

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“ – СКОПЈЕ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ – СКОПЈЕ



ИСКУСТВАТА НА СР ГЕРМАНИЈА ВО РАЗВОЈОТ
НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА И НА
ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО

- ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА -

Кандидат

М-р Перо Моцан

Ментор

Акад. Таки Фити

Скопје, февруари 2012

„Ss. CYRILL AND METHODIUS” UNIVERSITY – SKOPJE
FACULTY OF ECONOMICS – SKOPJE



**THE EXPERIENCE OF THE FEDERAL REPUBLIC OF
GERMANY IN THE DEVELOPMENT OF SMALL AND
MEDIUM SIZED ENTERPRISES AND
ENTREPRENEURSHIP**

- DOCTORAL THESIS -

Candidate

Pero Mocan (MBA)

Mentor

Academician Taki Fiti

Skopje, February 2012

ПОСВЕТА

Посветено на мојата сакана фамилија.

АПСТРАКТ

Предмет на истражување во оваа докторска дисертација се искуствата во развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото во СР Германија. Третманот на МСП во современата германска економска мисла базира врз основите на модерната англосаксонска теорија за претприемништво, но во себе инкорпорира и бројни специфичности кои произлегуваат од германската традиција – посебно од Фрајбуршката економска школа и моделот на социјално-пазарна економија. Во трудот опстојно е проследен развојот на МСП во СР Германија (бројност на МСП, нивната секторска и регионална структура и нивниот придонес во креирањето на нови работни места) од завршувањето на Втората светска војна до денешни дни. СР Германија влегува во редот на земјите кои изградиле комплексни политики на промоција (поддршка) на МСП и на претприемништвото, со широк опфат на мерки и инструменти на сите нивоа – европско, сојузно, републичко и локално, со програми кои мобилизираат големи ресурси и со висока ефикасност. Во овој контекст, детално се анализирани политиките на промоција на МСП во СР Германија – улогата на сојузната и републичките влади, на антимонополската политика, на стопанските комори, на државната Банка за мали и средни претпријатија (KfW Mittelstandsbank), на Универзитетите, на ризичниот капитал и на субконтракторството. Врз оваа основа, селектирани се искуства од најдобрите практики на политиките на поддршка на МСП и на претприемништвото во СР Германија, кои можат да бидат од корист и за политиките на поддршка на МСП и претприемништвото во Република Македонија.

Клучни зборови: МСП, претприемништво, германски ордолиберализам, социјално-пазарна економија, политики на промоција во Германија, основање на егзистенција, најдобри практики, лекции за Република Македонија.

ABSTRACT

The present doctoral thesis is an in-depth analysis of the experiences in the Federal Republic of Germany in the field of the development of Small and Medium Sized Enterprises and Entrepreneurship. The treatment of Small and Medium Sized Enterprises in the temporary German Entrepreneurship literature is based on the modern Anglo-Saxon Theory of Entrepreneurship. However, the German literature incorporates numerous features that derive from the German tradition – especially from the Freiburg Economic School and the model of the social market economy. The dissertation thoroughly follows the development of SMEs in Germany (total number of SMEs, their sectoral and regional structure and their contribution towards the creation of new workplaces) from the end of World War II up to date. The Federal Republic of Germany belongs to the list of countries that created complex policies for the promotion of SMEs and Entrepreneurship, including a large number of measures and instruments on all levels – European, Federal, Provincial and Local, with programmes that do mobilise enormous resources with significant efficacy. In this context, the promotional policies for SMEs in Germany are being analysed in detail – the role of the Federal and Provincial Governments, the anti-trust policies, the chambers of commerce, the State bank for SMEs (KfW Mittelstandsbank), the Universities, the risk capital and subcontracting. Based on that, the best practice experiences of the promotional policies for SMEs and Entrepreneurship in Germany have been selected. These can be of huge value for the promotional policies for SMEs and Entrepreneurship in the Republic of Macedonia.

Key words: SMEs, Entrepreneurship, German ordoliberalism, social market economy, promotional policies in Germany, business start-up, best practices, lessons for the Republic of Macedonia.

СОДРЖИНА

ПОСВЕТА.....	i
АПСТРАКТ	ii
ABSTRACT.....	iii
СОДРЖИНА.....	iv
ТАБЕЛИ.....	x
ГРАФИКОНИ.....	xiii
СЛИКИ.....	xiv
КРАТЕНКИ	xv
ВОВЕД	1
Глава 1 ТРЕТМАН НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА И НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО ГЕРМАНСКАТА ЕКОНОМСКА МИСЛА.....	7
1.1 Општи согледувања.....	7
1.2 Придонесот на Фрајбуршката економска школа за третманот и значењето на малите и средните претпријатија и на претприемништвото	10
1.2.1 Суштината на Фрајбуршката економска школа и основните теоретски постулати, принципи и конституитивни елементи на германскиот ордолиберализам	10
1.2.2 Придобивките на ордолиберализмот	17
1.2.3 За критиките на ордолиберализмот	19

1.2.4	Десет основни искази (стилизирани факти) на Фрајбуршката економика на поредокот.....	20
1.3	Малите и средните претпријатија во системот на социјално- пазарната економија	23
1.3.1	Општи согледувања.....	23
1.3.2	Значењето на Фрајбуршката школа и ордолиберализмот за настанувањето на моделот на социјално-пазарна економија – од ордолиберализам кон социјално-пазарна економија	25
1.3.3	Третманот на малите и средните претпријатија и претприемништвото во концептот на социјално-пазарната економија	28
1.4	Преглед на литературата за претприемништво во Германија.....	40
1.4.1	Општ пристап	40
1.4.2	За третманот и значењето на малите и средни претпријатија во Западна Германија во 1950-тите и 1960-тите години	41
1.4.3	Третманот на МСП и претприемништвото во периодот на 1970-тите години до 2000 година.....	50
1.4.4	Третманот на МСП и на претприемништвото денес	52
Глава 2 РАЗВОЈОТ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО ГЕРМАНИЈА ВО ПОВОЕНИОТ ПЕРИОД.....		62
2.1	Состојбата на германската економија во повоениот период.....	62
2.2	Стопанската реформа – претворање на концептот на социјално-пазарна економија во стопански систем препознатлив за Сојузна Република Германија	63

2.2.1	Општи согледувања.....	63
2.2.2	Клучни столбови на реформата.....	64
2.2.3	Резултати од реформата.....	72
2.3	Развојот на МСП во Германија – по Втората светска војна ..	74
2.3.1	Проблеми со статистичката евиденција на МСП.....	74
2.3.2	Малите и средните претпријатија во периодот од Втората светска војна до 1974 година	76
2.3.3	Развојот на МСП во Западна Германија од 1975 година до обединувањето на земјата.....	83
2.3.4	Обединувањето на двете Германи и развојот на малите и средните претпријатија	86
2.4	Актуелна состојба	92
2.4.1	Секторска структура на МСП во Германија.....	95
2.4.2	Малите и средните претпријатија во Германија како креатори на нови работни места	99
2.4.3	Регионална структура на МСП во Германија.....	104
2.4.4	Други релевантни индикатори и факти за МСП во Германија.....	113
2.4.5	Анализите на ГЕМ за претприемништвото во Германија	115
2.4.6	Споредба Германија / Холандија.....	120

Глава 3 ПОЛИТИКИ И МЕРКИ НА ПОДДРШКА НА РАЗВОЈОТ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА И НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО ГЕРМАНИЈА

123

3.1	Општи согледувања.....	123
3.2	Улогата на сојузната влада и на републичките влади.....	128

3.2.1	Акционата програма за подобрување на перформансите на МСП на сојузната влада.....	129
3.2.2	Структурни проблеми на МСП и потребата од владина интервенција	133
3.2.3	Улогата на владите во поттикнувањето на политиката на иновации за Трговски мали и средни претпријатија (Gewerblicher Mittelstand)	133
3.2.4	Компетенциите во одржување на претприемничкиот амбиент	141
3.2.5	Други значајни мерки за промоција на Mittelstand	142
3.2.6	Граници на промоцијата на Mittelstand	143
3.3	Улогата на антимонополската политика	145
3.3.1	Општи согледувања	145
3.3.2	Bundeskartellamt – основни функции	149
3.3.3	Инструменти за дејствување	152
3.3.4	За ефикасноста на германското антимонополско законодавство	159
3.4	Улогата на стопанските комори.....	160
3.4.1	Општи согледувања	160
3.4.2	Германски стопански комори: IHK – Industrie - und Handelskammern	160
3.4.3	Централна организација на германските комори: DIHK – Deutscher Industrie- und Handelskammertag.....	161
3.4.4	Надворешно трговска комора: AHK – Außenhandelskammer	162
3.4.5	Што прават германските стопански комори за МСП – IHK Франкфурт – студија на случај	162
3.5	KfW Bankengruppe	169
3.5.1	Општи согледувања	169

3.5.2	Историјат на KfW	172
3.5.3	KfW Mittelstandsbank – клучна институција за финансирање на МСП во Германија	175
3.5.4	Интервју со претставник на инфо-центарот на KfW	178
3.6	Улогата на народните кооперативни банки и на штедилниците.....	184
3.7	Улогата на економската наука и Универзитетот	187
3.7.1	Периодот на доминација на кадри и профили на дипломирани студенти за потребите на големите претпријатија.....	187
3.7.2	Тенденција на прилагодување на профилот на високото образование за потребите на МСП – за претприемничката едукација на универзитетите	189
3.7.3	Помош за невработени дипломирани студенти од различни профили за основање на сопствени претпријатија.....	192
3.7.4	EXIST – програмата	196
3.7.5	Како најдобро да се институционализира претприемништвото на германските универзитети – примерот на Франкфурт.....	200
3.8	Ризичен капитал.....	206
3.8.1	Општи согледувања.....	206
3.8.2	Неформален ризичен капитал – Интервју со Jürgen Popp, добитник на наградата Top Angel 2008	207
3.8.3	Формален ризичен капитал – Интервју со Christoph Jung, партнер во Holtzbrinck Ventures	215
3.9	Субконтракторство.....	220

Глава 4 РЕЛЕВАНТНИ ИСКУСТВА И ЛЕКЦИИ ЗА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	225
4.1 Општи согледувања	225
4.2 Улогата на јавните (државните) институции.....	226
4.3 Улогата на антимонополската политика	234
4.4 Значењето на стопанските комори	235
4.5 Улогата на државните банки за поддршка на развојот – искуства за Македонската банка за поддршка на развојот кои можат да се извлечат од активноста на KfW Mittelstandsbank	240
4.6 Улогата на Универзитетот во поддршката на малите и средните претпријатија и претприемништвото	243
4.7 Значењето на ризичниот капитал	247
4.8 Значењето на субконтракторството	249
ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА	251
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	282

ТАБЕЛИ

Табела 1 – Број на претпријатија во Западна Германија во 1961 и 1970 година	78
Табела 2 – Основање, ликвидации и нето влез на претпријатија во Западна Германија (1973-1989).....	84
Табела 3 – Основање, ликвидации и нето влез на претпријатија по обединувањето на земјата – поранешна федерална територија, нови републики и цела Германија (1990 - 2009)	87
Табела 4 – Претпријатија според регистар на претпријатија во Германија и според дефиницијата на IfM Bonn (2004-2009).....	93
Табела 5 – Претпријатија според регистар на претпријатија во Германија и според дефиницијата на Европската комисија.....	95
Табела 6 – Број на мали и средни претпријатија во Германија по одделни сектори во 2008 година	97
Табела 7 – Реализиран промет на малите и средни претпријатија по економски сектори во 2008 година	98
Табела 8 – Број на вработени во малите, средните и големите претпријатија во Германија во периодот 2004-2009 година, според дефиницијата на IfM Bonn.....	102
Табела 9 – Број на вработени во малите, средните и големите претпријатија во Германија во периодот 2004-2009 година, според критериумите на Европската комисија	104
Табела 10 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според класи на промет во 2003 година	106
Табела 11 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според класи на промет во 2008 година	107
Табела 12 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според реално остварениот промет на претпријатијата во 2003 година.....	108

Табела 13 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според реално остварениот промет на претпријатијата во 2008 година.....	109
Табела 14 – Регионална концентрација на МСП.....	110
Табела 15 – NUI-индикаторот на окружните општини и градовите без окружни општини според републиките* за годините 1999-2009	112
Табела 16 – Клучните податоци за германскиот Mittelstand за 2009/2010	114
Табела 17 – Трошоци за истражување и развој на претпријатијата според изворите на средства и класи на број на вработени во 2005 година во Германија – вкупно во 1.000 ЕУР	136
Табела 18 – Трошоци за истражување и развој на претпријатијата според изворите на средства и класи на број на вработени во 2005 година во Германија – вкупно во %	136
Табела 19 – Вкупни трошоци за истражување и развој на претпријатијата според економски гранки во 2005 година во Германија.....	138
Табела 20 – Вработени со полно работно време во истражување и развој според групи на вработени во претпријатија според класи на број на вработени во 2005 година во Германија	139
Табела 21 – Претпријатија според иновативни активности и класи на број на вработени во 2004 година во Германија*	139
Табела 22 – Трошоци за иновации на претпријатијата според класи на големина на вработени во 2004 година во Германија*	140
Табела 23 – Иновативни и неинновативни претпријатија според класи на број на вработени во 2004 година во Германија*	140
Табела 24 – Вкупен волумен (во милијарди EUR) на поддршка на KfW банкарската групација, 2008-2010	171
Табела 25 – Одобрени промотивни средства на KfW Mittelstandsbank во милијарди ЕУР, 2008-2010	176

Табела 26 – KfW - посебна програма од почетокот на програмата (состојба на 31.12.2010)	177
Табела 27 – Значењето на субконтракторството во производниот сектор во ЕУ 15, 2006 и 2007 година	223

ГРАФИКОНИ

Графикон 1 – Графички приказ на основање, ликвидации и нето влез на претпријатија за поранешната сојузна територија (1973-2009).....	85
Графикон 2 – Графички приказ на основање, ликвидации и нето влез на претпријатија за новите републики (1990-2009).....	88
Графикон 3 – Графички приказ на основање, ликвидации и нето влез на претпријатија за цела Германија (1990-2009).....	89
Графикон 4 – Рангирање на антимонополските законодавства според нивната ефикасност.....	159
Графикон 5 – Бизнес клима на субконтракторската индустрија во Германија во август 2011	222

СЛИКИ

Слика 1 – Клучните елементи на претприемништвото	55
Слика 2 – Процесуалниот ланец на претприемништвото.....	56
Слика 3 – Лого на ДИНК	161
Слика 4 – Лого на АНК	162
Слика 5 – Лого на ИНК Frankfurt am Main.....	163
Слика 6 – Лого на KfW	169

КРАТЕНКИ

АПП	Агенција за поддршка на претприемништвото
БДП	Бруто домашен производ
ЕРП/ERP	European Recovery Program
ЕУР	Евра
МБПР	Македонска банка за поддршка на развојот
МСП	мали и средни претпријатија
ФРМ	метрополски регион ФранкфуртРајнМаин (Metropolregion FrankfurtRheinMain)
СРГ	Сојузна Република Германија
АНК	Außenhandelskammer
B2B	Business-to-business
BGA	Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V.
BVR	Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken
CDU	Christlich Demokratische Union
CFO	Chief Financial Officer
CSU	Christlich Soziale Union
DEG	Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DGRV	Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband
DRV	Deutscher Raiffeisenverband e.V.
DSGV	Deutscher Sparkassen- und Giroverband
EBRD	European Bank for Reconstruction and Development
EFRE	Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
ESF	Europäischer Sozialfonds
e.V.	eingetragener Verein (регистрирано здружение)

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GmbH	Gemeinschaft mit beschränkter Haftung
HDE	Handelsverband Deutschland - Der Einzelhandel
IfM	Institut für Mittelstandsforschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
MIT	Massachusetts Institute of Technology
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OPM	Other People's Money
SEO	Search Engine Optimisation
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
VC	Venture Capital
ZDH	Zentralverband des Deutschen Handwerks

ВОВЕД

Во современи услови, развојот на малите и средните претпријатија (МСП) и на претприемништвото, насекаде во светот, претставува основа за долгорочен и оддржлив економски развој. Тоа е така, бидејќи денес големите компании не се во состојба да креираат голем број на нови работни места, како што тоа беше случај пред дваесет или повеќе години. Од друга страна, владите на современите држави настојуваат да изградат модерни и ефикасни јавни администрации и ефикасни јавни институции (како што се, на пример, регулаторните), па според тоа, и овој сектор има ограничена улога во создавањето на нови работни места. Од друга страна, малите и средните претпријатија стануваат главни креатори на нови работни места. Со други зборови, тие даваат огромен придонес во искористувањето на трудовите ресурси и другите расположливи ресурси – земја, сировини, енергија, паричен капитал, претприемнички способности на поединците итн., на локално и пошироко ниво. Покрај тоа, малите и средните претпријатија даваат голем придонес и во засилувањето на натпреварот (на конкуренцијата) на фирмите на пазарот, во применувањето на иновации, во зголемувањето на ефикасноста на работењето на економиите итн. Затоа, сите современи држави настојуваат да го подржат и поттикнат развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото со соодветни политики и бројни мерки и инструменти за спроведување на конципираните политики.

Во Република Македонија во транзициониот период се формираа релативно голем број на МСП кои денес имаат доминантна улога во создавањето на бруто домашниот производ, во вработеноста и во создавањето на додадената вредност во бизнис секторот на земјата. Паралелно со овој процес, во Република Македонија дојде и до воспоставување на бројни институции за поддршка на МСП и на претприемништвото (Агенција за поддршка на претприемништвото, регионални центри за МСП, бизнис инкубатори, Македонска банка за поддршка на развојот, центри за локален економски развој итн.).

Поаѓајќи од тоа дека Република Македонија има скромно искуство во оваа област, се определивме да работиме докторска дисертација на тема:

Искусствата на СР Германија во развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото.

Основната цел што си ја поставивме при изработката на дисертацијата беше да извршиме комплексно и детално истражување на искусствата на СР Германија, како една од најјаките економии во светот, во развојот на МСП и претприемништвото во периодот по Втората светска војна до денес, со посебен акцент врз политиките и мерките и инструментите на СР Германија во промоцијата (овој термин во СР Германија има значење на поддршка) на МСП и претприемништвото, со крајна намера од овие искуства да извлечеме, толку колку што е можно, лекции за политиките на МСП и претприемништвото кои би биле корисни за Република Македонија. Менторот на овој труд, Акад. Таки Фити, не мотивираше да се впуштиме во ова истражување поради повеќе причини: мојата едукација, од основно, преку средно, факултетско и постдипломско образование се одвиваше главно во СР Германија и други западни земји, што ми овозможи да стекнам знаења за германскиот економски систем и за политиките на поддршка на МСП во оваа земја; моето одлично познавање на германскиот јазик како услов за проучување на изворна литература и моето познавање на развојот на МСП и претприемништвото во Македонија – проблематика што беше предмет на интерес на мојот магистерски труд одбранет на Maastricht Schoof of Management во Maastricht, Холандија.

Методолошкиот пристап при истражувањето на проблематиката беше повеќестран. Прво, менторот Акад. Фити, ни сугерираше да го примениме индуктивно-дедуктивниот метод на истражување – преку индукција да ги испитаме бројните поединечни мерки и инструменти на промоција на МСП и претприемништвото и врз таа основа, со помош на дедукција, да извршиме синтетизирање, воопштување за природата и карактерот на политиката на поддршка на МСП во Германија. Во трудот е направена и комбинација на историско-логичкиот метод – работите да се испитуваат по хронолошки редослед, но и со помош на логичкиот метод да се издвојат политики типични за Германија. Статистиката, како помошна методологија, исто така е обилно користена преку пребарување, селектирање и средување на статистички индикатори за МСП и претприемништвото во Германија. При истражувањето е користен и метод на интервјуа со компетентни личности во одделни области на

политиките за промоција на МСП и претприемништвото. Во истражувањето е користена современа литература од областа, претежно германска, но се разбира и литература од англиското говорно подрачје, како и литература од македонски автори.

Испитуваната материја, покрај вовед и заклучни согледувања, е распределена во четири глави.

Во **првата глава** на трудот *Третман на МСП и претприемништвото во германската економска литература*, најпрвин се осврнуваме на специфичностите на германската терминологија за претприемач и претприемништво, во однос на англосаксонската терминологија, за да укажеме на тоа дека не се работи само за терминолошки разлики, туку и за суштински разлики, кои треба да се имаат предвид во анализата. Потоа, во првата глава на трудот, направивме подетален осврт на Фрајбуршката економска школа, којашто ја одразува германската либерална традиција, позната како ордолиберализам, и која одигра битна улога во германското разбирање на претприемништвото, како израз на индивидуалните економски слободи и како генератор за реконструкција на претпријатијата и за економски прогрес. Во овие рамки се анализирани основните принципи на Фрајбуршката школа (правото на сопственост, слободата на конкуренцијата, стабилноста на валутата и одговорноста за последиците од слободните одлуки), бидејќи тие се клучни за развој на она што денес се нарекува претприемнички амбиент. Во продолжение е разработен и придонесот на германскиот модел на социјално-пазарна економија за третманот на МСП и претприемништвото во Германија – овој модел израснат врз темелите на Фрајбуршката школа, тврди дека МСП во соработка со големите фирми имаат значајна улога за одржување на конкуренцијата, за зголемување на продуктивноста и за создавање услови за водење на јака социјална политика. Разработката на материјата во оваа глава продолжува со преглед на германската економска литература за претприемништвото во различни подпериоди по Втората светска војна – во периодот на педесеттите и шесеттите години на минатиот век, во периодот од 1970 до 2000 година и денес, за да се види како се развивала и менувала економската мисла за МСП и претприемништвото. Денес, третманот на претприемништвото во Германија прифаќа многу пристапи карактеристични за

англосаксонскиот начин на изучување на оваа материја, но задржува и определени карактеристики типични за германската традиција.

Втората глава на трудот носи наслов *Развој на МСП во Германија по Втората светска војна*. Анализата овде, исто така, е изведена за различни периоди: прво, од ослободувањето до 1974 година, второ од 1974 година до обединувањето на земјата и трето од обединувањето на земјата до денес. Ваквата поделба е направена за да се прикажат специфичностите, карактеристиките, проблемите и резултатите во развојот на МСП во споменатите временски периоди. Во овој дел на трудот е користена богата статистичка анализа од германски извори, за бројот на микро, мали и средни претпријатија и за различните структури. Во овие рамки посебно се задржуваме на актуелната состојба на МСП во СР Германија, со подетална анализа за нивната бројност (според германската методологија на поделба на претпријата на мали, средни и големи и според критериумите на Европската комисија кои вклучуваат и посебно искажување на микро претпријатијата), нивната секторска структура, нивната регионална структура и нивното значење за пазарот на труд – во смисла на негово стабилизирање во кризни состојби, обука на кадри за стопанството и придонес на МСП за вработеноста во германската економија.

Третата глава на докторската дисертација е насловена: *Политики и мерки на поддршка на развојот на МСП и на претприемништвото во Германија* и има носечки карактер. Овде опширно се разработени бројните мерки и инструменти на поддршка на МСП и претприемништвото во СР Германија во различни сегменти. Во овој контекст најпрвин се анализирани мерките на промоција на МСП и претприемништвото на сојузната и републичките влади (посебно компетенциите во осмислување и реализација на различни програми и проекти за МСП и претприемништво со големи финансиски ресурси и во одржувањето на претприемничкиот амбиент). Анализата продолжува со испитување на улогата на антимонополската политика, како една од најефикасните во светот, и посебното значење и функции на Bundeskartellamt-от. Потоа се испитува улогата на германските стопански комори во поддршката на МСП – нивната бројност, организација и поставеност и нивната голема инволвираност во давањето на совети и бројни консултантски услуги за потребите на МСП, бројни анализи за значајни прашања од нивни интерес, препораки до Републичките

влади и Сојузната влада за политиките за МСП и претприемништвото итн. Посебно внимание во оваа глава обрнуваме на клучното значење на познатата KfW Bankengruppe, и во нејзини рамки на KfW банката за мали и средни претпријатија (KfW Mittelstandsbank), во финансирањето на МСП во Германија – обемот на кредити, условите, пристапите до кредити, начинот на операционализација на кредитите, советодавната улога на банката итн. Во рамките на прашањето за финансирањето на МСП, кратко е дебатирано и прашањето за значењето на народните банки и штедилници како специфичност на Германија и на германската традиција. Значајно внимание во овој дел на трудот обрнуваме и на улогата на Универзитетите и посебно на економската наука во понудата на претприемничко образование и напорите теоретската едукација да се комбинира со практична работа насочена кон оспособување на студентите за основање на сопствена егзистенција (формирање на сопствени мали бизниси), но и помош на постојните претприемачи за обнова на постојните и стекнување на нови претприемнички знаења. Во продолжение ги анализираме ризичниот капитал во Германија (бизнис ангелите и официјалните фондови), низ конкретно истражување, односно преку интервју на познати лица кои работат со ризичен капитал во Германија. Оваа глава завршува со осврт врз значењето на субконтракторството (МСП кои произведуваат за потребите на големите германски компании) за МСП, за големите компании и за државата во целина. Анализата на оваа глава ни овозможи подоцна да изведеме и општи заклучоци за политиките на промоција на МСП и претприемништвото во СР Германија.

Четвртата глава на трудот носи наслов *Релевантни искуства и лекции за Република Македонија*. Во оваа глава се обидовме да селектираме дел од бројните искуства на Германија во развојот и во политиките на промоција на МСП и претприемништвото применливи за Република Македонија. Анализата ги опфаќа истите сегменти прикажани во третата глава и дава сугестии за поддршката на МСП и претприемништвото од страна на Владата на Република Македонија и на единиците на локалната самоуправа, за улогата на антимонополското законодавство, за значењето на стопанските комори, на Македонската банка за поддршка на развојот којашто е организирана по угледот на германската KfW Mittelstandsbank, на улогата и значењето на

Универзитетите, и на крај на неопходните активности за развој на ризичниот капитал и на субконтакторството кај нас.

Заклучните согледувања, ги сумираат, во нешто поопширна форма (мислиме дека овој пристап е прифатлив и покорисен за македонските креатори на политиките на промоција на МСП и претприемништвото, бидејќи овозможуваат да се сублимираат сознанијата без целосно читање на трудот), најбитните констатации кои произлегоа од ова истражување.

Глава 1 ТРЕТМАН НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА И НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО ГЕРМАНСКАТА ЕКОНОМСКА МИСЛА

1.1 Општи согледувања

Претприемништвото е релативно млад предмет или категорија во науката за економија и бизнис во Германија. Имено, претприемништвото како научна дисциплина почна да се развива во Германија особено во осумдесеттите години на минатиот век. (Fallgatter 2002, p. 1) Точно тогаш почнаа да се формираат првите катедри за претприемништво при одредени Универзитети во Германија.

Германската претприемничка теорија базира врз основите на познатата англосаксонска теорија за претприемништво, но во себе инкорпорира и бројни специфичности кои произлегуваат од германската традиција – посебно од Фрајбуршката економска школа. Nerdinger пишува дека истражувањата на претприемачот како личност, најчесто се концентрираат на три различни нивоа, а тие се национално-економско, социолошко и психолошко. (Nerdinger 1999, p. 5) На национално-економско ниво во англосаксонскиот свет се појавува Schumpeter (1952) како главен теоретичар, а во Германија Welzel (1995) пишува во истата насока како и Schumpeter. Според нив, претприемачот игра многу значајна улога во унапредувањето на економијата, т.е. претприемачот е еден вид стожер, централна личност на економската активност. Социолошките аспекти во истражувањата ги постави Max Weber (1905) веќе во почетокот на минатиот век, тврдејќи дека протестантската религија има голем придонес за равојот на претприемачот и претприемништвото. Како пример му служи фактот дека капитализмот прво се разви во протестантски држави (Англија). Неговата теорија се сведува на крај на дефиниција на типичните животни цели на еден претприемач – волја за повеќе успех, стремеж кон нови бизнис идеи итн, односно навлегува и во психолошките аспекти на проблемот. Теоријата и истражувањата на Weber се продлабочени на пример од Brüderl et al. (1996), со тоа што тие ја проширија анализата кон ефектот на етничката припадност и психологијата на претприемачот. Мотивацијата за успех како психолошко

својство ја опишува Nerdinger (1995). Психоанализата на претприемачот (Kets de Vries, 1996) се концентрира на раните детски години на претприемачот и се покажува со реални примери, дека татковците на претприемачите многу често и самите биле претприемачи или работеле во сопствен бизнис. Истите ретко беа дома со фамилијата, со што мајката заземаше една централна улога во едукацијата на децата.¹

Претприемништвото беше долго време надвор од фокусот на политичарите. (De 2005, p. 23) Сепак, од пред извесен период, политичарите се повеќе зборуваат за претприемништвото како важен мотор, генератор на економијата. Fueglistaller et al. 2008, pp. 1-2) Порано, големите претпријатија, кои често беа државни монополи, во сите земји имаа голем придонес во сферата на вработувањето. Тој факт почна пред повеќе од една деценија да се менува. Сите големи системи во сите земји се консолидираат и оптимизираат, посебно од гледна точка на бројот на вработени. Може да се каже дека тоа почна со првите бранови на приватизации на големите државни монополи и со демонополизацијата на секторите со елементи на природен монопол, како што е секторот на телекомуникации. Денес политичарите се свесни за важноста на претприемништвото, пред сè поради важните функции кои ги исполнува во една

¹ (Freiling 2006, pp. 1-6) говори за два пристапа во германското истражување на претприемништвото. Првиот пристап го анализира менаџирањето на новоосновани претпријатија, значи на претприемнички можности. Другиот пристап го анализира претприемничкото однесување и извршувањето на претприемничките функции. Во Германија, за разлика од САД, не постои долга истражувачка традиција во анализата на претприемничките можности. Но, истражувањето на претприемничкото однесување и на претприемничките функции, или во Германија т.н. *Unternehmertum*, нуди долга и богата традиција на трудови. Традицијата на истражувањето посебно доаѓа до израз ако се спојат сите научни истражувања спроведени во германското јазично подрачје, односно ако се земе во предвид и Австрија. Во овој контекст се наведува дека дури и истражувањата во САД беа под значително влијание на научници кои потекнуваат од германското јазично подрачје – Schumpeter, Kirzner и von Hayek. Во контекстот на пораните оригинални германски истражувања за претприемништвото се наведуваат придонесите на Johann Heinrich von Thünen (1826), Adolf Riedel (1838), Hans von Mangoldt (1855), Friedrich List (1841) и Victor Mataja (1884). Во раните години на 20. век, пак, се укажува на придонесите на Gustav von Schmoller, а од средината на 20. век најзначајни се придонесите на Ludwig von Mises (1940) и Friedrich August von Hayek (1940).

економија. Де појаснува четири функции на претприемништвото: иновација, раст, вработеност и реконструирање на претпријатијата во економијата. (De 2005 pp. 23-27)

Постои една интересна разлика во дефинициите на најважните поими во претприемничката теорија во германскиот и англискиот јазик (за ова пошироко ќе стане збор подоцна). Поимот entrepreneurship не може да биде соодветно преведен на германски јазик. Преводот би бил Unternehmer (претприемач) или Unternehmertum (претприемништво), но англискиот поим го опишува искористувањето на добри бизнис можности, пред се преку иновации. Во Германија, горе наведените поими се користат во многу поширок контекст. Unternehmer се на пример и членови на управни одбори. Иновативната активност врзана за терминот entrepreneurship се користи во Германија преку поимот Existenzgründung, кој што слободно преведено значи „основање на егзистенција“ (осамостојување). (Fueglistaller et al. 2008, pp. 1-2)

Што се однесува до претприемничката практика, треба да се потенцира дека најголемата агломерација на класичното претприемништво во Германија се случи во времето на индустријализацијата кон средината на 19-тиот век. Во тој период постоеше притисок врз германските земји да го следат примерот на Англија, Белгија и Франција и да се отвори процес на засилен развој и примена на нови техники и технологии за да не се ризикува економско заостанување зад другите земји. Претприемачите кои се решија за предизвикот прераснаа во творци на германската нација. На ова место можат да се наведат имиња на фамилии кои формираа претпријатија, кои до ден денес постојат – Krupp, Siemens, Thyssen и др. Сите овие фамилии го создадоа нивното богатство во тешката индустрија, со јаглен и челик. По 1890-тите години во Германија се појави феноменот на создавање на картели, фузии на банки и вертикални трустови. (James 2002, p. 16) Во почетоците на претприемништвото, претприемачите својата енергија, во прв ред, ја црпеа од индивидуалноста и смелоста на луѓето со претприемнички способности. Подоцна, на почетокот на 20-тиот век, со новите генерации, процесот резултираше во создавање на големи индустриски династии со професионален, организиран и рутиниран научно-менаџерски пристап.

1.2 Придонесот на Фрајбуршката економска школа за третманот и значењето на малите и средните претпријатија и на претприемништвото

1.2.1 Суштината на Фрајбуршката економска школа и основните теоретски постулати, принципи и конституитивни елементи на германскиот ордолиберализам

Фрајбуршката економска школа, којашто ја одразува германската либерална традиција, позната како ордолиберализам, иако директно не се занимаваше со малите и средните претпријатија (МСП), одигра битна улога во разбирањето на претприемништвото, коешто денес се третира како посебен (четврт) фактор на производство, и посебно во германското поимање на претприемништвото како израз на индивидуалните економски слободи и како генератор за реконструкција на претпријатијата и за економски прогрес. Затоа во овој дел на трудот пошироко ќе се задржиме на основните теоретски постулати на Фрајбуршката економска школа и на германскиот ордолиберализам, на неговите основни принципи и конституитивни елементи, на неговото разбирање за слободата на пазарот и улогата на државата во алокацијата на ресурсите, на неговите теоретски придобивки и сл.

Фрајбуршката економска школа е една струја на ордолибералната теорија. Ордолиберализмот е економска теорија настаната на германско тло. Имено, ордолиберализмот, како што покажува самиот збор либерализам, е блиска школа до класичната теорија за национална економија на Adam Smith. Некои го гледаат ордолиберализмот како германска варијанта на неолиберализмот. Самиот поим *Ordoliberalismus*, преведен на македонски, значи регулиран либерализам. Ордолибералите пропагираат слободни пазари без нагласена улога на државата во економските текови, или подобро кажано со ограничена улога на државата (владата) во економијата. Разликите во однос на економската теорија на Smith се огледаат во тоа што ордолибералите тврдат дека државата мора да обавува регулаторна и контролна улога на пазарите. Значи, државата мора да ги постави правилата на игра на пазарите, треба истите да ги следи и да гарантира дека учесниците на пазарот секогаш се придржуваат на правилата. Доколку дојде до било какво пореметување на рамнотежата, државата има задача да се приклучи во играта и да ги воспостави

правилата. Најклучната задача на државата е да го спречи создавањето на монополи или картели во одредени сегменти на пазарот.

Ордолиберализмот се појави прв пат во 1930-тите години како резултат на глобалната економска криза, од прилика паралелно со појавувањето на кејнзијанизмот. Во големата економска криза се докажа дека суровиот капитализам не е најоптимално решение за алокација на ресурсите во економијата. Ордолиберализмот ја критикуваше пред сè неспособноста на владите во развиените економии да се справат со светската криза.

Основачи и најзначајни теоретичари на фрајбуршката школа се Walter Eucken, Franz Böhm, Leonhard Miksch и Hans Großmann-Doerth. Пред сè Walter Eucken имаше голем придонес во основањето на оваа економска школа. Истите автори ја поставија теоријата на уредено, регулирано натпреварување, којашто тврди дека целта на владата е да воспостави рамка за натпревар на пазарите, а пазарите да бидат во потполна конкуренција или близу до тоа.

Иако, барем на прв поглед, изгледа дека ордолиберализмот не се занимава посебно со теоријата на малите и средни претпријатија, тој, на овој сегмент на економијата му обрнува големо значење. Имено, од самата теорија може да се заклучи дека ордолиберализмот поддржува мали и средни претпријатија. Ордолиберализмот пропагира постоење на полиполска економија, што значи егзистенција на многу мали фирми кои меѓусебно си конкурираат, се натпреваруваат на пазарот. Исто така теоријата решително бара државата да не дозволи настанување на монополи или картели. Ова се јасни индикации дека ордолиберализмот го поддржува постоењето на мали и средни претпријатија.

