.*

По својата суштина, *заедничкото вложување* (joint venture) е форма на партнерство која е создадена со здружување на неколку партнери ангажирани во многу специјализирано подрачје на работење. Во партнерството, партнерите се здружуваат со цел континуирано да остварат работење за профит. Кај заедничките вложувања поединци се здружуваат во косопствеништво за договорена ограничена намера и на определено време. *Јоинт вентуре* е форма на партнерство која се создава за да ја одрази намерата на заедничкото поврзување на неколку поединци ангажирани во деловна активност која е многу специјализирана и постои за ограничена конкретна намера. Во заедничките вложувања не постои поделба на моќта, на должностите и на одговорностите, како кај партнерството.

Деловниот труст е форма на организација на мало претпријатие во која една личност е назначена да го управува работењето на компанијата преку труст - односи. Работењето е контролирано од личноста која работи во корист на оние кои и ја пренеле сопственоста на имотот за оваа намера. Сопствеништвото се претставува преку сертификат на трустот, кој ги овластува овие лица да учествуваат во профитот од работењето. Оваа форма на организација во минатото била многу применувана за да се избегнат прописите и даноците. Во денешно време, таквите предности се елиминирани, а деловниот труст дејствува како корпорација.

Кооперативата е форма на организација на мало претпријатие во сопственост на патрони, која работи во нивна корист и ги користи нивните улоги. Кооперативата можат да ја сочинуваат: производители, големопродажба, трговија на мало или потрошувачи кои работат колективно и купуваат или продаваат за своите клиенти.

3.2. Менаџмент на малите претпријатија

Опстанокот и брзиот развој на малите претпријатие во современите услови е детерминиран со успешниот менаџмент како синтеза на сите процеси на планирање, организирање, координација, реализација и контрола на активностите кои што се извршуваат заради остварување на целите на претпријатието. Последните декади од минатиот век во економијата се нарекува „**менаџерски капитализам**“, во кој луѓето раководат повеќе отколку што поседуваат, но и време кое се движи кон „претприемачки капитализам“ во кој предизвикот на менаџментот се наоѓа во малите претпријатија. Универзалноста на менаџментот се гледа во активната улога на менаџментот во сите претпријатија. Тоа е динамичен процес на интегрирање на внатрешните и надворешните фактори на стопанисување, кој трае константно и е многу комплексен. Менаџментот означува доминантна активност во секој аспект на модерното општество. Тоа значи дека постои универзалност на менаџментот.

Квалитетот на менаџментот е примарен фактор за успешноста на работењето на претпријатието, вклучувајќи го и малото претпријатие, а менаџерските функции се многубројни и треба да се синтетизираат и да се синхронизираат во една функција. За ефикасноста на менаџментот на краток и долг рок, тој мора симултано да извршува четири основни улоги, кои во теоријата се познати како **ПАЕИ (П-продуцер, А-администратор, Е-ентерпренуер, И-интегратор, производител - администратор - претприемач - интегратор)**.

Не постои идеален менаџер што може да ги извршува сите четири улоги одеднаш, бидејќи тие се функционални, а индивидуалните карактеристики на секој поединец се разликуваат. Затоа, неопходно е овие четири улоги да се спојат и да се насочат во вид на комплементарни тимови.

Организацијата на работата претставува еден од најсложените инструменти на менаџментот. Успешноста во раководењето е синоним за успешноста на организацијата на работата. Стариот, добро познат принцип на Теоријата на организација на работата го потврдува значењето на развојот на способностите и квалификациите на менаџерите и на останатите раководни кадри во утврдувањето на правилна стратегија за развој на претпријатието и нејзината реализација. Сепак, основната смисла на менаџментот е воспоставување на тим за управување кој ќе има заемна доверба, почитување, реципроцитет и слични менаџерски и претприемнички квалитети.

Современиот менаџмент му придава првенствено значење на човечкиот фактор за подобрување на квалитетот на работата на претпријатието. Не постои супституција на знаењето. Тоа мора да се искористи преку активно ангажирање на расположливиот човечки потенцијал и неговото перманентно усовршување преку разни семинари, курсеви, обуки и специјализации.

Менаџментот во малите претпријатија е од голема важност за нивна успешна работа и функционирање. Познат е фактот дека 50% од претпријатијата доживуваат неуспех уште во првата фаза на работа поради лошо менаџирање на готовинските текови, недостаток на планирање, организирање, неквалитетен производствен или пазарен менаџмент и други слични причини од доменот на менаџментот. Претприемничкиот менаџмент во малите претпријатија е важен затоа што, поради малиот број на персонал во претприемничката менаџерска функција се слеваат функциите и на другите служби, т.е. менаџерот мора да има знаења и смисла за раководењето, за маркетингот, за организацијата на работата, за надворешно-трговските односи, во правото, во сметководството, во финансискиот менаџмент. Со еден збор - *знаења во деловната економија*. Малите претпријатија бараат менаџери кои, воедно, се и лидери, претприемачи, луѓе кои претпријатието го водат напред, преку постојани промени во

раководењето, во примената на иновации и нови техники и технологии. Менаџментот во малите претпријатија особено е важен и заради важноста на интернационализација на бизнисот. Затоа, мора да се обрне посебно внимание на културните разлики помеѓу различните средини и адекватно да се приспособи на потребите, со цел за постигнување позитивни резултати во работењето.

На менаџментот во малите претпријатија, како нужност за опстанок во беспопштедната конкурентска борба, посебно на светските пазари на производи и услуги, како императив му се наметнува прифаќањето на новите техничко-технолошки решенија и нивната примена. Менаџерите треба да создадат услови за прифаќање на новините кои ги нуди техничко-технолошкиот развој. Од нивната брзина на одлучување, од прифаќањето на нови знаења и искуства во користењето на најновите техники и технологии во стопанисувањето, зависи нивото на нивното ефикасно работење и стопанисување.

Во личноста на менаџерот се содржани многу луѓе: *историчар* (бидејќи ги користи искуствата на другите), потоа *психолог* (кој води грижа за луѓето), *социјален научник* (води грижа за социјалните групи), *логичар* (ги користи најновите техники на одлучување), *математичар* (ги прима, ги корегира и ги дистрибуира податоците). Менаџерот на малите претпријатија мора да биде и раководител и претприемач, лидер кој со своите идеи влече напред, кој ги прифаќа неопходните промени заради остварување на пионерската цел. Основните чекори во процесот на прифаќање на менаџирањето на промените (односно управувањето) можат да се класифицираат на следниот начин:

- Прифаќање на итноста како битен фактор во донесувањето на одлуките;
- Креирање на јаки лидерски сојузи од луѓе кои можат да го повлечат претпријатието напред, кон промени;
- Анализа на амбиентот за стопанисување преку СВОТ- анализа: анализа на јаките и слабите страни, можности и закани по работењето), потоа анализа на силите кои водат кон промени и сили кои ги одбиваат;
- Креирање на визија и стратегии за нејзино претворање во реалност;

- Пренос на визија кон вработените од страна на врвниот менаџмент;
- Овозможување вработените да влијаат на реализацијата на визијата;
- Планирање и создавање краткорочни ефекти и резултати на патот до постигањето на целта. Резултатите мора да се видат во првата година од прифатените промени, а за тоа треба да се наградат и да се унапредат оние кои се заслужни за тоа;
- Консолидирање на подобрувањата во работата и продуктивноста во процесите на промените, и
- Институционализација на новиот пристап кон работата, заради зацврстување на промените кои мора да постанат нов имиџ, нов стил на работа и нова култура на претпријатието.

Други модели и алатки на управувањето со промените често пати вклучуваат:

- Реинжинеринг, т.е. радикални промени во работата на претпријатието, кои водат кон поголем квалитет;
- TQM – Total Quality Management - целосна контрола на квалитетот;
- MBO - Management by objectives - менаџмент со зададени цели - дава резултати на подолг рок;
- Пресврт (turn around) и слични менаџерски алатки.

Прифаќањето на промените во менаџментот, во современи услови (а особено поради новиот економски, политички и општествен систем) во земјите во Европа, вклучувајќи ја и нашата, е од особена важност за успешноста во создавањето, растот и развојот на МСП.

Глава IV

4. Начин на финансирање на малиот и средниот бизнис во Република Македонија

4.1. Пазарни извори на финансирање - Еден од главните проблеми со кој што се соочуваат малите и средни претпријатија во Република Македонија е проблемот со финансирањето.

Во Република Македонија постојат различни извори на финансирање, како што се:

- Кредитите;
- Лизинг аранжмани;
- Емисија на хартии од вредност;
- Бизнис ангели;
- Ризико капитал и сл.

Но, иако постојат овие извори, сепак, проблемот на финансирање е многу присутен кај малите и средни претпријатија. Причините за тоа се должат, од една страна, на недоволната развиеност на макрофинансиските институции (банкарски и небанкарски и воопшто на финансискиот пазар), а од друга страна, недоволната информираност на претприемачите за расположливите извори за финансирање.

Еден од најчесто користените екстерни извори на финансирање на малите и средни претпријатија во Република Македонија е кредитот.

4.1.1.Кредити на комерцијалните банки

Еден од најчесто користените екстерни извори на финансирање на малите и средни претпријатија Во Република Македонија е кредитот.

Кредитирањето на деловните субјекти е особено скап начин на финансирање, а, од друга страна, пак, банките ги избегнуваат микро и малите претпријатија поради недоволната актива и слабата капитализација, ограничените идеи за развој и ранливоста од пазарните движења, во комбинација со ограничените технички, менаџерски и маркетиншки вештини на сопствениците на малите бизниси и сл.

Сериозен проблем при кредитирањето на МСП и натаму остануваат високите хипотекарни барања како и недостатоците што се јавуваат во режимот на сигурни трансакции.

МСП на располагање имаат голем број донаторски кредитни линии, а средствата од овие кредитни линии се достапни до претпријатијата преку **комерцијалните банки**. Во прв ред, тука спаѓаат кредитите на Светската банка и Банката за обнова и развој, и тоа во сферата на поттикнување на малите и средни претпријатија од програмата ФАРЕ, донации што се добиваат од развиените земји (Германија, Италија и др), кредити од ФАО, ИПАРД, директни приватни вложувања и др.