Со падот на Вајмарската Република (Weimarer Republik) и појавувањето на национал-социјализмот во Германија, членовите на Фрајбуршката школа пристапиле кон либералните принципи на шкотското просветителство, како на пример, оние застапувани од David Hume и Adam Smith. Членовите на Фрајбуршката школа се трудеа да ги применат и направат корисни нивните сознанија за модерното индустриско општество со неговите групи на интерес и искушенија за политика на редистрибуција на доходот. Фрајбуршката школа увиде дека се потребни неколку основни институции за уредување на индивидуалните процеси за донесување одлуки, а со тоа и за економскиот

просперитет. Претставниците на Фрајбуршката школа на државата ѝ ја доделуваа задачата со помошта на правото да ги одржуваат и бранат основните институции. Според нив, основните институции се **правото на сопственост, слободата на конкуренцијата, стабилноста на валутата и одговорноста за последиците од слободните одлуки** (сите спомнати елементи се клучни за развој на она што денес се нарекува претприемнички амбиент). Одлуките на мнозинството и самата надеж на спонтан поредок не се гаранција за долгорочен либерален поредок. (Streit & Kasper 1995, pp. 105-106)

Германскиот ордолиберализам се разликува од британските, американските и австралиските либерални традиции по тоа што има повеќе доверба во уставното право кога станува збор за заштитата на основните права и институции. Германскиот ордолиберализам, исто така, верува во добро уредени државни институции кога станува збор за креирање на долгорочна рамка за функционирање на слободно и просперитетно општество. Ордолибералната програма всушност беше „омекната“ во Социјална пазарна економија преку социјални мерки и притисоци мотивирани од економски интереси. Тоа омекнување, во почетокот, т.е. кон средината на 1960-те години, придонесе за одредено забавување на стапките на економскиот раст во Германија. (Streit & Kasper 1995, pp. 105-106)

Фрајбуршката школа всушност го изработи централниот концепт на германскиот неолиберализам. Концептот на либералната политика за една модерна индустриска нација, како што спомнавме, базираше врз филозофиите на шкотското просветителство. Тие пред сè го нагласуваа значењето на основните институционални и правни регулативи за одржувањето на слободата и просперитетот. Ордолибералите, во рамките на конкурентните пазари разликуваат конкурентни пазарни процеси и институционални рамковни услови, т.е. зборуваат за поредок/ред, во кој се одвиваат пазарните процеси. Токму поради ова и самите се нарекуваат „ордолиберали“ (либерали на поредокот). Појдовната точка на ордолибералите беше државата да помага при обликувањето и одбраната на економскиот и општествениот поредок, но да не се меша во пазарните процеси во кои конкурираат поединци. Концептот на поредокот се однесува значи на одреден број на правила на однесување кои ги ограничуваат индивидуалните економски постапки и на економско-политички

пристап кој поставува општи правила и не се стреми на постигнување на конкретни резултати и ефекти. Доколку некој испадне од конкуренцијата, на пример, не е задача на државата да го реши настанатиот проблем со невработеноста. Поредокот вклучува правила дефинирани со закон и неформални правила, како на пример морални правила, кои можат да настануваат со текот на искуството. Германските неолиберали, ордолибералите, се концентрираат пред се на формалните, правно-институционалните аспекти. Исто така, тие се концентрираат на анализата за значењето на различните видови на законодавство и на регулацијата за економскиот просперитет и индивидуалната слобода. (Streit & Kasper 1995, pp. 106-107)

Streit & Kasper нагласуваат дека кејнзијанизмот во Германија беше долго време игнориран. Делумно тоа беше така, бидејќи ордолибералите предупредуваа на опасностите од вештачкото стимулирање на агрегатната побарувачка. Нивното образложение беше дека таков вид на политика ќе го уништела либералниот економски поредок кој, пак, беше базиран врз индивидуална одговорност и спонтани, самоуправувани пазарни процеси. Од денешна гледна точка е јасно дека ордолибералите беа во право, тврдејќи дека стимулацијата на агрегатната побарувачка го ослабува процесот на долгорочното создавање на работни места и дека ги поткопува правилата што обезбедуваат долгорочна стабилност. Западногерманската економска политика во 1950-тите години се концентрираше, спротивно на светските трендови, на ослободување на пазарите, одржување на стабилноста на валутата и на спроведување на конзервативна монетарна и фискална политика. Германската политика многу се потпираше на ордолибералната теорија и беше ориентирана на креирање на поволна рамка за развој на индивидуалните иницијативи, претприемништвото и флексибилноста на пазарите, за да се зајакне агрегатната понуда. Оваа политика се покажа како многу успешна. Имено, во периодот помеѓу 1950 и 1960, реалниот бруто домашен производ во Западна Германија скоро се дуплираше и имаше просечен годишен раст од 8,8%. Вкупниот број на вработени се покачи од 20 милиони на 25 милиони, а бројот на невработени се намали од 1,9 милиони на само 300.000, и покрај големиот прилив на бегалци од изгубените територии и вратените воени заробеници. Во истиот период,

продуктивноста на трудот растеше просечно по 5,7% секоја година. Потполната конвертибилност на новата валута, германската марка (D-Mark), беше остварена 10 години по нејзиното воведување и воспоставување на независноста на Централната банка. Трансферот на капитал кон и од Западна Германија беше повторно овозможен без државна контрола и земјата беше во можност да ја унапредува либерализацијата на меѓународната трговија преку еднострано укинување на царините за трговија. Мора во оваа прилика посебно да се нагласи врската помеѓу едноставниот, сигурниот поредок на конкуренцијата и стабилноста на валутата. Стабилноста на валутата се обезбедуваше, од една страна, преку независноста на централната банка, а од друга страна, преку ново-распламнетата динамика на германската економија. Јасно е дека германското „економско чудо“ не беше буквално само чудо, туку беше резултат на добро спроведена политика. (Streit & Kasper 1995, pp. 107-109)

Водечките претставници на ордолиберализмот, кои главно беа правници и економисти, се интересираа за истражувачки теми кои се надополнуваа една со друга. (Streit & Kasper 1995, p. 110). Erhard, веќе во 1943/44 година пишуваше за повоената економска политика. Тој во 1958 година повторно потврди дека ги делеше истите мисли со неговите пријатели од Freiburg. Во врска со тоа, тој пишува: „При тоа се мисли како прво на слободата на избор на секој жител на државата (слобода на избор на потрошувачот – П. М.), неговата потрошувачка и неговиот живот да ги вообликува на начин каков што, во рамките на финансиските можности, му одговара на личните желби и очекувања. Ова основно демократско право на слободата на консумација мора да најде логичното дополнување во слободата на претприемачот, да го произведува или застапува она, што во зависност од условите на пазарот, значи од изразувањето на потребите на сите индивидуи, го смета за потребно и перспективно. Слободата на консумација и слободата на економската активност мора во свеста на секој жител на државата да бидат чувствуваани како недопирливи основни права. Ако тие се прекршат, треба да следи казна како за атентат на нашиот општествен поредок. ...Социјалната пазарна економија не може да биде замислена без доследна политика на стабилноста на валутата. Само оваа политика обезбедува, поединечни делови на

населението да не се богатат на терет на други“ (Erhard 1958^b, pp. 14-15, цитирано според Streit & Kasper, 1995, p. 112)

Централното настојување на Фрајбуршката школа и после тоа на сите германски неолиберали беше поредокот/редот, т.е. природниот ред кој владее во економијата и општеството. Тие често го користеа латинскиот поим „ордо“ од римската филозофија, кој ја опишуваше состојбата на едно цивилизирано општество во кое живеат слободни луѓе и кои со добра волја ги извршуваат успешно нивните бизниси. Исто така, тоа се однесува и на христијанско-средновековната идеја на една природна и хармонична состојба на општеството, којашто се стреми кон остварување на правото на природата. Идеалот на редот (ордо) како спротивност на хаосот и анархијата има една долга традиција во европската филозофија. Поимот на редот стана дискутабилен во моментот кога Karl Marx почна да го критикува буржоаско – правниот поредок и да го нарекува лудачка кошула. (Пошироко кај Streit & Kasper 1995, pp. 113-118)

Аналитичкиот пристап на клучните теми на ордолиберализмот извираа од бедната слика на перформанси на економската политика во периодот помеѓу двете светски војни. (Streit & Kasper, 1995, pp. 116-118) Основи за теориите на Фрајбуршката школа беа повеќе историските поуки одколку апстрактните теории. Неолибералите всушност формулирале една нова позиција за односот помеѓу историјата и теоријата за општеството, со намера да ги етаблираат духовните основи за ограничување на економската и политичката моќ и либералното општество да го штитат од непотизам во економијата. Тие во ова ја гледаа најзначајната задача на државата.

Некои од основните принципи на ордолиберализмот, кои се однесуваат на основните институции на пазарните економии (приватната сопственост, слободата на договарање и одговорноста за преземените индивидуални одлуки – избори) се сретнуваат уште во делата на David Hume и, подоцна, на Adam Smith. Класичната политичка економија имаше увидено дека единствено приватната сопственост може да ги создаде потребните поттици и склоноста кон ризикот и на крај да ја обезбеди индивидуалната слобода на имотната буржуазија. Застапниците на таа теорија исто така знаеле дека слободата за

договарање е основна претпоставка за доброволна трговија и соработка во пазарниот систем. Правила за носење на одговорност се претвараат во значајни делови на еден пазарен систем кој координира индивидуални постапки. Другите принципи ги додаде Еускен, затоа што пазарниот систем може само со нив да остане функционален и заштитен од интересите на индустријалците и работниците и од уште поголемото државно влијание во модерните демократии. Овие дополнителни принципи на германската варијанта на неолиберализам не произлегоа случајно токму во Германија, односно токму од германски автори. Тие, во случајот на германските ордолиберали, беа, без сомнение, инспирирани од лошиот економски успех на германската економија и владеењето на групи на интерес во 1920-тите години. Таа деценија почна со невидена хиперинфлација и за целото време на постоењето на Вајмарската Република (Weimarer Republik) од 1918/19 до 1933, економската политика беше проследена и доминирана од опортунистичка интервенциона политика и лобизам. Резултатот на оваа политика беше уништен и нефункционален пазарен систем и ограничување на слободата на индивидуите во носењето на економски одлуки.

Еускен го застапуваше принципот за слободен пристап до пазарите. Тој исто така потенцираше дека е задача на државата да го обезбедува натпреварот на пазарите. Одбраната на отворените пазари се користи како контролен механизам со цел да спречи институцијата на приватната сопственост да биде злоупотребена на економски и/или социјален начин. Според Еускен, социјалните проблеми и незадоволството од пазарната економија беа резултат, во прв ред на недоволната конкуренција и неспособноста на владата. Тој исто така тврдеше дека ценовната стабилност е еден од основните услови за пазарно-економскиот поредок. Со ценовната стабилност се овозможуваат рационални економски одлуки на поединечните учесници на пазарот, бидејќи, во спротивно, високата инфлација ја искривува сигналната функција на цените и пазарот и тие не можат да бидат механизам за рационална и ефикасна алокација на ресурсите кон најпрофитабилните употреби. На крај, тој ја потенцираше и константноста на економската политика како гарант за учесниците да ги реализираат нивните цели во дадените рамки.

1.2.2 Придобивките на ордолиберализмот

Покрај влијанието на ордолиберализмот врз практичната економска политика, Фрајбуршката школа исто така има важни теоретски придобивки. (Streit & Kasper 1995, pp. 120-122)

Како **прво**, школата изврши аргументирана критика на колективистичкото економско планирање од гледна точка на политиката на поредокот. Критиката се вршеше независно од австриската школа во 30-тите и 40-тите години од минатиот век. Во тоа време, најголемиот дел на економистите мислеа дека централното планирање во теоријата е можно.

Втората придобивка беше инсистирањето за значењето и важноста на институциите за функционирањето на пазарно-економскиот поредок. Тоа беше невообичаено, бидејќи во тоа време, во економската наука и политика улогата на институциите беше комплетно запоставена. Главните претставници на поствоената економска теорија немаа скоро што да кажат околу темите на јавна или приватна сопственост или микроекономски реформи за зголемување на ефикасноста. Тие повеќе беа уверени дека координацијата на економските активности предизвикана од страна на бирократско планирање е помоќна од хаотичното натпреварување на пазарите. Ордолибералите се ангажираа за законодавство кое и поставува правила на приватната конкуренција. Сепак, тие не ги анализираа нештата од гледна точка на избор помеѓу различни системи на правила или на еволуција на правилата, значи, спротивно на денешните претставници на еволуционата и институционална економика.

Трето, Фрајбуршката школа, за разлика од денешните теоретски пристапи, имаше помалку проблеми со поддршката на слободата како основна вредност и со потребата од државна регулација за зачувување на редот во пазарните економии.

Како **четврто**, Фрајбуршката школа беше во голема мера скептична во однос на можноста за управување со пазарните процеси. На доминантно присутната англосаксонска економика ѝ требаше многу повеќе време за да ги увиди границите за таканаречената „рационална интервенција“ на микро и макроекономско ниво.

Петто, Фрајбуршката школа даде придонес и со инсистирањето за улогата на владата во вообличувањето и промените на институциите. Убедувањето дека политичката и економската слобода се потребни една на друга, во првите постоени години, одигра значајна улога во политичките дебати за идното економско и општествено уредување на Германија.

Шесто, го отвори патот на конципирање и имплементација на концептот на социјално-пазарна економија.

Седмо, ако се имаат предвид основните теоретски постулати на германската варијанта на либерализмот, т.е. на ордолиберализмот, а посебно нивното застапување за поддржување на различни морфолошки пазарни структури, вклучувајќи го тука и конкурентниот сектор, т.е. секторот на мали и средни претпријатија (МСП), слободата на пазарот којашто мора да се придвижува кон конкурентно совршени пазари, интервенцијата на државата во случаи на нагласена пазарна (монополистичка моќ) која е погубна за малите бизниси, застапувањето за третман на претприемништвото и изборите на претприемачите идентичен со оној на слободата на изборот на потрошувачот, спротивставувањето на планската економија, глорификацијата на приватната сопственост, почитувањето на слободата на договорањето (во трговијата и пошироко во економската активност), тогаш неспорен е придонесот на оваа школа за третманот на претприемништвото како генератор на економскиот просперитет.

Ордолиберализмот може да се третира како значаен дел на долгата либерална традиција. За разлика од авторите на класичната англиска политичка економија, германските ордолиберали многу повеќе се концентрираа врз институционални прашања. Фрајбуршката школа исто така се разликува во некои точки од модерниот англосаксонски либерализам. Тие едноставно веруваа дека добра правна држава, со способна јавна администрација, може многу да придонесе за економската ефикасност и за демократијата на либералното општество. Други економисти, како на пример, Friedrich von Hayek или Milton Friedman и теоретичарите на јавниот избор (Public Choice), не ја делат истата доверба за улогата на владата во економијата и во уредувањето на слободните општества. Оттука, ордолибералите беа многу попрактични и

повнимателни во размислувањето за креирање на уставни и правни правила, како предуслов за добро владеење.

1.2.3 За критиките на ордолиберализмот

Теориите на германските ордолиберали беа предмет на критики на автори во земјата и надвор од неа (Streit & Kasper 1995, pp. 125-127; Haselbach 1991, pp. 77; 113-115).

Едната линија на критика одеше во правец на обвинувања на ордолибералите дека со застапување на некои економисти од нивните редови или економисти блиски до нив (на пример, на Alfred Müller-Armack) за водење на политика за редистрибуција на доходот, всушност премногу се застапуваат за социјална политика и дека тоа е во спротивност со нивните основни постапки за совршени пазари (со регулација на нивната монополистичка моќ), за индивидуална економска слобода, за модерно претприемничко општество коешто води кон економски прогрес и просперитет итн. Прашање е колку овој вид на критика е оправдан, бидејќи кога во германското општество почна и премногу да се зборува и применува политика на редистрибуција на доходот, се покажа дека токму тој момент почна да го разорува наследството на ордолиберализмот и придонесе за воспоставување на корпоративно (korporatistisch), но, сепак, регулирано општество во Германија. Подоцна, голем број на германски либерални автори утврдиле дека државната социјална политика води кон ерозија на пазарно-економскиот поредок, точно како што беше предвидено од страна на ордолибералната политика. Исто така беше покажано дека добронамерно замислени социјални мерки имаат несоцијални последици и дека неспособноста на една влада да се придржува на принципите на политиката на поредокот ги прави граѓаните потполно зависни од социјалната држава. Другата линија на критика им замерува на ордолибералите на нивното ангажирање, па дури и лобирање кај политичарите, своето внимание да го насочат на осигурување на домашната конкуренција, со што беше занемарен аспектот на меѓународната конкуренција. Некои автори им префрлаат на ордолибералите дека тие, со оглед на претераната свртеност и барања за реализација на државно-политички и уставни промени, фактички се застапуваат за авторитативен либерализам. Имено, економските и политичките програми на

ордолиберализмот беа воспоставени уште пред 1933 година. Пред далекусежните политички промени во Германија во 1933 година, постоеја објективни надежи за реализација и имплементација на ордолибералните идеи преку нивно претворање во економски програми на претседателските влади на Brüning или Papen. За жал, со превземање на власта од страна на Hitler и национал-социјалистите, пропаднаа сите можности за економска преродба.

Веќе во 1930-тите години се покажа дека главната директива во ордолибералната економска политика беше постоењето на потполна конкуренција или нешто приближно до тоа. Имено, само во овие случаи владеат пазарите и слободата. Обврските на државната економска политика почнуваат на оние пазари на кои не постои потполна конкуренција – заради монополистичка моќ или заради тоа што објективно на одделен пазар нема можност за конкуренција. Ордолибералните струи го дефинираат поимот „моќ“ исклучиво како пазарна моќ, сите други можни форми на моќ од општествена гледна точка ги запоставуваат или недоволно ги потенцираат. Највисоката цел на ордолибералите е „редот“, а „слободата“ и „владеењето“ се средства за остварување на императивот на поредокот. Оттука, разликата помеѓу ордолиберализмот и класичниот економски либерализам е во тоа што кај ордолибералите пазарот се претвора во државен настан (во смисла дека неговата слобода е компетенција на владите). Невидливата рака на Adam Smith која хармонично ги координира себичните интереси на учесниците на пазарот е водена во ордолиберализмот од страна на „долгата рака“ на државата. Врз оваа основа, понатаму, критиките одеа до тврдењето дека некои либерали беа спремни да соработуваат со режимот на Хитлер. Ова, се разбира дека е дискутабилно, бидејќи ордолибералите, т.е. главните претставници на Фрајбуршката школа, се спротивставија на национал-социјалистите, посебно на воведувањето на планска економија којашто ордолибералите воопшто не ја прифаќаа.

1.2.4 Десет основни искази (стилизирани факти) на Фрајбуршката економика на поредокот

Се разбира дека теориите поврзани со Фрајбуршката традиција не се конечно завршени и непроменливи. Сепак постојат основни теми и искази формулирани

уште во 1930-тите години во Freiburg (Фрајбург) кои до ден денес остануваат централни идеи во Фрајбуршката интелектуална традиција. Може да се каже дека следните 10 искази можат да се третираат како стилизирани факти за Фрајбуршката традиција: (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 13-14)

1. Во центарот на економиката на редот (поредокот) стои анализата на општествените, правните и политичките рамки за економскиот поредок и предлози за нивното креирање.
2. Креирањето на економскиот поредок треба да се сфати како нешто спротивно на политичките интервенции на пазарот. Целта на економиката на редот е создавањето и имплементацијата на општи правила на игра, а не интервенција во играта.
3. Најважната задача на правилата на игра на еден Економски устав е заштитата на отворените пазари во економскиот поредок. Во таа смисла, конкуренцијата е еден вид на државен настан, бидејќи конкуренцијата не може сама да ги создаде и гарантира предусловите за просперитет.
4. Динамиката на општествениот и економскиот развој е најефикасна, ако конкуренцијата се гледа како процес на откривање, како што тврдеше Науек. Поредокот на економијата и нејзините правила би требало да бидат означени со широк степен на отвореност и севкупност (Allgemeinheit), кои нудат простор за индивидуални можности за развој и решенија.
5. Мерило за успешноста на еден економски поредок се претпоставките и наклоностите на членовите на општеството. Правилата на конкуренцијата треба да бидат усогласени со заедничките интереси на поединците.
6. За разлика од политиката на „laissez-faire“, кај Економиката на редот слободната игра на силите на пазарите не е на прв план, туку станува збор за креирање на правила за конкуренција. Во суштината на ова разбирање лежи конкуренцијата како средство за креирање на социјални и општествени цели.
7. Секоја специфична економска политика е дел на сеопфатна политика на ред. Станува збор за интегративни конекции на ниво на Економскиот устав, а не за балансирање на економските и останатите општествени цели од случај до случај. Креирањето на поредокот на конкуренцијата може и треба да опфаќа цели на социјалната политика, на еколошката политика итн., во

една општа концепција на политички поредок, но во согласност со силите на конкуренцијата.

8. Основниот услов за обезбедување на слободен поредок на конкуренцијата е консеквентното потиснување на барањата за привилегии на поединечни групи и на посебните интереси. Спречувањето на економски позиции на моќ, кои се појавуваат кај монополи и картели, е конститутивно својство на мислата на Економиката на редот. Конкуренција врз основа на перформанси треба да биде обезбедена, бидејќи истата ќе им гарантира успех на актерите, баш тогаш кога ќе го користат нивното знаење и нивните можности во корист на потребите на други.
9. Покрај поредокот на економијата, потребен е поредок на политичкиот систем кој треба да биде функционален и кој треба да ја штити слободата на граѓаните. Модерната Економика на редот треба да се занимава и со принципите на поредокот и процесите за политичка конкуренција врз основа на перформанси. Политичка конкуренција врз основа на перформанси ги наградува колективните одлуки кои одговараат на заедничките интереси на граѓаните.
10. Економиката на редот на крај е една интердисциплинарна, општествено - научна програма, која е во можност да заземе позиција во општествено - етички дискусии. Економските прашања се само дел од прашањата на севкупниот општествен живот, вклопени во соодветните институционални или културни околности и рамки. Еден поредок и креација на економија што сака да биде следен со успех мора да ги земе во предвид овие факти.

Овде е интересно да укажеме на фактот дека вака изведени стилизирани факти за фрајбуршката традиција, се разбира дополнети и со поновите истражувања на идеите кои беа предмет на нејзин интерес од страна на von Hayek и на неговите следбеници (значи на современи германски автори од областа), покажуваат големо совпаѓање со модерните микроекономски концепции врзани за економиката на трансакционите трошоци, економиката на регулацијата (економска и општествена), новата институционална економија и особено теоријата на јавниот избор.

Теоријата на редот се занимава со обликувањето на еден економски и општествен поредок. Корените на Теоријата на редот, како што видовме, се во

Freiburg, Германија. Таму, кон крајот на Втората светска војна, настана „Ордолиберализмот“ на таканаречената Фрајбуршка школа. Фрајбуршката школа беше еден интердисциплинарен збир на економисти и правници со цел да развијат функционална и човечки достоинствена економска регулатива за Германија по крајот на Втората светска војна. Најпознатите застапници на Фрајбуршката школа беа Walter Eucken (1891-1950), Franz Böhm (1895-1977) и Hans Grossmann-Doerth (1894-1944). (Sauerland 2008, pp. 5-6)

Традицијата на оваа првично германска економска теорија се продолжи до денешни дни со модерната Уставна економика на т.н. теоретичарите на јавниот избор. Уставаната економика ги бара правилата на игра, кои важат за политичкиот сектор на ниво на устав и кои резултираат со исход поволен за сите граѓани.

Модерната теорија за регулацијата (општествена и економска) во голема мера ги потврдува како валидни одредени традиции и стилизирани факти врзани за фрајбуршката школа. Денес, на пример, економската регулација на монополите многу помалку е ориентирана на директно инволвирање на државата во овие процеси, а многу повеќе на пазарни пристапи, односно на користење на конкурентските сили за зауздување на пазарната моќ на монополите – на пример, укинување на бариерите за влез во секторот, конкуренција за добивање на франшиза за монопол, потенцијална конкуренција и др. (Фити 2008^a, стр. 152-159) Слично е и со општествената регулација, посебно со регулацијата на негативните екстерналии, каде што преку високи даноци за загадувачите се настојува тие економски да се поттикнат да ја заштитат животната средина.

1.3 Малите и средните претпријатија во системот на социјално-пазарната економија

1.3.1 Општи согледувања

Поимот социјално-пазарна економија беше воведен од страна на Alfred Müller-Armack во 1947 година. (Haselbach 1991 pp. 151-157) Alfred Müller-Armack Социјално-пазарната економија ја разбираше како реализација на модерна државна и општествена форма на организација во согласност со човековото

поимање од страна на филозофската антропологија. Müller-Armack своето учење за социјално – пазарната економија, со тек на време, особено по Втората светска војна, го прилагоди на терминологијата којашто ја користеше Walter Eucken и која унифицирано беше користена од бројните застапници на ордолиберализмот во повоената Германија.

Суштинските политички придобивки од новиот либерализам на социјално - пазарната економија, според Müller-Armack, беа изведени од поимот „поредок“, а врз основа на искуствата на Вајмарската Република (Weimarer Republik) во која државата се испостави како жртва на различните економски и политички интереси. Според него, во споредба со либералните теории од првата половина на минатиот век, социјално - пазарната економија можеше да се дефинира како „јавен ред на конкуренцијата“ што значи конкуренција под супервизија на државата. Оваа дефиниција се совпаѓа со економско политичките мисли на Фрајбуршките кругови и со теоријата на Müller-Armack од пред 1933 година – помеѓу годините 1933 и 1945.

Креирањето на нов економски и општествен поредок може да доведе до изолација на делови на населението од општествените процеси и збиднувања и до нивно спротивставување на новиот поредок. Од овие причини, социјално-пазарната економија доби општествена задача да ја компензира можната изолација и да ги интегрира членовите на општеството, населението, во целината, како „луѓе“, а не само како економски субјекти. Според Müller-Armack, концепцијата на социјалната пазарна економија треба да осигура интеграција на економскиот поредок во еден севкупен (ganzheitlich) начин на живеење. Креирањето на „начинот на живот“ се гледа кај Müller-Armack како инструмент за стабилизација на социјалната пазарна економија.

Во 1960 година, Müller-Armack, врз основа на анализа на периодот непосредно по Втората светска војна, утврди дека социјално-пазарната економија сама по себе не е доволна за исполнување на таквите цели. Затоа, тој инсистираше на имплементација на т.н. втора фаза на социјално-пазарната економија, во која ќе треба да биде поставен и реализиран модел на нова општествена политика.

Економското чудо и социјално-пазарната економија многу брзо станаа „социјален мит“ во Сојузната Република Германија, но и пошироко. Реалноста

на економската политика и на нејзините детерминанти се повеќе се криеле зад таквиот мит. Општествениот мит околу социјално-пазарната економија настана и се зацврсти со помош на случувањата од 1948 година. Францускиот научник Jacques Rueff, познат финансиски експерт, во 1953 коментираше дека вечерта пред воведувањето на реформата на валутата Германците бесцелно се шетаа во градовите за да најдат нешто за јадење, а дента после тоа веќе мислеа само на тоа како да ги произведат добрата и услугите. Така, безнадежноста на лицата на германските граѓани видлива пред валутната реформа, веќе другиот ден беше заменета со надеж и оптимизам. Точно овој секавичен пресврт ги инспирираше емоциите на граѓаните на Германија да веруваат во чудото и да имаат надеж во концептот на социјално-пазарната економија. Haselbach тврди дека „чудото“ се случи уште пред започнувањето на реформата на германската парична единица. Тоа го потврдува со фактот што директорот на Франкфуртскиот економски совет излезе со препорака до производителите да ги чуваат добрата во нивните магацини поради настаните кои што ќе следат, а тие толку многу веруваа во тоа што едноставно престанаа да ги продаваат своите производи, со што беше предизвикана опасност од нова стагнација.

Müller-Armack, веќе уште од 1932 година, беше убеден дека новиот систем може успешно да функционира само под надзорот на силна надворешна и интегративна сила, т.е. дека и социјалната пазарна економија останува зависна од „јака држава“. Тој исто така мислеше дека „Модерната социјална држава ќе ги исполни нејзините задачи да посредува и израмнува помеѓу поединечните социјални нивоа, само ако економската динамика ѝ ја олеснува таа задача. Држава со слаба политичка основа, која денес е типична за западно - европските земји, не може да излезе на крај без една таква динамика и ќе се сплетка во случаи на стагнација и во големи борби помеѓу групите.“ (Haselbach 1991, p. 157).

1.3.2 Значењето на Фрајбуршката школа и ордолиберализмот за настанувањето на моделот на социјално-пазарна економија – од ордолиберализам кон социјално-пазарна економија

Walter Eucken работеше од 1927 година како професор по национална економија на фрајбуршкиот Albert-Ludwigs-Универзитет. Во 1932 година, Eucken

објави прилог со наслов „Државни структурни промени и кризата на капитализмот“. Тој во прилогот ја критикува политизацијата на економијата и бараше ново обмислување на односот помеѓу државата и економијата. Eucken тврдеше дека државата се претворила во играчка на економските интереси. Со тогашните тенденции на интервенционизам во економијата од страна на државата се рушеше, според Eucken, идеалот на класичниот либерализам, системот на слободниот натпревар координиран од страна на цените. Точно овие мисли беа централните тези во Економиката на редот, т.е во економиката на спонтаниот ред, во она што von Hayek подоцна го нарече *cosmos*. Фактички, под поимот Економика на редот се подразбира модерното продолжување на пристапот на Фрајбуршката традиција и ги опфаќа деловите на Теоријата на редот и Политиката на редот. Под поимот Фрајбуршка школа, како што и порано спомнавме, но треба повторно да потенцираме поради дополнување, може да се подразбере заедницата за истражување и настава околу професорите Walter Eucken, Franz Böhm и Hans Großmann-Doerth во 1930-тите и 1940-тите години при Универзитетот Freiburg. Резултатите на истражувањата се однесуваат на таканаречениот оригинален ордолиберализам/либерализам на редот. Кон оваа струја можат да се вклучат и Alexander Rüstow, Wilhelm Röcke, Alfred Müller-Armack и Ludwig Erhard. Притоа, Eucken бараше јака држава, а не тоталитарна, која нема да подлегне на притисоците од страна на поединечни групи на интерес, која ќе постави правила со кои ќе се одржува конкуренцијата на пазарите и која ќе ја гарантира слободата на сите актери во економијата. Eucken значи бараше јака држава, чија цел ќе биде да им служи на интересите на потрошувачите. Во истата 1932 година, Alexander Rüstow, кој инаку беше пријател и соработник на Eucken, ја изрази целта на новиот либерализам со инсистирање јаката држава да се наоѓа над економијата, над групите на интерес, точно таму каде што и припаѓа местото. Третиот теоретичар покрај Eucken и Rüstow е Wilhelm Röcke, од чии теории и идеи подоцна и настана таканаречената Социјална пазарна економија. Röcke исто така ја поддржуваше тезата државата да не паѓа на притисоците за остварување лични интереси од страна на поединечни групи. Може да се тврди дека тројцата научници бараа нова ориентација на водење на државата, нов економски поредок ориентиран кон либерализмот, но со видлива рака која сепак не е управувана од посебни интереси. Тој нов начин на управување ги рефлектирало тешкотиите и

проблемите на економски план со кои што се бореше Вајмарската Република. Неспособноста на државата во тогашното време (Вајмарска Република) да ги спречи појавите на картели и да овозможи стопанството да функционира врз принципот на најдобри перформанси на претпријатијата, ги натера економските теоретичари да ги предефинираат задачите на економската политика на државата. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 1-3)

Барањето спонтаните игри на пазарот да подлежат на регулација на правна рамка и на неутрални „судии“, со цел да се спречи настанувањето на економски позиции на моќ и да се искористат позитивните својства на натпреварувањето, стана водечки принцип за креирање програма за истражување на Факултетот за право и политички науки при Универзитетот во Freiburg. При тоа мора да се напомене дека пред сè соработката помеѓу Eucken и двајца негови колеги од сферата на правната наука (Franz Böhm и Hans Großmann-Doerth) придонесоа Фрајбуршката школа да може да ориентира кон самостоен и интердисциплинарен начин на мислење. Интересно е да се спомне дека Walter Eucken и правниците Franz Böhm и Hans Großmann-Doerth, истовремено и на исто место, без да знаат за поединечните активности, работеа, истражуваа, иста тема. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 3-5)

Во својата хабилитација насловена како „Конкуренција и борба на монополи“ (1933), професорот Böhm ја формулираше обврската да се преведе класичната економска филозофија од економски на правен јазик. Со тоа Böhm ја отвори вратата за создавање на т.н. меѓусебна зависност на системите, т.е. за неопходната поврзаност на економските, уставните и правните прашања за конкуренцијата и системите. Großmann-Doerth, од друга страна, работеше на прашањето за т.н. самостворено право на економијата и државното право, и се залагаше државата да ги контролира општите услови за тргување со цел да се стопира паралелното постоење на државни и приватни правни системи. Во 1936 година Фрајбуршката школа започна со издавање на серија на дела насловена како „Поредок и економија“. Првата книга од серијата на дела беше напишана од страна на Böhm и издадена под името „Поредокот на економијата како историско и правно создавачко дејство“ имаше фундаментално значење за развојот на ордолиберализмот. Тој во тоа дело дефинираше една клучна карактеристика и премиса на Фрајбуршката школа - правото, кај слободната

пазарна економија, ја признава слободата во рамките на поредокот и доколку дојде до конфликт помеѓу едното и другото (слободата и поредокот), тогаш поредокот мора да има предност во решавањето на конфликтот. Eucken, Großmann-Doerth и Böhm, подоцна силно го проширија кругот на припадници на Фрајбуршката школа со свои колеги и ученици, кои формираа и посебна работна (истражувачка група): Hans Otto Lenel, Friedrich A. Lutz, Karl Friedrich Maier, Fritz W. Meyer, Leonhard Miksch и Bernhard Pfister. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 3-5)

Почетоците на развојот на Ордолиберализмот паѓаат во исто време со растот и напливот на национал-социјалистичката диктатура. Многу рано веќе се покажаа фундаменталните разлики и несогласувања помеѓу членовите на Фрајбуршката школа, пред сè Eucken и Böhm, и национал-социјалистичката идеологија, која беше застапувана од тогашниот ректор на Фрајбуршкиот универзитет. Отпорот на Фрајбуршкиот универзитет се институционализираше во работата на таканаречените „Три фрајбуршки собири“ во кои учествуваа и припадници на Фрајбуршката школа. Загубата на слободата на универзитетите и општеството во времето на диктатурата, придонесе ордолибералната програма да се развие, како што нагласува Eucken во 1952 година, во програма на слободата. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 3-5)

1.3.3 Третманот на малите и средните претпријатија и претприемништвото во концептот на социјално-пазарната економија

Концептот на социјално-пазарната економија ги влече своите корени од ордолиберализмот и Фрајбуршката школа. Затоа, при третманот на ова прашање, Фрајбуршката школа, постојано и повторно ќе ја споменуваме - тоа, едноставно не може, а и не смее да се избегне.

Таканаречената Фрајбуршка програма на слободата се претвори после Втората светска војна во еден од основните фундаменти на социјалната пазарна економија. Имено, после Втората светска војна Eucken и Böhm, а повремено и соработникот на Eucken, Miksch, станаа членови на Научниот советодавен одбор на Erhard и се стекнаа со можност активно да влијаат врз политиката на либерализација на Erhard. Големи заслуги за воведувањето на концептот на

социјално – пазарна економија му припаѓаат на Erhard, поради повеќе причини: 1) тој извршуваше значајни државнички функции – Директор на економската администрација на би-зоната (американската и британската), а подоцна и Сојузен министер за економија и (2) тој вложуваше големи напори на граѓаните да им ја објасни суштината и социјалната димензија на пазарната економија, како и големи напори за нејзино практично имплементирање. Се зборува дека самиот Erhard ги читаше делата на Eucken непосредно пред крајот на Втората светска војна или сигурно после Втората светска војна. Тој во Ордолиберализмот гледаше теорија која ги препозна предизвиците на тогашното време, па дури концепт кој може да стане негова догматска референтна точка. Erhard ја поврза теоријата на Фрајбуршката школа со неговиот политички прагматизам. Имено, и кај него и кај Фрајбуршката школа, преовладуваше желбата за етаблирањето на пазарот и конкуренцијата како ефикасно средство за достигнување на општествените цели.² Erhard укажуваше дека фундаментот на вистинската политика за мали и средни претпријатија се наоѓа во стабилноста на валутата. Само преку стабилна валута и со стабилни цени е можно да се одржи слободната економија. Кога е исполнет условот на стабилни цени, тогаш населението е подготвено да штеди. Штедењето е услов за ефикасен пазар на капитал, односно штедењето ги обезбедува потребните

² Акцентирането на блиската врска помеѓу Ludwig Erhard и Фрајбуршката школа е многу важен за западно - германското економско чудо, иако многу автори ја оспоруваат неговата поврзаност со Фрајбуршката школа. (Commun 2004, p. 2).

Erhard од 1919-1922 година студирал на Универзитетот за применети науки во Нирнберг (Nürnberg) и дипломира како економист. Тој тогаш учеше под влијание на таму присутната либерална традиција на професорите Wilhelm Rieger и Wilhelm Vershofen. Докторатот Ludwig Erhard го пишуваше под менторство на социологот Franz Oppenheimer при Универзитетот во Франкфурт од 1922 – 1925 година. Може да се претпостави дека тој точно таму го разви неговото чувство за социјални теми, а не толку под влијание на Фрајбуршката школа. Исто така Erhard се интересираше за конкретни економско - политички прашања, а помалку за теоретски дискусии и тој настојуваше да ги поврзи микроекономските теми. (Commun, 2004 p. 4)

До денес се спомнува дека одлуката за ослободување на цените, Erhard најверојатно ја донел, бидејќи бил всушност убеден да го направи тоа од страна на Eucken и Miksch кои пак беа членови на научниот совет. (Commun 2004, p. 9)

средства за долгорочното кредитирање на економијата. Финансирањето на бизнисите исклучиво преку остварениот профит од разликата на цени не води, на долг рок, кон задоволителен раст на економијата. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 5-7)

Erhard повторуваше дека во тоа време сеуште не постои јасна дефиниција, што сè опфаќа поимот мали и средни претпријатија. Кон крајот на таа деценија се формираше специјален институт за мали и средни претпријатија, чија задача беше да врши социолошки испитување за МСП, но и да помогне за дефинирање на поимот. Според него, класифицирањето на малите и средни претпријатија (Mittelstand) според приходите искажани во даночните табели, не е доволен критериум за нивно разграничување. Erhard укажуваше дека поимот Mittelstand е врзан за оној дел од популацијата кој бил подготвен на сопствен ризик да ја режира својата судбина од економска, општествена и политичка гледна точка. Тие луѓе, исто така, така ја преземаат одговорноста самостојно да се грижат за обезбедување од кризни периоди во животот. Понатаму, Mittelstand упатува на висок степен на индивидуалност и самоодговорност. И Erhard, како што впрочем тоа беше случај и со многу други економски експерти активно вклучени во политичкиот живот на Западна Германија во тоа време, се противеше на барањата за помош на МСП, особено за оние кои би значеле поголемо мешање на државата во оваа сфера, со аргументација дека на тој начин на Mittelstand ќе му биде одземена слободата и достоинството. Владата треба да се концентрира само на работи кои се нејзина компетенција. Владата има задача, преку фискалната политика, да се справува со економските флукуации (бизнис-циклусите), а централната банка има задача да се грижи за стабилноста на валутата. Владата може да го помогне Mittelstand преку водење на вистинска антимонополска политика, со мерки од трговската и царинската политика и со влијание врз јавните набавки. Мерките од сферата на монетарната и кредитната политика не може индивидуално да се користат од причина што имаат влијание врз целото население, врз целата економија. Со кредитната политика не можеле да се таргетираат и следат одредени цели.

Erhard бараше од сите страни во економијата дисциплина кога станува збор за нивните барања. Производителите да се дисциплинирани во креирањето на цените, а работниците со синдикатите да имаат мера во нивните барања за

зголемување на платите. И овде се гледа опседнатоста на министерот, а преку него и на владата, за одржување на стабилно ниво на цените. Тоа за нив беше клучот за успешен развој на економијата.

Erhard го потенцираше значењето на МСП во сферата на иновациите. Тие, сметаше тој, имаат доминантни позиции во креирањето на производи со подобри карактеристики и во креирањето на сосема нови производи, поради нивната духовна агилност и флексибилност, што не е случај со големите претпријатија. Тој исто така тврдеше дека динамичната економија отвора простор за формирање на нови МСП и дека МСП се претпоставка за водење на либерална економска политика. (Erhard 1958^a, pp. 51-61)

Alfred Müller-Armack, по Втората светска војна, исто така, доследно се застапуваше за воведување на социјалната пазарна економија и практично влијаеше од позиции на Државен секретар во Сојузното министерство за економија. Müller-Armack ја формулираше другата клучна премиса на новиот поредок, според која неопходно е поврзување на пазарната конкуренција и слободната иницијатива со социјалниот напредок, повторно осигуран од страна на пазарот. Müller-Armack ги познаваше Фрајбуршките економисти Walter Eucken и Erwin von Beckerath од заедничката соработка во средината на 1930-тите години при Академијата за германско право. Таму, како гостин соработуваше и Adolf Lampe, човек кого некои научници го гледаат како суштинскиот мотор на економско-политичката работа во Фрајбуршките кругови. (Dietzfelbinger 1998, p. 53)

Müller-Armack ја критикуваше Фрајбуршката школа за тоа што нивниот концепт не ѝ обрнуваше доволно внимание на социјалната политика. Претераната фокусираност на Фрајбуршката школа на принципите на конкуренцијата беше предмет на неговата критика, иако тој, во основа се согласуваше со политиката на конкуренцијата на Фрајбуршката школа. Сепак неговите замисли решавачки се разликуваат со идеите на Фрајбуршката школа во потенцирањето на улогата на „Социјалата“. Наклоноста кон социјалните прашања кај Müller-Armack потекнуваше од неговите економско-историски и социјално-историски студии во почетокот на неговата научна кариера и понатаму од религиозно-социолошките трудови, кои му го потенцирале чувството за реалноста и тежината на

социјалните прашања. Потврда дека Müller-Armack беше близок и наследник на Фрајбуршката школа и дека неговите теории не беа спротивставени на тие на Фрајбуршката школа е фактот што тој го гледаа како наследник на Eucken, во Фрајбург. Сепак на крај Müller-Armack не ја презеде катедрата. (Dietzfelbinger 1998, p. 57)

Во 1950-тите и 60-тите години, кога станува збор за пазарната конкуренција, социјалната пазарна економија ги следеше премисите на Фрајбуршката школа, според кои слободната иницијатива мора да се поврзи со правила, а приватната сопственост и слободата на договорањето ќе овозможат слободен пристап до пазарите. На пазарната конкуренција ѝ служеа и организации со политичка моќ. Германска антимонополска комисија и независната Централна банка беа важни столбови заслужни за успехот на моделот на социјално – пазарна економија. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 5-7)

Erhard и Eucken на почеток очекуваа суштинскиот придонес на социјалниот напредок да биде генериран од конкурентно структурирани, отворени и динамично растечки пазари. Социјалното прашање го наоѓа првиот и решавачки одговор во поредокот на конкуренцијата и тоа се случува заедно со пазарот, оттука, не станува збор да се биде за или против пазарот. На овој начин социјалната политика станува рамномерен и интегрален дел на концептот. Овде не станува збор за одредени палијативни интервенции на пазарот, условени од социјални причини, туку за слободен пристап на пазарите (без привилегии) што и ќе овозможи социјален напредок од слободната иницијатива. Принципот на еднаквост на пазарите нуди добра ориентација при креирањето на социјалната политика. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 5-7)

Кај сите претставници на Фрајбуршката школа, централен елемент на пазарниот систем е функционалниот ценовен систем. Економско-политички мерки кои сакаат да ги остварат нивните цели преку манипулација на цените ги уништуваат точно социјално важните функции на пазарот и водат кон концентрација на моќта.

Моделот на социјално-пазарна економија, се разбира, не беше поштеден и од кризни елементи. Стагфлацијата во седумдесеттите години на минатиот век генерираше барања за засилување на социјалните функции на државата. Тоа,

уште повеќе дојде до израз кон крајот на 1980-тите години, со пропаѓањето на социјализмот и обединувањето на земјата, процес што беше проследен и со намалување на стапките на економски раст. Меѓутоа, порастот на социјалните трошоци дејствуваше негативно врз економската ефикасност. На почеток социјалната држава беше во функција на надополнување на конкуренцијата, а во текот на времето се претвори во противник на поредокот на конкуренцијата. Оттука се јавија барања за враќање кон изворните идеи на Фрајбуршката традиција.

Hans Großmann-Doerth почина во војната во 1944 година, Franz Böhm го напушти универзитетот во 1945 година и замина за Франкфурт, а Walter Eucken почина во 1950 година. Böhm редовно беше активен и се трудеше да ги пренесува идеите на Фрајбуршката школа. Тој како пратеник во Сојузниот парламент значително беше инволвиран во имплементацијата на Законот против ограничување на конкуренцијата кој стапи на сила во 1957 година. Значајни делови на овој Закон беа напишани под негово влијание, иако некои негови делови отстапуваа од фрајбуршката традиција. Идеите на основачите (Gründungsväter) на Ордолиберализмот се зачувани и се развиваат до денешни дни – на пример, сопругата на Eucken, Edith Eucken-Erdsiek, се ангажирала додека беше жива за наследството на сопругот и по нејзина иницијатива беше основан Walter Eucken институтот во 1954 година. Учениците на Eucken, кои во 1950-тите и 1960-тите години прифатија катедри на различни универзитети во и надвор од Германија, го продолжија наследството на Фрајбуршката школа и активно партиципираат во економските и политичките дебати за социјално-пазарната економија. Ордолибералната научна програма доби значителни нови импулси со доаѓањето на Friedrich A. von Hayek во Фрајбург во 1962 година. Von Hayek уште во дваесеттите години на минатиот век беше во контакт со Eucken и други ордолиберали, а контактот се интензивираше после Втората светска војна со соработката во Mont Pèlerin Society. Сепак von Hayek самостојно разви свои идеи за политиката и теоријата на спонтаниот ред во времето што го помина во Лондон и покасно во САД. Неговото активно присуство во Фрајбург придонесе за креативно надоврзување на Фрајбуршката традиција. Тоа, особено се манифестираше во две области – неговото учење за спонтаниот ред и неговиот третман на значењето на знаењето за економскиот раст. Се

покажа дека Фрајбуршката традиција и еволуционата социјална филозофија на von Hayek во голема мера се комплементарни. Наследниците на von Hayek, особено, Erich Hoppmann, Manfred E. Streit и Viktor J. Vanberg и други, продолжија да ги развиваат неговите идеи и посебно оние кои често пати се однесуваат и на постарата Фрајбуршка традиција. Hoppmann, на пример, значително влијаеше со неговите трудови во дебатите во 1970-тите години врзани за политиката на конкуренцијата. Streit, од друга страна, покажа како модерните микроекономски концепти за трансакционите трошоци, еволуционата економика и други, можат да бидат искористени за збогатување и обновување на економиката на редот. Vanberg, кој во САД соработуваше со нобеловецот Vuchanap, во Германија ги трансферираше модерните пристапи за т.н. конституционална политичка економија, т.е. барањето на теоретичарите на јавниот избор за воспоставување на еден вид на устав кој ќе ја регулира моќта на владата во областа на оданочувањето и трошењето на јавните приходи. Објавувајќи трудови на англиски јазик Vanberg го зголеми интересот за Фрајбуршката традиција помеѓу научната заедница од англиското говорно подрачје. Многу работи од тоа што денеска научно се признаваат како придонеси на Нова институционална економика беа, всушност, третирани уште во 1930-тите години од страна на Фрајбуршката економска школа. (Goldschmidt & Wohlgemuth 2007, pp. 5-12)

Сепак, од сите оние кои работела на развојот на германската економска мисла најголем придонес за воведувањето на социјално-пазарната економија во Германија, имаат Alfred Müller-Armack (1901-1978) и Ludwig Erhard (1897-1977). Alfred Müller-Armack го изработи и го инкорпорира „социјалниот дел“ на преден план во пазарно економскиот поредок во времето додека работеше на Вестфалискиот Wilhelms-универзитет Münster. Тој дури се смета и за автор на поимот на Социјално - пазарна економија. Müller-Armack од 1952 година беше висок функционер во Министерството за економија. Ludwig Erhard беше Министер за економија и претпоставен на Müller-Armack. Erhard го напиша

трудот „Wohlstand für alle“ (Просперитет за сите) и како министер беше еден вид на врска помеѓу теоријата и практиката. (Sauerland 2008, p. 7-9)³

Почетната точка на теоријата на Müller-Armack беше обидот на создавање на синтеза помеѓу либералната и социјалната традиција. Müller-Armack потполно се согласуваше со ордолибералите во точките за обезбедувањето од страна на државата на индивидуалните слободи, човечкото достоинство и слободата во економските врски. Тој на конкуренцијата гледаше како на јавно добро и во врска со тоа потполно ги споделуваше сфаќањата на ордолибералите. (Schefold et al. 1999, pp. 67-70)

Разликите помеѓу Müller-Armack и ордолибералите се наоѓаат во деловите каде што тој зборува за таканаречената „управувана пазарна економија“. Поимот е од негова страна несреќно избран и погрешно може да се интерпретира дека тој се застапува за политика на економско управување, што всушност не беше така. Müller-Armack претпочитуваше политички поредок, во кој државата постапува според поставени правила и во кој државата, фактички, отстапува од мешање во пазарните процеси. Кај Müller-Armack, правата интерпретација на управуваната пазарна економија од гледна точка на политиката на редот се наоѓа во делот каде што тој ја гледа конкуренцијата и пазарната економија како производ на историски развој, на еволуцијата. Конкуренцијата и пазарната економија се пробиваат таму каде што истите не се контролирани или потиснати од политички центри на моќ. Следејќи ја традицијата на либерализмот во текот на времето, Müller-Armack ја гледа политиката на редот како производ, творба на правото, на кој му е потребна јака управувачка рака на државата. (Schefold et al. 1999, pp. 67-70)

За Müller-Armack, клучна е социјалата. Застапувањето на Müller-Armack за силна социјала базира на историски факти врзани за Германија. Тој имал лично

³ Müller-Armack ги познаваше Фрајбуршките национални економисти Walter Eucken и Erwin von Beckerath од заедничката соработка во средината на 1930 -тите години при Академијата за германско право. Таму, како гостин соработуваше и Adolf Lampe, човек кого некои научници го гледаат како суштинскиот мотор на економско - политичката работа во Фрајбуршките кругови. (Dietzfelbinger 1998, p. 53)

искуство со негативните последици на губење на основата на индивидуалната заштита од ризиците на староста и сиромаштијата. Покрај личното искуство, тука беше и помнењето за двете големи инфлации проследени со реформи на валутата од годините 1923 и 1948, во кои милиони луѓе ги имаа изгубено заштедените средства. Последиците на двете светски војни беа голем број на вдовици, сирачиња и бегалци. Затоа, за него “Социјално-пазарната економија е комбинација на принципот на слободата на пазарот со тој на социјалната праведност.” Концептот на Müller-Armack е врз основа на пазарно - економски правила. Сите социјално политички мерки мора да одговараат на критериумите на пазарот. Имено, тој опоменуваше да нема социјално политички мерки кои не одговараат на пазарната економија. Müller-Armack исто така стоеше зад тврдењето, дека успешна социјална политика може да биде спроведена само врз основа на продуктивна пазарна економија. (Scheffold et al. 1999, pp. 70-73)

Како и секоја економска теорија, ордолиберализмот на Фрајбуршката школа може да се гледа како пристап за разрешување на трите фундаментални цели на секоја економија – алокација, дистрибуција и стабилизација. Со алокација се опишува снабдувањето на населението со добра и услуги. Дистрибуцијата значи праведна дистрибуција на приходите и средствата. Стабилизацијата на крај е воспоставување на економски ред со што има помалку флукуации. На нивото на инструменти стојат на располагање два типа на економски поредока. Првиот поредок е пазарната економија со координацијата на децентрализирано поставените планови преку ценовниот механизам на пазарот. Вториот е планската економија, во која една централна државна институција го презема планирањето на економските активности на засегнатите актери. Застапниците на Фрајбуршката школа ги развиле нивните идеи за поредок врз основа на дотогаш познатите искуства со двата системи. (Sauerland 2008, pp. 7-9)

Во трудот „Grundsätze der Wirtschaftspolitik“ (Принципи на економската политика), Eucken тврди дека до тогаш практикуваните политики на таканаречениот „laissez-faire“ од страна на чистата пазарна економија и на планската економија не довеле до пожелни резултати. Слабостите на „laissez-faire“ политиката беа што во чистата пазарна економија можат непречено да настанат позиции на моќ во форма на картели или монополи. Кај планската економија, пак, слабостите се наоѓаат во делот на алокацијата, т.е.

снабдувањето со добра и услуги кои не одговараат на побарувачката од страна на населението. (Sauerland 2008, pp. 7-9)

Кога зборуваме за третманот на претприемништвото и на малите и средните претпријатија во германската традиција (онаа на Фрајбуршката школа и на теоретичарите на моделот на социјално-пазарна економија), посебно треба да се истакнат следниве моменти: (Sauerland 2008, pp. 11-18)

- (1) Ако се навлезе подетално во задачите и обврските на приватните актери на пазарите, станува јасно дека приватните актери смеат слободно да одлучуваат за нивните постапки, но дека не смеат да ги менуваат условите според нивните потреби или желби. Еден дел при тоа се законите за заштита на конкуренцијата, исто како и супервизијата на конкуренцијата. Сепак се нагласува големиот степен на слобода која ја имаат приватните актери во нивните дејства.
- (2) Еускен дефинира ред на конститутивни и регулативни принципи во поредокот на конкуренцијата. Тие принципи можат исто така да бидат ставени под целта на воспоставување на функционален ценовен систем на потполна конкуренција. Еден од основните принципи на поредокот на конкуренцијата е обезбедување функционален механизам на цени за координација на економските активности. Конкретно, станува збор за избегнување на нарушувањата, дисторзиите на релативните цени, кои настануваат на пример со инфлацијата, или со мешање на државата во нивното формирање.
- (3) Неколку од дефинираните конститутивни и регулативни принципи во голема мера се однесуваат на промоцијата на претприемништвото. Кај конститутивните принципи станува збор за принципите на отворените пазари, приватната сопственост, слободата на договорарање и постојаност на економската политика. Целта на принципот на отворените пазари е да се обезбеди слободен пристап на потенцијални понудувачи на поединечните пазари и да се обезбеди интензивна конкуренција помеѓу нив. Интензивната конкуренција ги принудува производителите да се ориентираат на потребите на потрошувачите, на нивните желби и преференции. Еускен сакаше да го обезбеди овој принцип на силна конкуренција со тоа што бараше и на

државата и на приватните актери да им биде забрането да поставуваат бариери за влез на пазарот. Ова може да се направи со помош на закони за конкуренција и со помош на супервизијата на конкуренцијата. Приватната сопственост е елементарен предуслов за актерите воопшто да имаат мотивација да извршуваат економски активности. Истовремено тоа значи одговорно користење на ограничените расположливи ресурси. Принципот на слободата на договарањето го надополнува принципот на приватната сопственост. Сепак, постои опасноста во случај на неограничена слобода на договарање, истата да биде злоупотребена од страна на актерите, со цел да биде попречена конкуренцијата – постојна и потенцијална. Јасно е дека слободата на договарање мора да биде ограничена со целта да се зачува, а не да се загрози функционалноста на поредокот на конкуренцијата. Последниот принцип, постојаноста на економската политика, е важен, бидејќи на сите економски субјекти им е потребна сигурност во однос на очекувањата поврзани со економската политика во иднина. Тоа значи да нема многу промени во економската политика, односно таа да биде предвидлива. Без тоа, доаѓа до воздржување на инвеститорите.

- (4) Еускен посебно го сврти вниманието кон проблемите со настанувањето на монополи и прашањата за заздување на нивната пазарна моќ. Овие прашања, според него, се од суштинско значење за развојот на претприемништвото. Еускен предлагаше формирање на независна државна монополска комисија за борба против монополите и за заздување на нивната моќ, односно за спречување на злоупотребата на нивната пазарна моќ. Независноста на антимонополските власти е значајна за да се обезбеди различните интересни групи да не можат да влијаат врз монополската супервизија. Предлозите што ги даваше Еускен се поклопуваат со модерното законодавство и практика на работа на антимонополските комисији.

Ако ги сумираме погледите на творците на социјално - пазарната економија за основните принципи на оваа концепција, исто така, јасно може да се согледа нејзината поврзаност со *претприемништвото и претприемничкиот амбиент, т.е. со пазарот, конкуренцијата и слободата на индивидуата – како потрошувач и како производител*. Овие принципи Erhard и Müller-Armack ги

сумираат во еден заеднички труд во кои одговараат на некои критики кои му се упатуваа на моделот на социјално - пазарната економија. Имено, социјалната пазарна економија имаше непријатели од многу страни, кои со жестока реторика ја напаѓаа теоријата. Многу страни исто така погрешно ја интерпретираа теоријата и со тоа, исто така, се ствараше погрешна слика околу концептот на социјалната пазарна економија. Поради овие напади и погрешни интерпретации, Ludwig Erhard и Alfred Müller-Armack напишаа труд во кој го бранат концептот на социјалната пазарна економија и во кој земаат став против критиките и ја потенцираат оригиналната интерпретација на концептот на социјалната пазарна економија. (Erhard & Müller-Armack 1972, pp. 25-28)

Според нивните согледувања, социјално-пазарната економија се состои од **шест** основни принципи. **Првиот принцип** е дека социјалната пазарна економија базира врз основа на флексибилен и динамичен пазар. **Вториот принцип** е концептот, покрај опоравувањето на производството и гарантирањето на личната слобода, со себе да донесе и социјален напредок преку процесот на пазарната економија. Аргументацијата е дека процесот на пазарната економија доведе до невидливо проширување на куповната моќ во различни социјални нивоа. Понатаму, со континуираниот раст се создаваа многу работни места и тоа беше основата за растечки плати и приходи за сите социјални нивоа. **Третиот принцип** укажува дека поредокот на социјалната пазарна економија може да функционира само во јака демократска држава. **Четвртиот принцип** инсистира на убедувањето дека самиот пазарен систем не може да биде гаранција за социјален напредок. Пазарниот систем сам по себе води до социјален напредок, но самото тоа не е доволно. Задача на државата е преку државниот буџет и јавните осигурувања да ги пренасочува средствата кои настануваат од пазарниот процес кон социјални услуги како детски додаток, пензии или социјална помош. Ова не значи дека државата се меша на било кој начин во процесот на пазарот. Мора да стане јасно, дека средствата од буџетот мора да бидат генерирани и да зависат од економската моќ на пазарот. **Петтиот принцип** на социјалната пазарна економија е подобрување на условите за живот и квалитетот на животот на сите граѓани. Ова претпоставува инвестиции во инфраструктурата, во едукацијата, здравството итн. Набројаните принципи се важни задачи на државата, кои го надополнуваат системот на

социјалната пазарна економија. Планските елементи кои се составен дел во политиката на конкуренција и во социјалното обезбедување не значат граница која е пречекорена и со која концептот го губи пазарно-економскиот карактер. **Шестиот принцип** е дека концептот со неговите цели останува актуелен и за иднината на државата. Концептот останува пазарно-економски, бидејќи поредокот инсистира на слобода на сите групи во општеството, а со тоа ја обезбедува приватната сопственост и гарантира постојан економски раст. (Erhard & Müller-Armack 1972, pp. 25-28)

1.4 Преглед на литературата за претприемништво во Германија

1.4.1 Општ пристап

Прегледот на литературата за претприемништвото во Германија, во овој дел на трудот, е даден по хронолошки редослед, почнувајќи од придонесите на одделни германски автори од 1950-тите години, па се до денешни дни. Целта е да се објаснат приодите на германските автори во третманот на МСП и претприемништвото, да се диференцираат специфичностите во однос на доминантната светска економска литература од оваа област (онаа од англосаксонското говорно подрачје каде што најсилно влијание имаат авторите од САД и Велика Британија) и да се укаже на сличностите со јадрото на модерната економска мисла за претприемништвото.

Познато е дека германската економија се карактеризира со силен степен на концентрација на производството и капиталот, односно со голема доминација на крупни претпријатија од типот на Thyssen-Krupp, Siemens, Daimler, Deutsche Telekom, Volkswagen, BASF итн., кои имаат високо учество во формирањето на бруто - домашниот производ, во технолошкиот развој и во надворешно - трговската размена на земјата.

Се разбира дека ова не значи оти малите и средните претпријатија во Германија немаат значајна улога во економијата. Напротив, тие, како и во сите современи економии, претставуваат релевантен сегмент на економската структура и на нивниот третман во економската литература, како и на мерките на нивна промоција и поддршка, им се обрнува големо внимание. Тоа, на еден или друг начин, се вклопува во филозофијата на германскиот економски систем

на социјално-пазарно стопанство и на германската традиција во овој домен – изградба на оригинален стопански систем базиран на германскиот тип на либерализам и неолиберализам, т.е. на ордолиберализмот, од што, подоцна, со негово надградување, како што беше објаснето во теоретскиот дел на трудот, се издигна и автентичниот германски економски систем.

1.4.2 За третманот и значењето на малите и средни претпријатија во Западна Германија во 1950-тите и 1960-тите години

Во текот на педесеттите и шеесеттите години на минатиот век на третманот на малите и средните претпријатија во тогашна Западна Германија им се обрнуваше големо внимание, бидејќи тие, на еден или друг начин, се третираа како значаен столб на обнова на земјата и за осигурување на стабилен и одржлив економски развој. Во овие рамки во литературата доминираа искажувања за неколку значајни прашања поврзани со малите и средните претпријатија:

- значењето на МСП за одржување на конкуренцијата (на оваа цел во Германија до денешни дни му се обрнува огромно значење и не е чудно што Германија има еден од најефикасните системи во светот за борба против монополите и злоупотребата на пазарната моќ), зголемување на ефикасноста и стабилноста на економско-социјалниот развој;
- проблемите на финансирање на МСП;
- проблемите на МСП во даночната сфера;
- значењето на Mittelstand;
- МСП и иновативноста.

Во понатамошната анализа, преку разработка на селектирани германски автори ќе ги пренесеме погледите за МСП што во овој период доминираа во Западна Германија.

Проф. Др. Franz Böhm, пратеник во сојузниот парламент во текот на педесеттите години на минатиот век, укажува на значењето на МСП –

MITTELSTAND, за Западна Германија, односно, како што тогаш се велеше за поредокот на конкуренцијата. (Vöhm 1958, pp. 9-20)

Тој аргументираше дека поредокот на пазарната економија базира врз основа на слободата на трговијата, слободата на приватната сопственост, слободата на договарањето, размената на трудот и конкуренцијата. Тој поредок сака, едновремено да биде и поредок на слободата и поредок на продуктивноста. Ова значи дека станува збор за економски систем, кој ги усогласува соодветно и разумно економските активности на поделбата на трудот на сите економско активни субјекти со потребите на слободните потрошувачи. Крајната цел е максимално да се подигне животниот стандард на сите делови на населението, а посебно на широките маси.

Според Vöhm, постои голема разлика дали во една економија постојат многу мали и средни претпријатија или малку големи и многу големи претпријатија. Тој поради тоа ја критикува пазарната економија, бидејќи таа остава самата конкуренција и иднината да решат дали ќе има мали, средни или големи претпријатија на пазарот. Vöhm укажува дека доколку се истиснат малите и средните претпријатија од пазарот и поради тоа се намали конкуренцијата, тогаш се загрозува слободата во поредокот на пазарната економија. На овој начин би се самоуништила пазарната економија – од политичка гледна точка, таа не би била поредок на слободата, а од економска гледна точка би прераснала во некористен економски поредок. Оттука, за Vöhm е неопходно да се обезбеди егзистенција на широк спектар на комерцијални мали и средни претпријатија. Според оваа аргументација станува јасно која важна улога ја имаат малите и средни претпријатија во пазарната економија. Без нив нема да постои ни слобода ни конкуренција. Слободата на секој еден граѓанин зависи од можноста на малите и средни претпријатија самостојно да опстанат во продуктивен пазарно економски систем.

Во тоа време некои автори во Западна Германија ги критикуваа големите претпријатија, кои со големиот обем на машини и производно-технички линии, ги уништуваат малите и средните претпријатија, со што се загрозува егзистенцијата на широки слоеви од населението – селани, занаетчи и сл. Но, Vöhm укажува и на фактот дека големите и малите претпријатија можат заедно

да опстојуваат на пазарот и дека големите претпријатија дури можат да го помогнат процесот на формирање на нови МСП и на нивно опстојување во конкуренцијата. Имено, големите претпријатија го зголемуваат богатството и куповната моќ на широки делови на населението. На овој начин се создаваат нови шанси за постоење на мали и средни претпријатија. Имено, големите претпријатија ги вклучуваат малите претпријатија во субконтракторство, односно побаруваат од нив бројни производи и услуги – полупроизводи, склопови, резервни делови и сл, кои овие можат да ги произведуваат евтино и квалитетно. Скоро секоја нова инвестиција или ново големо претпријатие носат со себе нови субконтракторски претпријатија. Се разбира дека е јасно дека новите субконтрактори воопшто не би можеле да настанат без присуството на големите претпријатија или проекти.

Vöhm изрази критика и до барањата на сопствениците на малите и средните претпријатија за посебна заштита на нивните претпријатија. Vöhm мислеше дека барањето на специјални мерки за поддршка на МСП од владата, не е оправдано, бидејќи на тој начин, МСП ќе станат помалку продуктивни и ќе си наштетат самите на себе.

Од друга страна, Vöhm укажуваше на потребата од одредена децентрализација на јавните набавки на Западна Германија со цел да им се овозможи и на МСП да се вклучат во нивната реализација – во тоа време јавните набавки во целост одеа преку големите претпријатија кои имаа економска моќ и можеа нив да ги реализираат по пониски цени. Тој, исто така, сметаше дека треба да се воспостави неутрален даночен систем, остро да се реагира на злоупотребите на пазарната моќ на големите претпријатија со монополистички позиции и да се преземат радикални мерки за намалување на административно-бирокуратските пречки во водењето на бизнисот, за да им се помогне на МСП.

Vöhm мислеше дека најдобра политика за МСП е онаа која ефикасно се справува со монополите, со привилегиите и со политичкиот непотизам, и на тој начин создава услови за совршено-конкурентни пазари. Од сопствениците на МСП Vöhm бараше да се откажат од притисоците за креирање на мерки на економската политика кои ќе ги ставаат во привилегирана позиција, да бидат отворени кон промените, кон воведувањето на модерни техники, да бидат

флексибилни и сл., со што ќе си обезбедат шанси за брз раст и сопствено зајакнување.

Др. Johannes Lang во својство на адвокат на Германската асоцијација на кооперативи (Schulze-Delitzsch) уште во 1958 година говореше за кредитните проблеми на малите и средни претпријатија. (Lang 1958, pp. 32-42)

Според него, сите проблеми на малите и средните претпријатија потекнуваат од средината на 19. век, кога во Германија беше воведена слободата на трговијата „Gewerbefreiheit“ и земјата го отвори процесот на индустријализација. Проблемот со дефицитарност во капитал кај малите и средни претпријатија беше силно нагласен уште во тоа време, што не беше случај и со големите претпријатија кои, со комбинацијата на расположливиот капитал со техничкиот напредок, стекнуваа високи конкурентски предности. Точно поради отсуството на капитал за финансирање на растот на МСП почнаа да настануваат кооперативи, а за татко на системот на кооперативи се смета Schulze-Delitzsch. Целта на кооперативите беше да ги соединат малите и средни претпријатија со цел да ја надминат економската слабост и да ги направат компетитивни. Процесот на формирање кооперативи беше потпомогнат и со тоа што во 1950-тите години се утврди дека малите и средни претпријатија се важен фактор за западно-германската економија. Причината за тоа се идентифицираше во фактот што капитализмот е блиску поврзан со иновативниот дух, значи со претприемништвото, и тоа беше важен аргумент замагање на финансирањето на МСП.

Lang цитира труд на Rörke од 1950-тата година, во кој Rörke пишуваше за ситуацијата на малите и средни претпријатија во тогашната економија. Во почетокот на таа деценија стануваше веќе јасно, дека големите претпријатија се јак фундамент на економијата, но дека малите и средни претпријатија се исто толку јаки како и големите и дека го чинат фундаментот на економијата. Малите и средни претпријатија во тоа време беа главно ангажирани во трговијата, во занаетчиските услуги, туристичките агенции итн. Исто така се констатираше дека сите дејности на малите и средни претпријатија биле дејности кои не базираат на интензивна работа со машини и производни ленти, односно кои не бараат големи инвестиции во фиксен капитал. Напротив, тие

базираат врз користење на човечкиот труд и претприемничкиот талент. Според Rörke, малите и средни претпријатија имаа предности во форма на пониски транспортни и дистрибутивни трошоци во индустријата и трговијата. Во тоа време се поставуваше дури и прашањето дали навистина големите претпријатија работат поекономично или, пак, можеби предностите доаѓаат од друга страна. Rörke им замеруваше на големите банки за односот кон кредитирањето на МСП – имено, големите претпријатија имаа полесен пристап до кредити и Rörke бараше кредитниот систем да се прилагоди кон потребите на малите и средни претпријатија.

Реформата на валутата од 1948 година жестоко ги погоди банките и малите и средни претпријатија. Финансирањето на малите и средни претпријатија тогаш се вршеше преку народните банки (Volksbanken), штедилниците (Sparkassen), кредитните каси Darlehenskassen и сите други банки (т.е. комерцијалните банки). Народните банки најчесто одеа на краткорочно финансирање (главно кредити за обртни средства), а многу малку се впуштаа во среднорочно финансирање. Штедилниците, спротивно на тоа, беа повеќе активни во финансирањето на долгорочните хипотекарни кредити. Банката на германските земји (централната банка), односно републичките централни банки, беа единствените извори на капитал после реформата на валутата. Само преку тие институции банките беа во можност да ги финансираат претпријатијата. Преку Законот за републичките централни банки беше препишано, како кредитни инструменти исклучиво да се користат меници, со потписи на 3 познати солвентни должници и со краток рок на достигнување – само три месеци. Со наведениот закон малите и средните претпријатија беа ставени во нерамноправна положба. Мениците можеа да ги користат главно големи претпријатија.

Во првите години после реформата од 1948 година сите банки се соочуваа со големи проблеми поврзани со обрски настанати од реформата на валутата и репарации кои мораа да се сервисираат. МСП имаа нагласена потреба од долгорочно финансирање. Во 1950-тите години беше конечно осознаено големото значење на МСП за економијата на земјата, иако сеуште не постоеше точна статистика за учеството на МСП во креирањето на бруто-домашниот производ, во креирањето на нови работни места и сл. Економските експерти во

тоа време констатираа дека продуктивноста на трудот во МСП намалува и дека државата мора да преземе нужни мерки за подобрување на пристапот на овие бизниси до извори за финансирање на нивниот раст. Истовремено дел од експертите го кривале својот глас против привилегиите на големите претпријатија, посебно во доменот на кредитирањето, против нивните монополистички позиции и растечка пазарна моќ, а се укажуваше и на тоа дека идното антитрустовско законодавство (коешто во тој период се обмислуваше) може да биде недоволно ефикасно и да не ги заштити интересите на МСП. Во тоа време веќе постоеле Здруженија за гарантирање на кредити за занаетчиски и трговски претпријатија. Тие здруженија, со помош на државните институции, се трудеа да им ги дадат потребните гаранции за долгорочни кредити на МСП, и со други дополнителни мерки, да дојдат до средства за долгорочни инвестиции на пазарот на капитал. Кооперативите не гледаа некои пречки во бараната државна помош за гаранции. Целта им беше преку тие гаранции да се надмине проблемот на потребните банкарски гаранции.

Како знак дека сојузната влада ја увиде финансиската проблематика на малите и средни претпријатија може да се толкува воспоставувањето на работна група, составена од претставници на различни организации на малите и средни претпријатија и од членови на Сојузното министерство за економија. Таа работна група ја имаше задачата да изработи предлози како може да биде надминат проблемот на финансирање на МСП.