И покрај големиот број кредитни линии што им стојат на располагање на претприемачите, сепак, истражувањата покажуваат дека 51%¹⁸ од нив се финансираат со сопствен капитал, 23% се финансирале од банки и само 1% ги имаат користено владините фондови за помагање на бизнисот на малите претпријатија.

¹⁸ http://www.kapital.mk/mk/prilozi_edicii.aspx/95117/mnogu_pari,_malku_krediti.aspx?ild=3132

Во суштина, сè упатува на тоа дека финансиската поддршка за развој на малите и средни претпријатија не е доволно искористена. Причините за таквата состојба се однесуваат на тоа што различните чинители, различно ги експлицираат.

Имено, сопствениците на мали и средни претпријатија истакнуваат дека критериумите за добивање кредит се заострени, а, истовремено, каматните стапки се високи, додека банките истакнуваат дека постои слаб интерес кај МСП за задолжување.

За жал, кај нас не е доволно развиен пазарот за алтернативните финансиски инструменти (лизинг, емисија на харти од вредност, факторинг и заеднички ризичен капитал), ниту, пак, доволно е развиена свеста кај претприемачите за предностите од користењето на овие инструменти во финансирањето на сопствените бизниси.

4.1.2. Финансиски лизинг

Финансискиот лизинг претставува договор за лизинг кој се склучува помеѓу давателот на лизингот – друштво за лизинг, каде што корисникот на лизинг го определува предметот на лизинг (опрема, недвижности, возило), што е купен од страна на давателот на лизинг и му се дава на корисникот на лизинг за договорен временски период и со однапред утврдени услови, согласно договорот за лизинг склучен помеѓу давателот и корисникот на лизинг.

Кај финансискиот лизинг се среќаваат три страни:

1. Давател на лизинг;
2. Корисник на лизинг;
3. Финансиер, кој може да се јави како специјализирана компанија или банка или, пак, осигурителна компанија.

Финансискиот лизинг се состои од два договори:

1. Договор за лизинг помеѓу давателот и корисникот на лизингот;

2. Договор за купопродажба помеѓу давател на лизинг и производител или испорачувач на предметот на лизинг.

Карактеристики на финансискиот лизинг се:

- Среднорочен и повеќе кон долгорочен, во зависност од економската и техничка употребна вредност на предметот на лизинг. Според македонскиот Закон за лизинг, рокот на договорот за финансиски лизинг за движни предмети изнесува најмалку една година, додека за недвижни предмети изнесува најмалку две години;
- Лизинг договорот најчесто не опфаќа услуги;
- Лизинг предметот цело време останува во сопственост на лизинг друштвото и договорот временски го покрива амортизациониот период на лизинг предметот;
- Инвестицискиот ризик го поднесува исклучиво корисникот на лизингот;
- Најчесто по истекот на рокот, договорот завршува со пренос на сопственоста врз предметот на корисникот на лизинг.

Во Р.Македонија, од аспект на средствата што се нудат на лизинг, доминираат возилата, односно сите лизинг-компаниии дури 100%¹⁹ нудат лизинг за патнички возила. Лизингот на опрема и машини е помалку застапен, додека лизинг на недвижности воопшто не се нуди на пазарот во Македонија. Сопственичката структура на лизинг секторот во Р.Македонија се одликува со изразена доминација на странскиот капитал, кој учествувал со дури 99,5% во 2011 година. Најголемиот дел од капиталот на лизинг индустријата, односно 84,4%, е во сопственост на странски нефинансиски правни лица 15%, а физички лица 0,07%.

Лизинг секторот во Р.Македонија во 2011 година се соочил со отежната наплата на побарувања, што придонел за продолжување на непрофитабилното работење на секторот и остварува загуба од 22,6 милиони денари. Како резултат на тоа, се намалиле бројот и вредноста на новите договори склучени од страна на лизинг компаниите. Учеството на вредноста на новосклучените договори за лизинг

¹⁹<http://www.maklease.com.mk/text.php?language=mak§ion=faq&id=2030>

во 2011 година изнесувал само 0,4% од БДП. Во Р.Македонија 8% од лизинг договорите се искористени за набавки на опрема и машини, што јасно упатува дека оваа форма на финансирање не е премногу актуелна за малите и средни претпријатија.

Карактеристика на лизинг секторот во Р.Македонија е тесната специјализација на регистрираните лизинг – компании, како и неповолната состојба со понудата на средства што се нудат на лизинг.

Лизинг понудата во Р.Македонија не кореспондира со потребите на секторот на малите и средни претпријатија за финансирање на нивните инвестиции и може само делумно да се користи како супститут на банкарските долгорочни кредити. Од финансиска гледна точка, лизингот на МСП сè уште е поскапа варијанта од кредитот.

4.1.3. Факторинг

Факторинг е финансиска активност со која една фирма ги продава своите побарувања од купувачите на финансиски посредник – фактор (банка, финансиско друштво итн.) по дисконтирана вредност, а потоа факторот ги наплатува побарувањата од должниците.

Договорот за факторинг се дефинира како договорен однос помеѓу една страна – добавувач (клиент) и друга страна – финансиски посредник (фактор) според кој:

- Клиентот со дисконт му ги пренесува на факторот своите недостапни парични побарувања, а кои произлегуваат врз основа на договори за продажба на стоки или услуги помеѓу клиентот и неговиот купувач (должник);
- Факторот се обврзува, за соодветен надомест, да прифати да ги наплати тие побарувања, доколку мисли дека платежната способност на должниците на клиентот е добра, со известување на должниците за таквиот пренос, без оглед дали клиентот или факторот го трпат ризикот за наплата на тие побарувања.

Битен услов за постоење на договор за факторинг е известувањето на должникот за преносот на побарувањата. Имено, продавачот на побарувањата (клиентот) треба да го извести својот должник дека побарувањата му ги пренел на факторот, иако известувањето може да го изврши и самиот фактор. Инаку, договорот за факторинг има потраен карактер, бидејќи тој може да се однесува не само на постоечки недостасани побарувања, туку и за пренос на идните побарувања.

Сепак, најчесто, договорот за факторинг се склучува за одреден временски период и тој ги вклучува сите парични побарувања што ги има клиентот, а не само одредени поединечни побарувања или трансакции.

Факторингот ја има функцијата на финансирање со која факторот му става на клиентот на располагање одреден паричен износ и многу е важно да постои одреден, однапред познат временски интервал помеѓу денот кога факторот ќе исплати, односно ќе му стави на располагање на клиентот одреден износ, до денот кога тој фактор ќе стекне можност, односно право, да се наплати од должникот на клиентот.

Во Р.Македонија, за услугата факторинг можат да аплицираат фирми кои претходно ги имаат осигурано своите фактури од комерцијален и политички ризик, исто така, во МБПР (Македонска банка за поддршка на развојот), која што осигурувањето на извозните побарувања го нуди веќе неколку години.

Цената на факторингот е каматна стапка од 8%²⁰ на годишно ниво, пресметана врз основа на исплатениот аванс од 80% од износот на фактурата и за периодот кој е одреден како рок на плаќање на фактурата од страна на купувачот. Исто така, и МБПР наплаќа еднократна провизија за управување од 0,33% еднократно, но од целиот износ на фактурата.

На факторингот не му е цел да направи само авансна исплата, туку фирмите да тргнат од обврската за менаџирање на наплатата на своите побарувања.

²⁰<http://www.mbdp.com.mk/index.php/en/component/content/category/26-press-clipping>

Најмногу заинтересирани фирми за користење на факторинг се фирми од секторот на прехрана, текстил, кондиторска и автомоилска индустрија.

Со користење на факторингот, едноставно, парите што се заработуваат се добиваат побрзо отколку да се чека рокот на доспевање на фактурата. Освен што се обезбедуваат слободни парични средства, со продавање на фактурите, истовремено се пренесува и ризикот од наплата/ненаплата на фактурите. Со тоа, компаниите се ослободени од трошоци за мониторинг на фактурите и имаат слобода да го водат својот вистински бизнис.

Во Р.Македонија, МСП претставуваат катализатор на развој на реалниот сектор на економијата. Македонските МСП имаат потреба од обратен капитал и ликвидност, а факторингот би требало да претставува идна финансиска активност што ќе им биде достапна на македонските деловни субјекти.

Првобитниот пазар на факторинг во моментот е ограничен на неколку големи и средни банки, како и неколку факторинг друштва кои извршуваат факторинг активности.

За понатамошен правилен развој на факторингот во Р.Македонија, од суштинско значење се свеста за придобивките од истиот, едукацијата, како и ратификувањето и потпишувањето на UNIDROID за факторинг.

Р.Македонија е многу добро позиционирана за да го етаблира и успешно да го развие новиот финансиски производ - факторинг.

4.1.4.Бизнис ангели

Јасно е дека бизнис ангелите имаат многу важна улога во влез на пазарот на малите и брзорастечки компании. Истражувањето на економските ефекти се ограничени, бидејќи бизнис ангелите се релативно нови во академската област и се од неформална природа.

Бизнис ангелите ја зголемуваат вредноста на почетната инвестиција. Еден од најчестите начини за олеснување на водењето на претпријатието е давање стратешки совети за управување. Ова го прават со цел заштитување на нивните инвестиции, со контрола врз бизнис структурата и процесите. Советите за стратешкиот развој вклучуваат олеснување со помош на маркетинг стратегии, споделување на знаење за финансиите и развој на пазарот за искуство.