Професорот Др. Günter Schmolders во 1958 година (Schmolders 1958, pp. 43-50) истакнуваше дека улогата на малите и средни претпријатија во социјалната пазарна економија може да се специфицира во три точки. Прво, малите и средни претпријатија се дом на принципот на конкуренцијата. Второ, малите и средни претпријатија се дом на приватната сопственост. Трето, малите и средни претпријатија се дом на граѓанската и социјалната свест на одговорноста, што значи животен стил кој се стреми кон сопствено згрижување за иднината и индивидуално креирање на сопствениот живот. Тој сметаше дека даночната политика има силно влијание врз положбата на бизнисите и се застапуваше за радикална даночна реформа којашто ќе отстрани бројни проблеми во даночниот систем на земјата, ќе ги укине привилегиите на

големите претпријатија и ќе ги стави во рамноправна положба малите претпријатија.

Даночната политика и законодавство било од секогаш и до ден денес е сеуште комплицирано, за што говори и фактот што претпријатијата мораат да ангажираат даночни експерти за изготвувањето на даночните пријави. Уште во 1950-тите години се бараше упростување на даночниот систем на земјата за тој да стане разбирлив за сите учесници во економската активност, т.е. за сите даночни обврзници. Друго барање беше да се укине комплицираниот систем на даночни привилегии (ослободувања) и да се воведи јасен систем со јасни даночни стапки. Посебно се критикуваше Управата за јавни приходи којашто им правеше проблеми на претприемачите – на пример, не им го признаваше начинот на водење на сметководството. Даночниот систем се критикуваше и од аспект на отсуство на неутралност, што водеше до нарушувања на пазарот и на конкуренцијата. Интересно е дека Законот за додадена вредност се сметаше за штетен и неправеден, за закон кој ги штити интересите на големи интегрирани групации на претпријатија, преку враќањата на даночниот кредит, со што се доаѓаше до апсурдни ситуации на фактичко ослободување на големите групации од плаќање на данок. Со ваква регулација, малите и средни претпријатија, кои всушност не беа членки на групации, беа ставени во неповолна ситуација. Втора голема реформа која се бараше, покрај реформата на данокот на додадена вредност, беше реформата на оданочувањето на претпријатијата. Централното барање се движеше околу начинот на оданочување на нераспределените и исплатените профити. Друг извор на неповолности за претприемачите и нивните претпријатија беа висината на прогресивните даночни стапки, понатаму паушалните стапки за различни трошоци итн.

Крајното барање беше спроведување на голема даночна реформа, во која не би имало привилегии за било кој тип на претпријатие, посебно спроведување на реформа на данокот на додадена вредност, стабилноста на валутата и правна сигурност во даночната и финансиската политика.

Посебна специфичност на германската економска литература посветена на малите и средните претпријатија е поврзана со терминот **Mittelstand**, термин

којшто иако е тешко да се дефинира, претприемничкиот процес и малите бизниси ги третира во поширок контекст, односно ги поврзува со средната класа во германското општество и нејзината стабилност, којашто, впрочем, претставува фундамент за стабилноста на општеството во целина. Бројни автори (Dichtl et al. 1981, pp. 20-21) истакнуваат дека поимот *Mittelstand*, иако е во широка употреба во Германија, има различни дефиниции зависно од контекстот во кој се користи. До 1962 година беа исфрлени дури 190 различни дефиниции за *Mittelstand*. Од општествено-политичка гледна точка, под *Mittelstand* се разбира општествениот слој на луѓе кои се носечкиот столб на државата, значи коишто не се ниту капиталисти, ниту пролетери, кои, фактички чинат дел од средната класа во општеството. Тие луѓе имаат умерени ставови кога станува збор за економски и политички прашања. Политиката и науката не беа во можност да утврдат точни квантитативни параметри за дефиниција на поимот *gewerblicher Mittelstand* (комерцијални/економски МСП). Дискусиите за тоа сеуште се отворени. Истата слика се покажува и од квалитативна гледна точка. Критериуми од типот отежнат пристап на овие претпријатија до пазарот на капитал не се доволни за статистички да се разграничи поимот *Mittelstand*. Постојат случаи кога поимот *Mittelstand*, се користи во најширока смисла, за да ја означи популацијата на МСП во Германија, при што, пак, квантитативните критериуми за разграничување на МСП, повторно, се многу различни. Така, на пример, Програма за промоција на науката од 1979 година, во мали и средни претпријатија ги вклучува сите претпријатија со годишен промет до 200 милиони ДЕМ. Други програми (за промоција на консултативни услуги во секторот на МСП), за малопродажни претпријатија ги смета оние кои остваруваат годишен промет до 4 милиони ДЕМ. По ова може да се заклучи дека секоја програма, зависно од намената, поставува различни квантитативни критериуми за разграничување на претпријатијата според нивната големина. Понатаму, додека промотивните програми за МСП при нивното класифицирање и разграничување во однос на големите претпријатија главно го користат критериумот остварен вкупен годишен обрт, Сојузното министерство за економија на Германија како квантитативен критериум го користи бројот на вработени во претпријатијата итн. Во овој контекст се мисли дека МСП обезбедувајќи егзистенција, самовработување и социјална сигурност за голем

број луѓе, претставници на средната класа, дава особен придонес за благосостојбата и стабилноста на општеството во целина.

За *Mittelstand*, во тоа време, како што е наведено претходно, пишуваше и самиот Erhard (Erhard 1958^a, pp. 51-61), посебно истакнувајќи ја потребата од стабилност на валутата (што ќе придонесе за пораст на штедењето и полесен пристап на МСП до пазарот на капитал, т.е. што ќе го олесни процесот на финансирањето на растот и развојот на МСП), како и за значењето на *Mittelstand* и на иновациите на МСП за економската ефикасност и благосостојба.

Една друга специфичност поврзана со третманот на МСП и на претприемништвото во германската економска литература се однесува на фактот што во Германија во 1950-тите и 1960-тите години, кејнзијанизмот (кој инаку е, во определена смисла, негативно поврзан со претприемништвото, не пушти подлабоки корени).⁴

⁴ Деценијата од крајот на 1950-тите до крајот на 1960-тите години во Западна Германија може да се оцени како деценија на брза обнова на економијата. Економската политика беше решително под влијание на економистите Walter Eucken и Wilhelm Röpke, т.е. ги имаше сите карактеристики на ордолиберална рамковна политика. Целите на ордолибералната економска политика беа добро познати. Имено, главната цел беше етаблирањето на поредокот на конкуренцијата, чија задача беше да гарантира слобода за економските активности во една дадена рамка на ред да ја штити целата економија од последиците на таканаречениот *laissez faire* либерализам. Типично инволвирање на владата во економијата, воопшто не беше посакувано. Успехот на тој концепт на економска политика беше толку голем и видлив, што никој не мислеше на било каква промена во основите на економската политика дури и во 1960-тите години. Сепак, кон крајот на 1950-тите години и во Западна Германија почна да расте стравот од појава на посилни флукуации на економската активност (бизнис - циклуси). Тој страв беше поткрепен со рецесијата од 1950/51 и прегревањето на целата економија во годините 1955/56. Овие нарушувања, иако релативно благи, креираа уверување дека тогашната економска политика не ги има под контрола флукуациите и последиците од нив. Напливот на кејнзијанизмот во САД и во Велика Британија, а потоа и во другите развиени земји, почна да се чувствува и во Западна Германија. Сè поприсутни беа барањата за активни макроекономски политики за да се контролираат бизнис-циклусите и да се спречат епизоди на повисока невработеност. Ваквиот пресврт се случуваше во периодот на 1960-тите и 1970-тите години. Инаку, уште во времето на Erhard кејнзијанското мислење почна да навлегува во Сојузното

1.4.3 Третманот на МСП и претприемништвото во периодот на 1970-тите години до 2000 година

Нафтните шокови во 1970-тите години на минатиот век доведоа до рецесија во светски размери. Земјите на Западна Европа беа силно погодени од рецесијата и се покажа дека крупните претпријатија, поради помалата флексибилност, претрпеа големи штети. Во тој период, во светски размери, се случи нов, т.н. трет бран на претприемничко реструктурирање на економиите, односно реструктурирање со помош на влез на нови МСП во нивната економска структура. Овој процес беше предизвикан од сознанието за поголемата флексибилност на МСП и нивната брза производна преориентација во време на кризи, а во голема мера се одвиваше и под дејството на концепцијата на економика на понудата којашто беше широко прифатена од претседателот на САД Роналд Реган. (Фити и др. 2007, стр. 15-19)

Овој процес фати свои корени и во Германија. Имено, Западна Германија во 1950-тите и 1960-тите години имаше јасно дефиниран курс на политиката на редот. Во 1970-тите години тој курс беше сменет кон еден ред на политички интервенции во процесите. Во 1980-тите и 1990-тите години преовладуваше концептот на економија на понудата и реафирмација на претприемништвото. (Schefold et al. 1999, pp. 97-100)

министерство за економија. Erhard на почеток беше противник на кејнзијанизмот, но со станување Канцелар на Западна Германија, јавно зборуваше за задачата на сојузната влада преку влијание врз јавната потрошувачка да влијае врз економските активности, односно да води дискрециона буџетска политика. Во 1967 година беше донесен Законот за стабилност и раст, под главно дејство на тогашниот Сојузен министер за економија, Karl Schiller, кој ја дефинираше новата директива на западно-германската економска политика. Новата цел на економската политика, глобално гледано, се дефинираше како одржување на глобалната рамнотежа на економијата, со четири подцели – стабилност на нивото на цените, висок степен на вработеност, надворешно-економска рамнотежа и соодветен раст. Односот помеѓу поединечните цели или приоритет на целите не беше поставен во законот. Западна Германија се разликуваше во законот со тоа што во споредба со други земји со слични концепти на политика на стабилизирање, целта на полна вработеност не беше приоритетна. Со донесувањето на новиот закон и со промената на економската политика, Западна Германија се приближи кон спроведување на економска политика од кејнзијанска природа, Сепак кејнзијанизмот не пушти подлабоки корени во Западна Германија. (Altmann 2004, pp. 75-80)

- Значењето на МСП во збогатување на понудата на добра и услуги и задоволување на потребите на граѓаните (Klein-Blenkers 1979, pp. 1-3) и нивното значење за одржување на конкуренцијата и на ефикасноста преку имплементација на добри претприемнички идеи и иновации.
- Проблеми со губење на позициите на МСП во структурата на западно-германската економија, т.е. со намалување на нивното учество во вкупниот обрт на економијата. Имено, анализите во тоа време потврдуваа дека силниот развој на големите претпријатија одеше на терет на малите претпријатија, а делумно и на сметка на средните претпријатија. Овој развој на настаните се потврдуваше со губење на учеството на МСП во вкупниот обрт, а помалку според вкупниот број на претпријатија. Имено, малите и средни претпријатија имаа учество од 55% во вкупниот промет на сите претпријатија во економијата во 1962 година, а истиот индикатор во 1976 година беше намален на само 40%. Големите претпријатија го зголемиле своето учество во вкупниот обрт, во истиот период, од 45% на 60%. Овој тренд беше присутен до 1978 година. (Klein-Blenkers 1979, pp. 6-8).
- Најзначајните проблеми со кои се соочуваа малите бизниси во Западна Германија некои автори ги лоцираат во рамките на три теми. (Klein-Blenkers 1979, pp. 9-21). Првата тема беше посветена на проблемите на корпоративниот систем кои потекнуваа од општествено-економскиот поредок и кои можеа да бидат решени само од политиката и политичките партии. Втората голема тема беа меѓу-корпоративните пазарни проблеми, кои произлегуваа од заемните односи на претпријатијата со конкурентите, добавувачите, купувачите итн. Условите на пазарот, како и првиот сет на проблеми, претежно беа детерминирани од државно-политички влијанија, но и самите претпријатија, во значаен дел имаа можност да влијаат на нив. Третата и последната тема беа внатрешно-корпоративни проблеми, за чие надминување беа потребни претприемачи, способни да го водат нивното претпријатие на вистински начин. Овие проблеми може да ги разрешуваат само претпријатијата, а државата може да ги поддржува овие процеси на само-решавање со промотивни мерки во смисла на принципот „помош за самопомош“.

- Слаба промоција на значењето на МСП во медиумите и раширено сфаќање дека тие асоцираат на нешто застарено и традиционално. (Klein-Blenkers 1979, pp. 3-4)
- Големи дискусии во текот на осумдесеттите и деведесеттите години беа отворени околу прашањата и проблемите врзани за промоција и поддршка на МСП и на претприемништвото во Германија – за овие проблеми пошироко ќе се расправа во главата посветена на политиките на поддршка на МСП во Германија.

1.4.4 Третманот на МСП и на претприемништвото денес

Третманот на МСП и претприемништвото во Германија денес, речиси е идентичен со оној во САД и Велика Британија, со оглед на водечката улога на авторите од овие земји во развојот на научната дисциплина претприемништво. За да го потврдиме овој факт и за да се добие реална слика за тоа како денес се третира претприемништвото во Германија (а и во други земји на германското говорно подрачје – Австрија и Швајцарија) ќе дадеме краток приказ на еден од најрелевантните универзитетски учебници по претприемништво на тројца германски автори (Urs Fueglistaller, Christoph Müller, Thierry Volery – Entrepreneurship, прво издание 2004).

Ова дело на тројцата професори се концентрира на претприемништвото во Германија, Австрија и Швајцарија, поради економската блискост и соработка на земјите, но и поради ангажманите на професорите во тие земји. Проф. Др. Fueglistaller ја држи катедрата за Управување на претпријатија со посебен фокус на малите динамични претпријатија и е Извршен Директор на Швајцарскиот институт за мали и средни претпријатија при Универзитетот St. Gallen (Швајцарија). Проф. Др. Müller ја држи катедрата за Основање на претпријатија и претприемништво при Универзитетот Hohenheim (Германија) и истовремено предава на Универзитетот St. Gallen. Проф. Др. Volery ја држи катедрата за Управување со претпријатија со посебен фокус на претприемништво и е Извршен Директор на Истражувачкиот центар за мали и средни претпријатија при Универзитетот St. Gallen.

Авторите се интересираат за микро и макро аспектите на претприемништвото. Претприемништвото во трите земји се третира како движечка сила на економијата и сестрано се поддржува со широка лепеза на мерки и инструменти на економската политика. Поддршката е особено сосредоточена на иновативните МСП. Авторите, како што и порано пишувавме, напоменуваат дека поимите кои се користат во германскиот јазик за Entrepreneurship и Entrepreneur – Unternehmertum и Unternehmer, всушност немаат исто значење со оние во англосаксонското говорно подрачје. Во англосаксонската литература двата поими опишуваат иновации и користењето на претприемнички можности од страна на претприемачите. Спротивно на ова, во германскиот јазичен простор, двата поими опфаќаат многу поширока дефиниција на индивидуи и на претпријатија. Unternehmer (претприемачи) не се само иновативни луѓе, туку се и менаџери во големи претпријатија или сопственици на традиционални фамилијарни претпријатија. Поимот претприемништво (Unternehmertum) ги опфаќа и традиционалните занаетчиски дуќани кои имаат малку врска со вистинското претприемништво.

Во анализите на претприемништвото се присутни двата приода, редовно практикувани и во англосаксонската литература од оваа област. Првиот се однесува на личноста на претприемачот, а вториот на претприемничкиот процес, всушност на начинот на кој се воведуваат иновации на пазарот. Сепак фокусот е концентриран на вториот приод, на претприемничкиот процес, кој се смета за многу позначаен од економски аспект.

Професорите објаснуваат и една друга категоријална дистинкција, врзана за претприемништвото, во германското јазично подрачје. Имено, во германскиот јазик се користат поимите Existenzgründung и Unternehmensgründung. Поимот Existenzgründung се однесува на основање на фирма со претприемничка идеја која веќе постои на пазарот – овде новата фирма се конкурира со постојните фирми на пазарот, поради што цената и квалитетот на услугата имаат одлучувачко значење за опстанок на пазарот. Поимот Unternehmensgründung се однесува на новоосновани фирми со нова претприемничка идеја, кои на пазарот се натпреваруваат со иновации и имаат големо значење за динамиката на раст на економијата. При елаборацијата на еволуцијата на економската мисла за претприемништвото, авторите се осврнуваат на т.н.

“канонска литература“ во делата на Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say и Schumpeter. Авторите потсетуваат дека во текот на индустриската револуција, претприемачите беа клучните личности кои воведуваа иновации во производството и носители на економскиот прогрес. Тука се споменуваат претприемачите Werner von Siemens, Gottlieb Daimler, Edouard Sandoz и др. Претприемништвото стана славно дури со економот Schumpeter. Schumpeter го гледаше претприемачот како „агент на промени во економиите“, иноватор, кој ги рекомбинира ресурсите и со нов производ ја разликува рамнотежата на пазарот. Од поновите придонеси за развојот на теоријата на претприемништвото се споменуваат оние на Israel M. Kirzner и на William Baumol. Kirzner го дефинира претприемачот како личност која ги гледа слабостите на пазарот, ги трансформира во можности и ги искористува. Корекцијата на слабостите е всушност иновативноста и со тоа се враќа рамнотежата на пазарот. Може да се заклучи, дека Schumpeter го гледа претприемачот како нарушител на пазарот, а Kirzner како обновувач. Baumol е значаен затоа што обрнува внимание на фактот дека претприемништвото долго време било маргинализирано од страна на главната струја на модерната економска наука. Повторен интерес за претприемништво се јави во минатите децении, но бидејќи претприемништвото е опфатено во повеќе дисциплини, сè до ден денес не постои унифицирана и општоприфатлива дефиниција за претприемништвото.

До крајот на 1990-тите години, испитувањата во голема мера беа концентрирани на личноста на претприемачот. Меѓутоа, ваквиот приод денес се дополнува со пристапот за суштината на претприемничкиот процес, кој дури добива примат пред првиот пристап.

Авторите понатаму навлегуваат во подетална анализата на клучните елементи на претприемништвото. Тие се:

- претприемач,
- претприемнички (економски) можности,
- расположливи ресурси,

- организација,
- поволна средина.

Слика 1 – Клучните елементи на претприемништвото



Агенда:

Umwelt = животна средина

Unternehmerische Gelegenheit = претприемничка можност

Unternehmer = претприемач

Organisation = организација

Ressourcen = ресурси

Erkennen = препознавање

Evaluieren = евалуација

Nutzen = корист

Bündeln = да се врзат во комбинација

Kombinieren = комбинирање

Aufbauen = изградба

Managen = менаџирање

Fokus = фокус

Fit = да се биде добра состојба

Konfiguration = конфигурација

Извор: Fueglistaller et al. 2008, p. 7

Бројни истражувања потврдуваат дека претприемачот всушност е централната точка од сите наведени елементи. Тој ги координира сите други елементи, бидејќи е способен да ги открие новите можности, рационално да ги користи расположливите ресурси низ нивна комбинација и рекомбинација во економскиот процес, да избере оптимална организација на бизнисот и да го искористи претприемничкиот амбиент за реализација на проектот. Според авторите, истражувањата, исто така, потврдуваат дека постојат вкупно четири фактори кои ја детерминираат способноста на претприемачот да ги препознае и искористи новите можности. Првиот фактор е активното барање на можности на пазарот. Вториот фактор е претприемничката будност. Овој поим прв го вовеле Kirzner со цел да ја опише перцепцијата на претприемнички прилики. Тој ја карактеризираше будноста како можност за одлична перцепција на сите расположливи информации до кои доаѓа претприемачот. Третиот фактор се предзнаења/искуства. Луѓето пред сè регистрираат информации за нешта за кои што веќе поседуваат предходно знаење. Четвртиот фактор се социјални мрежи. Авторите препорачуваат претприемачите да се дружат или да

членуваат во голем број на социјални мрежи, бидејќи тоа ја зголемува шансата за дознавање на нови бизнис идеи.

Концентрирајќи се на процесулната анализа на претприемништво, т.е. на претприемничкиот процес, авторите настојуваат (повикувајќи се на теориите на Shane и Venkataraman) да ги идентификуваат составните компоненти на претприемничкиот процес. Тоа се:

- барањето на потеклото на економските можности;
- процесот на препознавање, евалуацијата и користењето на можностите;
- личностите кои ги препознаваат тие прилики, ги евалуираат и користат.

Илустрацијата на авторите го прикажува ланецот на компонентите опфатени во претприемничкиот процес. На почеток се наоѓа секогаш приликата, а чекорите по редослед во процесот се препознавање, евалуација и корист. Се разбира, постојат голем број на фактори кои можат да влијаат на целиот процес.

Слика 2 – Процесуалниот ланец на претприемништвото



Извор: Fueglistaller et al. 2008, p. 14

Погоре споменавме дека според Baumol (Baumol 2011, pp. 58-60) претприемништвото е запоставено во современата економска наука (значи во економската наука, не и во бизнис дисциплините), поради фактот што тоа не може да се инкорпорира во неокласичната економска теорија за рамнотежа на пазарот и во концептот на парето-оптималност – поинаку кажано, а во согласност со Schumpeter-овата теорија, токму претприемачите се економските субјекти кои ја нарушуваат рамнотежата. Интересна е забелешката на авторите, според кои, Kirzner, разликува општи и претприемнички прилики. Кај општите прилики, според Kirzner, се нуди решение на оваа ситуација со

претпоставката дека не постои рамнотежа на пазарот. Со претпоставка за отсуство на пазарна рамнотежа, можни се арбитражи, односно постои можност истиот производ да биде понуден по две различни цени на различни пазари. Примери за оваа теорија постојат и ден денес, бидејќи се знае, дека всушност секој производ има различна цена на различен пазар. Неокласичната теорија, исто така, е заснована на проблематичните претпоставки дека луѓето се рационални и дека секогаш располагаат со совршени информации за економскиот процес. Во теоријата на Kirzner во која не постои рамнотежа, информациите се асиметрични, т.е. субјектите немаат ист пристап до информации. Така е можно еден субјект да искористи информација која друг субјект не ја поседува – факт што го објаснува успехот на претприемачот, но и функцијата на претприемништвото како четврт развоен фактор.

Од предходниот дел може да се констатира, дека постоењето на нерамнотежа на пазарите и асиметричните информации, фактички, го овозможуваат појавувањето на претприемничките можности. Кога претприемничката можност постои, на претприемачот му е оставено да ја препознае. За човек да ја препознае таа шанса, потребно е самиот да поседува когнитивни својства и предходно знаење. Предзнаењето, кое може да потекнува од работни искуства или едукација, се надоврзува на новите информации и го овозможува препознавањето на можноста.

Евалуацијата на можноста може да почне, свесно или подсвесно, со препознавањето на приликата. Процесот на евалуација не мора да значи дека можноста ќе биде следена до крај. Често се случува претпријатија или претприемачи, во оваа фаза, да решат да не ја следат понатаму можноста. Одлуката за или против зависи пред сè од самата пружена можност и од индивидуалната проценка на претприемачот. За претприемачот мора во секој случај вредноста од можноста да биде повисока од опортунитетните трошоци. Други фактори кои играат улога се спремноста да се влезе во ризик и оптимизмот на претприемачот.

На крајот на овој процес секогаш стои користењето на претприемничката идеја. За тоа има во принцип две опции. Едната е основање на сопствена фирма, а другата е продавање на претприемничката можност на пазарот. Одлуката за

основање на своја фирма зависи многу од желбата на претприемачот да ја развива идејата во големо претпријатие или во мало – ако претприемачот нема мотивација да ја развива идејата во големо претпријатие, тогаш ќе си основа сопствено претпријатие. Исто така е важно да се знае колку постоечките фирми ќе имаат предност од новата можност преку искористување на економии од обем и ефекти од кривата на учење – што помалку постоечки фирми ќе имаат предност, толку е поголема веројатноста да се основа ново претпријатие. Последниот фактор се бариерите на влез на пазарот – кога отсуствуваат, основање на нова фирма е најлогичен чекор. Голема улога игра и заштитата на интелектуалната сопственост, бидејќи таа одредува колку добро ќе биде заштитена инвенцијата од плагијати. Најголемо внимание од медиумите и науката уживаат независните start-up компании. Сепак не смеат да се изгубат од фокусот останатите форми на претприемништво како корпоративното претприемништво или купувањето на претпријатија.

- Основање на сопствена фирма – авторите ја нарекуваат оваа форма на бизнис кралска дисциплина, бидејќи е поврзана со големи ризици и предизвици;
- да се оди на management-buy-in, management-buy-out, франшиза или Joint Venture;
- продажба на идејата – продажбата на лиценца или на патент е исто така една можна варијанта за да се извлече корист од можноста. Ова пред сè е можно кога понатамошното развивање на идејата е поврзано со високи трошоци што е случај кај сите високи технологии.

Авторите се осврнуваат и на значењето на претприемништвото за економскиот раст и развој, повикувајќи се на Schumpeter-овата теза за конструктивна деструкција. Претприемништвото е моторот на моделот. Иновациите кои се форсирани од страна на претприемачите играат многу голема улога во економскиот раст и развој на една економија. Разлики во економскиот раст помеѓу две земји може да резултираат од успешноста на претприемништвото во двете земји. Економски раст се случува бидејќи претприемачите:

- подобруваат технологии, организации и процеси;

- стануваат поиновативни и попродуктивни;
- истиснуваат други претпријатија од пазарот.

Во текот на креативната деструкција настануваат повеќе нови работни места или барем поквалитетни работни места од колку што се губат поради фирмите кои излегуваат од пазарот. Така расте вкупното производство и благосостојбата.

Можеби најважниот индикатор за креативната деструкција е основачката динамика во една економија. Таа покажува колку нови претпријатија влегуваат во една индустриска гранка, нивниот раст, но исто така покажува колку претпријатија излегуваат од гранката.

Во продолжение авторите, врз основа на анализите и индикаторите на Global Entrepreneurship Monitor, укажуваат на бројните фактори кои дејствуваат врз претприемничката активност и пристапите за нејзино мерење. При мерење на претприемничката активност не е доволно да се следи само влезот и излезот на нови бизниси во и од гранката. Неопходно е систематски да се следат следниве два фактора:

1. Состојбата на start-up активностите.
2. Ширењето на младите претпријатија кои ја имаат преживеано start-up фазата.

Анализата на GEM покажува, за годините 2005/2006, дека основачката активност во Германија со 4,8% е многу ниска во споредба со други европски земји. Од вкупно 42 земји кои учествуваа во оваа анализа, само во 4 земји основачката активност е пониска од онаа на Германија. Во однос на разликувањето на претприемништво заради искористување на можност (opportunity entrepreneurship), и претприемништво заради потреба (necessity entrepreneurship), интересно е дека во Германија во 2002 година се основаа повеќе претпријатија заради потреба. Причината за тоа беше растечка невработеност комбинирано со поддржани програми од германската влада. Ова беше посебно видливо во поранешната Источна Германија. (Sternberg et al. 2007, GEM Länderbericht Deutschland 2006)

Економското значење на малите и средните претпријатија за една земја е големо. Голем дел од претприемничките активности се концентрирани во МСП, поради што, за авторите, претприемништвото всушност е повеќе „мал бизнис“ одколку „голем бизнис“. Ова се потврдува со фактот што 99% од сите претпријатија во Германија се мали и средни претпријатија и тие вработуваат повеќе од 60% од сите работници во приватниот сектор на економијата. Малите и средните претпријатија се важни бидејќи креираат нови работни места, ја засилуваат конкурентноста, генерираат структурни промени и иновации. Сепак, големите претпријатија во јавноста уживаат поголемо внимание од малите и средните претпријатија. Економските рубрики на дневните весници се полни со информации за големите, пред сè светски познатите претпријатија, а значајни мали и средни претпријатија се целосно запоставени. Авторите го нарекуваат овој непропорционален сооднос како „истовремено доминантен и незначаен“.

Малите и средните претпријатија имаат во најголемиот број на економии во светот најголем удел во бројот на вкупните постоечки претпријатија. Во Германија, на пример, МСП (до 250 вработени) креираат 99,6% од вработеноста во бизнис секторот. Во трудот се укажува и на фактот дека најголем број од МСП се всушност микро претпријатија, со помалку од 10 вработени. Истовремено, во периодот по 1995 година во светот постои тренд на пораст на микро-претпријатија со само едно вработено лице.

Во својата анализа на претприемништвото авторите значајно внимание обрнуваат и на претприемништвото како предуслов за создавање на големи претпријатија. Претпријатија Microsoft и Logitech се наведени како примери за новоосновани претпријатија, кои за релативно кратко време успеаја да станат глобални играчи со илјадници вработени. Ова покажува дека претприемништвото е предуслов за создавање на мали, но и на големи претпријатија. Треба да се разбере дека развојот од мало до големо претпријатие не е исклучиво резултат на претприемништвото, тука влијаат и многу други фактори. Многу малку претпријатија успеваат да го пречекорат магичниот број на 250 вработени. Најголемиот број на претпријатија се мали кога се основаат и обично ќе останат мали до крајот на нивното постоење. Претприемништвото е главна развојна сила во раните фази на фирмата. Меѓутоа, претприемништвото денес е присутно и во големите корпорации –

корпоративно, внатрешно претприемништво. Претприемничката идеја во подоцните фази на развој се оживува со таканареченото корпоративно претприемништво. На крај се анализира и менаџментот на малите и средните претпријатија и менаџментот на мали и средни претпријатија со претприемничка ориентација. Авторите, со право констатираат дека менаџерите на фирмите со претприемничка активност, кои се во перманентна потрага по откривање на нови можности, имплементирање на иновации (нови или подобрени производи, пазарни иновации, иновации во организацијата на фирмата итн.) се вистински претприемачи, што не може да се каже за менаџери на МСП кои не се иновативни. Сè ова само потврдува дека нема претприемништво без иновација.

На речиси ист начин се третира претприемништвото и во бројни други модерни учебници од оваа област во Германија. (Види: De 2005, Fallgatter 2002, Blum & Leibbrand 2001)

Глава 2 РАЗВОЈОТ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО ГЕРМАНИЈА ВО ПОВОЕНИОТ ПЕРИОД

2.1 Состојбата на германската економија во повоениот период

На почетокот на поствоениот период, политиката на федералните власти за Германија се ориентираше според плановите на White и Morgenthau. Според нивните планови, Германија требаше да прерасне во земјоделска држава, а тешката индустрија целосно да се демонтира, за да се осигура безбедноста и Германија никогаш повеќе да не може да почне нова светска војна. Подоцна овој план беше отфрлен, но во почетокот економијата се управуваше на стар начин, на начин применуван во национал-социјалистичкото време. Продолжувањето на планската политика беше под знак на сигурен неуспех, бидејќи на окупаторските власти им недостигаа административните основи за успешно спроведување на планската политика. (Schefold et al. 1999, pp. 57-59)

Економската состојба беше тешка – производството на добра и услуги се потпираше на ситни стоковни производители, а трговијата на бартер-принципи. Инфраструктурата беше разрушена, црните пазари цветаа. Се бараше рационарање на ресурсите, фер распределба на недоволните количини на добра и услуги. Инфлацијата беше висока. Секој располагаше со големи монетарни износи кои немаа куповна моќ и со оглед на апсолутниот недостиг на добра, луѓето имаа мала мотивација да учествуваат во официјалната економија. За економските субјекти сивата економија беше атрактивна, бидејќи таму заработувачките беа високи. Занаетчиите одбиваа да работат во изрушените градови и да продаваат според административно пропишани цени – тие преферираа да работат по селата и да ги трампаат своите производи и услуги за други произведени добра. Оттука, имплементирањето на радикална економска реформа и на системот на социјално-пазарна економија се поставуваше како императив на времето. (Schefold et al. 1999, pp. 57-59)

2.2 Стопанската реформа – претворање на концептот на социјално-пазарна економија во стопански систем препознатлив за Сојузна Република Германија

2.2.1 Општи согледувања

Во 1948 година, Müller-Armack го разработи концептот на социјалната пазарна економија, а потоа, како асистент и државен секретар во Сојузното министерство за економија под Erhard, тој ја следеше имплементацијата на новиот концепт и се застапуваше за понатамошниот развој на концептот како поредок во целина. (Schefold et al. 1999, pp. 63-64)

Во поствоенниот период одлуката и убеденоста на западно-германското население за воведување на пазарната економија не беше дефинитивна – и покрај сите негативни искуства со државното менаџирање на економијата. Една причина за овој зачудувачки факт може да биде, на пример, недостигот на знаење за пазарни форми на економскиот поредок. Друга можна причина се лошите искуства од колапсот на златниот стандард и на светската трговија за време на Големата депресија од 1929-1933 година. Свое влијание имаше и анти-пазарната економска пропаганда на национал-социјалистите и на други одредени струи после војната, како и отсуството на пазарни институции. (Schefold et al. 1999, pp. 64-65)

За покренување на интензивните дискусии за поставување на новиот економски поредок во Западна Германија по Втората светска војна, како што беше покажано во претходната глава на трудот, најзаслужни се либералните концепции – ордолиберализмот или неолиберализмот и социјалната пазарна економија. Алтернативни и конкурентни концепции на либералните беа Кејнзијанизмот и Планската економија. Ордолиберализмот доаѓаше од Фрајбуршката школа, посебно од научниците собрани околу Eucken и Böhm, а концептот на социјална пазарна економија се развиваше под влијание на Müller-Armack, Rüstow и Röpke. Односот помеѓу двата либерални концепта многу често се дискутираше, а самиот Müller-Armack никогаш не покажуваше интерес за дебати околу разграничувањето на двата концепти. (Schefold et al. 1999, pp. 66). Според Müller-Armack, социјално-пазарната економија не беше

неодредена мешавина, ниту, пак, беше партиски компромис, туку синтеза на сите аналитички можности на современоста. (Schefold et al. 1999, pp. 38-39)

Интересно е да се нагласи дека критиката на сите поствоени дела во Западна Германија што се однесуваат на планската економија се однесуваат на економскиот систем спроведен во национал-социјалистичката Германија. Централното управување всушност не ги заменува претприемачите, туку тоа ги врзува со регулирање на цените, платите, каматите и финансирањето на инвестиции. Дополнително се појавуваат контингенти и рационализирање. Ова се средствата на управување со економијата на авторитарна држава. Претприемачите се претвараат во државни чиновници и процесот на основање на нови претпријатија се кочи.⁵

Пред реформата, германската економија преживуваше во состојба на „status quo,“ без ефективен монетарен систем, без ефективен пазар и со централно планирана економија. Но луѓето живеаа во исчекување, свесни дека ќе се случи финансиски рез и ќе се тргне во етаблирање на ефикасен ценовен систем и пазарен начин на алокација на ресурсите

Müller-Armack се застапуваше за хармоничен социјален поредок, базиран врз порамномерна распределба на доходот преку даночниот систем и субвенции за градење на станovi, помош за децата итн. (Schefold et al. 1999, p. 39)

2.2.2 Клучни столбови на реформата

Најважната работна задача на Müller-Armack како висок чиновник во Сојузното министерство за економија беше претварањето на програмата на социјалната пазарна економија во практична економска политика. (Schefold et al. 1999, pp. 74-76) Пазарната економија беше главната директива за новото креирање на економската политика. Носечките столбови на концептот на Müller-Armack беа:

- слободните цени,

⁵ Овде интересно е да укажеме дека Müller-Armack за исправноста на концептот на социјално-пазарна економија наоѓаше поткрепа и во делата на Montesquieu, кој тврдел дека слободата просперира таму каде што се поделени средствата на моќ. (Schefold et al. 1999, p. 37)

- политиката на конкуренција,
- конвертибилност на валутата и
- слободната трговија.

Во неговите очи пазарната економија беше инструмент за економски просперитет, а не само идол или догма. (Schefold et al. 1999, p. 90)

Со почетокот на Европската програма за реконструкција во април 1948 година, беше навестен крајот на повоената планска економија во Западна Германија. Истовремените реформи, од една страна реформата на валутата иницирана од сојузничките сили, а од друга страна економската реформа иницирана од Франкфуртската администрација, придонесоа за успешно воспоставување на капиталистичката пазарна економија.

На Конференцијата во Königstein, која беше всушност советодавен одбор на Франкфуртската администрација и на републичките влади на би-зоната, Ludwig Erhard најави спроведување на економска реформа во март 1948 година. (Hardach 1994, pp. 249-252) Целта на реформата беше да се замени поствоената планска економија со пазарна економија. Најавата беше, Економската администрација да го олабави управувањето со економијата и да се ограничи само на установување на упатства. Франкфуртската администрација гледаше во тоа време блиска врска помеѓу Реформата на валутата, Економската реформа и Маршаловиот план. Замислата беше дека Маршаловиот план (European Recovery Program) ќе обезбеди дополнителен увоз на добра и дека средствата од противвредноста (Gegenwertmittel) ќе имаат значаен придонес за финансирањето на инвестиции. На тој начин ќе се воспостави брза рехабилитација на потрошувачката. Под „средства од противвредност“ се подразбираат финансиските средства од плаќањата на испораките од Маршаловиот план, преку Банката на германските држави, односно Германската централна банка. (<http://www.enzyklo.de/Begriff/Gegenwertmittel>)

Erhard на повеќе прилики во првата половина на 1948 година ја потенцираше блиската врска на реформите со Маршаловиот план. Тој исто така го најавуваше, без да наведува точни дати, отпочнувањето на реформата на

валутата во најблиската иднина. Многу луѓе ја интерпретираа најавата на Erhard како отворен повик за спекулација со добра. Со економската реформа, која се спроведуваше паралелно со реформата на валутата, требаше голем број од прописите за планирање, рационализирање и контрола на цените да бидат укинати. Со помош на двете реформи требаше слободниот пазар да ја преземе функцијата на централниот инструмент на реконструкција од планската економија. Маршаловиот план се гледаше како надворешно трговско обезбедување на преодот од планска кон пазарно економска економија.