Бизнис ангели претставуваат интересен терминологски израз кој е даден со цел да се добие еден впечатлив назив, кој е полесен за паметење, а претставува синоним за финансиери, односно, тоа е начин на финансирање и претставува неформален ризичен капитал. Финансиер може да биде индивидуалец или група. Тоа се луѓе кои имаат вишок финансиски средства и кои се подготвени да го инвестираат тој вишок во индивидуалецот или во регионот преку најповолни услови. Најчесто, парите ги заработиле (а можеби сè уште заработуваат) како сегашни или бивши менаџери (директори), спортисти, естрадни ѕвезди (пејачи, актери, режисери...), лекари, адвокати и другите високоплатени професии. Заради својот бекграунд, бизнис ангелите, освен во финансиите, можат да помогнат и во другите аспекти на бизнисот, во зависност од нивната експертиза (како на пример, информации и know-how за тоа како да го направат бизнисот успешен). Ова е дополнителна придобивка за претприемачите кои се врзуваат со бизнис ангели.

Овие финансиери, претежно, се сентиментално врзани за личност или региони (роднини, пријатели, роден крај или некој предел кој оставил големи импресии на одреден финансиер во одреден дел од неговиот живот).

Бизнис ангелите можат да дадат средства во вид на:

- Грант (подарок);
- Без камата;
- Со минимална камата или
- Со нормална камата.

На ваков начин, давањето на гаранцијата би била значително олеснета, а средствата полесно достапни. Тие, најчесто, инвестираат поради желбата нивниот капитал да ја задржи својата вредност или поради љубов кон одредено место или личност. Секако дека сопствениците на овој капитал немаат против да стекнат профит (да ги оплодат своите пари), но, нивните основни мотиви не се првенствено профит, па, заради тоа, тие даваат финансиски средства по поволни услови.

За преговорите за вреднување на проценката на претприемачи и надворешни инвеститори, обично се претпоставува дека се водени од спротивниот стимуланс.

Од една страна, **претприемачите** имаат за цел да го зголемат вреднувањето на имотот, што имплицира откажување од минимум капитал за поврат на инвестицијата.

Ризичните инвеститори, од друга страна, преферираат минимум вреднување, што ја одредува цената што е платена за еднаквост на инвестициите, а со тоа, исто така, се враќа потенцијал на излез. Иако ангел инвеститорите и капиталистичките инвеститори се две различни категории на ризик инвеститори, неодамнешното истражување покажа дека очекувањето за враќање на инвестицијата се споредливи, имено 58% на годишно ниво.

Традиционалните погледи очекуваат негативна врска помеѓу ангел инвеститорите и вреднувањето на портфолиото на компаниите. Со други зборови, исто како капиталистичките инвеститори, така и ангел инвеститорите се сметаат за инвеститори кои му додаваат вредност на капиталот. Колку повеќе се искусни и подобро едуцирани овие типови на инвеститори, тие повеќе имаат можност за создавање на додадена вредност на веќе постоечкиот капитал, што подоцна може да биде добра бенефиција за нивното портфолио. Исто така, подобро едуцираните и искусни ангел инвеститори имаат подобра репутација на овој пазар и можат да се претстават како сертифицирани вложувачи на додадена вредност во надворешниот свет.

Бизнис ангелите инвестираат не само од финансиски причини, меѓу другото и за лична сатисфакција, како и можноста да влијаат на нов потфат и создавање на работни места. Алтруистичката страна на односот помеѓу **бизнис ангелите и претприемачите** се гледа и од фактот дека, во споредба со капитал договорите, ангел договорите се повеќе пријателски, користат помалку договорни одредби. Како што индивидуалните степени на образование се зголемуваат, паралелно се зголемува и нејзиниот/неговиот капитал (богатство). Како такви, нефинансирачките мотиви да се стане бизнис ангел, ќе добијат само во значење, што ќе резултира со помал акцент на финансиската страна. Исто така, имајќи го предвид нивното високо образование, им се зголемува и самодовербата, а со тоа се зголемува и нивната согледувана однесувачка контрола. Овие зголемени чувства на контрола ќе влијаат да се намали перцепцијата на инвеститорот од ризик, кои би можеле да доведат до пристрасност на нивната евалуација, како и можностите за инвестирање во нагорна линија, што резултира со повисоки оценки.

Ова се однесува на:

***Хипотеза 1²¹**: Добивање финансиски средства од ангел инвеститори со повисоко ниво на образование ќе резултира во повисоки проценки за портфолиото на компанијата.*

Искусните бизнис ангели, треба да бидат во состојба да ја спроведат оценката потемелно, да бидат остроумни, што би можело да резултира со пониска неизвесност, повеќе доверба во успехот на вложување и, оттаму, склоност кон повисоко оценување на компанијата. Повеќе искусните бизнис ангели треба да се однесуваат уште повеќе и како партнери, овие односи се карактеризираат со поголема доверба, како и позитивно-пристрасни проценки на потенцијални инвестиции на инвеститорите. Ова, за возврат, ќе ја зголеми нивната тенденција тие да се однесуваат како партнери кон претприемачите.

²¹First – round valuation of angel – backed companies, 2009.

Хипотеза 2: Добивање финансиски средства од бизнис ангелите со повеќе претприемачко искуство ќе резултира во повисоки проценки за портфолиото на компанијата.

Способноста да акумулира нови знаења е поврзана со веќе постоечкото знаење на поединецот, ова се однесува на задачата лицето поефикасно да акумулира и го толкува новото знаење во врска со таа задача. Бизнис образованието обично се фокусира на градење и управување со компаниите. Инвеститорите со бизнис образование треба да бидат попродуктивни и поефикасни во препознавање и оценување на новите можности презентирани пред нив од страна на претприемачите, што е особено важно во подоцнежната фаза. Бизнис образованието им овозможува на инвеститорите да имаат поголемо разбирање на можностите презентирани на нив, што доведува до повисоки оцени.

Хипотеза 3: Добивање финансиски средства од бизнис ангелите со бизнис искуство ќе резултира во повисоки проценки за портфолио на компанијата.

Поединци се здобиваа со знаење не само преку едукација, туку и преку акумулирање искуство во одреден домен. Специфичноста на човечкиот капитал во форма на професионално искуство треба да ја зголеми стручноста на инвеститорот во вреднување, преговарање и договарање, како и во процесот, се донесување на одлуки. Инвеститорите со бизнис искуство треба да бидат повеќе квалификувани од претприемачите.

Хипотеза 4: Добивање финансиски средства од бизнис ангели со повеќе искуство во финансии ќе резултира со пониски проценки за портфолио на компанијата.

Хипотеза 5: Добивање финансирање од бизнис агелите со повеќе искуство во законската регулатива ќе резултира со пониска проценка за портфолио на компанијата.

- Информации и методи

Информации:

Хипотезите се тестираат врз основа на пример од белгиски бизнис ангел, поддржан од компании.

Со цел да се намали пристрасноста и да се добие најголем репрезентативен примерок се користат 20 различни извори на податоци за да се идентификува ангел поддржан од компании, вклучувајќи и случаен директориум на start-up прозорци, глобален монитор на податоци од претприемништво, директориуми на високотехнолошки компании, медиум статии и инкубатори. Поради достапноста, на компаниите кои биле контактирани по телефон големината на примерок дополнително е намален на 45 бизнис ангели.

Податоците за оваа студија биле собрани преку следниве инструменти:

1. Информации за инвестиции од белгискиот закон;
2. Прашалници испратени до ангел инвеститорите од овие компании;
3. Информации од европската канцеларија за патенти и
4. Податоци од финансиските сметки на компаниите кои сите белгиски компании се должни да ги поднесат во народната банка на Белгија.

Зависна променлива:

Анализите се фокусираат на парите пред вреднување на ангел поддржани компании.

Парите пред вреднување се дефинираат како производ на бројот на издадени акции пред првичните инвестиции на ангелот и нудат цена по единица акција. Како такви, секоја потенцијална промена во вредноста на вложување, воведена од страната на ангел инвестиција, е исклучена. Сите броеви се прилагодени кон инфлацијата, средната вредност на фирмите во примерокот е 1.016.405 евра, кои се движат од минимум вреднување на 22.925 евра до максимум вреднување на 5.746.459 евра во биотехнолошка компанија.

Независна променлива:

Во моделот за мерење на човечкиот капитал на ангел инвеститорите биле вклучени 5 променливи.

Кога повеќе од еден ангел инвестира во исто вложување преку синдикатот, карактеристиките на водството на инвеститорите биле користени како водечки инвеститор. **Водство инвеститор** е дефинирано кога поединецот инвестира најголем износ на пари. Претприемачкото искуство било измерено како формално променлива, што претставува високо (вредност единица), наспроти ниско (вредност 0) ниво на искуство. Ова е резултат на средна подела на примерокот врз основа на бројот на години на работно искуство на основач – претприемач (средно бил 10 години на претприемачки искуство). Нивото на образование, исто така, се мери како формално променлива за високо (вредност 1) (0 вредност) ниво наспроти ниско ниво.

Како се поттикнуваат бизнис ангелите?

Претприемачите често имаат тенденција да се свртат кон бизнис ангели, како последна опција. Кога банките, другите финансиски институции и институционални вложувања го одбиваат претприемачот, тој прибегнува кон неформалните инвестиции.

Бизнисот на ангелот е да додаде вредност на бизнисот и, не треба да се потценува, бидејќи повеќето нови технолошки идеи се дизајнирани или создадени од страна на луѓе без да имаат малку искуство во бизнис и со никакво познавање на пазарите. Што повеќе бизнис ангели избираат да инвестираат во едно претприемачко друштво, тоа треба да се смета за многу важна работа за овие претпријатија.

Несреќниот факт е дека многу нови претприемачи не знаат за бизнис ангелите или не знаат како да стигнат до нив. Како неформален начин на инвестиции, на пазарот е сосема скриено и постои недостаток на канализирање меѓу двете страни, а со тоа, тоа е неефикасно како капитал кој не е дистрибуиран до својот потенцијал.

Улога на владата

Неефикасноста што произлегува од јазот во комуникацијата помеѓу бизнис ангелите и претприемачите, владите на развиените земји ги натераа да преземат акција и да вклучуваат стратегии за подобрување на оваа ситуација во креирањето на политиките. Бизнис Ангели Мрежите се резултат на овие политики. Друг метод што владите ги користат се даночни стимуланси за поттикнување на приватните инвеститори да инвестираат во некотирани бизниси и помош на приватни инвестиции.

Мрежите кои ги формира владата во споредба со приватните мрежи

Проблемите со високите трошоци можат да бидат предизвикани од страна на неефикасната алокација на трошоци. Владата нема планирано да потроши многу пари на овие мрежи. Бизнис ангелите имаат пари, а, воедно, имаат и знаење. Во овие мрежи премногу пари се трошат на обука, додека повеќе важно е што инвеститорите имаат соодветно знаење за изборот на проектот и тој се презентира на атрактивен начин: чување на инвеститорите, одржувањето контакт и давање повеќе слобода во процесот на бизнис ангелите.

Владината политика за финансиското стимулирање

Ова упатува на тоа дека една од политиките на владата која се користи за да се зголемат бизнис ангелите се даночни олеснувања. Истражувањето покажа дека даночните олеснувања не ги охрабри не инвеститорите да инвестираат, но тоа може да го зголеми инвестираниот износ од бизнис ангели. Како резултат на тоа, политиките кои содржат даночни стимулации треба да бидат фокусирани на веќе познати ангел инвеститори.

Во Република Македонија, сè уште нема основани мрежи на бизнис ангели преку кои ќе може да се добие достапноста на финансии и сè уште бизнис ангелите не можат лесно да се најдат. Во развиените земји, особено во САД, бизнис ангелите се многу популарни. Како мерки кои би можеле да се превземат за интензивирање и поттикнување на бизнис ангелите во Република Македонија, би можеле да бидат:

- ✓ Националната и локалната власт да поттикнат и формираат мрежа на национално и локално ниво на бизнис ангели кои ќе се подготвени да инвестираат во нови бизнис потфати. Без поддршка на националната и локалната власт, ваквите мрежи не можат да заживеат (постојат примери каде локалните власти ги користат успешните локални бизнисмени да финансираат рекламни проекти на владејачката локална гарнитура. Наместо тоа, за почеток нека ги поттикнат на здружување на тие финансиски средства и нека ги инвестираат во повеќе нови бизнис идеи);
- ✓ Универзитетите, како места каде најмногу се поттикнува претприемничкиот дух и од каде можат да излезат голем број претприемачи, да воспостават и одржуваат контакти со можните бизнис ангели и да функционираат како врска помеѓу идните претприемачи (студентите) и бизнис ангелите како инвеститори;
- ✓ Бизнис инкубаторите, како места каде се раѓаат и инкубираат нови бизниси, да воспоставуваат и одржуваат контакти со бизнис ангелите и воедно да претставуваат врска помеѓу претприемачите и бизнис ангелите. Од друга страна, потребна е силна врска помеѓу бизнис инкубаторите, бизнис ангелите и универзитетите каде можат да се родат навистина квалитетни високотехнолошки идеи. Дали може успехот на Силиконската долина во САД да се преточи и во Македонија?;
- ✓ Стопанските комори да воспоставуваат и одржуваат контакти со бизнис ангелите и, воедно, да претставуваат врска помеѓу

претприемачите и бизнис ангелите. Да ја интензивираат соработката со бизнис инкубаторите и универзитетите на едно многу повисоко ниво. Можат да се формираат заеднички контакт центри и канцеларии во кои можните инвеститори би можеле да добијат информации за секој регион, идеја и проект.

4.1.5. Микрокредитирање

Start-up и другите мали бизниси обично бараат некаква форма на финансирање за започнување на бизнисот. Многу од нив ги прифаќаат традиционалните форми на финансирање, заради различни причини.

Формалното финансирање е дефинирано од комерцијални банки и други слични финансиски проблеми, владини заеми, инвестиции и други форми на финансирање кои се потпира на државата. Често пати, износот на капитал кој е потребен на малите бизниси е под прагот на оној што комерцијалните банки и други слични финансиски институции се подготвени да го обезбедат. Исто така, многу претприемачи сметаат дека не се кредитоспособни да се финансираат од формалните финансиски институции.

Користењето на финансирање за малите бизниси е многу ризично, бидејќи повеќето мали нови бизниси можат да имаат ниски очекувани парични текови.

Неформалните финансиски договори се дефинирани како мали, необезбедени, краткорочни кредити ограничени на руралните средини, домаќинства, поединци или мали претприемачки потфати. Типични примери на овие договори вклучуваат задолжување од семејството и пријателите.

ROSCA – се ротирачки заштеди на кредитна асоцијација каде што членовите се среќаваат редовно и се собираат средства, кои подоцна се доделуваат на друг член од организацијата, секој нареден состанок, со цел ротирачки заштеди. Овие извори на финансирање, несомнено, се користат од

страна на претприемачите за да се создаде генерирање на приходни активности, но, сепак, постојат проблеми со овие видови на финансирање.

Лихварите, исто така, можат да се сметаат како извор на микрофинансирање. Кредитите добиени од овој тип на извори често се многу скапи за корисникот на кредит, поради високите каматни стапки кои се далеку над оние кои се наоѓаат во формалниот финансиски свет. Друг извор на микрофинансирање може да биде семејството и пријателите. Меѓутоа, кога се користи задолжување од семејството и пријателите, каматните трошоци можат да бидат ниски или нула, но социјалните трошоци или односи можат да бидат значителни. На пр., задолжувањето од близок пријател може да го уништи пријателскиот однос во случај на неисполнување на обврските.

Формалниот финансиски сектор се соочува со неколку пречки кога се обидуваат да ги финансираат малите претпријатија. Тие вклучуваат асиметрија на информации, повеќекратни извори на ризик и висока цена на сервисирање на малите кредити. Асиметријата на информации се однесува на фактот дека банката или слична финансиска институција, обично ќе немаат информации за тоа кој е добар ризик, но и поради фактот дека потенцијалните мали клиенти најверојатно имаат да кажат малку за својата кредитна историја.

За малите заеми, проблемот се зголемува, бидејќи финансиските институции не можат да наплаќаат повисоки стапки за да го покријат овој ризик, поради постоењето на Законот на лихварство. Сервисирањето на трошоците за малите кредити се високи, бидејќи фиксните трошоци се значаен дел од износот на кредитот. Поради овие фактори, формалните финансиски институции, генерално, го избегнува малиот кредитен пазар.

Финансиските инструменти ги покриваат најразличните потреби на малите и средни претпријатија, без оглед дали се тоа почетни или веќе постоечки компании, а сето тоа го постигнуваат преку:

- Поддршката за високорастечките и иновативни компании обезбедува капитал за иновативните МСП во нивната рана фаза или фазата на експанзија;
- Грантната поддршка обезбедува поголема сигурност на заемите за малите и средни претпријатија, чија цел е да ги охрабри банките да им стават на располагање повеќе средства за кредитирање, вклучувајќи ги микрофинасирањето и тип МЕЗАНИН-финасирање, редуцирајќи го ризикот кој, притоа, банките треба да го понесат на товар на своето работење;

Микрокредитите (заеми во износ од помалку од 25.000 евра) имаат сериозно влијание на компаниите кои се нивни корисници. Сепак, евидентен е недостатокот на вакви кредити кои најдиректно го засегаат отворањето на нови бизниси од страна на невработените лица, жените претприемачи или припадниците на етничките малцинства. Европската Комисија на таков начин ја зголемува достапноста на микрокредитите преку сопствените финансиски инструменти и ги охрабрува земјите членки да го зголемат и олеснат пристапот до микрокредитите за малите бизниси.

Групацијата на Европската Инвестициона банка – EIB, го проширува начинот на кој ги поддржува малите и средни претпријатија преку поедноставување на своите механизми на финасирање, правејќи ги потранспарентни и подобро насочени кон конкретните потреби на малите бизниси насекаде во Европа. Дополнителни средства, како и повеќе видови на финасиска поддршка – вклучувајќи ги МЕЗАНИН финасирање, гаранциите и микрокредитите – ќе бидат ставени на располагање на малите и средни претпријатија со постојано прилагодување на специфичните услови, на локалните услови и конкретните потреби на компаниите.

Европската Инвестициона банка, исто така, го проширува своето делување и на нови подрачја на финансирање, како што се нефинасиските инструменти – инвестирање во истражувањето и развој, воспоставување на дистрибутивна мрежа или обезбедувањена континуитет на бизнисот и после пензионирање на неговите основачи.

МАЛИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА СО ПОСЕБЕН ОСВРТ ВО ОПШТИНА ШТИП

4.2. Амбиент за развој на малиот бизнис во Република Македонија

Динамиката на развојот на малите претпријатија во Република Македонија не треба да се анализира исклучиво од аспект на статистичките податоци кои ги презентира официјалната статистика, туку и од други аспекти, како што се, на пример: ефикасноста, ефективноста, стапката на стартирање на нови бизниси, растот, иновативноста, конкурентноста и слични димензии кои се битни за пазарното стопанисување.

Создавањето на основните институционални услови за развој на малите претпријатија во Република Македонија е, пред сè, задача на државата. Потребните предуслови за успешна имплементација на развојните перформанси за работењето на претпријатијата, од една страна, зависи од создавање на основни правила за функционирање на стопанството и, од друга страна, од законска регулатива за поддршка и развој на претприемништвото, како рамка на мерки за институционална поддршка на развојот на малите претпријатија. Последново треба да биде платформа за креирање на основните правци на развојот на овие претпријатија во Република Македонија и основа за отворање можности за соработка со разни меѓународни институции, како што се: финансиски институции, институции за промоција и поттикнување на претприемништвото, отворање нови и пофлексибилни можности за финансирање за иновативност и друго. Креативноста, иновативноста и развојот во малите бизниси треба да се индуцира врз основа на специфични предуслови дефинирани на макро и микро ниво, а со цел тие да можат успешно да одговорат на комплексните и променливите потреби на корисниците.

Со намера да илустрираме одредени аспекти, посочуваме дека процесот на појавата и развојот на МСП во Република Македонија започна уште во 1991 година и тој динамично (но нерамномерно) се зајакнува. Во таа година, бројот на активните МСП изнесуваше 9703, потоа тој неколкукратно се зголеми, така што бројот на активните МСП во 1997 година изнесуваше 32. 204 фирми.