Една оправдана критика од Социјалдемократската партија во Германија на пристапот на Erhard и на Франкфуртската администрација беше контрадикцијата која се наоѓаше во интенцијата да се воведат пазарна економија со помош на Маршаловиот план, кој всушност, како што кажува самото име, не беше ништо друго до планско наметнување на трговија на економиите во Западна Европа. Имено, во следните години се спроведуваше интервенционистичка политика во надворешната трговија, а тој вид на политика беше поблизок до социјалдемократите одколку до неолибералниот курс на конзервативната влада. Сепак, интервенционистичката политика од страна на управата на победничките сили беше поврзана со стратегијата за репарации за победничките сили.

На 24. јуни 1948 година, само неколку дена по отпочнувањето на реформата на валутата, економскиот совет на би-зоната донесе одлука за воведување на пазарната економија. Сепак имаше еден број на исклучоци во либерализацијата, кои се однесуваа за основните прехранбени производи, на пример млеко, компири итн. Други исклучоци беа индустриски сировини како јаглен, челик, струја, плин, вода, ѓубрива, лекови, транспортни цени, транспорти, кирии и осигурувања. Воведувањето на пазарната економија беше дополнето со даночна реформа, која ги намали високите даночни стапки во трите зони контролирани од западните сили.

Müller-Armack разви план за реформа на валутата како основен услов за пресврт во економската политика. Точно тој план беше спроведен од страна на окупаторските власти и Ludwig Erhard на 21. јуни 1948 година. Во март 1948 година беше формирана „Банката на германските држави“ којашто на почетокот беше одговорна за таканаречената „би-зона“, значи за териториите окупирани

од американските и британските сили. Во јуни истата година конечно се приклучиле ретроактивно и Републичките централни банки на териториите окупирани од француските сили кон Банката на германските држави. Банката на германските држави всушност беше претходникот на идната Западно-германска централна банка (Deutsche Bundesbank). Во очекување на реформата на валутата, девизниот курс на марката во однос на САД доларот беше дефиниран веќе на 1. мај 1948 во однос 0,30 САД долари за 1 Reichsmark (царска марка). Дефиницијата на девизниот курс не беше од значење за надворешната трговија, бидејќи Заедничката агенција за извоз и увоз на западните окупаторски сили ги плаќаше домашните извозници во домашни цени, а производите ги продаваше во странски валути според цени кои се формираа на меѓународниот пазар. Со стапување на сила на реформата на валутата во јуни 1948, конечно, во надворешната трговија, се воведо единствен девизен курс.

Во понеделникот, 21. јуни 1948 година, германската марка конечно се воведо во трите западни зони како нова валута, со соодветни закони и одредби донесени од страна на воените влади во одделните зони. Основата на реформата на валутата беше континуитетот на тековните сметки. Ова значи дека цените, платите и кириите беа претворени во однос 1:1 од старите Царски марки во новите Германски марки. Со цел да се сочува континуитетот на тековните сметки, потребно беше да се намалат монетарните резерви стекнати за време на војната и по неа. Со сила на законите, средствата на домаќинствата и претпријатијата, со исклучок на банките, беа сведени на само 5% од нивниот износ во Царски марки, а други 5% беа ставени на депозитна сметка. Заробените износи требаше во иднина да бидат постепено ослободувани, но само под услов да не се наруши монетарната стабилност. На реформата на валутата и следеше покачување на цените, со што конверзијата на депозитите од Царски марки во Германски марки ефективно достигна квота од 6,5%. (Hardach 1994, pp. 247-248)

Се смета дека Erhard, исто така, одигра клучна улога во спроведувањето на валутната реформа со фактот што само два дена пред нејзиното спроведување ја укина владината контрола врз цените и пошироко врз економијата. Доколку не се спроведеше тоа, реформата на валутата ќе беше бесмислена и

неуспешна. До почетокот на јули 1948 година, пазарната економија веќе беше во голема мера воведена во Б-зоната.

Воведувањето на функционална валута и преодот кон пазарна економија го направија извозот на добра интересен за германските производители. Економскиот раст придонесе покрај квантитетот да се зголеми и квалитетот на западно-германските извозни производи. Увозот во програмската година 1948/49 беше 50% финансиран од извозот на западногермански добра, или изразено во бројки, трите зони на западните сојузници регистрираа увоз на добра во вредност од 2 милијарди САД долари, а извоз во вредност од 1 милијарда САД долари. Зголемувањето на надворешната трговија се должеше пред сè на оживувањето на западноевропскиот пазар. Трговијата со западноевропските комшии беше олесната и трајно поддржана со пакет мерки. Како прво, треба да се наведат државни договори за трговија, потоа интраевропското користење на помошта на Маршаловиот план и на крај Европската спогодба за платен промет од октомври 1948 година. Западногерманската економија беше во можност, по воведувањето на реформата на валутата и економската реформа, да оствари значајни извозни суфицити - на пример, во првите три квартали на 1949 година беше остварен суфицит од размената со земјите членки на Организацијата за европска економска соработка. Заедничката агенција за извоз и увоз беше орган на бизоната за организација на надворешната трговија. Агенцијата беше изненадена од извозниот суфицит, а во некои периоди имаше вишок на ликвидни средства и не знаеше во каков увоз да ги вложи. Фактички Западна Германија за само една година по воведувањето на Маршаловиот план, прерасна во суфицитарна земја, т.е. земја-доверител – заедно со Белгија и Велика Британија. (Hardach 1994, pp. 266-276)

Покрај контроверзата настаната од контрадикциите помеѓу социјалната пазарна економија и интервенционистичката политика на Администрацијата за економска соработка, предусловите за прилагодување на националната економска политика на упатствата на Европската програма за реконструкција (Маршаловиот план) беа поволни. Неолибералната програма која беше поставена од Франкфуртската администрација и преземена од првата западногерманска влада, покажуваше сличности со американскиот

монетаризам. Во таканаречениот „магичен триаголник“ на економско политичките цели, акцентот се става на стабилноста на цените и на надворешно трговската рамнотежа, а целосната вработеност не е толку важна. Акумулацијата на капитал требаше да се промовира преку даночни намалувања и фаворизирања. Финансиската политика го фаворизираше во голема мера самофинансирањето на претпријатијата и како резултат на реформата на валутата настана концентрација на имот и економска моќ која постојано се репродуцираше.

Првата влада исто така го задржа либералниот надворешно-политички правец даден од сојузничките сили. Планот за либерализација на Организацијата за европска економска соработка отпочнат во јули 1949 година, доведе до намалување на надворешно трговските контроли.

Во март 1951 година се ревидираше окупациониот статут со што германската влада доби самостојност и поголеми права во креирањето на надворешно - трговската политика. Сојузната Република Германија ја доби целосната надлежност врз надворешно трговската политика со пристапот кон „General Agreement on Tariffs and Trade“ во октомври 1951 година. (Hardach 1994, pp. 277-279)

Маршаловиот план, и покрај различните мислења во експертската заедница во Германија, одигра значајна улога во спроведување на реформата и воспоставување на социјално-пазарна економија. Западна Германија доби во периодот 1946 – 1952 година преку „Government and Relief in Occupied Areas“ програмата и Маршаловиот план околу 3 милијарди САД долари странска помош од САД. После Лондонската спогодба за германските долгови од 1953 година, Западна Германија врати само една третина од добиената помош, а останатиот дел се третираше како донација. Маршаловиот план носеше со себе големи очекувања од западно-германското население, посебно во пролетта на 1948 година. (Hardach 1994, pp. 256-263) Програмата за жал отпочна тремо, со големи бирократски проблеми, пред сè поради планскиот елемент кој беше вметнат во Маршаловиот план. Имено, американските сили инсистираа на строга контрола на сите добра што ќе се увезуваат во Германија што бараше долги процедурите за одобрување. Ова покажува дека помошта не функционираше како што беше замислено од американска страна. Истото беше

релативно брзо утврдено од американска страна и се правеа напори за подобрување на процедурата. На американската страна ѝ стана очигледна контрадикцијата помеѓу намерата за вовед на пазарна економија со реалноста поврзана со планскиот систем на Маршаловиот план. Инаку, за вистинските ефекти на Маршаловиот план врз реконструкцијата и заздравувањето на германската економија се врзани бројни контроверзи. Некои автори (Adelshauer 1997, pp. 58-60), тврдат дека клучната фаза за обнова и консолидација на германската економија беше периодот од 1947 година до крајот на 1948 година и дека токму во овој период Западна Германија, речиси, и да не добиваше позначителна помош преку Маршаловиот план. Ефектите на Маршаловиот план врз инвестициите беа значајни во случајот на Франција и Австрија, но не и во случајот на Германија. Клучот на успехот произлезе од ефикасно спроведената економска реформа, вклучувајќи ја тука и вонредно успешната валутна реформа. Кон ова треба да се додаде и силниот раст на германскиот извоз по 1950 година, период што се совпаѓа со либерализација на светската трговија. Во текот на педесеттите години на минатиот век Западна Германија стана најзначаен испорачател на инвестициони добра за потребите на западно - европските економии. Тоа на извозот му даваше стабилност и придонесе за забрзување на растот на економијата. (Buchheim 1997, pp. 65-67) Меѓутоа, и покрај критиките, Маршаловиот план имаше силно психолошко дејство врз граѓаните и придонесе за брзо имплементирање на реформите.

Средствата од противвредноста (Инвестициониот фонд) кои беа плаќани од увозниците, се користеа за инвестициони кредити за германските претпријатија. Инвестициониот фонд како значајна институција остана и по завршувањето на Маршаловиот план. Имено, САД им одобруваа на европските партнери во периодот после Втората светска војна, во рамките на Европската програма за реконструкција, донации и кредити. (Hardach 1994, pp. 264-266) Западна Германија добиваше на почеток исклучиво кредити, а американската влада си зачува право за враќање на позајмените средства. Со оглед на економската ситуација во којашто се наоѓаше Западна Германија наплатата на побарувањата беше неизвесна. Владата на САД ги финансираше американските извозници со тоа што веднаш им ги плаќаше износите на извезените производи, а Маршаловиот план создаваше кај западногерманските

увозници обврска увезените добра да ги платат веднаш, но не во девизи туку во германска валута. Увозниците плаќањата на противвредноста ги извршувале на одделни сметки при Банката на германските земји за би-зоната и при Републичката централна банка во Фрајбург за француската зона. Точно тие средства од противвредност (Gegenwertmittel) можеа да бидат користени под американски услови и контрола за финансирање на инвестициони програми. По замисла на воената влада на би-зоната, требаше да биде формирана една посебна институција, „Reconstruction Loan Corporation“, еден вид на инвестициона банка, за менаџирање на средствата од противвредноста. Франкфуртската администрација сепак гледаше можна јака конкуренција со постојниот банкарски систем. Затоа, Франкфуртската администрација го поддржа предлогот за формирање на таква институција под услов таа тесно да соработува со банкарскиот систем. На овој начин, со закон на Франкфуртската администрација се формира Кредитната Институција за Реконструкција – на 5. ноември 1948 година, а работата ја почна во јануари 1949 година. Институцијата беше формирана со капитал од 1 милион германски марки. Како извори на средства за финансирање беа предвидени покрај средствата од противвредноста и јавни обврзници и кредити од Франкфуртската администрација. За посебни случаи се предвидуваа и кредити од Банката на германските земји.

Erhard, во февруари 1948 година, изрази надеж дека средствата од противвредност ќе бидат искористени за финансирање на германските инвестиции. Но, поради наведените тешкотии со увозот и имплементацијата на Маршаловиот план и со плаќањата на увезената роба од страна на увозниците, сметките на Институцијата се полнеа многу бавно. Собраните средства од противвредност при Банката на германските земји кон крајот на 1948 година изнесувале од прилика 120 милиони германски марки, а западногерманските економски бруто-инвестиции изнесувале, само за годишната програма 1948/49 година цели 16,2 милијарди германски марки. Доколку се споредат двете бројки станува јасно дека собраните средства од противвредност беа само еден ситен дел од вкупните инвестиции во економијата. Згора на тоа, ослободувањето на средствата од противвредноста

(тоа беше компетенција на американските воени власти) одеше бавно, поради стравот од разгорување на инфлацијата.

Администрацијата на би-зоната, за разлика од западногерманските политичари и економски експерти, очекуваше многу поголеми напори од германската страна за самостојно акумулирање на капитал. Тие очекуваа прво германците самостојно да акумулираат капитал, а потоа да им бидат ставени средствата од противвредност на располагање за истите цели. Средствата од противвредност требаше да бидат само дополнителен извор, а не главниот извор на средства како што посакуваа германците.

2.2.3 Резултати од реформата

Индустриското производство во сите западно-европски земји, освен Западна Германија, веќе во 1947 година го надмина нивото од пред почетокот на Втората светска војна. Индустриското производство во Западна Германија во 1947 година достигна само една третина од нивото пред 1939 година. Земјата беше истоштена од војната, домашниот пазар распаднат, делови од територијата изгубени (Источна Германија и други региони), а економската изолација на земјата силно нагласена. Тоа го забавуваше консолидирањето на економијата. Меѓутоа, воспоставувањето на Европската програма за реконструкција и Маршаловиот план даваа надеж дека домашниот пазар ќе се реконструира и дека Западна Германија ќе се реинтегрира во светската економија. Европската програма, згора на тоа, ја направи целокупната реконструкција на Западна Германија политички прифатлива за соседните држави.

Првиот економски циклус на западно германската економија почна во пролетта на 1947 година. (Hardach 1994, pp. 252-256) Циклусот беше дури и поинтензивен како резултат на воведените реформи во летото на 1948 година и го достигна врвот кон крајот на истата година. Економската експанзија беше најјака во би-зоната, бидејќи таа ја поддржа реформата на валутата со наведената економска реформа. Имено, индустриското производство се зголеми, за само 6 месеци, од јуни до декември 1948, за цели 55%. Растот, пак, на индустриското производство за истиот период во француската зона изнесуваше само 37%. Французите, спротивно на Американците и Британците,

ја сочувваа планската економија после воведувањето на реформата на валутата. Индустриското производство достигна во првиот квартал на 1949 година во би-зоната 84%, а во француската зона 73% од нивото од 1936 година.

Паричната маса во економијата брзо се зголемуваше и производството не можеше да ја обслужи побарувачката, што значи дека економскиот напредок беше проследен со силно покачување на цените. Од јуни до октомври 1948 година, цените на прехранбени производи се покачиле за 23%, а цените на индустриски сировини се покачиле за 22%. Како резултат на инфлацијата, поврзано со замрзнатите плати до октомври 1948, дојде до значително влошување на реалните плати. Незадоволството растеше и синдикалниот совет повика на генерален штрајк во ноември – против економската политика на Франкфуртската администрација. Барањата беа, меѓу другото, воведување на контрола на цените и на планската економија. Како резултат на почетокот на економската криза, Банката на германските држави воведо рестриктивна политика за да ја стабилизира економијата. Во текот на 1949 година економијата се стабилизира, а потрошувачката се усогласи со скромните приходи. Со тоа одпочна период на намалување на цените, кој траеше до јуни 1950 година. Негативниот резултат беше што монетарните рестрикции ја трансформираа инфлацијата во рецесија. Настанатата дефлација, која на почеток се оценуваше позитивна, резултираше со растечка невработеност. За само една година бројот на невработени лица се зголеми од 450.000 во јуни 1948 на 1,3 милиони во јуни 1949 година. Во март 1949, Банката на германските земји ја смени нејзината монетарна политика за да го поддржи економскиот раст. Ограничувањата на кредитирањето беа отстранети, а подоцна дојде и до намалување на дисконтната стапка на Централната банка, како и до намалување на стапката на задолжителни резерви.

Економските експерти на Антантата, на окупаторите на Западна Германија, беа изненадени од економскиот развој, но и од незадоволството на граѓаните. Вината за настанатата криза бројни експерти ја бараа во Франкфуртската администрација, која на некој начин беше Влада на Западна Германија. Некои американски експерти дури тврдеа дека администрацијата е неспособна! Сепак зауздувањето на инфлацијата и силниот пораст на производството и извозот ја смирија ситуацијата. Американски аналитичари констатираа во текот на 1949

година двете реформи придонеле за повторно воведување на пазарната економија во Западна Германија.

Стапките на раст на Германија во периодот 1939-1949 беа негативни – во просек економијата во тој период опаѓаше за -2,2%. Со успешното воведување на реформите, негативниот раст се претвори во позитивен, со тоа што Западна Германија во периодот 1949-1954 година бележеше просечен реален годишен раст на бруто-домашниот производ од 8,4%. За Müller-Armack тоа беше логичен резултат на доследна економска политика, која беше олеснета од неколку историски околности. Müller-Armack го оцени периодот од воведувањето на реформите до почетокот на 1960-тите години како најплодниот период кој беше под влијание на меѓународната либерализација и дизајнирање на социјалната пазарна економија во Сојузна Република Германија. Тој признаваше дека Маршаловиот план ги олесна можностите за нов почеток и дека Западна Германија многу успешно ја искористи таа помош за разлика од други земји приматели на помошта. Müller-Armack се спротиставуваше на користењето на поимот економско чудо, бидејќи економскиот напредок и успехот поврзан со него беше логичен резултат на извршените реформи. Сепак, факт е дека на Müller-Armack и на Erhard им припаѓа заслугата за германското економско чудо. (Schefold et al. 1999, p. 7)

2.3 Развојот на МСП во Германија – по Втората светска војна

2.3.1 Проблеми со статистичката евиденција на МСП

Јасно е дека добрата статистика за МСП и за претприемништвото, што подразбира не само постоење на богати показатели за квантитативните аспекти на МСП (раѓања, умирања, нето влез), туку и за квалитативните аспекти на процесот (раст и развој на претпријатијата, иновации, кластери, субконкраторство итн.) претставуваат клучен фактор за оценувањето на виталноста и можноста на функционирање на пазарите и за структурните промени.

Колку да изгледа чудно, и во Германија се присутни проблеми во врска со статистичкиот опфат и евидентирање на малите и средните бизниси. Имено, од една страна, за периодот до 1973 година отсуствува евиденција за бројот на

МСП во германската економија и посебно за динамиката на нивниот раст – од аспект на раѓања, умирања и нето влез на нови бизниси во економската структура на земјата. Од друга страна, почнувајќи од 1973 година па сè до денешни дни, статистичката евиденција е квалитативно подобрена, иако одредени методолошки проблеми во врска со опфатот на МСП сè уште се присутни, поради што постојат евидентни разлики во согледување на вистинскиот број на МСП. Еден приод за да се стигне до вистинскиот број на МСП е преку статистиката за остварениот ДДВ. Статистиката за остварениот ДДВ е богата со податоци и базира врз задолжителни претходни месечни или квартални пријавувања од страна на претпријатијата. Овие пријавувања беа задолжителни за претпријатија со вкупен годишен промет од 32.500 ДЕМ и годишен данок од над 1.000 ДЕМ. Меѓутоа, статистиката не ги содржи претпријатијата со најмал промет и претпријатијата плаќачи на минимален ДДВ, како и оние ослободени од ДДВ. Друга негативна страна на овој пристап е што не се отсликуваат слободните струки кои не подлежат на ДДВ. Како резултат, може да се каже дека статистиката за остварениот ДДВ ги потценува реалните случувања околу приливот и одливот на претпријатија.

Другиот пристап е бројот на влез и излез на претпријатија да се следи преку пријавите и одјавите на претпријатијата во професионалниот трговски регистар. Овие регистри ги земаат во предвид само претпријатијата кои се обврзани да бидат пријавени во регистрите. Во регистрите фалат самостојните слободни струки како на пример адвокати итн. Се претпоставува дека бројките дадени во регистрите зголемени за една четвртина би ја дале реалната слика на активни претпријатија. Статистичката евиденција според овие регистри почна во 1984 година. До 1992 година беа пресметани податоците за дел од Западна Германија, поточно за републиките Bayern, Berlin, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz и Saarland. Од 1993 до 1995 година се приклучи и републиката Baden-Württemberg. Со тоа беа одсликани 92% од сите претпријатија во Западна Германија. Недостасуваа само податоците за Bremen, Hamburg и Schleswig-Holstein. Од 1996 година почнаа регистрациите за претпријатија унифицирано да се евидентираат на федерално ниво, со тоа што западниот дел на Берлин беше споен, за статистички цели, со Источна Германија.

Статистичките податоци на пријавените претпријатија содржат, покрај самостојните основани и затворени претпријатија, исто така несамостојни основани и затворени претпријатија (филијали или ќерки фирми), проформа пријави (Scheinanmeldung) и основани претпријатија настанати од проширување на постојниот бизнис. IfM Bonn ја има задачата да ги следи случувањата околу влезот и излезот на претпријатија од пазарите. Институтот прави проценки на федерално ниво врз основа на евидентирани пријавувања и одјавувања на претпријатија и емпириски попишувања. Институтот проценува дека за да се дојде до реалниот број на нови претпријатија, статистичкиот број на пријавени претпријатија би требало да биде намален за 30%. Од друга страна кај овие податоци повторно недостасуваат слободните струки и преземањата на претпријатијата.

Определени проблеми околу бројноста на малите и средните бизниси прави и евиденцијата на претпријатијата (според големина), заснована на критериумите на Европската комисија кои се различни од оние на германската статистика и кои дефинираат микро, мали, средни и големи претпријатија, наспроти мали, средни и големи претпријатија, според германската статистика, т.е. според статистиката на IfM Bonn.

Истражувањата на Struck и на други автори покажуваат, на примерот на републиката Saarland од 1985 година, дека различните статистички пристапи (пријавувања на претпријатијата и статистиката на ДДВ) даваат прилично различни резултати. (Blum & Leibbrand 2001, pp. 61-62), што подоцна ќе се покаже и низ нашето конкретно истражување на оваа материја.

Сепак, без оглед на ваквите методолошки проблеми, денешната статистика на МСП во СР Германија претставува солидна основа за анализа и истражување на оваа проблематика и за донесување на релевантни заклучоци.

2.3.2 Малите и средните претпријатија во периодот од Втората светска војна до 1974 година

За овој период отсуствуваат целосни статистички податоци за бројот на МСП и динамиката на нивниот раст (раѓања, умирања и нето влез), поради што фокусот на нашата анализа ќе биде повеќе на квалитативните аспекти на процесот.

Во педесеттите години на минатиот век третманот на МСП во Западна Германија беше прилично лош. Припадноста кон малите и средни претпријатија во тоа време беше поврзано со негативна конотација, бидејќи поимот асоцираше на нешто што е застарено и заостанато. (Klein-Blenkers 1979, pp. 3-4). Ваквиот третман на малите и средните претпријатија, практично се провлекуваше до периодот на нафтените шокови во седумдесеттите години на минатиот век.

„Уште пред 11 години – на Ifo-симпозиумот на тема „Макроекономското значење на малите и средните претпријатија 1975“ – постоеше распространето сомнение за компетитивните шанси на малите и средните претпријатија. Преголемо беше општото убедување, дека големината е „conditio sine qua non“ за економска и оперативна ефикасност. Така, Vombach (1969) потенцирајќи ги економските предности на големите претпријатија, исто како и Schumpeter (1943) и Lilienthal (1952) ја правдаше неминовноста на економската концентрација.“ (Albach & Dahremöller 1986, p. 1) Веќе споменатиот Klein-Blenkers, констатира дека малите и средни претпријатија, за жал, немале голем углед помеѓу јавноста, во споредба со важноста која ја имаат за целата економија. Тоа се должи пред сè на големото присуство на крупните претпријатија во масовните медиуми. Поединечните случаи на мали и средни претпријатија помалку се во фокусот на големите медиуми, затоа што вообичаено тие случаи се само од локален или регионален карактер. Но, и самите МСП не беа доволно активни во сопствената промоција во јавноста.

Иако стои фактот за недоволно знаење во општеството за важноста на малите и средни претпријатија, државата веќе кон крајот на 1950-тите години ги имаше поставено институционалните фундаменти за истражувањето на важноста и проблемите на малите и средните претпријатија во Западна Германија. Во 1957 година беше основан Институтот за истражување на мали и средни претпријатија (Institut für Mittelstandsforschung – IfM) од страна на федерацијата и републиката Nordrhein-Westfalen. Со тоа државата покажа дека дека верува во силата на малите и средни претпријатија. Цел на институтот беше да добие научно потврдени сознанија за малите и средни претпријатија, за нивната улога во економијата и за потребата од промоција на МСП во јавноста. Сепак, во тоа

време доминацијата на големите претпријатија во Западна Германија беше силно нагласена.

Табела 1 – Број на претпријатија во Западна Германија во 1961 и 1970 година

Претпријатија со ... Вработени	Број на претпријатија ¹⁾			Удел во %	
	1961	1970	1970/ 1961	1961	1970
1 - 9	1.977.280	1.687.973	-289.307	90,24	88,47
10 - 49	171.516	176.627	5.111	7,83	9,26
50 - 99	21.831	21.725	- 106	1,00	1,14
100 - 199	10.845	11.229	384	0,49	0,59
200 - 499	6.405	6.908	503	0,29	0,36
500 и повеќе	3.291	3.598	307	0,15	0,19
Вкупно	2.191.168	1.908.060	-283.108	100	100

1) Вклучувајќи комерцијални земјоделски претпријатија.

Извор: Langen 1978, p. 107 – Stat. Bundesamt: Fachserie C: Unternehmen und Arbeitsstätten, Arbeitsstättenzählungen 1961 und 1970, Stuttgart und Mainz 1963 und 1972, eigene Berechnungen.

Анализата на структурата на големината на претпријатијата во Западна Германија во периодот 1961-1970 покажа сериозни промени во бројот на претпријатија. Имено, во 1970 година, дојде до значајно намалување на бројот на претпријатија кои вработуваа помеѓу 1 до 9 лица. Намалувањето изнесуваше 283.108. Во истиот период големите претпријатија со повеќе од 500 вработени, кои сочинуваа 0,19% од сите претпријатија, вработуваа скоро ист број на вработени (8,035 милиони) како и претпријатијата со помалку од 50 вработени, кои сочинуваа 97,73% од сите претпријатија и вработуваа 8,075 милиони работници. (Klein-Blenkers 1979, pp. 3-4) Слични тенденции се забележуваат и доколку се анализира структурата на претпријатијата според големината врз основа на статистиката за остварен годишен промет. (Langen 1978, pp. 106-112)

Развојот на малите и средни претпријатија во шеесеттите и седумдесеттите години на минатиот век во Западна Германија можеше да се анализира само со помош на два параметра. (Klein-Blenkers 1979, pp. 6-8) Првиот беше бројот на претпријатија во економијата и статистики за данокот на додадена вредност. Анализа на овие два параметри за периодот 1962-1976 година покажува, дека развојот на претпријатијата одеше во полза на големите претпријатија.

Доколку се прошири анализата на развојот на секторска основа, тогаш се доаѓа до резултат дека тенденцијата на концентрација на бизнисот беше најприметлива и најприсутна во малопродажниот сектор. Во овој сектор се зголеми учеството на големите претпријатија во вкупниот промет од 31,3% на 43,6% и тоа само во периодот од 1970 до 1974 година, а учеството на малите и средни претпријатија изнесуваше 42,8% и 27,2% респективно. Развојот во индустрискиот сектор беше помалку негативен за разлика од оној во малопродажбата, но и таму се бележеше намалување на учеството на малите и средни претпријатија во вкупниот промет од 27,6% на 21,5%.

Истовремено со негативниот развој на вкупниот промет, се појави зголемување на бариерите за влез на пазарите и основање на нови претпријатија. Причините за ова се идентифицираа во зголемувањето на продажните простори и драстично зголемените трошоци за градба и кирии, на пример, во малопродажбата. Зголемената потреба за капитал при основање на претпријатија стана видлива бариера за осамостојувањето на трговците и занаетчиите. Друг феномен што паралелно се развиваше беше зголемувањето на бројот на затворени претпријатија и купувања на мали и средни претпријатија од страна на големите. На овој начин, бројот на банкротирани претпријатија се искачи на највисокото постоеено ниво, а желбата на наследниците на мали и средни претпријатија да го продолжат фамилијарниот бизнис се намалуваше. Последицата на ваквите тенденции беа намалување на бројот на новоосновани МСП во економијата. Практично, во периодот од крајот на шеесеттите години на минатиот век па сè до 1974 година, во Западна Германија беше забележан негативен нето влез на претпријатија во економската структура на земјата. Тоа намалување, на пример, за периодот 1973-1975 година, само за републиката Nordrhein-Westfalen беше проценето на 30.000 претпријатија. МСП во овој период беа соочени и со бројни други проблеми (Klein-Blenkers 1979, pp. 9-21) Така, на пример, промотивната активност за значењето на МСП за економијата во Западна Германија во периодот на 1970-тите години не беше добро осмислена и добро конципирана. Причината не треба да се бара во евентуалниот недостиг на финансиските средства од страна на институциите, ниту пак во евентуален непостоечки интерес од страна на претприемачите. Главната причина треба да се бара,

очигледно, во поставеноста на промотивните програми од страна на државата. Имено, државните програми за промоција на малите и средни претпријатија беа истовремено торпедирани од носителот на програмите, од други државни мерки кои беа противнички настроени кон малите и средни претпријатија. Така, на пример, и покрај значајните промени во законската регулатива за заштита на конкуренцијата (промени на антимонополското законодавство од 1973 година), во практиката сеуште постоеше дисторзија на натпреварот на пазарите на терет на малите и средни претпријатија, а големите претпријатија продолжуваа со концентрација на пазарот и злоупотреба на нивната пазарна моќ. Други фактори кои влијааа негативно беа растечките социјални трошоци и даночни оптоварувања. Растечкиот дел на административни обврски наложени од страна на државните органи, како прилагодувања на новите закони, статистики и сл, дополнително ги зголемуваа трошоците на работењето на претпријатијата. Од друга страна, поголемиот дел на МСП беа слабо информирани за програмите на промоција и владина поддршка на малите и средните бизниси. *Пазарните услови* за малите и средните претпријатија не беа поволни практично до крајот на 1970-тите години. Првите недостатоци се покажуваа на страната на набавките. Често пати се случуваше малите и средните претпријатија да имаат повисоки цени и полоши услови за плаќање за разлика од големите претпријатија. Тоа не беше детерминирано само од дејството на законот за економии од обем, ами често беше резултат на потешкиот пристап на МСП до извори за финансирање, тешкотии поврзани со роковите на плаќање и сл, сè до случаи на одбивање на испорачателите да ги снабдуваат со неопходните инпути малите бизниси. Во овој период МСП имаа проблеми и во пристапот до квалитетна работна сила поради распространетото мислење дека условите за работа и напредување на вработените во МСП не се добри. МСП се соочуваа и со проблеми на менаџирањето. Јасно е дека некои неповолни услови кои произлегуваа од економскиот поредок и опкружувањето можеа да бидат релативизирани или избегнати со добро менаџирање на МСП. Квалитетот на водењето на претпријатието зависи од квалификациите на претприемачот и на водечките личности, од една страна, и од квалитетот на информативниот систем, од друга страна. Анализи од тоа време покажаа бројни недостатоци во водењето на малите и средните претпријатија: отсуство

на стратегија, на маркетинг концепт, на систематизација и на сметководство. Некои од недостатоците се резултат на големината на претпријатието.

Инаку, најзастапените форми на бизнис организации на малите и средните претпријатија во 1970-тите години во Западна Германија беа: самостојните претпријатија (инокосните претпријатија) (82,03% во 1974 година), отворените трговски друштва (11,32% во 1974 година) и акционерските друштва и трговските друштва со ограничено партнерство на акции (0,14% во 1974 година). Во тој период почна помасовно да се користи и формата на друштво со ограничена одговорност – во 1974 година 3% од сите претпријатија ја имаа попримено оваа форма на бизнис организација, додека учеството на ограничените партнерства изнесуваше само 0,14%. (Langen 1978, p. 309)

Кон крајот на разгледуваниот период, со појавата на првиот нафтен шок во Западна Германија порасна бројот на ликвидирани бизниси, така што во 1974 беше евидентиран негативен нето-влез на претпријатија во економската структура на земјата (-10.400). За повеќе информации може да се види табелата бр. 2.

И покрај проблемите со кои се соочуваа МСП во периодот до појавата на првиот нафтен шок, мнозинството на населението имаше позитивен став за претприемништвото кое резултирало од нивното лично искуство и од разбирањето на економската и социјалната функција на претприемачите. Но, за реално подобрување на сликата за претприемништвото во општеството, потребно беше поопширно и објективно известување за проблемите на малите и средните претпријатија од страна на медиумите.

Од државата се бараше да создаде неутрална политика од аспект на големината на претпријатијата. За таа цел требаше добро да се разберат посебните потреби на малите и средните претпријатија и тие да се преточат во владина политика. Ова, во тоа време делумно веќе беше направено од страна на политиката. Исто така се инсистираше економската политика во голема мера да биде политика на малите и средните претпријатија поради големиот број на МСП во економијата.

До крајот на 1970-тите години, интересот на различни научни дисциплини (макроекономија, микроекономија, право, социологија и психологија) за

економските и социјалните прашања околу темата на Mittelstand значително се зголеми. Исто така растеа и проблемите кои требаше да бидат надминати. Правната наука преку подготвување на различни закони (за даноци, за антимонополска контрола и др.) имаше посебно влијание врз креирањето на условите во економијата. Микроекономската наука во минатото претежно беше концентрирана на големите претпријатија. Тоа беше резултат на дејството на повеќе фактори

- Подобра организациона поставеност на големите претпријатија, а со тоа полесно се идентифицираа нивните проблеми.
- Големите претпријатија рано го увидоа бенефитот од научното истражување и со тоа многу побрзо имплементираа научни сознанија во нивната работа и се разбира, врз таа основа, стекнуваа компетитивни предности во однос со малите и средните претпријатија.
- Големите претпријатија и тогаш побаруваа добро обучени кадри, поради што универзитетите беа принудени да ги прилагодуваат нивните студиски програми на потребите на големите претпријатија.

Побарувачката за дипломирани економисти (со микроекономска ориентација) од страна на малите и средните претпријатија во периодот по Втората светска војна до крајот на деценијата се имаше зголемено, но сеуште значајно заостануваше зад онаа на големите претпријатија. Од овие причини доминираа истражувања на решавање на проблемите на големите претпријатија, а тие решенија не можеа да бидат применети на малите и средните претпријатија. Мора да се признае дека и Mittelstand беше сам крив за едностраната ориентација на науката. Mittelstand едноставно имаше малку контакт со науката, а до крајот на деценијата тој немаше попримено институционална форма. На овој план од Mittelstand се бараше да воспостави контакт со науката на исто ниво како што тоа го правела големите претпријатија, особено заради фактот што се утврди дека расте интересот на микроекономската наука за малите и средните претпријатија. (Klein-Blenkers 1979, pp. 26-57)

2.3.3 Развојот на МСП во Западна Германија од 1975 година до обединувањето на земјата

Ситуацијата со динамиката на пораст на малите и средните претпријатија значително се промени по 1974 година, бидејќи, во цела Западна Европа, по нафтените шокови, дојде до нов бран на т.н. претприемничко реструктурирање со помош на влез на нови МСП во економската структура на развиените земји (Фити и др. 2007, pp. 18-19; Albach & Dahremöller 1986, p. 1). Тоа се случи и во Западна Германија.

Табелата бр. 2 што ја даваме во прилог потврдува дека по запирањето на трендот на негативен влез на МСП во структурата на Западна Германија во 1975 година, дојде до силен бран на основање на нови мали бизниси, што придонесе за зголемување на флексибилноста на економијата, за зголемување на конкурентниот притисок на пазарите, за зголемување на понудата на добра и услуги кои ги произведуваа МСП итн. За зголемениот конкурентен притисок на пазарите најдобро зборува фактот што по 1976 година, паралелно со порастот на бројот на новоосновани претпријатија дојде и до значаен пораст на бројот на ликвидации (банкроти), но сепак, крајниот резултат беше континуиран позитивен влез на нови бизниси во западногерманската економија – факт што зборува за динамична и одржлива економија.

Се проценува дека во 1979 година во Западна Германија постоеле околу 1,8 милиони мали и средни претпријатија, што значеше дека повеќе од 95% од сите претпријатија припаѓаа на таа група. 60% од сите вработени, со исклучок на државната администрација и земјоделството, или 13 милиони лица, беа вработени во мали и средни претпријатија. Истовремено, МСП обучуваа огромен број на млади луѓе – 900.000 од вкупно 1,4 милиони ученици. МСП во овој период создаваа речиси две третини од бруто-домашниот производ на земјата. (von Beauvais 1979, p. 1)

Според анализите на Институтот за истражување на мали и средни претпријатија (IfM) бројот на новоосновани претпријатија имаше достигнато највисока поствоена вредност во 1985 година – околу 300.000 нови претпријатија. Во осудемсеттите години на минатиот век се основаа двапати повеќе претпријатија за разлика на седумдесеттите години. Кон крајот на 1985 година секое осмо претпријатие беше помладо од 1 година.

Најважен предуслов за натпревар на пазарите и за оптимално снабдување на граѓаните со широка лепеза на добра и услуги е постоењето на доволен број на претпријатија од различни големини. Оттука, малите и средните претпријатија се многу значаен институционален сегмент за зачувување на натпреварот. МСП, исто така, им овозможуваат на голем број на луѓе да се самоостварат со сопствен напор и ризик. Понатаму, тие ја гарантираат економската и социјалната самоодговорност и имаат значајна улога во одржувањето на иновационата моќ на економијата. (Klein-Blenkers 1979, pp. 1-3)

Табела 2 – Основање, ликвидации и нето влез на претпријатија во Западна Германија (1973-1989)

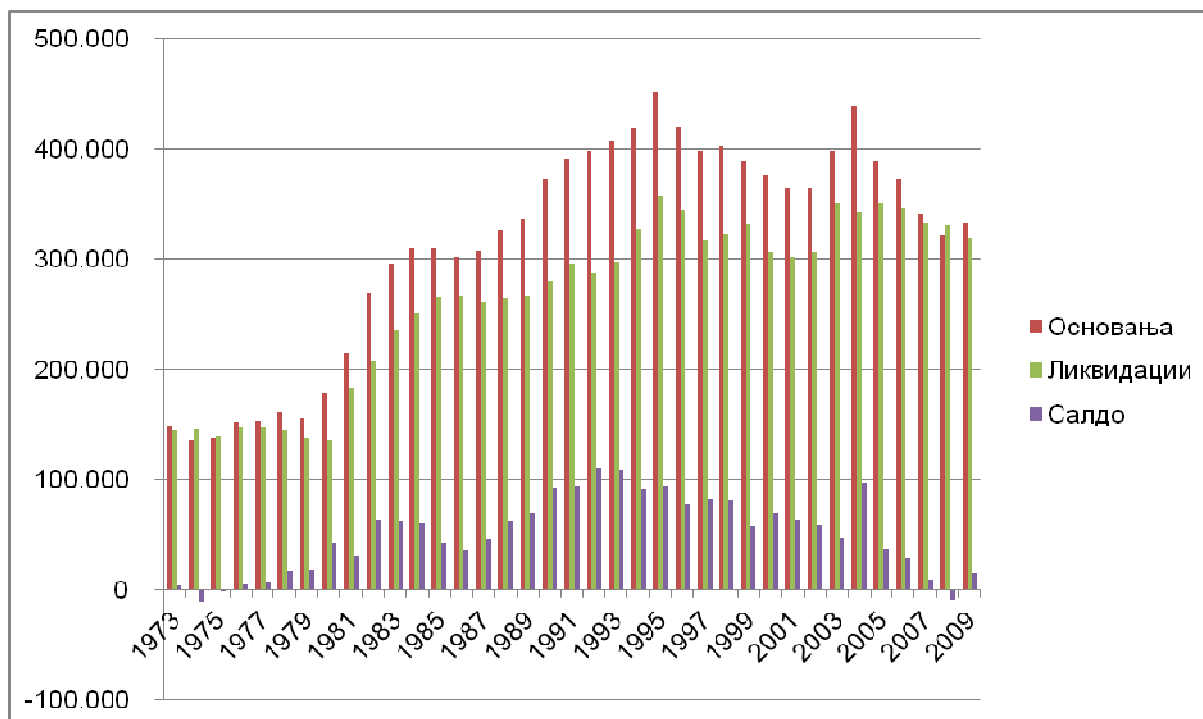
Година	Поранешна федерална територија ¹⁾		
	Основања	Ликвидации	Салдо
1973	147.700	144.200	3.500
1974	135.300	145.700	-10.400
1975	137.300	138.900	-1.700
1976	152.000	146.800	5.300
1977	153.600	146.700	6.900
1978	161.700	145.000	16.700
1979	156.000	137.500	18.500
1980	177.700	135.100	42.600
1981	214.800	184.000	30.700
1982	269.500	206.500	63.000
1983	296.700	235.000	61.800
1984	310.000	250.300	59.700
1985	309.800	266.700	43.100
1986	302.300	267.600	34.700
1987	307.200	261.000	46.200
1988	326.300	264.400	61.900
1989	336.800	267.800	69.000

- Можно е да се појават разлики од заокружувања. -

1) Податоците за 1973-1979 се заосноваат на пријавувањата во републиките Bayern, Nordrhein-Westfalen и Saarland, 1980 се приклучи Berlin, 1981 Hessen. Од 1984 до 1992 се влезени и податоците од републиките Niedersachsen и Rheinland-Pfalz, а од 1993 година и тие на Baden-Württemberg. Наведените 8 републики претставуваат од 1993 година од прилика 92% од сите претпријатија.

Извор: Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Basis: Gewerbeanzeigenstatistik der Statistischen Landesämter bzw. des Statistischen Bundesamtes)

Графикон 1 – Графички приказ на основање, ликвидации и нето влез на претпријатија за поранешната сојузна територија (1973-2009)



Извор: Сопствени пресметки врз основа на податоци од IfM Bonn.

Структурата на западно-германската економија и во 1986 година беше доминирана од мали и средни претпријатија. Имено, 99,8% од сите претпријатија припаѓаа на групата на мали и средни претпријатија, а истите вработуваа две третини од сите вработени лица во државата. (Albach & Dahremöller 1986, p. 1)

Политика на *Mittelstand* во разгледуваниот период стана многу важен сегмент на економската политика, што и придонесе за вонредно брзиот пораст на малите и средните бизниси. И науката во овој период, посебно кон крајот на седумдесетите и почетокот на осумдесеттите години на минатиот век, инсистираше МСП да се пуштат слободно да дејствуваат на пазарот и да се борат со конкуренцијата. Истовремено, од Владата се бараше да преземе мерки против растечката монополистичка моќ на големите претпријатија. (von Beauvais 1979, p. 2)

Политиката на *Mittelstand* е третиот столб на структурната политика на пазарната економија во Германија. Првите два столбови се секторската и регионалната структурна политика.

По Втората светска војна во западно-германската економија се одвиваа силни структурни промени под дејство на новите технологии и интернационализацијата на производството и капиталот. Тоа бараше и од претприемачите постојано да се адаптираат на новонастанатите услови. (von Beauvais 1979, p. 3) Покрај промените кои доаѓаа од екстерното окружување, малите и средните претпријатија мораа да се соочуваат и со бројни внатрешни предизвици – финансирањето на инвестициите, ризиците и трошоците од истражување и развој, ниската основа на сопствен капитал и растечките потреби на знаења за водење на мало и средно претпријатие. Анализите на Институтот за истражување на Mittelstand потврдија дека МСП се соочуваат со недостатоци како резултат на големината (не користат економии од обем), но од друга страна и со бројни предности кои произлегуваат од нивната флексибилност и способност за брза реакција на промените на пазарот. (von Beauvais 1979, p. 4)

2.3.4 Обединувањето на двете Германи и развојот на малите и средните претпријатија

По обединувањето на земјата дојде до нов силен бран на пораст на МСП во германската економија заснован на реприватизацијата што се отвори во Источна Германија (враќање на претпријатија на старите сопственици), на реструктурирање на големите социјалистички претпријатија во Источна Германија (тоа вклучуваше и делење на гигантските претпријатија на делови кои можат самостојно да опстојат во пазарни услови на работење), како и на основање на нови мали бизниси. Процесот беше многу силен, особено во првите четири - пет години по обединувањето, потоа донекаде се смири, но во целина остана интензивен со континуиран позитивен нето влез на нови претпријатија во економијата до денешни дни – исклучок прави само 2008 година, кога е забележан негативен нето влез како последица на светската финансиска и економска криза.

Во 2011 година, според предвидувањата на IfM Bonn, бројот на основање на егзистенција ќе изнесува околу 400.000 претпријатија, а бројот на ликвидации околу 380.000 претпријатија, т.е. позитивно салдо од 20.000 претпријатија. Ова говори дека по кризата од 2008 / 2009 година, динамиката на раѓање на нови МСП во Германија се засилува, но се засилува и конкурентниот притисок за што

сведочи високиот степен на умирања на претпријатија – но битно е дека влезот на нови претпријатија во економската структура на земјата е позитивен. Интересен е и податокот дека околу 80% од основањата на егзистенција се во форма на инокосни претпријатија. Во нивни рамки, дури 30% се основани од жени, а 38,2% од странци. (<http://ifm-bonn.org/index.php?id=612>)

Табела 3 – Основање, ликвидации и нето влез на претпријатија по обединувањето на земјата – поранешна федерална територија, нови републики и цела Германија (1990 - 2009)

Година	Поранешна федерална територија ¹⁾			Нови републики ²⁾			Германија ³⁾		
	Основања	Ликвидации	Салдо	Основања	Ликвидации	Салдо	Основања	Ликвидации	Салдо
1990	372.000	280.000	92.000	110.000	0	110.000	482.000	280.000	202.000
1991	391.000	297.000	94.000	140.000	11.000	129.000	531.000	308.000	223.000
1992	398.000	288.000	110.000	96.000	24.000	72.000	494.000	312.000	182.000
1993	407.000	298.000	109.000	79.000	41.000	38.000	486.000	339.000	147.000
1994	419.000	328.000	91.000	74.000	44.000	30.000	493.000	372.000	121.000
1995	452.000	358.000	94.000	76.000	49.000	27.000	528.000	407.000	121.000
1996	421.000	344.000	77.000	86.000	74.000	12.000	507.000	418.000	89.000
1997 ⁵⁾	398.600	316.700	81.900	108.500	87.900	20.600	507.100	404.500	102.500
1998	402.300	322.100	80.200	110.400	91.000	19.500	512.800	413.100	99.700
1999	388.900	332.100	56.900	104.200	91.000	13.100	493.100	423.100	70.000
2000	376.200	306.900	69.400	95.500	87.500	8.000	471.700	394.300	77.400
2001	364.300	301.700	62.600	90.400	84.100	6.300	454.700	385.800	68.900
2002	364.400	306.500	57.900	87.300	82.000	5.300	451.800	388.500	63.200
2003 ⁶⁾	397.900	350.200	47.600	110.700	87.600	23.100	508.600	437.800	70.700
2004	440.100	342.700	97.400	132.500	86.100	46.400	572.500	428.700	143.800
2005	388.800	351.600	37.100	106.700	90.200	16.600	495.500	441.800	53.700
2006	372.900	345.100	27.700	98.400	85.600	12.800	471.200	430.700	40.500
2007	341.600	332.800	8.700	84.200	82.200	2.000	425.800	415.000	10.700
2008	321.200	331.300	-10.100	78.300	80.600	-2.300	399.400	411.900	-12.400
2009	333.400	318.300	15.100	79.200	75.100	4.100	412.600	393.400	19.200

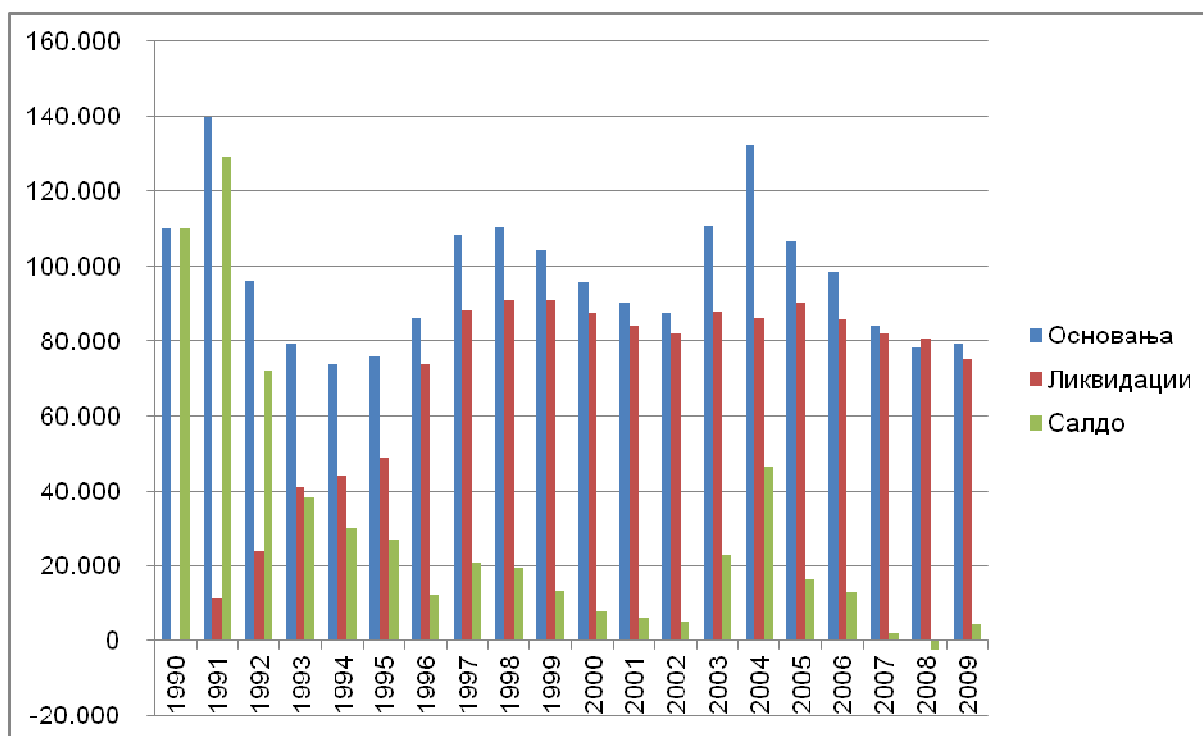
- Можно е да се појават разлики од заокружувања. -

- 1) Податоците за 1973-1979 се заосноваат на пријавувањата во републиките Bayern, Nordrhein-Westfalen и Saarland, 1980 се приклучи Berlin, 1981 Hessen. Од 1984 до 1992 се влезени и податоците од републиките Niedersachsen и Rheinland-Pfalz, а од 1993 година и тие на Baden-Württemberg. Наведените 8 републики претставуваат од 1993 година од прилика 92% од сите претпријатија.
- 2) Од 1996 година се влеваат и податоците за Западен Берлин во податокот на новите републики.
- 3) Податоците од 1993 до 1995 се заосноваат врз пријавувањата во сите републики со исклучок на Schleswig-Holstein, Hamburg и Bremen. Податоците од Baden-Württemberg фалат од 1990 до 1992.
- 4) За 1990 година недостасуваат ликвидациите во новите републики, бидејќи отсутуваат статистичките основи.
- 5) Нови калкулации од 1997 врз основа на регистрираните пријави и одјави од страна на Сојузното статистичко биро.

- 6) Промена од 2003 на статистиката за пријавувања и ликвидации, со што се промени методот на калкулација на IfM Bonn. Податоците само ограничено можат да бидат споредени со тие од претходните години.

Извор: Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Basis: Gewerbeanzeigenstatistik der Statistischen Landesämter bzw. des Statistischen Bundesamtes)

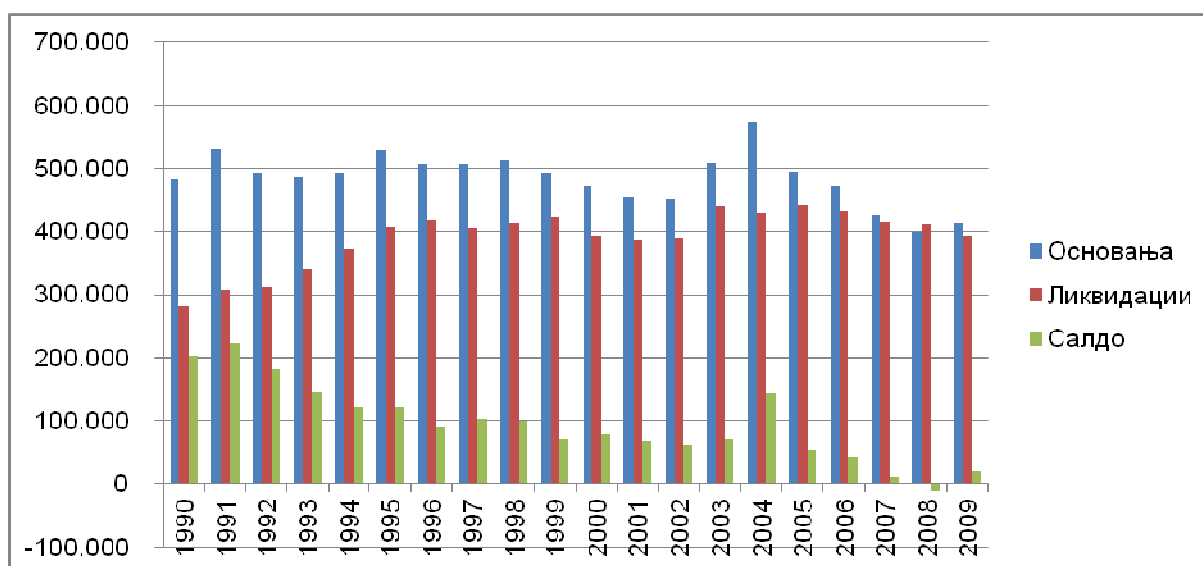
Графикон 2 – Графички приказ на основање, ликвидации и нето влез на претпријатија за новите републики (1990-2009)



Извор: Сопствени пресметки врз основа на податоци од IfM Bonn.

Во првите 10 години од обединувањето на двете германски држави големи средства од Западна Германија се трансферираа во Источна Германија. Тие трансфери се проценуваат на износ од околу 1.800 милијарди ДЕМ, односно 920 милиони евра. Овој процес овозможи во Источна Германија да се формираат голем број на МСП. Процесот, од квантитативна гледна точка, беше значаен, но од квалитативен аспект содржеше бројни недостатоци. Системот за промовирање на МСП во Источна Германија беше, едноставно, комплетно преземен од Западна Германија. Економската и општествената ситуација не беше иста во двата дела на новонастанатата држава и јасно е дека едноставното копирање на промотивниот систем доведе до негова неефикасност во новите републики на Сојузната Република Германија.

Графикон 3 – Графички приказ на основање, ликвидации и нето влез на претпријатија за цела Германија (1990-2009)



Извор: Сопствени пресметки врз основа на податоци од IfM Bonn.

Ситуацијата во економијата на поранешната Источна Германија беше неповолна и создаваше сериозни проблеми во процесот на етаблирање на новата бизнис-популација на мали и средни претпријатија. Најзначајните неповолности се огледаа во следново:

- значаен дел на државниот и приватниот капитал беше застарен и амортизиран;
- во економската структура на земјата недостасуваа мали и средни претпријатија;
- и бројот на големи индустриски центри и големи претпријатија беше недоволен за да околу нив настане нова популација на мали и средни бизниси;
- неконтролираното индустриско производство создаваше силни негативни еколошки екстерналии;
- најнеповолната околност, сепак, беше 45 годишното централно управување на економијата, кое резултираше во тоталното губење на претприемничкиот капитал и претприемничката култура. Менаџерите и на големите и на

малите и средните претпријатија беа со источно-германска едукација и практикуваа надминати методи на управување со претпријатијата.

Од овие причини, првите 10 години на трансформациониот процес покажаа дека традиционалните инструменти на промоција, кои беа ефикасни во старите републики (Западна Германија), само делумно беа корисни за развојот во новите републики. (Horst 2002, pp. 1-4)

Агенцијата за приватизација (Treuhandaanstalt), со Законот за приватизација и Договорот за обединување, стана сопственик на целиот имот што беше предмет на приватизација и ја доби должноста да ја спроведе истата. Според Законот за приватизација, Агенцијата имаше пред сè обврска да го промовира настанувањето на конкурентни мали и средни претпријатија. Агенцијата, во 1990 година, презеде вкупно 13.684 претпријатија со 4 милиони вработени, 17 милијарди квадратни метри земјоделска површина и 9,6 милијарди квадратни метри шумски површини. Агенцијата беше конципирана да постои само четири години, до 1994 година, а во 1995 година нејзините компетенции беа префрлени на Федералната институција за посебни задачи условени од обединувањето. Агенцијата за приватизација придонесе за настанувањето на мали и средни претпријатија со помош на следните начини на приватизација на претпријатија:

1. Реприватизација на претпријатијата кои беа одземени на сопствениците во бројните бранови на национализација помеѓу 1933 и 1972 година. Претпријатијата беа вратени на поранешните сопственици или на нивните потомци.
2. Management-Buy-Out или Management-Buy-In за источно германски менаџери или други менаџери.
3. Продажба на цели претпријатија или парцијално продавање на делови на претпријатијата на претежно западно-германски инвеститори.
4. Преку ликвидации на постојни претпријатија се пружеше шанса за раѓање на нови мали и средни претпријатија. (Horst 2002, pp. 71-72)

Од сите приватизирани претпријатија, 6% беа купени од страна на странски инвеститори, 75% беа купени од западно-германски инвеститори, а само 19% беа купени од источно-германски инвеститори. (Horst 2002, p. 76)

Една очигледна грешка на политичарите во првата деценија по обединувањето беше што не формулираа цели за промоција на претприемништвото. Политиката се ослонуваше врз надежта дека Источна Германија ќе се развие на ист начин како што се разви Западна Германија по Втората светска војна. Предизвиците за политиката беа преголеми и самите политичари сакаа да си остават простор за маневрирање при нивните одлуки за промоција на економијата на мали и средни претпријатија. Исто така недостасуваа промотивни програми прилагодени на условите и потребите на секоја република одделно. Во првата деценија имаше од прилика 400 различни програми за промоција за Источна Германија, од кои 110 беа финансирани од Сојузната влада, 85 од Европската Унија и околу 200 од различните Републички влади. Се разбира дека сите промотивни програми не беа посебно креирани за мали и средни претпријатија, но грото од нив, сепак, беа наменети за тој вид на претпријатија. Најзначајните програми за промоција беа:

1. Промоции на инвестиции преку даночни олеснувања.
2. Кредитни програми од European Recovery Program – програми со привилегирани каматни стапки од 5% до 7%, грејс период од 10 години и рок на отплата на кредитот од 20 години. Средствата се даваа преку комерцијалните банки и не се бараа вообичаените гаранции.
3. Промотивни програми на KfW – и овде недостасуваа посебни програми за источно германските републики.
4. Промотивна програма на Deutsche Ausgleichsbank.
5. Регионално-политичка помош – помошта кај овие програми беше преку одобрување на неповратливи парични средства, претежно за инвестиции во претпријатија со цел на одржување на бизнисот или спас на работни места.
6. Промотивни мерки за одредени функции во претпријатието – истражување и развој, консалтинг и финансирање со ризичен капитал.
7. Мерки на пазарот на труд – парична помош за основачи на егзистенција. (Horst 2002, pp. 86-104)

Мерките на промоција и поддршка на МСП во Источна Германија, и покрај нотираните слабости дадоа соодветни резултати. Имено, бројот на самостојно вработени лица во новите републики, од 371.000 во 1991 година, се зголеми на 557.000 во 1998 година. Помеѓу 1990 и 1999 година беа основани околу

940.000 нови претпријатија, а истовремено околу 496.000 претпријатија беа ликвидирани. Салдото беше позитивно и се сметаше за голем успех. По 1996 година влезот на нови бизниси на пазарот се стабилизираше на околу 90.000 на годишно ниво. Анализите на развојот на секторите јасно покажува дека дојде до структурни промени благодареејќи на економската промоција, отворањето на пазарите и економското и валутарното обединување. Најголемите придобивки ги имаа градежниот сектор и секторот на услуги, точно тие сектори кои што имаа најголема потреба за обновување. (Horst 2002, pp. 106-115)

Промотивните мерки имаа и одредени негативни последици. Во некои претпријатија на пример, како резултат на финансиска помош, имаше повеќе капитал од колку што можеше да биде остварен преку продажбата на нивните производи. Друга негативна страна на големиот број на промотивни мерки беше фактот што сред источно-германското население се појави т.н. менталитет за очекување на субвенции. Сојузната влада ги субвенционираше источно-германските претпријатија со 97 ДЕМ на секои 1.000 ДЕМ бруто-домашен производ, а западно-германските претпријатија само со 27 ДЕМ. Затоа се бараше времено ограничување на субвенциите, бидејќи навиката за преживување со субвенции би имала негативни последици за целата економија. (Horst 2002, pp. 115-118). Со оглед на тоа што иновациите се важни за економскиот развој, врз целата територија на Источна Германија беа формирани, повторно со силни субвенции, голем број на технолошки и основачки центри. (Horst 2002, p. 180)

Ако се анализираат податоците од приложените табели станува јасно дека дистрибуцијата на новоосновани, ликвидирани претпријатија и нето влез на претпријатија доминира во поранешната федерална територија (Западна Германија) и обично е 4 до 5 пати поголема од онаа во новите републики.

2.4 Актуелна состојба

Германската статистика денес ги прикажува активните МСП со оданочлив промет и/или со вработени кои подлежат на задолжително социјално осигурување, преку дефиницијата на IfM Bonn од 01.01.2002, којашто претпријатијата ги класифицира во три групи: мали, средни и големи (значи не

евидентира микро претпријатија), според следниве критериуми: (<http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=89>)

- мало претпријатие – до 9 вработени и до 1 милион ЕУР промет,
- средно претпријатие – над 9 до 499 вработени и промет до 50 милиони ЕУР,
- големо претпријатие – над 499 вработени и промет поголем од 50 милиони ЕУР.

Табела 4 – Претпријатија според регистар на претпријатија во Германија и според дефиницијата на IfM Bonn (2004-2009)

Големина на претпријатие	Претпријатија ¹⁾					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	Број					
Мали претпријатија ²⁾	3.009.249	3.051.068	3.119.903	3.152.470	3.188.110	3.158.065
Средни претпријатија ³⁾	406.606	404.731	419.099	425.806	434.943	426.695
Големи претпријатија	10.757	11.326	12.238	12.989	13.442	12.488
Сите претпријатија	3.426.612	3.467.125	3.551.240	3.591.265	3.636.495	3.597.248
МСП	3.415.855	3.455.799	3.539.002	3.578.276	3.623.053	3.584.760
- удел МСП	99,7%	99,7%	99,7%	99,6%	99,6%	99,7%
Апсолутна промена од претходната година						
Мали претпријатија ²⁾		41.819	68.835	32.567	35.640	-30.045
Средни претпријатија ³⁾		-1.875	14.368	6.707	9.137	-8.248
Големи претпријатија		569	912	751	453	-954
Сите претпријатија		40.513	84.115	40.025	453	-39.247
МСП		39.944	83.203	39.274	44.777	-38.293
Промена од претходната година во %						
Мали претпријатија ²⁾		1,4	2,3	1,0	1,1	-0,9
Средни претпријатија ³⁾		-0,5	3,6	1,6	2,1	-1,9
Големи претпријатија		5,3	8,1	6,1	3,5	-7,1
Сите претпријатија		1,2	2,4	1,1	1,3	-1,1
МСП		1,2	2,4	1,1	1,3	-1,1

1) Активни претпријатија со оданочлив промет и/или со социјално осигурани вработени во годината на извештај според соодветната систематика на економска гранка. (2004 и 2005: WZ C-K,M-O на WZ 2003; од 2006: WZ B-N,P-S на WZ 2008).

2) Мало претпријатие = претпријатие со до 9 вработени и до 1 мил. ЕУР промет.

3) Средно претпријатие = претпријатие со до 499 вработени и до 50 мил. ЕУР промет, кое не е мало претпријатие.

Извор: Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung des Unternehmensregisters 2004 bis 2009 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden, verschiedene Jahrgänge; Berechnungen des IfM Bonn.

Според оваа статистика денес во СР Германија постојат околу 3.600.000 активни претпријатија (со оданочлив промет и задолжително социјално осигурување на вработените). Притоа, од нив големи се околу 13.000, а другите влегуваат во групата на МСП и чинат дури 99,7% од вкупниот број на претпријатија.

Германската статистика, паралелно, ги евидентира претпријатијата и според класификацијата на ЕУ, којашто, како што е познато, разликува микро, мали, средни и големи претпријатија. (Шуклев 2011, стр. 8-9) Ваквата статистика е базирана врз следниве критериуми:

- микро претпријатие – до 9 вработени и до 2 милиони ЕУР промет,
- мало претпријатие – над 9 до 49 вработени и до 10 милиони промет,
- средно претпријатие – над 49 до 249 вработени и до 50 милиони ЕУР промет,
- другите претпријатија влегуваат во групата на големи претпријатија.

Оваа статистика, открива дека во Германија, како што впрочем тоа е случај и во другите земји на ЕУ, во групата на мали и средни бизниси најдоминантни се т.н. микро претпријатија – повеќе од 3.237.000.

Табела 5 – Претпријатија според регистар на претпријатија во Германија и според дефиницијата на Европската комисија

Големина на претпријатие	Претпријатија ¹⁾					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	Број					
Микро претпријатија ²⁾	3.084.476	3.128.769	3.201.619	3.234.462	3.272.529	3.237.878
Мали претпријатија ³⁾	267.339	263.196	271.007	275.475	280.791	278.459
Средни претпријатија ⁴⁾	60.004	60.013	62.477	64.365	65.696	64.173
Големи претпријатија	14.793	15.147	16.137	16.963	17.479	16.738
Сите претпријатија	3.426.612	3.467.125	3.551.240	3.591.265	3.636.495	3.597.248
МСП	3.411.819	3.451.978	3.535.103	3.574.302	3.619.016	3.580.510
- удел МСП	99,6%	99,6%	99,5%	99,5%	99,5%	99,5%
Апсолутна промена од претходната година						
Микро претпријатија ²⁾		44.293	72.850	32.843	38.067	-34.651
Мали претпријатија ³⁾		-4.143	7.811	4.468	5.316	-2.332
Средни претпријатија ⁴⁾		9	2.464	1.888	1.331	-1.523
Големи претпријатија		354	990	826	516	-741
Сите претпријатија		40.513	84.115	40.025	45.230	-39.247
МСП		40.159	83.125	39.199	44.714	-38.506
Промена од претходната година во %						
Микро претпријатија ²⁾		1,4	2,3	1,0	1,2	-1,1
Мали претпријатија ³⁾		-1,5	3,0	1,6	1,9	-0,8
Средни претпријатија ⁴⁾		0,0	4,1	3,0	2,1	-2,3
Големи претпријатија		2,4	6,5	5,1	3,0	-4,2
Сите претпријатија		1,2	2,4	1,1	1,3	-1,1
МСП		1,2	2,4	1,1	1,3	-1,1

- 1) Активни претпријатија со оданочлив промет и/или со социјално осигурани вработени во годината на извештај според соодветната систематика на економска гранка. (2004 и 2005: WZ C-K,M-O на WZ 2003; од 2006: WZ B-N,P-S на WZ 2008).
- 2) Микро претпријатие = претпријатие со до 9 вработени и до 2 мил. ЕУР промет.
- 3) Мало претпријатие = претпријатие со до 49 вработени и до 10 мил. ЕУР промет, кое не е микро претпријатие.
- 4) Средно претпријатие = претпријатие со до 249 вработени и до 50 мил. ЕУР промет, кое не е мало претпријатие.

Извор: Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung des Unternehmensregisters 2004 bis 2009 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden, verschiedene Jahrgänge; Berechnungen des IfM Bonn.

2.4.1 Секторска структура на МСП во Германија

Табелата бр. 6 ја илустрира секторската дистрибуција на МСП во различните гранки на германската економија во 2008 година. Табелата исто покажува дека во 2008 година, според статистиката на IfM Bonn, во Германија се регистрирани вкупно 3.636.495 претпријатија со оданочлив промет и задолжително социјално

осигурување на вработените, од кои дури 3.623.053 претпријатија се мали и средни, а во нивни рамки 3.188.110 се мали претпријатија и 434.943 средни. Притоа, нецели 20% од вкупниот број мали и средни претпријатија се во секторите градежништво, преработувачка индустрија, снабдување со енергија, снабдување со вода и сл, а останатите 80% од малите и средните претпријатија работат во различните услужни сектори. Овде посебно е значајно да кажеме дека во рамките на секторот на услуги, на т.н. модерни, т.е. високософистицирани услуги, им припаѓа завидно место. Имено, околу 20% од малите и средните претпријатија во Германија се лоцирани во секторите информации и комуникации, финансиски услуги, научно-технолошки услуги итн., т.е. во сектори кои ги апсорбираат новите научни сознанија. Се ова покажува дека Германија, како високоразвиена земја, има модерна економска структура.

Меѓутоа, за да се добие реална слика за економската моќ на одделните сектори во економијата и на малите и средните претпријатија лоцирани во тие сектори, треба да се согледа и големината на вкупните продажби на малите и средните претпријатија по одделни сектори. Табелата бр. 7 дава таков тип на информации.

Табела 6 – Број на мали и средни претпријатија во Германија по одделни сектори во 2008 година

Број на WZ- класификац ија ¹⁾	Економски дел	Претпријатија							
		Сите претпријатија ²⁾ вкупно		помеѓу нив:				средни претпријатија	
		Број	вертикална структура во %	МСП вкупно	вертикална структура во %	од тие: мали претпријатија		Број	вертикална структура во %
		Број	вертикална структура во %	Број	вертикална структура во %	Број	вертикална структура во %	Број	вертикална структура во %
B	Рударство и експлоатација на камења и земји	2.531	0,1	2.497	0,1	1.479	0,0	1.018	0,2
C	Преработувачка индустрија	269.174	7,4	264.654	7,3	191.006	6,0	73.648	16,9
D	Снабдување со енергија	23.450	0,6	22.939	0,6	20.127	0,6	2.812	0,6
E	Снабдување со вода; отстранување на одвод и ѓубре и отстранување на загадувања на околината	13.596	0,4	13.446	0,4	8.708	0,3	4.738	1,1
F	Градежништво	386.539	10,6	386.304	10,7	341.296	10,7	45.008	10,3
G	Трговија; Одржување и поправки на коли	727.536	20,0	723.705	20,0	603.195	18,9	120.510	27,7
H	Сообраќај и складирање	128.810	3,5	128.308	3,5	104.560	3,3	23.748	5,5
I	Хотелиерство	265.849	7,3	265.776	7,3	251.328	7,9	14.448	3,3
J	Информации и комуникации	135.063	3,7	134.643	3,7	121.280	3,8	13.363	3,1
K	Финансиски и осигурителни услуги	69.859	1,9	69.337	1,9	63.579	2,0	5.758	1,3
L	Земјиште и станбен простор	306.176	8,4	305.976	8,4	291.226	9,1	14.750	3,4
M	Услуги на слободни дејности, научни и технички услу	483.807	13,3	483.314	13,3	448.684	14,1	34.630	8,0
N	Останати економски услуги	168.817	4,6	168.234	4,6	147.716	4,6	20.518	4,7
P	Воспитување и настава	71.979	2,0	71.795	2,0	60.566	1,9	11.229	2,6
Q	Здравство и социјала	233.164	6,4	232.217	6,4	200.193	6,3	32.024	7,4
R	Уметност, забава и одмор	104.664	2,9	104.596	2,9	100.458	3,2	4.138	1,0
S	Останати услуги	245.481	6,8	245.312	6,8	232.709	7,3	12.603	2,9
B-N,P-S	Вкупно економските гранки	3.636.495	100,0	3.623.053	100,0	3.188.110	100,0	434.943	100,0

МСП според дефиниција на IfM Bonn: претпријатија со до 499 вработени и до 50 мил. ЕУР промет; мали претпријатија: до 9 вработени и до 1 мил. ЕУР промет; средни претпријатија (без мали претпријатија): до 499 вработени и до 50 мил. ЕУР промет, но не до 9 вработени и до 1 мил. ЕУР промет.