Во 2012 година бројот на МСП²² во Р.Македонија ја достигнал бројката од 74. 424. Нивното учество во БДП на Р.Македонија изнесува над 60%.

Поаѓајќи од суштинското значење на малите претпријатија за економијата и социјалата и дека претприемништвото е клучен фактор за нивно стартирање и раст, јасно произлегува дека треба да се развива бизнис клима со која таа врска ќе се поддржува. Оттука, креаторите на политики, и тоа во сите земји, ја нагласуваат претприемничката култура во општеството, како клучен фактор за капацитетот на општество кое може да се соочува со комплексностите и неизвесностите на глобалната конкурентска економија. Во таа смисла, има потреба од создавање амбиент во кој ќе се развива претприемничко однесување, како и претприемнички атрибути и вештини.

Предизвикот за креаторите на политиките во контекст на развој на бизнис култура е значаен, а зајакнувањето на прогресот во таа насока особено треба да се фокусира на:

- ✓ Кампањи за креирање на свест со кои претприемништво се промовира на сите општествени нивоа;
- ✓ Да се обезбедува поддршка за клучните претприемнички вредности;
- ✓ Асистенција на системи за образование и обуки за претприемничка култура;
- ✓ Поддршка на иницијативи во образованиот систем и системот за обуки во рамки на основно, средно и високо образование;
- ✓ Дизајнирање на инструменти за мерење на претприемничка култура;
- ✓ Креирање на конкурентност и свест за промовирање на претприемништво на сите општествени нивоа.

²²<http://lider.mk/2013/08/16/se-otvoraat-novi-kompanii-raste-brojot-na-mali-biznisi/>

4.3.Процес на децентрализација и зајакнување на улогата на локалните власти во Р.Македонија

Локалната самоуправа го претставува начинот на кој најлесно можат да се пресретнат барањата на локалното население и да се изнајдат солуции за решавање на нивните проблеми. Може да биде дефинирано преку три главни компоненти: координирање на политиките, партиципација на граѓанскиот сектор и бизнис заедницата и ефикасноста на локалните програми.

Според Европската повелба за локалната самоуправа донесена на Советот на Европа во 1985 г., правото на локална самоуправа се подразбира како право и способност на локалните власти, во границите на законот да ги регулираат и да раководат со јавните работи, врз основа на сопствената одговорност и во интерес на локалното население. Тоа значи дека на органите избрани од граѓаните им е дадено правото да донесуваат прописи со кои ќе ги регулираат начинот на извршување на јавните работи, притоа тоа треба да биде одговорно и во интерес на граѓаните.

Зајакнувањето на капацитетот на менаџментот и човечките ресурси во локалната самоуправа треба да резултира со кохерентни акции за решавање на локалните состојби. Основното орудие за унапредување на локалната самоуправа се децентрализацијата и граѓанската партиципација. Општоприфатено е дека децентрализираното донесување на одлуки ги промовира прагматичните решенија на локалните проблеми.

Во принцип, децентрализацијата треба да одвои повеќе простор за интегрирани програми. Ваквите програми треба да се комбинираат со партиципација на локалната власт и државата, приватниот сектор, граѓанските организации или социјални групи, кои треба да поддржат развојни стратегии што ќе ги балансираат можностите за економскиот развој, социјалното вклучување и квалитетот на животот.

Земјите во кои по 1990 година се случуваше транзицијата, меѓу кои беше и нашата земја, мораа да ги трансформираат своите економии на централно планирање во пазарни економии. Предлогот за реформа на јавниот сектор мораше да дефинира кои јавни услуги би сакала да ги обезбедува власта за општеството и кои регулативи и финансиски средства би можела да ги обезбеди за нив. Основното прашање со кое морале да се сочат земјите во транзиција била областа на одговорносите на власта, што значи, како власта може да ја намали својата директна улога во економијата, особено во обезбедувањето на јавните услуги.

Откако Р.Македонија ги воспостави неопходните нормативи и институционални основи, официјално го започна процесот на децентрализација на надлежности и ресурси на 1 јули 2005 година. Ваквиот процес произлегол од Спогодбата за стабилизација и асоцијација, кандидатскиот статус за членството во ЕУ и определбата за членство во НАТО на Р.Македонија. Локалната самоуправа во Р.Македонија територијално и административно е организирана во 84 општини и град Скопје, како посебна единица на локална самоуправа. Децентрализацијата во Р.Македонија се реализира согласно стандардите и моделите на локалното владеење на Европската унија. Единиците на локалната самоуправа континуирано добиваат значителна техничка и финансиска помош од Европската унија, преку достапни финансиски инструменти.

Повеќето трендови поврзани со процесот на децентрализација на Р.Македонија се позитивни, вклучувајќи го зголемениот капацитет на локалната администрација и значителното зголемување на вкупните приходи менаџирани од општините во изминатите две години.

Формалното воспоставување на меѓуопштинската соработка во областите на собирање на приходи, урбанистичко планирање, комунални дејности и заштита на животната средина, се покажа како ефикасно решение за надминување на постојните тешкотии. Со имплементација на Законот и Стратегијата за рамномерен регионален развој, а особено одредбите за трошење на минимум 1% од БДП на годишна основа за рамномерен регионален развој и намалување на диспаритетите меѓу општините, состојбата сè повеќе ќе се подобрува.

Клучни двигатели на меѓуопштинската соработка се:

- Економија од обем;
- Недостиг на капацитет кој се јавува во некои особено мали и рурални општини во областите на урбанистичкото планирање, заштита на животната средина, противпожарна заштита и финансиски менаџмент, вклучувајќи го, во прв ред, собирањето на приходи;
- Потреба во обезбедување побрз и поквалитетен локален развој.

Финансирањето на единиците на локалната самоуправа е клучен аспект и најзначаен предизвик на процесот на децентрализација. Општопознато е дека постои недостиг од финансиски средства во единиците на локалната самоуправа и дека многу сектори на локално ниво се недоволно финансирани. За поуспешно спроведување на фискалната децентрализација е одлучено таа да се спроведува според следниве начела:

- Фазно пренесување на надлежности во согласност со капацитетите на општините за превземање на надлежностите;
- Правична и адекватна алокација на финансиските средства од буџетот на централната власт за ефикасно и непречено извршување на пренесените надлежности.

Финансирањето на единиците на локалната самоуправа е клучен аспект и најзначаен предизвик за процесот на децентрализација. Перманентен проблем на единиците на локалната самоуправа е недостатокот на финансиски средства. Многу сектори на локално ниво не се доволно финансирани. Општопознато е дека полнењето на државните буџети, во најголем дел, е од даночните приходи, но правото на локалната власт сама да воведува и да наплатува свои даноци, постои во ограничени размери и, по правило, тоа е регулирано со закон од централната власт. Оттаму произлегува и проблемот за финансирањето на локалните влади, кој се надминува преку финансиски трансфер од централниот буџет.

Постоењето на ваквиот проблем влијае врз спроведувањето на пренесените надлежности на локално ниво, вклучувајќи ги состојбите на

човечките ресурси и градењето на капацитети, одржувањето, инвестициите и сл., како главни пречки што треба да се отстранат во краток рок во поглед на потребата од ефикасно спроведување на дополнителниот трансфер на надлежности и ресурси.

Во таа насока, клучни прашања кои заслужуваат внимание во понатамошниот процес на спроведување на процесот на децентрализација во Р.Македонија се:

- Намалување на диспаритетот меѓу општините;
- Осигурување на соодветна рамнотежа помеѓу засегнатите страни;
- Обезбедување соодветна рамнотежа помеѓу потребата на ресурси, начинот на нивно стекнување и трошење на стекнатите ресурси;
- Осигурување на соодветен капацитет на човечките ресурси во различни области, како на централно, така и на локално ниво;
- Градење партнерства и осигурување на одговорност;
- Обезбедување на адекватни решенија за подинамичен локален развој.

Р.Македонија целосно се зафати со спроведување на овој процес и политиките за реализација на истиот почнаа брзо да се спроведуваат во целата земја по 2005 година. За да се добијат податоци за да се докаже како граѓаните го воспримаа овој процес на почетокот и кои беа нивните очекувања, беше креиран специјален прашалник со кој граѓаните директно се прашаа што сè мислат за децентрализацијата, колку се запознаени со процесот на надлежности и каде би сакале нивната локална самоуправа да се ангажира за да ги подобри услугите и условите на живеење.

Во Табелата²³ се согледани мислењата на граѓаните за процесот на децентрализација.

Кои сегменти би сакале да ги видите подобрани во вашата локална самоуправа?

	Средна вредност
Локален економски развој	2,73
Комунални дејности	2,72
Образование	2,71
Социјална заштита и заштита на деца и стари лица	2,71
Заштита на животна средина	2,69
Урбанизам	2,66
Култура	2,59
Заштита и спасување на граѓаните и материјалните добра и противпожарна заштита	2,57

Од Табелата може да се види дека очекувањата на граѓаните, освен во подрачјето на комуналните дејности, образованието, социјалната заштита, заштита на животната средина, урбанизам и сл, најголеми се во подрачјето на локалниот економски развој. Со тоа уште еднаш се потенцираа улогата и одговорноста на локалните влади во водењето на економската политика на заедницата, како и развојот на претприемништвото.

²³Борота-Поповска, М. Поповски, Процес на децентрализација: Мислење на граѓаните, 2006, стр. 46.

4.4.Развој на секторот на мали и средни претпријатија (Рефлексии од транзицискиот период)

Кога зборуваме за мали и средни претпријатија треба да се забележи дека, во почетните транзициони години, претпријатијата што ги вклучуваше овој сектор биле поразлично дефинирани од денес. Поточно, ако се навратиме на раните години по осамостувањето ќе забележеме дека тогаш во економијата на целата држава постоело разграничување само на мали и големи претпријатија. Основен критериум на кој се повикуваше тогашниот Закон за сметководство (1993) беше бројот на вработени, притоа, она што значеше мало претпријатие вклучуваше бројка од 250 вработени, што во целост се разликува од денешната состојба.