1) Класификација на систематиката на економски гранки, издание 2008 (WZ 2008).

2) Претпријатија со оданочлив промет и/или со вработени обврзани да бидат социјално осигурани во годината на извештајот 2008.

Извор: Statistisches Bundesamt, Sonderauswertung des Unternehmensregister-Systems 95 mit Auswertungstichtag 30.06.2010 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden 2011; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 7 – Реализиран промет на малите и средни претпријатија по економски сектори во 2008 година

Број на WZ- класификац ија ¹⁾	Економски дел	Промет							
		во сите претпријатија ²⁾ вкупно		помеѓу нив: МСП вкупно		од тие: мали претпријатија		средни претпријатија	
		во 1.000 ЕУР	структура во %	во 1.000 ЕУР	структура во %	во 1.000 ЕУР	структура во %	во 1.000 ЕУР	структура во %
B	Рударство и експлоатација на камења и земји	19.740.925	0,4	5.177.835	0,3	380.786	0,1	4.797.049	0,3
C	Преработувачка индустрија	1.824.414.633	34,0	456.641.580	22,4	40.924.055	9,3	415.717.525	26,0
D	Снабдување со енергија	287.414.807	5,4	23.804.741	1,2	3.176.477	0,7	20.628.264	1,3
E	Снабдување со вода; отстранување на одвод и ѓубре и отстранување на загадувања на околината	41.256.423	0,8	24.363.133	1,2	2.003.411	0,5	22.359.722	1,4
F	Градежништво	219.095.274	4,1	188.267.867	9,2	63.000.538	14,3	125.267.329	7,8
G	Трговија; Одржување и поправки на коли	1.680.032.758	31,3	676.242.638	33,2	112.568.816	25,5	563.673.822	35,3
H	Сообраќај и складирање	253.699.462	4,7	105.655.192	5,2	16.767.691	3,8	88.887.501	5,6
I	Хотелиерство	65.057.288	1,2	56.619.705	2,8	30.778.796	7,0	25.840.909	1,6
J	Информации и комуникации	211.581.031	3,9	70.908.068	3,5	15.064.327	3,4	55.843.741	3,5
K	Финансиски и осигурителни услуги	117.860.722	2,2	21.223.225	1,0	3.164.299	0,7	18.058.926	1,1
L	Земјиште и станбен простор	120.705.577	2,3	92.528.505	4,5	38.460.753	8,7	54.067.752	3,4
M	Услуги на слободни дејности, научни и технички услуги	249.101.027	4,6	161.677.537	7,9	60.216.873	13,6	101.460.664	6,4
N	Останати економски услуги	141.875.144	2,6	73.809.656	3,6	18.232.781	4,1	55.576.875	3,5
P	Воспитување и настава	11.103.114	0,2	8.584.226	0,4	4.229.773	1,0	4.354.453	0,3
Q	Здравство и социјала	49.212.974	0,9	20.975.554	1,0	5.763.766	1,3	15.211.788	1,0
R	Уметност, забава и одмор	29.143.421	0,5	19.122.618	0,9	9.258.989	2,1	9.863.629	0,6
S	Останати услуги	41.342.078	0,8	33.665.008	1,7	17.527.467	4,0	16.137.541	1,0
B-N,P-S	Вкупно економските гранки	5.362.636.658	100,0	2.039.267.088	100,0	441.519.598	100,0	1.597.747.490	100,0

МСП според дефиниција на IfM Bonn: претпријатија со до 499 вработени и до 50 мил. ЕУР промет; мали претпријатија: до 9 вработени и до 1 мил. ЕУР промет; средни претпријатија (без мали претпријатија): до 499 вработени и до 50 мил. ЕУР промет, но не до 9 вработени и до 1 мил. ЕУР промет.

1) Класификација на систематиката на економски гранки, издание 2008 (WZ 2008).

2) Претпријатија со оданочлив промет и/или со вработени обврзани да бидат социјално осигурани во годината на извештајот 2008.

Извор: Statistisches Bundesamt, Sonderauswertung des Unternehmensregister-Systems 95 mit Auswertungstichtag 30.06.2010 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden 2011; Berechnungen des IfM Bonn.

Податоците во табелата потврдуваат дека два сектора – преработувачката индустрија и градежништвото учествуваат со повеќе од 55% во вкупниот промет на малите и средните претпријатија, односно дека овие два сектора имаат многу поголемо учество во вкупните продажби на МСП отколку што е процентот на дистрибуција на МСП во споменатите сектори. Ваквата состојба се должи, во голема мера, на релативното големо учество на средните претпријатија во преработувачката индустрија и во градежништвото – грото на продажби, главно, се реализирани од страна на средните претпријатија. Од друга страна, модерните услуги учествуваат со околу 15% во вредноста на вкупните продажби.

Некои анализи за секторската дистрибуција на малите и средните претпријатија вршени во 1980-тите, кога растот на МСП доживеа вистински бум, покажуваат дека порастот на бројот на нови претпријатија по економски сектори беше највисок во секторот на услугите и особено во модерните услуги. Во истиот период бројот на нови индустриски претпријатија постепено се намалуваше. Испитувањата во овој период покажаа дека МСП во секторот на услугите бележат значително повисока профитабилност од оние во секторот на индустријата. (Albach & Dahremöller 1986, pp. 9-11).

2.4.2 Малите и средните претпријатија во Германија како креатори на нови работни места

Нема сомнение дека во современи услови, во сите економии, а таков е случајот и со германската економија, малите и средните претпријатија се носители на стабилниот и одржлив економски раст и развој и претставуваат најзначајни креатори на нови работни места.

Намалувањето на високиот степен на невработеност и интеграцијата на бегалците и воените лица во економскиот процес во текот на 1940-тите и 1950-тите години во Германија се одвиваше побрзо од очекувањата на експертите и политичарите. Динамиката на развојот на вработеноста беше во сите сектори висока, со исклучок на земјоделскиот сектор. Развојот појде до таму што стапката на невработеност, кон крајот на 1950-тите години, падна под 1%, што фактички претставува состојба на полна вработеност. Во 1960-тите години во Западна Германија се појави недостаток на работна сила кој беше компензиран

со регрутирање на странска работна сила. Промена на овој тренд се случи кон средината на 1970-тите години, кога масовно се отпуштаа вработени во металуршката индустрија. Паралелно со кризата на металуршката индустрија, секторот на услуги бележеше високи стапки на раст, но тоа не беше доволно за да се апсорбираат невработените лица. Вработеноста опаѓаше и во трговскиот и транспортниот сектор. Ситуацијата на пазарот на труд се влошуваше со текот на времето, поради појавувањето на голем прилив на нова работна сила од годините со повисок наталитет после Втората светска војна. (Albach & Dahremöller 1986, p. 7)

Една анализа врз основа на статистиката на данокот на додадена вредност во средината на 1980-тите години, покажа дека за порастот на вработеноста во секторот на услуги најзаслужни се малите и средните претпријатија во доменот на економски и компјутерско-софтверски консалтинг, козметика и фитнес центри, т.е. во секторот на т.н. модерни услуги. МСП доминираа и во секторот на класичните услуги. (Albach & Dahremöller 1986, pp. 7-9)

Во текот на 1980-тите години се спроведуваа различни испитувања на регионално ниво на темата на развојот на вработувањето во претпријатијата, т.е. на темата на креирање на нови работни места и значењето на малите и средните претпријатија во тој процес. Регионалните анкети од годините 1981 и 1982 спроведени во градовите Dortmund и Kassel и анкетите на стопанската комора на градот Dortmund за економската ситуација во 1983 година, потврдија дека бројот на претпријатија кои планираа да го намалат бројот на вработени бил многу повисок од бројот на претпријатија што планирале да ја зголемат вработеноста. Ситуацијата на пазарот на труд се комплицираше со фактот што пред сè големи претпријатија планираа намалување на бројот на вработени. Од друга страна, се покажа дека малите и средни претпријатија доминирале во рамките на претпријатија кои планирале да го зголемат бројот на вработени. Иако регионот на Dortmund во тоа време беше соочен со структурни проблеми во секторот на рударството и производство на челик, па намалувањето на вработеноста произлегуваше токму од големите претпријатија во овие сектори, сепак статистиката потврдува дека денес МСП се главните креатори на нови работни места.

Слични тенденции за вработувањето анализирано според големината на претпријатија беа присутни и во регионот на Köln. Анкетите покажуваа дека претпријатија со помалку од 200 вработени планираа зголемување на бројот на вработени, а големите претпријатија, обратно, планираа намалување на бројот на вработени. Скоро идентични резултати беа забележени и во регионите на Bonn и Duisburg за истиот период. Резултатите на наведените истражувања јасно ја потврдија хипотезата која тоа време беше присутна во Западна Германија, според која малите и средни претпријатија го поддржуваа позитивниот развој на бројот на вработени. Големите претпријатија во спротивно беа причината за намалувањето на бројот на вработени. (Albach & Dahremöller 1986, pp. 12-13).

Претходно опишаните негативни трендови во доменот на вработеноста во 1985 година запреа – дел од класичните, опаѓачки индустрии – рударство, челик и др. се реструктурираа. По оваа година вработеноста во Западна Германија манифестира растечки тренд со солидна динамика. Годишната 1985 заврши со поголема вработеност во однос на претходната година за околу 220.000 (нововработени) лица. (Albach & Dahremöller 1986, pp. 27-28)

(Albach & Dahremöller 1986, p. 31), заклучуваат дека намалувањето на бројот на вработени се должеше во почетокот на 1980-тите години на отпуштањата на големите претпријатија, а малите и средни претпријатија тоа го компензираа до одредена мера. До средината на таа деценија, пазарот на труд се имаше стабилизирано и покажуваше позитивен тренд, а тоа се должеше на неколку факти. Надворешната побарувачка за германски производи беше покачена, а исто така растеше и домашната побарувачка. Други важни фактори беа намалените каматни стапки за кредити, консолидацијата на буџетниот дефицит на јавниот сектор, намалената цена на нафта, како и стабилизирањето на профитабилноста на германските претпријатија. Трендот за вработеноста тендираше кон понатамошно зголемување на бројот на вработени, а новите вработувања се случуваа во мали и средни претпријатија. Сепак, мора да се признае дека промената на трендот се должеше, во еден дел на новите вработувања во големите претпријатија, како на пример во автомобилската индустрија. (Albach & Dahremöller 1986, p. 31)

Табелата што ја даваме во прилог ја покажува дистрибуцијата на вработеноста во бизнис секторот на Германија според големина на претпријатијата, а врз основа на статистиката на IfM Bonn.

Табела 8 – Број на вработени во малите, средните и големите претпријатија во Германија во периодот 2004-2009 година, според дефиницијата на IfM Bonn

Големина на претпријатие	Социјално осигурани вработени во претпријатијата ¹⁾					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	Број					
Мали претпријатија ²⁾	3.602.685	3.515.858	3.534.122	3.561.460	3.552.909	3.596.986
Средни претпријатија ³⁾	11.112.066	10.901.965	11.168.980	11.422.656	11.621.919	11.693.855
Големи претпријатија	9.221.131	9.403.742	9.657.801	9.904.787	10.175.730	9.874.445
Сите претпријатија	23.935.882	23.821.565	24.360.903	24.888.903	25.350.558	25.165.286
МСП	14.714.751	14.417.823	14.703.102	14.984.116	15.174.828	15.290.841
- удел МСП	61,5%	60,5%	60,4%	60,2%	59,9%	60,8%
Апсолутна промена од претходната година						
Мали претпријатија ²⁾		-86.827	18.264	27.338	-8.551	44.077
Средни претпријатија ³⁾		-210.101	267.015	253.676	199.263	71.936
Големи претпријатија		182.611	254.059	246.986	270.943	-301.285
Сите претпријатија		-114.317	539.338	528.000	461.655	-185.272
МСП		-296.928	285.279	281.014	190.712	116.013
Мали претпријатија ²⁾		-2,4	0,5	0,8	-0,2	1,2
Средни претпријатија ³⁾		-1,9	2,4	2,3	1,7	0,6
Големи претпријатија		2,0	2,7	2,6	2,7	-3,0
Сите претпријатија		-0,5	2,3	2,2	1,9	-0,7
МСП		-2,0	2,0	1,9	1,3	0,8

1) Активни претпријатија со оданочлив промет и/или со социјално осигурани вработени во годината на извештај според соодветната систематика на економска гранка. (2004 и 2005: WZ C-K,M-O на WZ 2003; од 2006: WZ B-N,P-S на WZ 2008).

2) Мало претпријатие = претпријатие со до 9 вработени и до 1 мил. ЕУР промет.

3) Средно претпријатие = претпријатие со до 499 вработени и до 50 мил. ЕУР промет, кое не е мало претпријатие.

Извор: Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung des Unternehmensregisters 2004 bis 2009 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden, verschiedene Jahrgänge; Berechnungen des IfM Bonn.

Податоците во табелата потврдуваат дека во 2009 година вкупната вработеност во бизнис-секторот на Германија (во сите претпријатија – мали, средни и големи) изнесувала 25.165.286 лица, од кои дури 15.290.841 лица биле вработени во малите и средните претпријатија. Практично, во целиот разгледуван период малите и средните претпријатија учествуваат во вкупната вработеност на бизнис секторот со околу 61%. Во годините 2005-2009 вработеноста кај сите претпријатија бележи благ пораст (исклучок е 2005

година кај малите претпријатија и 2009 година кај големите претпријатија). Од друга страна се покажува дека во кризната 2009 година, во однос на 2008 година, големите претпријатија го намалиле бројот на вработени за повеќе од 300.000, а во истата година, повторно во споредба со претходната година, малите и средните претпријатија го зголемиле бројот на вработени за 116.000 лица. Ова е потврда на тезата дека во време на рецесии, малите и средните претпријатија, поради поголемата флексибилност, покажуваат поголема виталност од големите претпријатија и дека и во случајот на Германија тие се заслужни за ублажување на негативните последици на пазарот на труд.

Во следната табела дадена е дистрибуцијата на вработеноста во бизнис секторот на Германија според големина на претпријатијата, а врз основа на критериумите на Европската комисија. Инаку, податоците повторно го потврдуваат големото учество на микро, малите и средните претпријатија во вкупната вработеност во бизнис-секторот на Германија – за разгледуваниот период тоа се движи на нивото од околу 55% (процентот е помал во однос на германската статистика, поради различните критериуми на дефинирање на претпријатијата според нивната големина). Инаку, заклучоците што претходно ги изведовме за значењето на малите и средните бизниси за вработувањето во време на криза, во основа, се потврдуваат и на примерот на оваа класификација на претпријатијата според големината.

Табела 9 – Број на вработени во малите, средните и големите претпријатија во Германија во периодот 2004-2009 година, според критериумите на Европската комисија

Големина на претпријатие	Социјално осигурани вработени во претпријатијата ¹⁾					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	Број					
Микро претпријатија ²⁾	3.894.815	3.823.324	3.862.404	3.882.938	3.888.091	3.915.319
Мали претпријатија ³⁾	4.518.009	4.419.630	4.516.925	4.604.272	4.685.831	4.717.064
Средни претпријатија ⁴⁾	4.944.628	4.888.159	5.014.235	5.154.439	5.234.559	5.221.382
Големи претпријатија	10.578.430	10.690.452	10.967.339	11.247.254	11.542.077	11.311.521
Сите претпријатија	23.935.882	23.821.565	24.360.903	24.888.903	25.350.558	25.165.286
МСП	13.357.452	13.131.113	13.393.564	13.641.649	13.808.481	13.853.765
- удел МСП	55,8%	55,1%	55,0%	54,8%	54,5%	55,1%
Апсолутна промена од претходната година						
Микро претпријатија ²⁾		-71.491	39.080	20.534	5.153	27.228
Мали претпријатија ³⁾		-98.379	97.295	87.347	81.559	31.233
Средни претпријатија ⁴⁾		-56.469	126.076	140.204	80.120	-13.177
Големи претпријатија		112.022	276.887	279.915	294.823	-230.556
Сите претпријатија		-114.317	539.338	528.000	461.655	-185.272
МСП		-226.339	262.451	248.085	166.832	45.284
Промена од претходната година во %						
Микро претпријатија ²⁾		-1,8	1,0	0,5	0,1	0,7
Мали претпријатија ³⁾		-2,2	2,2	1,9	1,8	0,7
Средни претпријатија ⁴⁾		-1,1	2,6	2,8	1,6	-0,3
Големи претпријатија		1,1	2,6	2,6	2,6	-2,0
Сите претпријатија		-0,5	2,3	2,2	1,9	-0,7
МСП		-1,7	2,0	1,9	1,2	0,3

- 1) Активни претпријатија со оданочлив промет и/или со социјално осигурани вработени во годината на извештај според соодветната систематика на економска гранка. (2004 и 2005: WZ C-K,M-O на WZ 2003; од 2006: WZ B-N,P-S на WZ 2008).
- 2) Микро претпријатие = претпријатие со до 9 вработени и до 2 мил. ЕУР промет.
- 3) Мало претпријатие = претпријатие со до 49 вработени и до 10 мил. ЕУР промет, кое не е микро претпријатие.
- 4) Средно претпријатие = претпријатие со до 249 вработени и до 50 мил. ЕУР промет, кое не е мало претпријатие.

Извор: Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung des Unternehmensregisters 2004 bis 2009 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden, verschiedene Jahrgänge; Berechnungen des IfM Bonn.

2.4.3 Регионална структура на МСП во Германија

Табелите што ги даваме во прилог даваат јасна претстава за регионалната дистрибуција на МСП во Германија, по сојузни републики – број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според класи на промет во 2003 година и во 2008 година (иако за 2009 година постојат податоци, таа

година не е приложена, бидејќи последиците од кризата врз бројот на претпријатија дојдоа до посебен израз токму во 2009 година⁶), како и реално остварениот промет на претпријатијата во 2008 година, по сојузни републики.

⁶ Како последица на финансиската криза од 2008 година, регистарот на претпријатија во Германија, во 2009 година, евидентираше намалување на бројот на новорегистрирани претпријатија. Намалувањето беше подрастично кај големите претпријатија, чиј број се намали за цели 7,1%, а во апсолутен износ за 1.000 претпријатија. Значајното намалување на бројот на големи претпријатија сепак не значи дека тие претпријатија го напуштиле пазарот. Поради последиците на финансиската криза тие регистрираа понизок промет и намалување на работната сила, со што, дел од нив, влегоа во групата на средни претпријатија. (<http://ifm-bonn.org/index.php?id=580>)

Табела 10 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според класи на промет во 2003 година

Република	Претпријатија ¹⁾ со промет од ... до ... ЕУР					Вкупно	МСП ¹⁾ до 50 мил.	
	17.500 - 1 мил.	1 мил. - 2 мил.	2 мил. - 10 мил.	10 мил. - 50 мил.	50 мил. и повеќе			
	Број							
Baden-Württemberg	361.561	19.991	18.239	4.648	1.358	405.797	404.439	
Bayern	464.404	23.639	20.749	4.750	1.329	514.871	513.542	
Berlin	103.081	4.142	3.263	624	191	111.301	111.110	
Brandenburg	71.151	3.362	2.692	432	68	77.705	77.637	
Bremen	18.686	1.203	0.001	384	135	21.650	21.515	
Hamburg	67.835	4.128	4.044	990	411	77.408	76.997	
Hessen	208.445	10.724	9.575	2.226	722	231.692	230.970	
Mecklenburg-Vorpommern	45.301	2.455	1.957	287	44	50.044	50.000	
Niedersachsen	221.293	12.846	11.350	2.657	714	248.860	248.146	
Nordrhein-Westfalen	551.619	30.405	28.668	7.227	2.146	620.065	617.919	
Rheinland-Pfalz	135.836	6.418	5.648	1.201	295	149.398	149.103	
Saarland	30.492	1.574	1.319	305	90	33.780	33.690	
Sachsen	123.744	5.627	4.779	819	113	135.082	134.969	
Sachsen-Anhalt	59.160	3.035	2.531	448	66	65.240	65.174	
Schleswig-Holstein	90.198	4.761	4.093	899	263	100.214	99.951	
Thüringen	65.957	3.045	2.849	469	55	72.375	72.320	
Германија	2.618.764	137.355	122.998	28.367	7.998	2.915.482	2.907.484	
Поранешниот сојузен дел без Берлин	2.150.369	115.689	104.927	25.287	7.463	2.403.735	2.396.272	
Нови републики со Берлин	468.394	21.666	18.071	3.079	537	511.747	511.210	
	Структура во %							
Baden-Württemberg	13,8	14,6	14,8	16,4	17,0	13,9	13,9	
Bayern	17,7	17,2	16,9	16,7	16,6	17,7	17,7	
Berlin	3,9	3,0	2,7	2,2	2,4	3,8	3,8	
Brandenburg	2,7	2,4	2,2	1,5	0,9	2,7	2,7	
Bremen	0,7	0,9	1,0	1,4	1,7	0,7	0,7	
Hamburg	2,6	3,0	3,3	3,5	5,1	2,7	2,6	
Hessen	8,0	7,8	7,8	7,8	9,0	7,9	7,9	
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	1,8	1,6	1,0	0,6	1,7	1,7	
Niedersachsen	8,5	9,4	9,2	9,4	8,9	8,5	8,5	
Nordrhein-Westfalen	21,1	22,1	23,3	25,5	26,8	21,3	21,3	
Rheinland-Pfalz	5,2	4,7	4,6	4,2	3,7	5,1	5,1	
Saarland	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	
Sachsen	4,7	4,1	3,9	2,9	1,4	4,6	4,6	
Sachsen-Anhalt	2,3	2,2	2,1	1,6	0,8	2,2	2,2	
Schleswig-Holstein	3,4	3,5	3,3	3,2	3,3	3,4	3,4	
Thüringen	2,5	2,2	2,3	1,7	0,7	2,5	2,5	
Германија	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Поранешниот сојузен дел без Берлин	82,1	84,2	85,3	89,1	93,3	82,4	82,4	
Нови републики со Берлин	17,9	15,8	14,7	10,9	6,7	17,6	17,6	

1) Даночни обврзници со испораки и услуги (промет) од најмалку 17.500 ЕУР во годината.

Извор: Statistisches Bundesamt und jew. Statistische Landesämter (2005): Umsatzsteuerstatistik 2003; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 11 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според класи на промет во 2008 година

Република	Претпријатија ¹⁾ со промет од ... до под ... ЕУР					Вкупно	МСП ¹⁾ до под 50 мил.
	17.500 - 1 мил.	1 мил. - 2 мил.	2 мил. - 10 мил.	10 мил. - 50 мил.	50 мил. и повеќе		
	Број						
Baden-Württemberg	389.635	21.430	21.201	5.713	1.908	439.887	437.979
Bayern	517.705	25.532	24.531	6.043	1.798	575.609	573.811
Berlin	122.511	4.961	4.206	839	220	132.737	132.517
Brandenburg	81.327	3.538	3.277	593	114	88.849	88.735
Bremen	19.462	1.206	1.524	481	180	22.853	22.673
Hamburg	76.469	4.567	4.947	1.288	512	87.783	87.271
Hessen	225.801	11.125	10.672	2.576	890	251.064	250.174
Mecklenburg-Vorpommern	49.218	2.578	2.311	384	78	54.569	54.491
Niedersachsen	239.292	13.647	13.272	3.169	962	270.342	269.380
Nordrhein-Westfalen	592.229	31.537	32.141	8.658	2.810	667.375	664.565
Rheinland-Pfalz	142.446	6.793	6.252	1.435	417	157.343	156.926
Saarland	31.847	1.868	1.802	380	124	36.021	35.897
Sachsen	135.575	5.756	5.635	1.123	184	148.273	148.089
Sachsen-Anhalt	61.802	2.996	2.936	580	125	68.439	68.314
Schleswig-Holstein	97.455	5.158	4.769	1.121	322	108.825	108.503
Thüringen	69.723	3.163	3.266	651	106	76.909	76.803
Германија	2.852.497	145.855	142.742	35.034	10.750	3.186.878	3.176.128
Поранешниот сојузен дел без Берлин	2.332.341	122.863	121.111	30.864	9.923	2.617.102	2.607.179
Нови републики со Берлин	520.156	22.992	21.631	3.972	827	569.776	568.949
	Структура во %						
Baden-Württemberg	13,7	14,7	14,9	16,3	17,7	13,8	13,8
Bayern	18,1	17,5	17,2	17,2	16,7	18,1	18,1
Berlin	4,3	3,4	2,9	2,4	2,0	4,2	4,2
Brandenburg	2,9	2,4	2,3	1,7	1,1	2,8	2,8
Bremen	0,7	0,8	1,1	1,4	1,7	0,7	0,7
Hamburg	2,7	3,1	3,5	3,7	4,8	2,8	2,7
Hessen	7,9	7,6	7,5	7,4	8,3	7,9	7,9
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	1,8	1,6	1,1	0,7	1,7	1,7
Niedersachsen	8,4	9,4	9,3	9,0	8,9	8,5	8,5
Nordrhein-Westfalen	20,8	21,6	22,5	24,7	26,1	20,9	20,9
Rheinland-Pfalz	5,0	4,7	4,4	4,1	3,9	4,9	4,9
Saarland	1,1	1,3	1,3	1,1	1,2	1,1	1,1
Sachsen	4,8	3,9	3,9	3,2	1,7	4,7	4,7
Sachsen-Anhalt	2,2	2,1	2,1	1,7	1,2	2,1	2,2
Schleswig-Holstein	3,4	3,5	3,3	3,2	3,0	3,4	3,4
Thüringen	2,4	2,2	2,3	1,9	1,0	2,4	2,4
Германија	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Поранешниот сојузен дел без Берлин	81,8	84,2	84,8	88,1	92,3	82,1	82,1
Нови републики со Берлин	18,2	15,8	15,2	11,9	7,7	17,9	17,9

1) Даночни обврзници со испораки и услуги (промет) од најмалку 17.500 ЕУР во годината.

Извор: Statistisches Bundesamt: Umsatzsteuerstatistik 2008, Wiesbaden 2010; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 12 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според реално остварениот промет на претпријатијата во 2003 година

Република	Претпријатија ¹⁾ со промет од ... до ... ЕУР						Вкупно	МСП ¹⁾ до 50 мил.
	17.500 - 1 мил.	1 мил. - 2 мил.	2 мил. - 10 мил.	10 мил. - 50 мил.	50 мил. и повеќе	Број		
	Број							
Baden-Württemberg	389.635	21.430	21.201	5.713	1.908	439.887	437.979	
Bayern	517.705	25.532	24.531	6.043	1.798	575.609	573.811	
Berlin	122.511	4.961	4.206	839	220	132.737	132.517	
Brandenburg	81.327	3.538	3.277	593	114	88.849	88.735	
Bremen	19.462	1.206	1.524	481	180	22.853	22.673	
Hamburg	76.469	4.567	4.947	1.288	512	87.783	87.271	
Hessen	225.801	11.125	10.672	2.576	890	251.064	250.174	
Mecklenburg-Vorpommern	49.218	2.578	2.311	384	78	54.569	54.491	
Niedersachsen	239.292	13.647	13.272	3.169	962	270.342	269.380	
Nordrhein-Westfalen	592.229	31.537	32.141	8.658	2.810	667.375	664.565	
Rheinland-Pfalz	142.446	6.793	6.252	1.435	417	157.343	156.926	
Saarland	31.847	1.868	1.802	380	124	36.021	35.897	
Sachsen	135.575	5.756	5.635	1.123	184	148.273	148.089	
Sachsen-Anhalt	61.802	2.996	2.936	580	125	68.439	68.314	
Schleswig-Holstein	97.455	5.158	4.769	1.121	322	108.825	108.503	
Thüringen	69.723	3.163	3.266	651	106	76.909	76.803	
Германија	2.852.497	145.855	142.742	35.034	10.750	3.186.878	3.176.128	
Поранешниот сојузен дел без Берлин	2.332.341	122.863	121.111	30.864	9.923	2.617.102	2.607.179	
Нови републики со Берлин	520.156	22.992	21.631	3.972	827	569.776	568.949	
	Структура во %							
Baden-Württemberg	13,7	14,7	14,9	16,3	17,7	13,8	13,8	
Bayern	18,1	17,5	17,2	17,2	16,7	18,1	18,1	
Berlin	4,3	3,4	2,9	2,4	2,0	4,2	4,2	
Brandenburg	2,9	2,4	2,3	1,7	1,1	2,8	2,8	
Bremen	0,7	0,8	1,1	1,4	1,7	0,7	0,7	
Hamburg	2,7	3,1	3,5	3,7	4,8	2,8	2,7	
Hessen	7,9	7,6	7,5	7,4	8,3	7,9	7,9	
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	1,8	1,6	1,1	0,7	1,7	1,7	
Niedersachsen	8,4	9,4	9,3	9,0	8,9	8,5	8,5	
Nordrhein-Westfalen	20,8	21,6	22,5	24,7	26,1	20,9	20,9	
Rheinland-Pfalz	5,0	4,7	4,4	4,1	3,9	4,9	4,9	
Saarland	1,1	1,3	1,3	1,1	1,2	1,1	1,1	
Sachsen	4,8	3,9	3,9	3,2	1,7	4,7	4,7	
Sachsen-Anhalt	2,2	2,1	2,1	1,7	1,2	2,1	2,2	
Schleswig-Holstein	3,4	3,5	3,3	3,2	3,0	3,4	3,4	
Thüringen	2,4	2,2	2,3	1,9	1,0	2,4	2,4	
Германија	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Поранешниот сојузен дел без Берлин	81,8	84,2	84,8	88,1	92,3	82,1	82,1	
Нови републики со Берлин	18,2	15,8	15,2	11,9	7,7	17,9	17,9	

1) Без ДДВ.

2) Даночни обврзници со испораки и услуги (промет) од најмалку 17.500 ЕУР во годината.

Извор: Statistisches Bundesamt und jew. Statistische Landesämter (2005): Umsatzsteuerstatistik 2003; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 13 – Број на претпријатија по сојузни републики, класифицирани според реално остварениот промет на претпријатијата во 2008 година

Република	Промет ¹⁾ на претпријатијата ²⁾ со промет од ... до ... ЕУР						Промет ¹⁾ на МСП ²⁾
	17.500 - 1 мил.	1 мил. - 2 мил.	2 мил. - 10 мил.	10 мил. - 50 мил.	50 мил. и повеќе	Вкупно	до 50 мил.
	во 1.000 ЕУР						
Baden-Württemberg	66.855.439	30.006.731	89.101.296	118.661.556	605.417.946	910.042.968	304.625.022
Bayern	85.820.728	35.690.636	102.128.641	123.614.476	534.232.500	881.486.980	347.254.480
Berlin	18.086.863	6.862.096	17.114.814	16.946.893	92.203.669	151.214.335	59.010.666
Brandenburg	12.282.310	4.979.859	13.167.974	11.843.341	29.408.524	71.682.007	42.273.484
Bremen	3.454.984	1.697.424	6.450.594	10.313.173	39.406.258	61.322.433	21.916.175
Hamburg	12.921.909	6.434.215	21.146.930	26.833.703	304.924.160	372.260.917	67.336.757
Hessen	37.287.126	15.546.773	44.339.885	53.009.374	303.288.795	453.471.953	150.183.158
Mecklenburg-Vorpommern	8.251.038	3.607.620	9.231.428	7.631.520	11.494.759	40.216.364	28.721.605
Niedersachsen	42.518.049	19.115.273	55.284.533	67.162.344	297.227.680	481.307.879	184.080.199
Nordrhein-Westfalen	101.707.194	44.123.814	135.084.315	181.428.260	897.332.396	1.359.675.980	462.343.583
Rheinland-Pfalz	23.407.540	9.472.540	25.835.618	29.253.495	107.085.464	195.054.656	87.969.192
Saarland	5.544.973	2.630.917	7.330.872	7.852.697	39.887.906	63.247.364	23.359.459
Sachsen	20.695.421	8.096.396	22.803.515	22.639.360	43.187.134	117.421.827	74.234.692
Sachsen-Anhalt	9.982.694	4.204.606	11.895.448	11.652.625	24.461.565	62.196.938	37.735.373
Schleswig-Holstein	16.890.885	7.226.060	19.702.378	23.347.483	68.396.000	135.562.806	67.166.806
Thüringen	10.859.299	4.464.614	13.332.778	12.753.828	14.664.423	56.074.943	41.410.520
Германија	476.566.451	204.159.573	593.951.019	724.944.129	3.412.619.179	5.412.240.352	1.999.621.172
Поранешниот сојузен дел без Берлин	396.408.828	171.944.381	506.405.061	641.476.562	3.197.199.106	4.913.433.937	1.716.234.831
Нови републики со Берлин	80.157.623	32.215.192	87.545.958	83.467.568	215.420.073	498.806.414	283.386.341
	Структура во %						
Baden-Württemberg	14,0	14,7	15,0	16,4	17,7	16,8	15,2
Bayern	18,0	17,5	17,2	17,1	15,7	16,3	17,4
Berlin	3,8	3,4	2,9	2,3	2,7	2,8	3,0
Brandenburg	2,6	2,4	2,2	1,6	0,9	1,3	2,1
Bremen	0,7	0,8	1,1	1,4	1,2	1,1	1,1
Hamburg	2,7	3,2	3,6	3,7	8,9	6,9	3,4
Hessen	7,8	7,6	7,5	7,3	8,9	8,4	7,5
Mecklenburg-Vorpommern	1,7	1,8	1,6	1,1	0,3	0,7	1,4
Niedersachsen	8,9	9,4	9,3	9,3	8,7	8,9	9,2
Nordrhein-Westfalen	21,3	21,6	22,7	25,0	26,3	25,1	23,1
Rheinland-Pfalz	4,9	4,6	4,3	4,0	3,1	3,6	4,4
Saarland	1,2	1,3	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2
Sachsen	4,3	4,0	3,8	3,1	1,3	2,2	3,7
Sachsen-Anhalt	2,1	2,1	2,0	1,6	0,7	1,1	1,9
Schleswig-Holstein	3,5	3,5	3,3	3,2	2,0	2,5	3,4
Thüringen	2,3	2,2	2,2	1,8	0,4	1,0	2,1
Германија	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Поранешниот сојузен дел без Берлин	83,2	84,2	85,3	88,5	93,7	90,8	85,8
Нови републики со Берлин	16,8	15,8	14,7	11,5	6,3	9,2	14,2

1) Без ДДВ.

2) Даночни обврзници со испораки и услуги (промет) од најмалку 17.500 ЕУР во годината.

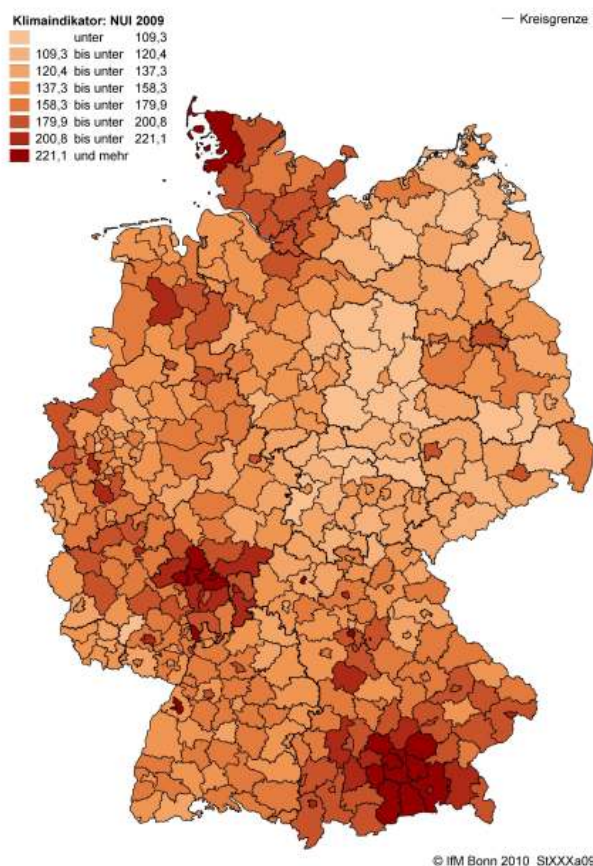
Извор: Statistisches Bundesamt: Umsatzsteuerstatistik 2008, Wiesbaden 2010; Berechnungen des IfM Bonn.