Земајќи ја предвид аспирацијата за приклучување кон Европската унија се јави потреба за хармонизирање на дефиницијата за МСП со практиките на ЕУ. Во 2004 година, со измените на Законот за трговски друштва, беше прифатена нова класификација на претпријатијата врз основа на критериумите на ЕУ, кои вклучуваа број на вработени, годишен обрат и вредност на деловната актива, со напомена дека првиот критериум се употребува идентично како во ЕУ, додека останатите два се приспособени кон условите на економијата во Р.Македонија.

Во Табелата²⁴ се дадени критериумите за класификација на претпријатијата според големината во ЕУ и во Р.Македонија.

	ЕУ Дефиниција	Закон за трговски друштва (2004)
МИКРО	До 10 вработени	До 10 вработени
	Годишен обрат < или = 2 милиони евра	Годишен обрат < 50000 евра
	Вредноста на биланс на состојба < или = 2 милиони	Најмалку 80% од бруто приходот да е остварен од еден клиент
МАЛИ	До 50 вработени	До 50 вработени

²⁴Програма за развој на претприемништво, конкурентност и иновативност на мали и средни претпријатија (2007-2010), стр.13.

	Годишен обрат < или = на 10 милиони евра	Годишен обрат < или = на 2 милиони евра
	Вредноста на биланс на состојба < или = на 10 милиони евра	Вредноста на Билансот на состојба да е < или = на 2 милиони евра
СРЕДНИ	До 250 вработени	До 250 вработени
	Годишен обрат < или = од 50 милиони евра	Годишен обрат < или = на 10 милиони евра
	Вредноста на Биланс на состојба < или = на 43 милиони евра	Вредноста на Билансот на состојба да е < или = на 11 милиони евра
ГОЛЕМИ	Сите други што не припаѓаат во горенаведената класификација	Сите други што не припаѓаат во горенаведената класификација

4.4.1. Вкупен број на МСП

Во погорниот текст, вниманието е насочено на ниво на Република Македонија, а конкретно во овој дел ќе се спомене за економијата на ниво на општина Штип. Треба да се има предвид дека таа не може да биде разгледувана одделно од општиот контекст на националната економија и како таква таа ги носи сите особености својствени за периодот низ кој минуваше. Транзицијата од која беше зафатена и оваа општина се одликува со приватизација и менување на сопственичката структура на познатите гиганти: Македонка, Астибо, ЗИК Црвена ѕвезда, Макпромет, Метална и нивно расцепување на помали претпријатија.

Во Табелата²⁵ е прикажан бројот на регистрирани претпријатија

Штип	Микро	Мали	Средни	Големи
До 2006 година	753	1.118	24	5

²⁵Централен регистар на Р.Македонија, 2009 г.

До 2009 година	1.480	1.660	26	6
----------------	-------	-------	----	---

Како резултат на ваквиот процес, кој влеа голема економска и социјална несигурност меѓу локалното население, дојде до брза актуелизација на секторот на мали и средни претпријатија, што резултираше со нивно масовно формирање. Слободно може да се каже дека растечката невработеност предизвикана од приватизацијата на големите претпријатија е директен причинител за појавата на спонтаното претприемништво кое, освен за Штип, беше карактеристично за целата територија на Р.Македонија.

Од Табелата може да се види дека динамиката на регистрација на мали претпријатија карактеристична за раниот период на транзицијата продолжува и понатаму, за да придонесе двојно зголемување на бројот на регистрирани деловни субјекти во општина Штип во последните четири години.

Појавата на масовна регистрација на мали и средни претпријатија носеше свои особености, иако не многу посакувани. Ако се земе предвид дека основачи на претпријатијата во најголем дел беа вработени во големите фабрики, може да се претпостави дека тие и не располагаа со преголеми претприемнички способности. Претпријатијата биле основани без претходна анализа на состојбата на опкружувањето, во работата се впуштале без претходен план и некаква стратегија, а на пазарот дејствувале интуитивно. Ваквата нестручност доведе, како до брза појава, така и до брзо изумирање на основаните претпријатија.

Што се однесува до бројот на регистрирани претпријатија, треба да се земе предвид дека оваа бројка не е реална и треба да се прави разлика помеѓу регистрирани и активни деловни субјекти. Голем дел од претпријатијата се регистрирани, имаат свој матичен, даночен број и жиро-сметка, но не се активни, односно не остваруваат приходи. За тоа колкава е разликата помеѓу овие два субјекта, прикажано е во следнава Табела²⁶, во која е прикажана состојбата на активни претпријатија до 2009 година во општина Штип.

²⁶Централен регистар на Р.Македонија, 2009 г.

	Штип	Р.Македонија
Број на регистрирани деловни субјекти	3.172	125.504
Број на активни деловни субјекти	3.059	70.710

Оваа разлика на вкупните регистрирани и активни деловни субјекти во 2012 г. во општина Штип и не е толку голема, иако постои и, сепак, е воочлива. Малата разлика помеѓу регистрираните и активните претпријатија се должи на промените во 2006 година, кои наложуваа регистрирањето на претпријатијата да се префрли од судовите на Централниот регистар. Со настанатите промени, беше наложено да се изврши пререгистрација на повеќе регистрирани претпријатија до 2006 година, со цел да се намали огромната појава на пасивни неактивни претпријатија. Како последица на ова, разликата помеѓу регистрирани активи субјекти се намали и до 2009 година се идентификувани само 113 регистрирани и неактивни претпријатија во општина Штип. Од податоците произнесени во претходната табела, постои можност за споредба на ваквата состојба во општината со состојбата на ниво на Р.Македонија, при што може да се забележи дека разликата помеѓу регистрирани и активни деловни субјекти на ниво на државата е понагласена.

Број на деловни субјекти, Општина Штип

	МИКР	МАЛИ	СРЕДНИ	ГОЛЕМИ	ВКУПНО
Регистрирани	173	114	0	0	287
Активни	167	106	0	0	273
Затворени	6	8	0	0	14

Извор: Централен регистар на Р.Македонија, 2009 г.

Податоците содржани во оваа Табела служат за согледување на оваа појава на годишно ниво. На пример, во 2009 г. биле регистрирани вкупно 287 претпријатија од кои само 273 продолжиле активно да функционираат.

4.4.2. Секторска дистрибуција на МСП

Како последица на настанатата приватизација и распаѓањето на големите претпријатија, секторот на мали и средни претпријатија станува доминантен сектор и двигател на економијата на општина Штип.

Податоците од секторската дистрибуција на претпријатијата упатуваат на заклучокот дека секторот на трговија, не само што е доминантен сектор, туку, по бројката на регистрирани деловни субјекти, убедливо преднички пред останатите дејности.

Во Табелата²⁷ е прикажан бројот на активни деловни субјекти по сектори во Штип

2012 година	Микро и Мали	Средни	Големи
А - Земјоделство, рибарство и шумарство	189		
Б - Преработувачка индустрија	400	10	1
В - Градежништво	169	3	
Г – Снабдување со вода, отстранување на отпадни води, управување со отпад и дејности за санација на околината	8	1	
Д – Трговија на големо и трговија на мало, поправка на моторни возила и мотоцикли	998	3	
Ѓ – Транспорт и складирање	301		
Е – Објекти за сместување и сервисни дејности со храна	171		
Ж – Информации и комуникација	25	1	
З – Финансиски дејности и дејности на осигурување			1

²⁷Централен регистар на Р.Македонија, 2012 г.

S – Дејности во врска со недвижен имот	19		
И – Стручни, научни и технички дејности	267		
Ј – Административни и помошни услужни дејности	71		
К – Јавна управа и одбрана, задолжително социјално осигурување	10	7	
Л – Образование	62		4
Љ – Дејности на здравствена и социјална заштита	129	1	
М – Уметност, забава и рекреација	39		
Н – Други услужни дејности	260		
Вкупно:	3118	26	6

Веднаш по него е секторот на преработувачка индустрија, а по нив следуваат транспорт и складирање и други услужни дејности, земјоделство и сл. Ваквата состојба е логична и оправдана доколку се земе предвид фактот дека токму во трговијата како секторот доаѓа до најбрза акумулација на првичен паричен капитал кој подоцна може да се вложува во производствени дејности.

Оваа појава беше карактеристична за Р.Македонија во почетокот на транзицијата, за подоцна да дојде до намалување на бројот на претпријатија во овој сектор за сметка на останатите сектори, како што се: производство, градежништво, модерни услуги и сл.

ЗАКЛУЧОК

Во денешно време, технолошките дострели се проширени на нови производи кои во раните 1960-ти не можеа ни да се претпостават. Технологијата ја придвижува другата моќна сила - глобализацијата.

Глобалното село станува реалност. Покрај технологијата и глобализацијата на стопанските текови и на структурите влијаат и други сили, како што се дерегулацијата и приватизацијата. Промените се сè побрзи, па оттука претпријатијата не можат веќе да се потпираат на досегашните деловни практики и на застарено регулиран бизнис амбиент.

Бројот на МСП во кое било стопанство, во однос на вкупниот број претпријатија, надминува 90%. МСП се мотор на националните економии. Тие се најважен извор за работни места, креираат претприемнички дух и иновации, а тие се круцијални и за негување на конкурентноста и промените.

Гледано во времето и просторот, малите претпријатија се универзална појава. Од една страна, се менувало и се менува нивното значење, улога, белези и дефиниции, а од друга страна се менува општиот, пазарниот и институционалниот амбиент во кој тие се „раѓаат, растат, се развиваат и умираат“. Секторот на мали претпријатија е меѓузависно поврзан со потесниот и поширокиот социо-економски амбиент, но и со претприемачите, претприемништвото и претприемничката култура. Меѓутоа, треба да се истакне дека, во рамките на дефинирање на малите претпријатија во Европската унија до неодамна не постоеше единствен приод и единствен критериум за универзално прифатена дефиниција.

Најчесто применуван, истовремено и најчесто критикуван е квантитативниот критериум при дефинирањето на малите претпријатија. Во основа, малите претпријатија се оние кои, покрај други критериуми - вработуваат до 50 луѓе. Како и да е, од 1 јануари 2005 година подрачјето на мали претпријатија, во однос на вработените, се структурира на микро претпријатија (помалку од 10 вработени) и мали претпријатија (од 11 до 50 вработени). Целта на таквата ревизија е

уживањето на разни видови поддршка да се поврзе со прашањето дали се работи за микро или други категории на мали и средни претпријатија, да се усогласат различните дефиниции кои се користат на ниво на Заедницата, но и на национално ниво, и да се избегнат можностите за создавање на непостојаности. Факт е дека во современите економии, кон кои се стреми и Република Македонија, малите претпријатија се од приоритетна важност за севкупниот општествен и економски развој, а тоа претставува предизвик за теориски и емпириски истражувања. Врз такви истражување треба во континуитет да се надоградува политиката, законската рамка и друга регулатива за малите претпријатија во Република Македонија.

Претприемачите се луѓе - најчесто малостопанственици - кои не мируваат. Тие постојано создаваат, внесуваат нов квалитет, трагаат по промени и реализација на нивните идеи. Тие не се само визионери, туку и реализатори.

Претприемачот е инволвиран во сите аспекти на менаџментот и во донесувањето на сите главни одлуки во претпријатието. Претприемачите, покрај своите специфични способности, треба да учат како се „одгледува“ и развива претпријатие и тоа од неговиот натален период, па низ целиот негов животен циклус.

Во таа смисла, во трудот е приложен модел за раст на мало претпријатие. Претприемачите треба да учат и да практикуваат претприемничко менаџирање за фазите на опстанок, преживување, успех, полет и ресурсна зрелост на своето претпријатие. Притоа, треба да стекнуваат знаења, вештини и нови ставови за домените на: клучните проблеми, улогата на врвниот менаџмент, стилот на менаџментот, организациската структура, системите за контрола, финасирањето, генерирањето на готовина, главните инвестиции, производот, пазарот и друго.

Улогата на МСП во денешниов глобален свет во националните економии е од суштинско значење. Таквата нивна улога се потврдува низ неколку факти.

Во САД постојат 25 милиони бизниси од кои околу 24 милиони се третираат како МСП. Тие вработуваат значителен дел од работната сила во приватниот сектор. Повеќето од 90% од малите претпријатија вработуваат до 20 работници.

Малите претпријатија креираат околу 70% од новите работни места, а тие создаваат голем дел од БДП и креираат четири пати повеќе иновации по еден долар наменет за истражување и развој во однос на средните претпријатија, како и 24 пати повеќе во однос на големите компании.

Во Европската унија, МСП опфаќаат повеќе од 90% од 25 милиони бизниси. Тие генерираат повеќе од половина од сите новоотворени работни места. Помеѓу таквите мали претпријатија се среќаваат иновативни и претприемнички фирми кои имаат најголем потенцијал за брз раст и капацитет на знаења и тоа во различни сектори и региони. Овие факти навистина треба да ни послужат како аргументи за значењето на секторот на малите претпријатија за економскиот развој.

Перформансите на МСП се тесно поврзани со рамковните услови за олеснување на претприемничката активност. Рамковните услови покриваат широк спектар на области како што се: регулација, легислатива, влијание на културата, индивидуални вештини и амбиции итн. Во таа смисла, се истакнуваат следните пет димензии низ кои се влијае на развојот на претприемништвото и МСП: пристап до пазарот, снабдување со капитал, снабдување со вештини, поттикнување (мотивирање) и претприемничка култура. Во рамки на секоја димензија се креираат специфични политики, на пример: пристап до меѓународни пазари, кредитирање, бизнис ангели, претприемничко образование, претприемничка инфраструктура, персонални даноци, регулација на пазарот на труд, културни и социјални норми, таргетирани иницијативи и многу други.

Оттука станува јасно дека за реализација на политиките е потребно да се креираат и соодветни институционални структури. Спектарот на институциите се состои од министерства, комори, дирекции, фондови, центри, формални и неформални финасиски институции, агенции, како и консалтинг фирми и други видови институции. Некои од формите за поддршка на МСП се бизнис инкубаторите и научните паркови. Понатаму, такви форми се бизнис мрежите и бизнис брокерите.

Во трудот се констатира дека, во Република Македонија таквата институционална поддршка е сè уште скромна. Но, сепак треба да се истакне

фактот дека во последните неколку години во овој домен е направен значителен прогрес.

Во трудот се констатира дека уделот на МСП, во земјите од Западен Балкан и Република Македонија, во вкупниот број на претпријатија се движи помеѓу 95% и 98%. Тој индикатор е сличен како и во земјите со развиени економии. Но, односот на регистрирани активни компании во земјите од Западен Балкан на 1000 жители е три до четири пати понизок во однос на земјите од Централна Европа, а тоа важи и за Република Македонија. Таквите податоци се општ показател за тоа колку економиите во земјите од Западен Балкан и во земјава се сè уште неразвиени. Оваа констатација посочува на потреба за стратегија во која една од стратешките цели би била да се достигне нивото на МСП на 1000 жители, како она во земјите од Централна Европа. Понатаму, врз основа на компаративна анализа на 10 индикатори за бизнис амбиентот за десет земји, се скенира регулацијата што ги поттикнува или ограничува бизнис активностите.

Компаративната анализа укажува дека Република Македонија ги подобрува политиките, регулативите и имплементациите, особено во областите започнување на бизнис и пристап до кредити.

Добри резултати се покажани и во областите царински постапки, дозволи и лиценци и заштита на инвеститори. Меѓутоа, мошне неповолни, сложени и тешки за промени се состојбите во областите вработување (најсериозно стратешко прашање) и згаснување на бизнис. Поаѓајќи од наведеното и од тоа дека претприемништвото, малите бизниси, институциите и макроекономската политика се поврзани нешта, компаративните анализи јасно упатуваат кај кои сектори треба да се ревидираат стратегиите или, пак, да се креираат нови стратегии за подобрување на амбиентот за развојот на претприемништвото и малите претпријатија.

Финансиските извори и политики за финасирање се од круцијално значење за малите претпријатија. Политиките за финасирање можат да се остваруваат низ разни институции и форми на финасирање, како што се, на пример: кредитирање од страна на специјализирани банки за мали претпријатија, форми за

финасирање за стартирање на бизнис, фондови за развој на мали претпријатија, специјализирани институции за издавање на гаранции кај деловните банки (гаранциски фондови), системи за франшиза и лизинг, факторинг, доверителски кредити, фондови на ризичен капитал, бизнис ангели, меѓународни финасиски организации и слично.

Компаративните анализи на податоците за состојбите на финасирањето на МСП во земјите од Западен Балкан и Република Македонија укажуваат дека основен извор за финасирање на МСП се интерните фондови на МСП. Потоа, значаен извор за финасирање се банкарските кредити. Но, во споредба со развиените економии кај земјите од Западен Балкан не е развиено еквити финасирањето. Слично, но не во толкава мерка, може да се констатира и за лизингот. Во рамки на оваа анализа може да се истакне дека значаен предизвик за домашните банки е да се зголемуваат заемите, особено за малите претпријатија. Притоа, државата (Република Македонија) - во рамки на макроекономската политика - треба да превзема иницијативи за создавање на амбиент за пристап до финансиски ресурси во кој ќе се динамизира развојот на ММСП. Треба да се подобри расположивоста на информации за кредиторите и инвеститорите, да се намалуваат административните бариери за пристап до финансиски средства за нови инвестиции, да се промовираат нови финансиски инструменти (како лизингот) и да се развива еквити финансирањето. Понатаму, да се создава правен и регулативен режим, со цел да се одговори на предизвикот за развој на не банкарски финасиски институции.

Политиките за вработување треба да се фокусираат на микро, мали и средни претпријатија. Аргументите за таквата претпоставка се фактите изнесени во анализите за вработувањето во тие сектори. На пример, во секторот на ММСП за 25 земји членки на ЕУ, секторите индустрија, градежништво и услуги вработуваат преку 73% од вкупно вработените. Она што остава впечаток е дека само малите претпријатија (микро и мали претпријатија) учествуваат со преку 48% во вкупно вработените. Во контекст на потсектори, најголем број на вработувања во ММСП се забележува во градежништвото, хотелите/рестораните и дистрибуцијата, помалку во недвижности, изнајмување и деловни активности и

производство и, најмалку, кај струја, гас и вода. Најголем број претпријатија на 1000 жители имаат Грција (67 на 1000 жители), Португалија (62 на 1000 жители), по што следува Италија. Најмалку претпријатија на 1000 жители имаат Франција (36), Германија (35) и Холандија (28). Но, и тие земји имаат повеќе претпријатија на 1000 жители од Р.Македонија. Овие емпириски информации укажуваат кои држави треба да ни претставуваат репери за креирање на макроекономски амбиент во контекст на вработувањето, односно, приоритетно, треба да развиваме политики за развој на микро и мали претпријатија, со цел да се зголеми бројот на претпријатија на 1000 жители, индикатор кој (според истражувањата во овој труд), во Република Македонија е два до три пати понизок.

Компаративната анализа, во споредба со други земји, покажува дека во Република Македонија има многу неактивни на едно активно претпријатије (четири регистрирани на едно активно претпријатие). Решавањето на ова прашање треба да биде една од стратешките насоки за градење на поволна бизнис клима во земјава. Понатаму, бројот на активни претпријатија на 1000 жители по општини е со значајни диспропорции. Имено, бројот на претпријатија на 1000 жители во Скопје, Тетово, Куманово, Струмица и други општини е на многу повисоко ниво во однос на Дебар, Македонски Брод и особено општините Пробиштип и Кратово.

Бројот на претпријатијата влијае на локалниот економски развој, па, локалната власт треба да го има предвид изнесеното и како цел да го вградува во своите стратегии. После безбедносната криза во Република Македонија очигледно е зголемувањето на новорегистрирани претпријатија (период 2002-2004 год.). Меѓутоа, треба да се истакне дека учеството на новите во вкупниот број регистрирани претпријатија имаше тенденција на опаѓање и - од друга страна - индексите на нови претпријатија во периодот 2002-2004 год., исто така, беа во опаѓање. Точка на подобрување на климата за мали бизниси може да се земе 2005 година, по што настапува период на динамизирање на регистрирањето на нови мали претпријатија. Во таа смисла, позначајно заживување е забележано во секторите хотели и ресторани; здравство и социјална работа; сообраќај, складирање и врски; финансиско посредување и други нови сектори.

Интересно е да се напомене дека во секторот трговија на големо и мало, како и преработувачката индустрија и земјоделството, индексот на малите активни претпријатија по години е многу понизок во однос на претходно наброените сектори. Ова сигнализира дека структурите на мали претпријатија - што се поместуваат во поатрактивните сектори - треба научно да се истражуваат и (врз основа на тоа) да се изработи стратегија за промени во развојот на малите претпријатија. Но, стратегијата треба да се поврзе и со факти, како што (на пример) се, дека бруто вредноста на производството (зборуваме за малите претпријатија) во земјоделството, ловот и шумарството се зголемило од 43 милијарди денари во 2001 на 56 милијарди денари во 2004 година (индекс 1,3), преработувачката индустрија од 31 милијарда денари во 2001 на 38 милијарди денари во 2004 година (индекс 1,2), хотели и ресторани со индекс 3,9, финансиско посредување 5,0 (од 100 милиони денари на 502 милиони денари), трговијата на големо и мало 1,4, додека кај здравство и социјални работи со 0,87, што значи дека тоа опаднало. Со ова се покажува дека малите претпријатија треба да се поврзат и со нивното учество во вкупната бруто вредност на производството. Во таа смисла, ќе напоменеме дека во вкупната бруто вредност на производството ММСП учествуваат со околу 68%. Слични се податоците за бруто-додадената вредност по сектори и во однос на големината на претпријатието. Имено, ММСП учествувале со околу 72% во бруто-додадената вредност во 2004 година. Вработеноста во ММСП во 2004 год. изнесувала околу 80% од вкупно вработените во активните претпријатија во Република Македонија. Притоа, во трудот се нагласува дека само во малите претпријатија се вработени преку 56% од вкупно вработените во активните претпријатија.

Вработувањето во мали, средни или големи претпријатија, во однос на општини, исто така, покажува разноликост. Имено, во некои општини - како што се Пробиштип, Крушево (вработени само во мали претпријатија), Крива Паланка, Струга, Валандово и други - доминира вработувањето во мали претпријатија, додека кај поразвиените општини (како што се Скопје и Битола) бројот на вработени во МСП е поизбалансиран. Во другите општини, вработувањето во МСП и големи претпријатија се наоѓа помеѓу споменатите крајности.

Понатаму, треба да се истакне дека кај МСП треба да се интензивира меѓународната и регионалната трговска размена, односно, дека тие треба да го развиваат својот капацитет за извоз на своите производи и услуги.

Во трудот се анализираат одредени ограничувачки фактори за развојот на МСП, и тоа на макро, средно и микро ниво. Притоа, се потенцира дека треба особено внимание да се посвети на пристапот кон пазари, кон финансиски ресурси и развој на претприемничка култура.

Можностите и перспективите, од своја стана, за развој на МСП се гледаат во подобрување на правната рамка, подобрување на финансиските услуги и особено нивно интегрирање во регионалните пазари и глобалниот пазар.

Врз основа на направените анализи, јасно произлегува дека е потребно да се ревидираат или/и да се изготват нови стратегии за развој на ММСП, и тоа со посебен акцент за улогата на микро и малите претпријатија. Стратегијата треба да го поврзе и хармонизира претприемништвото, ММСП и бизнис амбиентот во Република Македонија. Што се одесува до амбиентот за бизнис, државава треба да креира регулативи, политики и институции кои ќе овозможуваат полесен пристап до пазари, снабдување со капитал, снабдување со вештини, за да можат да се развиваат поттикнувачки структури (мотивација) и да се овозможи динамизирање на развојот на претприемничка култура.

Користена литература

1. Beatris Armendaris and Jonathan Mordak: Economics of Microfinance, 2011;
2. Broom, H.N., Justiu G. Longenecker: Small business management, 5th ed., South-Western Publishing Co., Cincinnati, 2002;
3. Business failure record-1993, The Dun& Bradstreet, Inc., New York, 1994.
David Romer , Advanced Macroeconomics, 2006;
4. Daniel J. Brown, Jonathan B. King: “Small business ethics: influence and perceptions”, Journal of small business management, Vol.20, No 1, 2000;
5. David Fred R.: Concepts of Strategic Management, Prentice- hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1999;
6. Dragan Krasulja: Business Finance, Belgrad, 2000;
7. Entrepreneurship - a process perspective, Robert A. Baron and Scott A. Shane, 2011;
8. Entrepreneurship and small firms (4-th edition), David Dickinson and Mark Fils, 2010;
9. Fiti T. i Haxi Vasileva-Markovska V.: Pretpriemni{tvoto I pretpriema~kiot menaxment, Ekonomski fakultet- Skopje, 1999;
10. Frederick S. Myshkin: Strategy of monetary policy, 2007;
11. Graham, Bannock: “The economic role of the small firm in contemporary industrial society” in The survival of the small firm. The economics of survival and entrepreneurship, Volume 1, Gower, Aldershot, 1996;
12. Investicii, Bodi, Kejn, Markus, 2010;
13. James Tobin in collaboration with Stephen S. Golub, Cash, credit and capital, 2011;
14. J. Barton Cunnigha, Joe Lischeron: ”Defining entrepreneurship”, Journal of small business management, Vol. 29, No 1, January 2001;
15. Krajewski / Ritzman: “Operations management – Strategy and Analysis”, Addison-Wesley publishing company, USA, 2002;

16. James Curran, Robert A. Blackburn: Paths of enterprise. The future of small business, Routledge, London, 2000;
17. Joseph L. McColl: Market Dynamics - New Financial Economics, 2010;
18. Joseph.K.Ball: Microequity: a new model for microfinance in the U.S. Microfinance overview, page 2;
19. Marley Markman: Start your own business, 2013;
20. Markovski S.: Ulogata I razvojot na maloto stopanstvo vo Republika Makedonija, Godisnik na Ekonomskiot fakultet- Skopje, tom 31, Skopje, 1999:
21. Markovski S.: Ulogata na maloto stopanstvo vo procesot na tranzicija vo Makedonija i Bugarija, Fondacija Fridrih Ebert - Kancelarija Skopje, Skopje, 1997;
22. Michael D. Ames, Norval L. Wellsfry: Small business management, West publishing company , St. Paul, 1999;
23. Michael R. Bay: Economic management and business strategy, 2009;
24. Monica Brandon: In which Ways can the Channeling between Business angels and Entrepreneurs be improved, Erasmus School of Economics Erasmus University Rotterdam, 2011;
25. Nanevski B., Stojanova V. i Josifovska A.: Razvojot na malite I sredni pretprijatija I namaluvanjeto na nevrabotenosta vo Republika Makedonija, Fondacija Fridrih Ebert, Kancelarija-Skopje, Skopje, 1997;
26. O'Brien J.: Introduction to information systems in business management, 6-th edition, IRWIN, USA, 2001;
27. O'Golman C& Doran R.: Mission statement in Small business, the Journal of SBM, West Virginia University, 37, No. 4, October 2003;
28. Sophie Manigart, Veroniek Collewaerd: First - round valuation of angel-backed companies: the role of investor human capital, 2009;
29. Paul Burns, Jim Dewhurst: Small business and entrepreneurship. sec. ed., Macmillan press Ltd., London, 2002;
30. Paul Burns, Jim Dewhurst: Small business in Europe, Macmillan education ltd., London 2000;

31. Pejkovski J.: Sistemski pretpostavki za razvoj na pretpriemnistvoto, nau~en sober: "Pretpriemnistvo", Ekonomski institute - Skopje, Fondacija "Fridrih Ebert", Kancelarija Skopje, Skopje, 2000;
32. Pendev D: Vodice za pretpriemnistvo i mal biznis. Ekonomski institut –Skopje, Skopje 2000;
33. Peter F. Drucker: Innovation and Entrepreneurship, 2010;
34. Paul G. Farnam: Economics for Managers, 2010;
35. Prevala: Finansirawe na biznisot, Agencija Akademik, Skopje, 1996 godina;
36. Pyhrr P. Zero Based Budgeting, Wiley, New York, 2002;
37. Richard Castaldi, Max S. Wortman, Jr.: "Boards of directors in small corporations: An untapped resource", American Journal of small business, Vol. IX, No 2 , 1999;
38. Richard L. Daft: Management, 2008;
39. Robert L. Anderson, John S. Dunkelberg: Managing small Business, West Publishing Company, Minneapolis, 2002;
40. Stevenson, H.: "The heart Entrepreneurship - The Entrepreneurial Venture"; Harvard Business School; Boston; 2001;
41. Stojilkovic D.: Razvoj malih i srednih preduzeca u funkciji tranzicije i revalitizacije privrednog zivota, Ekonomske teme, Nis, 1999 godina;
42. Stokes D.: Small Business Management (2nd edition), DP Publications Ltd, London, 2002;
43. Suklev B.: Menaxment na maliot biznis, Ekonomski fakultet - Skopje, Skopje, 2004 godina;
44. Theodore Cohn, Roy A. Lindberg: Survival and growth. Management strategies for small firm, Amacom, New York, 1999;
45. Harvey S. Rosen and Ted Geer: Public Finance, 2008;
46. William A. Cohen: The entrepreneur and small business problem solver, A Ronald press publication, John Wiley and sons , New York, 2001;
47. Zarezankova - Potevska, M.: Perspektivite na maloto stopanstvo, Neol-Risto-DOOEL, Skopje, 2000.