Според сите показатели концентрацијата на претпријатија воопшто и посебно на мали и средни претпријатија, особено е голема во три сојузни републики: Nordrhein-Westfalen, Bayern и Baden-Württemberg.

Во овие сојузни републики, како што се гледа и од приложената мапа, се формирани вистински енклави на мали и средни претпријатија, вистински претприемнички џебови, т.е. региони со голема концентрација на мали и средни

претпријатија, кои во голема мера работат и за потребите на големите претпријатија, како нивни субконтрактори. Во овој контекст, посебно се истакнува сојузната република Baden-Württemberg, којашто уште кон крајот на осумдесеттите години на минатиот век во својот состав имаше голема концентрација на субконтракторски мали бизниси, “Баден Виртенберг во СР Германија надалеку е позната по својата голема стопанска моќ (покраината има 9 милиони жители, извезува годишно производи и услуги во вредност од близу 100 млрд. марки и има општествен производ *per capita* од околу 35.000 марки) заснована врз силата на малите и средните претпријатија. Баден Виртенберг располага со близу 100.000 самостојни занаетчиски дуќани и со илјадници субконтракторски претпријатија (само во индустријата има 14.000 погони кои просечно вработуваат по 40 луѓе) кои се поставени и работат во функција на големите претпријатија во областа на машинската индустрија, автомобилската индустрија, електротехниката и т.н.“. (Фити 1992, стр. 30-31)

Табела 14 – Регионална концентрација на МСП



Агенда:

Klimaindikator = индикатор за
расположение

Kreisgrenze = окружна граница

unter = помалку од

bis unter = од ... до

und mehr = повеќе од

Извор: <http://ifm-bonn.org/index.php?id=1045>

Значајни сознанија за состојбите со МСП и претприемништвото во Германија, од регионален аспект, можат да се извлечат од индикаторот за т.н. нови претприемнички иницијативи. Имено, IfM-Bonn редовно ги следи новите претприемнички иницијативи, на регионална основа, токму преку овој индикатор (NUI Indikator). Индикаторот, ги опфаќа бројот на новопријавени бизниси, “доселени претпријатија” во регионот и преземања на бизниси, во однос со бројот на работно-способното население на одредениот град / регион, со состојба на 31.12 претходната година. Од 1998 до 2006 година индикаторот на регионите се базира врз резултатите на вкупно 439 окружни општини, кои во својот состав имаат и окрузи, и на градови без општини со окрузи. (<http://ifm-bonn.org/index.php?id=609>)

Склоноста кон основање на нови претпријатија од 2004 до 2009 година бележеше константен пад. Тој тренд прекина во 2009 година. Просечниот број на рангирањето за 2009 година изнесуваше 160,9 и беше од прилика 6 поени повисоко од износот во 2008 година. Овој позитивен развој има сепак за жал и една негативна страна – разликата помеѓу највисокиот износ и најнискиот износ на индикаторот по региони продолжи да се продлабочува (417,8 наспроти 87,8). Ова практично значи дека напредните региони одат напред, а состојбата во помалку развиените региони и понатаму се влошува.

Новите претприемнички иницијативи најзастапени се во поширокиот регион на градот Frankfurt во републиката Hessen, со соседниот град Offenbach кој го остварува највисокиот индикатор во цела Германија веќе неколку години со ред. Засилени активности исто така има во поширокиот регион на градот München, во републиката Bayern. Највисоки активности има понатаму во два града без окружни општини во републиката Baden-Württemberg, имено во Baden-Baden и Mannheim и во окружните општини на регионот Nordfriesland во северната република Schleswig-Holstein. Најнеразвиените региони се наоѓаат во Источна Германија, а само два региони во Западна Германија. (<http://ifm-bonn.org/index.php?id=930>)

Табела 15 – NUI-индикаторот на окружните општини и градовите без окружни општини според републиките* за годините 1999-2009

Република	NUI 1999	NUI 2000	NUI 2001	NUI 2002	NUI 2003	NUI 2004	NUI 2005	NUI 2006	NUI 2007	NUI 2008	NUI 2009
Schleswig-Holstein	159,1	155,2	150,7	154,0	177,0	205,2	182,7	186,9	176,0	178,9	186,4
Hamburg	166,6	163,3	153,9	168,2	173,5	190,2	190,9	190,8	189,7	195,1	190,7
Niedersachsen	129,7	127,4	123,0	122,8	144,0	170,0	155,0	155,0	149,5	142,7	151,2
Bremen	124,8	127,6	116,6	114,4	136,8	163,9	145,4	155,9	149,1	150,6	163,8
Nordrhein-Westfalen	136,4	133,8	128,0	129,2	147,0	173,9	163,6	162,8	157,3	152,3	159,3
Hessen	162,8	157,6	156,1	150,3	166,2	197,2	193,1	189,1	191,3	187,3	194,0
Rheinland-Pfalz	147,6	147,0	145,1	143,1	153,4	183,6	171,8	176,6	164,3	160,7	167,4
Baden-Württemberg	141,3	137,7	133,1	132,9	147,0	169,8	162,6	160,4	156,0	154,7	160,4
Bayern	157,8	152,8	149,4	147,9	164,3	194,7	183,9	176,6	172,1	171,4	180,4
Saarland	119,2	116,2	119,6	112,4	127,3	149,5	138,9	135,6	130,9	137,8	143,1
Berlin	150,9	146,4	135,0	145,4	160,6	203,5	190,9	198,9	193,1	179,3	195,8
Brandenburg	136,6	126,3	120,3	113,4	135,9	173,7	150,3	147,1	138,2	138,2	139,9
Mecklenburg-Vorpommern	131,9	122,3	116,8	116,0	138,0	174,9	149,1	136,0	129,7	127,8	126,0
Sachsen	144,1	129,0	124,4	117,7	139,7	166,1	156,6	155,9	141,7	144,1	141,6
Sachsen-Anhalt	122,0	113,0	108,8	100,6	116,4	152,5	130,2	124,0	112,5	105,3	111,2
Thüringen	136,8	130,7	124,5	118,1	133,7	161,7	144,8	136,6	120,7	121,8	126,1
Германија	143,5	138,3	134,2	132,0	149,3	178,3	165,4	163,5	156,8	154,5	160,9

* Просек на новите претприемнички иницијативи на окружните општини и градовите без окружни општини од секоја република.

Извор: <http://ifm-bonn.org/index.php?id=930>

Детални податоци според поединечните региони можат да се добијат на следниот линк <http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/NUI-Regionenranking-2009.pdf>.

2.4.4 Други релевантни индикатори и факти за МСП во Германија

На крајот на оваа глава на трудот ги даваме поновите расположливи индикатори за секторот на мали и средни претпријатија во Германија – за периодот 2009-2010 година.

Во оваа табела се поместени и податоци за бројот на ученици во секторот на мали и средни претпријатија во Германија. Станува збор за една специфичност на германскиот систем на мали и средни бизниси, односно за нивната клучна улога во теоретската и практична едукација на кадри за потребите на германската економија – практично за сите сектори на германската економија. Обично, во жаргонот се употребува термин ученици, во смисла на изучување на занаети, но не типично само во областа на занаетчиство, онака како што кај нас се сфаќа тој поим, туку, многу пошироко, во различни професии – на пример - економист, шалтерски работник во банките, шалтерски работник во администрацијата и сл. При тоа на т.н. школи за професија (за работно место) "Berufsschule" се изучуваат теоретските прашања и проблеми, но практиката се обавува претежно во малите и средните претпријатија.

Табела 16 – Клучните податоци за германскиот Mittelstand за 2009/2010

	Вкупно ¹	МСП ¹	Удел на МСП ¹
Состојба на претпријатија 2010²	3,68 мил.	3,67 мил.	99,7 %
- Претпријатија според регистар на прет. 2009 ³	3.597.248	3.584.760	99,7 %
- Претпријатија обврзани на ДДВ 2009 ⁴	3.135.542	3.125.894	99,7 %
- Занаетчиски претпријатија (31.12.2010)	987.818		
Промет на претпријатијата			
- Промет на претпријатија според регистар на претпријатија 2009 ³ (во ЕУР)	4.978,94 млрд.	1.947,97 млрд.	39,1 %
- Промет на претпријатија обврзани на ДДВ 2009 ⁴ (во ЕУР)	4.897,94 млрд.	1.903,56 млрд.	38,9 %
Вработени за изучување на занаети во претпријатија односно во производство – Ausbildung			
- Вработени обврзани да бидат социјално осигурани во претпријатија според регистар на претпријатија 2009 ³	25,17 мил.	15,29 мил.	60,8 %
- Вработени обврзани да бидат социјално осигурани во производство (вклучително тие во изучување) (31.12.2009) ⁵	25,74 мил.	20,45 мил.	79,5 %
- Во изучување во производство (31.12.2009) ⁵	1,70 мил.	1,41 мил.	83,1 %
Самостојни			
- Самостојни 2010 ⁶ (адвокати, доктори и сл.)	4,26 мил.		
- Стапка на самостојни 2010 ^{6, 7}	10,9 %		
известување:			
- Самостојни без земјоделство 2010 ⁸	4,03 мил.		
- Стапка на самостојни без земјоделство 2010 ^{7, 8}	10,5 %		
- Слободни дејности (01.01.2011) – физиотерапеути, судски преведувачи итн.	1.143.000		
Економска моќ			
- Нето додадена вредност на претпријатијата 2009 ⁹			51,3 %

1) Сите податоци се однесуваат на комерцијалната економија и на слободните дејности. Исклучоците се означени.

2) Ревидирана проценка на IfM Bonn. Само претпријатија со повеќе од 17.500 ЕУР годишен промет за оданочување или најмалку едно вработено лице е задолжено да биде социјално осигурано. Сите економски гранки на комерцијалната економија и слободните дејности без земјоделството, шумарството, рибарството и одгледувањето на риби. Основни податоци:

податоци на регистарот на претпријатија 2009. Ограничување на МСП според критериумот на број на вработени и големина на промет.

- 3) Податоци на регистарот на претпријатија. Сите економски гранки на комерцијалната економија и слободните дејности без земјоделството, шумарството, рибарството и одгледувањето на риби. Ограничување на МСП според критериумот на број на вработени и големина на промет.
- 4) Податоци од ДДВ статистиката. Сите економски гранки на комерцијалната економија и слободните дејности без земјоделството, шумарство, рибарството и одгледувањето на риби. Ограничување на МСП според критериумот на број на вработени и големина на промет.
- 5) Податоци од статистиката за вработените во производството. Ограничување на МСП според критериумот на број на вработени. Мали и средни производствени претпријатија се тие со помалку од 500 вработени.
- 6) Податоци од микроцензус. Сите економски гранки заедно, вклучително и домаќинства со домашни вработени.
- 7) Стапка на самостојни = удел на самостојните во вкупниот број на вработените во %.
- 8) Податоци од микроцензус. Сите економски гранки на комерцијалната економија и слободните дејности без земјоделството, шумостопанството, рибарството и одгледувањето на риби.
- 9) Проценка на IfM Bonn. Основни податоци: ДДВ-статистика. Сите економски гранки на комерцијалната економија и слободните дејности. Ограничување на МСП според големина на промет.

Извор: <http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=99>

2.4.5 Анализите на ГЕМ за претприемништвото во Германија

Во 1990-тите години во Германија се отворија нови перспективи за развој на малите и средните претпријатија. Рецесијата од 1991 година не ја погоди многу Германија, бидејќи со обединувањето на двете германски држави дојде до проширување на домашниот пазар и до пораст на инвестициите во новите држави, т.е. на територијата на поранешна Источна Германија. 1990-тите можат да се означат и како деценијата на промени и иновациите. Во таа деценија персоналните компјутери станаа достапни за малите и средните претпријатија. Интернетот почна постепено да се етаблира од средината на таа деценија, а мобилните телефони почнаа сè повеќе да се употребуваат. Подобрените комуникации значително го намалија техничкиот и инвестициониот праг за основање на нови претпријатија. Во последната деценија на минатиот век се покажа дека Германија сеуште го имаше приматот на најголем светски извозник на добра, но негативната страна на тоа беше што германските претпријатија

беа принудени да увезуваат таканаречени интелегентни компоненти за нивните машини и опрема. Германија во тој период заостануваше во однос на другите високоразвиени земји и во поглед на инвестициите во човечки капитал и знаење. Мерено според учеството на овој тип на инвестиции во бруто-домашниот производ, Германија се наоѓаше дури на 10-тото место меѓу земјите членки на Европската Унија. Тогаш, германските политичари инсистираа на потребата од затворање на вака создадениот технолошки јаз. Иновациите на 1990-тите години, иако болни за традиционалните германски индустрии, беа клучни за создавање на оптимална рамка за отворање на нови претпријатија. Со интернетот се појави нов медиум за пренос на информации и за комуникација, кој им овозможува дури и на малите претпријатија да ги нудат нивните услуги скоро без сопствена инфраструктура и со мали трансакциони трошоци. Во овој период дојде и до развој на ризичниот капитал (неформален и формален) со што се подобри пристапот на МСП до средства за финансирање на нивниот развој. Фактички тоа беше период на развој на она што Американците го нарекоа нова економија. Со економскиот бум на новата економија при крајот на последната деценија од минатиот век се отвори еден, дотогаш, невиден бран на основање на нови претпријатија, не само во Германија, туку и во целиот свет. За жал, истиот бран беше поврзан со низок степен на преживување на новооснованите претпријатија. (Thust 2008, pp. 11-12)

Претприемничката култура во Германија во овој период доби нови димензии и нов квалитет.

Академскиот непрофитен конзорциум за истражување, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), веќе од 1999 година го следи развојот на start-up активностите на нови претпријатија во повеќе земји на светот и прерасна, со текот на времето, во најголема поединечна студија за претприемничките активности во светот. GEM, на почеток ги следеше активностите во само 10 земји, а во 2010 година бројот на анализирани земји порасна на 59. (<http://www.gemconsortium.org/>) Годишниот извештај на GEM се фокусира на анализа на три значајни сегменти кои влијаат на претприемничкиот амбиент и на претприемничката активност на земјите: културно–рамковни услови, економско–рамковни услови и регулаторно–рамковни услови. Во извештајот за

2002 година за Германија во врска со културно–рамковните услови се констатира, на пример, дека економските структури на една земја се детерминирани и од менталитетот на нејзините жители. (Sternberg & Bergmann, 2003, p. 34) Еден голем број на лични детерминанти и детерминанти кои произлегуваат од опкружувањето, влијаат врз одлуките на поединците да основаат нови претпријатија. Испитувањата во случајот на Германија потврдуваат дека кај населението во работна возраст постои мешавина од висок степен на потреба на сигурност и страв од неуспех. Тоа значи дека во Германија самодовербата за основање на нови претпријатија е на низок степен. Заклучоците на GEM за Германија сепак укажуваат дека е можно да се пренасочи образованието на претприемнички кадри кон високообразовните институции и, на долг рок, преку квалификација на студентите да се подобри перцепцијата на шансите за основање нови претпријатија. Економските рамковни услови се дефинираат како параметри со екстерно влијание врз одлуките на поединците да се определат за формирање на сопствени фирми. Критериуми за оценка на економската рамка се стапката на невработеност, зависноста на населението од државни трансфери, старосна структура на населението, економскиот раст и други економски фактори – на пример проширувањето на ЕУ кон исток и зголемување на единствениот пазар на ЕУ. Регулаторната рамка се однесува на процедурите за основање ново претпријатие и се разбира на владините интервенции во домените на пазарниот неуспех. Инволвирани страни во регулаторната рамка се законодавачот, извршната власт и/или корпоративните структури. GEM, не ја оценува како поволна регулаторната рамка на Германија. Во овој поглед Германија стои подобро само во однос на Белгија и Италија. Ова значи дека претприемачите регулаторната рамка на Германија ја оценуваат како строга и со големо инволвирање на државата во економскиот живот. Експертите сугерираат дека процесот на основање на нови претпријатија се отежнува и комплицира од страна на државата со голем број на регулации од сферата на работното и деловното право. Како посебна и сериозна пречка се наведува комплицираниот германски даночен систем, кој редовно ги принудува претприемачите да користат услуги од даночните советници (уште во најраната, наталната фаза на фирмата), со што на самиот почеток младите претпријатија се оптоварени со високи трошоци. (Thust 2008, pp. 13-19)

Ставот на претприемачите кон ризикот, во германската економска литература, не е соодветно третиран. Thust наведува мислења на автори (на пример, на Walterscheid) дека т.н. “стара школа на претприемништво“ во Германија, го делат претприемништвото на многу подсегменти, “во ред мали чекори и алгоритми, кои опфатно се изразуваат на крај во изготвување на еден бизнис план и кои треба да ги минимизираат оснивачките ризици“, но без, притоа, да им обрнат посебно внимание на ставовите на претприемачите кон ризикот – неговото прифаќање или неприфаќање, гледањето на пошироката заедница на ризикот итн. (Thust 2008, p. 24) Во овој контекст, новата генерација на автори од областа на претприемништвото, ги критикува нивните претходници и поради запоставувањето на интердисциплинарните димензии на претприемништвото како наука – правните, социолошките, психолошките итн, кои исто така, се значајни за изградба, но и за промена на ставовите на претприемачите кон ризикот. Притоа, се добива впечаток дека дел од помладата генерација на автори во областа на претприемништвото се застапува за негов позначаен третман преку особеностите на личноста, т.н. преку т.н. имплицитни теории за претприемништвото.

Некои автори мислат дека со почнувањето на новиот милениум претприемништвото во Германија доживеа криза, бидејќи МСП тешко се вклопуваат во процесите на глобализација, т.е. во експанзија на нивната активност надвор од германската економија. Како причина се наведува процесот на сукцесија, т.е. наследство на бизнисите од новите генерации. Со умирањето на сопствениците и врвни претприемачи (примерот на Adidas и Grundig), кои обезбедија силен раст на нивните фирми по Втората светска војна, нивните наследници не успеа да ги интернационализираат наследените бизниси. Имено, проширувањето на бизнисите на странските пазари секогаш се третираше како рецепт за успехот на малите и средните претпријатија. Како пример се наведува Siemens, германски мултинационален гигант, кој во неговите почетоци кон средината на 19. век го отпочна енормниот раст со проширувањето на британскиот пазар. (James 2002, pp. 23-25)

Во рамките на годишните извештаи, германскиот тим на GEM од 2006 година почна редовно да анкетира претприемачи, кои во тековната година планираа да основаат претпријатие, за статутот на нивната претприемничка идеја – т.н.

„nascent entrepreneurs“. Така се формира German Panel of Nascent Entrepreneurs. Целта беше да се дознае повеќе за успехот на start-up фирмите и со тоа да се увидат факторите и причините кои придонесуваат некои претприемнички идеи да функционираат, а други да се соочуваат со неуспех. Истражувањето ги содржи резултатите од првите три години (2006-2008) и беше објавено во Годишниот извештај од 2009 година.

Една година по првото испрашување, 42% од испитаниците беа успешни во основањето на нивното претпријатие, 31% се имаа откажано од нивната идеја, а 26% го имаа одложено основањето на претпријатието (останатиот дел на испитаниците не сакаа да одговорат на прашањата). Полот и староста на претприемачите не играат улога во Германија. Имено, жените се подеднакво успешни или неуспешни во обидот да основаат сопствено претпријатие, а истото се однесува и на староста на претприемачите. Слични истражувања се вршени и за други земји – САД (2001 и 2006), Холандија (2001) и Канада (2003). Резултатите покажуваат дека 48% од nascent претприемачите во САД во 2001 година имаа веќе следната година основано претпријатие. Процентот во 2006 година падна на 33%. Во 2001 година 30% од испитаните лица ја имаа одложено идејата, во 2006 процентот порасна на 47%. Откажани основања имаше 22% во 2001 и 20% во 2006 година. Синтетички може да се каже дека во Европа (Германија и Холандија) имаат поголема динамика на основање по една година, 42% и 48% респективно. Во Северна Америка тој процент изнесува околу 33%. Одлагањето на инвестициите во Германија и во Холандија е скоро исто, т.е. нешто повеќе од 25%, а во САД 47% и Канада 39%. Најмалку претприемачи се откажуваат во САД, околу 20%, во Холандија и Канада 26% и 27% респективно, а најповеќе во Германија, околу 31%.

Најголемата активност во основање на сопствено претпријатие кај nascent претприемачите во Германија е забележана во првите 6 месеци од пријавувањето на идејата. 81,4% ја прават инвестицијата во првите 6 месеци, а 9,3% го правата тоа за 6 до 12 месеци или за 12 до 18 месеци. Откажувањето на идејата во првите 6 месеци се случува кај 61,7% од испитаниците, а во првата година кај дополнителни 27,7% од претприемачите. Крајниот рок на откажување од идеја се 24 месеци.

Ако се анализираат nascent претприемачите според нивото на едукација, тогаш се покажува дека по една година најмногу се откажуваат нискоквалификуваните nascent претприемачи (58,3%). Практично, се покажува дека лица со низок степен на едукација многу поретко се одлучуваат да основаат сопствено претпријатие, но и помеѓу тие што имаат одредена идеја, голем е процентот што се откажуваат. Една причина е можеби што тие не располагаат со многу сопствени средства. Тоа може да се појави како кочница, бидејќи во случај на банкрот, nascent претприемачите во Германија одговараат со приватниот имот – на овој начин се појавува висок ризик за осиромашување на потенцијалните претприемачи. Најмногу основања (45,4%) има од страна на средно-едуцирани лица и од високо-квалификувани лица (40,4%).

Испитаниците имаат можност да наведат повеќе причини за откажувањето од намерата да основаат претпријатие. Речиси 25% од испитаниците како причина ја наведоа претешката работа проследена со запоставувањето на приватниот живот и губење на другарства, како и активно барање или добивање на работно место во друго претпријатие. 15% имаат проблеми со бизнис партнерите, а 11,3% имаат проблеми со со-основачите. Само 4,5% доживеаја загуба или имаат страв од загуба.

2.4.6 Споредба Германија / Холандија

Германија се перцепира како земја со јаки мали и средни претпријатија и со јаки промотивни мерки за развој на малите и средни претпријатија и на претприемништвото. Сепак е корисно да споредат состојбите во Германија со оние на некоја друга земја членка на ЕУ, бидејќи на тој начин можат да се утврдат и пречките во развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото кои се присутни дури и во земји кои се перцепираат како нагласено претприемнички. Една таква споредба, помеѓу Германија и Холандија, направи GEM (Global Entrepreneurship Monitor) во Годишниот извештај за Германија за 2008 година. Предмет на споредба беа специфичните рамковни услови во двете земји, со посебен осврт на развојот на пазарот на труд и на економиите од 1980 година, социјалната и економската политика и политиката на претприемништво. Според првиот критериум, **развојот на пазарот на труд и на економијата од 1980 година**, двете земји, во почетокот

на 1980-тите години се наоѓаа во слична ситуација. Економскиот раст стагнираше и во Германија и во Холандија, а невработеноста растеше. Ова беше посебно изразено во Холандија, каде невработеноста во 1983 година достигна 10%. Неповолната економска ситуација во Холандија ги поттикна властите, работодавачите и вработените да спроведат длабоки економски реформи. Владата во следните години силно го либерализира пазарот на труд и ја зголеми неговата флексибилност. Стапката на невработеност почна континуирано да опаѓа и по 2000 година се стабилизира на 3-4% на годишно ниво. Во истиот период, не се случија позначајни реформи на пазарот на труд во Германија, бидејќи состојбата во 1980-тите години не беше толку загрижувачка – се мислеше дека стапката на невработеност од 6% и не е многу висока. Со обединувањето на двете германски држави стапката на невработеност постепено се зголемуваше и во првата деценија на новиот милениум се искачи на повеќе од 9%. Потребните реформи на пазарот на труд во Германија отпочнаа дури во 2003 година под таканареченото мото „промовирање и очекување“ – „Fördern und Fordern“. Промовирањето се одвиваше преку подобрување на посредувањето за нови работни места (Агенција за вработување) и подобрување на стимулациите. Пакетот мерки, меѓу другото, предвидуваше дополнително скратување на времето на примање и на износот на осигурувањето за невработеност. Истовремено се овозможи послободно користење на принципот на привремено вработување. Проблемот со релативно високата стапка на невработеност во Германија не беше решен и со овој сет на мерки. Од 2005 до 2008 година германската економија доживеа бум, но состојбата на пазарот на труд почна да се подобрува дури по 2007 година. Според податоци на Eurostat од 2008 година, стапката на невработеност во летото во истата година во Германија се намали на 7%, а во Холандија изнесуваше само 3%. Пазарот на труд во Холандија доби во својата флексибилност најповеќе преку форсирање на привременото вработување – според Eurostat во 2007 година 47% од сите вработени лица во Холандија имаа статус на привремено вработени, наспроти 26% во Германија. Во почетокот на 1990-тите години Холандија беше поуспешна од Германија во многу перформанси – пониска невработеност, подинамичен економски раст и повисок просечен доход по глава на жител. Испитувањето, исто така покажа дека Холандија има предност во однос на поголемата застапеност на МСП во

секторот на модерните услуги, од што произлегуваат и поголеми можности за нови основања на претпријатија. Обратно, земји со повисока стапка на претпријатија во индустриско-занајтчишкиот сектор, како што е случајот со Германија, имаат помала динамика на етаблирање на нови бизниси, бидејќи овој сектор бара значително поголеми вложувања на капитал, што се покажува како бариера за влез во секторот. (Brixu, et al. 2009, pp. 24-25) Во однос на **социјално-економската политика** двете земји ставаат акцент врз социјално-пазарната економија, но што е интересно, и на овој план Холандија во 1980-тите години оствари подобри резултати, бидејќи успеа да постигне поголема соработка помеѓу државата, синдикатите и работодавачите за создавање на доверба и рамноправност помеѓу партнерите. Холандија ја замени кејнзијанската фискална политика со економска политика ориентирана на понудата, го намали државниот дефицит, ги намали даноците за да ја зголеми конкурентноста на претпријатијата и ги поддржа структурните промени насочени кон промовирањето на науката и истражувањето, на нови технологии и креирање. Потребните реформи во Германија беа спроведени дури во времето на канцеларот Schröder, значи после 1998 година. Реформите на владата на Schröder беа: реформи на пензискиот систем за јакнење на самопридонесот (2001), намалувањето на корпоративниот данок (2000/2001), флексибилизација на пазарот на труд (2003-2005). Друг заклучок е дека германците, во однос на холанѓаните, помалку прифаќаат ризик и имаат понизок степен на индивидуализам. (Brixu, et al. 2009, p. 26)

Владата на поранешниот германски канцелар Gerhard Schröder во новиот милениум вовела болни економски и социјални мерки под името Agenda 2010 со цел да се подобри германската економија. Со реформите, социјалните примања драстично се намалија, а самоодговорноста на граѓаните битно се зголеми. Владата на Schröder, со драстични мерки силно ја зголеми флексибилноста на пазарот на трудот со што се создадоа услови за денешниот германски економски успех и за полесно надминување на финансиските кризи. (<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/erfolgskfaktor-agenda-die-neuen-freunde-des-gerhard-schroeder-1.1017047>)

Глава 3 ПОЛИТИКИ И МЕРКИ НА ПОДДРШКА НА РАЗВОЈОТ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА И НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО ГЕРМАНИЈА

3.1 Општи согледувања

Во бранот на реорганизацијата на германската економија по Втората светска војна, се случи, како што е веќе познато, промена кон пазарно-економските принципи на поредокот. Сепак, одговорните креатори на економската политика не сакаа целосно да ги препуштат малите и средните претпријатија на слободниот натпревар. Законодавецот, во принцип, го акцептираше натпреварот како механизам за управување, но сепак навлезе во компромиси, пред сè во полза на трговијата и малопродажбата – претпријатијата од тие сектори припаѓаа претежно во групата на мали и средни претпријатија, а нивната заштита играше важна улога. Политичарите долго време избегнуваа да воспостават систем на поддршка на МСП, бидејќи се мислеше дека тоа претставува конфликт помеѓу основните економски принципи (слобода на пазарите) и посебни заштитни мерки по сектори (анти-пазарни економски мерки). Поинаку кажано, зачестените интервенции во економската политика се објаснуваа, или подобро речено се оправдуваа, главно со аргументот дека совршената конкуренција е апстрактен модел кој во практиката, онака како што е опишан во учебниците по економија, едноставно, не постои. Оттука, приближувањето на пазарните структури до состојба на функционална конкурентност, бара владина интервенција во економијата. Слична оценка во врска со оваа дилема дава и Langen, според кој, ваквиот чекор произлезе од сознанието дека пазарниот економски поредок има многубројни несовршености и дека пазарот, самиот по себе, не е во состојба да придонесе за балансирана и оптимална мешавина на мали, средни и големи претпријатија. Поради оваа аргументација, целта на економската политика според големината на претпријатијата беше зголемувањето на конкурентните перформанси на малите и средните претпријатија и олеснување на прилагодувањето на тие

претпријатија кон економските и техничките структурни промени. (Langen 1978, pp. 1-2)

Другата дилема, според (Harre 1979, pp. 33-34) одеше во правец на тврдењето дека мерките и инструментите на економската политика на Западна Германија во текот на 1970-тите години значително се проширија и подобрија, но и дека се зголеми интервенцијата на владата во економијата. Проширувањето на интервенциите, според Harre, се вршеше преку дополнително креирани правни основи во рамките на социјално-пазарната економија, бидејќи нејзините принципи на регулирање требаше и понатаму да останат валидни и ефективни. Овој пристап на зголемени интервенции беше веќе во тоа време дискутабилен од аспект на теориите на Фрајбуршката школа, којашто тврдеше дека државните интервенции се прв чекор кон уништување на пазарно-економскиот поредок, а социјално-пазарната економија базираше во голема мера врз сознанијата на Фрајбуршката школа и нејзиниот предводник Eucken.

Делот на политиката на Mittelstand може да биде наведен како најдобар пример за зголементите интервенции на владата во економијата на Западна Германија. Постојечки мерки на промоција беа во текот на времето значително проширени, голем број на нови мерки беа конципирани и други мерки на економската политика беа прилагодени кон политиката на Mittelstand. Интензитетот на проширувањето на активностите околу промоцијата на малите и средни претпријатија, оставаа впечаток дека промоцијата на Mittelstand станала дополнителна цел во рамките на структурната политика.

Како и да е во Германија, со тек на време, беше создадена политика на промоција и поддршка на малите и средните претпријатија којашто во себе вклучи неверојатно широка и богата лепеза на мерки и инструменти за помагање на развојот на МСП и претприемништвото. Огромен број на институции (јавни, приватни, полујавни итн.), програми и мерки (класични и модерни) ја чинат содржината на оваа политика.

Синтетички гледано, најзначајни **јавни (државни) институции** со компетенции во оваа програма се следниве:

- (1) **Сојузната влада и парламентот** беа и сеуште се најважните носители на економската политика и на промотивни мерки (поддршка) на малите и средни претпријатија. Основа за сите активности на сојузната влада е Законот против ограничувањето на конкуренцијата.
- (2) **Републичките влади со парламентите** имаат исто така можност да поддржуваат промотивни мерки. Сепак, истите се ограничени во нивните можности, пред сè од финансиски аспект, но исто така поради федералните мерки. Сите републики имаат одделни Закони за промоција на малите и средните претпријатија. Првата република којашто вовеле таков вид на закон беше Баварија (Bayern), а законот стапи во сила на 1. октомври 1974 година.
- (3) **Општините** се подчинети во хиерархијата за промоција на мали и средни претпријатија, но сепак имаат слобода преку нивните економско-промотивни мерки да влијаат на развојот на претпријатијата. Општините имаат можност на пример да ги поставуваат градежно развојните рамки, да градат инфраструктура итн.

Посебни јавни институции

- (4) **Банки** – за спроведувањето на промотивните економски мерки се одговорни банки во јавна сопственост, а комерцијалните банки исполнуваат улога на советодавач и оценувач на проектите (бизнис-плановите). Посебните јавни институции (банки) се:
 - i. Kreditanstalt für Wiederaufbau – ја зазема најважната улога.
 - ii. Lastenausgleichsbank – беше банка наменета за обештетување и помагање на бегалците населени во Западна Германија и на оштетените лица од војната, но веќе во 1970-тите години презеде дел од обврските за промоција на мали и средни претпријатија, а во 2003 година се претопи во KfW Mittelstandsbank.
 - iii. Посебни институти на републиките – спроведуваат републички програми.

(5) **Коморски групации** – коморите вообичаено не даваат субвенции како промотивни мерки, но се големи поддржувачи на МСП. Коморски групации се:

- i. стопански комори,
- ii. занаетчиски организации,
- iii. комори на слободни занимања.

(6) **Посебни средства на федерацијата** – тоа се посебни фондови, кои се оддвоени од буџетот, а кои се користат за посебни цели. Посебните фондови се:

- i. ERP посебни средства – најважен извор за најголемиот број на промотивни програми за мали и средни претпријатија.
- ii. Фонд за порамнување според законот за Порамнување на долгови – фондот беше креиран за надминување на последиците на војната и реформата на валутата од 1948 година.

Приватни институции

(7) **Институти за истражување** – како на пример Institut für Mittelstandsforschung.

(8) **Посебни приватни банки**

(9) **Економски институции за самопомош**

- i. Друштва за гарантирање на кредити – кооперативни здруженија на мали и средни претпријатија за обезбедување на долгорочни кредити за мали и средни претпријатија.
- ii. Друштва за гарантирање на ризичен капитал – обезбедување за инвестиции на приватни лица во мали и средни претпријатија. На овој начин се придонесува за зголемување на сопствениот капитал во претпријатијата.

- iii. Пунктови за советување на претпријатија – имаат советодавни улоги за мали и средни претпријатија, се организираат од одредени гранки и се поддржуваат финансиски од страна на сојузната влада.
- iv. Штедни здруженија за основање на егзистенцијата.

Останати посебни организации

Најзначајните мерки и инструменти за промоција на претприемништвото и на малите и средните претпријатија во Германија, кои подетално ќе ги обработиме во овој дел на трудот, се:

класичните мерки, каде што ги сместуваме:

- активностите на владите (сојузната влада, републичките и локалните влади),
- антимонополската политика,
- стопанските комори,
- банкарското финансирање на МСП (KfW, т.н. народни банки, комерцијалните банки и сл.).

модерни мерки, каде што ги сместуваме:

- науката и улогата на универзитетот,
- бизнис-инкубаторите и научните паркови,
- ризичниот капитал,
- субконтракторството и др.

Инаку, економската политика од почетокот на постоењето на Сојузната Република Германија, па сè до крајот на 1970-тите години, претрпе различни промени и нови видови на фокусираност. Економската политика во 1950-тите и почетокот на 1960-тите години се изразуваше во функционалноста на социјално-пазарната економија, односно на нејзината потпуреност врз пазарот и конкуренцијата и врз социјалната сигурност. Експертите идентификуваа две

значајни придобивки на економската политика во тој период. Социјална консолидација, т.е. интеграцијата на германските бегалци, помирување со последиците на војната, социјално градење на станбен простор, солиден пензиски систем итн. Покрај решавањето на социјалните прашања, друга значајна придобивка во 1950-тите години беше стапувањето на сила на Антимонополското законодавство во 1957 година. Основите на законот беа одржувањето на голем број на самостојни претпријатија кои си конкурираат едни со други. Антимонополскиот закон и финансиските мерки за промоција беа истовремено клучните делови на водењето на политиката на мали и средни претпријатија која беше позната како политика на одржување на конкуренцијата. Во наредните години и децении економската политика уште повеќе се сосредоточи на социјалните прашања – политика на прераспределба на доходот, со цел на воспоставување на т.н. социјална симетрија. Од 1960-тите години во сите публикации на сојузната влада, републичките влади и на академската заедница се потенцира дека политиката на мали и средни претпријатија станала дел на структурната политика. Политиката на мали и средни претпријатија се ориентираше кон креирањето на структурата на големината на претпријатијата. Речиси во сите републики се поставиле законски рамки за промотивните програми на мерките и поддршката на малите претпријатија. Со промените во законската регулатива се комплетираа и политиките за мали и средни претпријатија, сега како структурни политики, место на секторско ниво, засновани врз големината на претпријатијата. (Harpe 1979, pp. 39-42)

3.2 Улогата на сојузната влада и на републичките влади

Поделбата на мерките и инструментите на политиките на поддршка и промоција на МСП и на претприемништвото на класични и модерни, обично се врши од чисто методолошки карактер. Но за да се разбере суштината на одделни конкретни мерки (без оглед дали нив ги имплементираат јавните или приватните институции) мора да се има предвид целината на системот на поддршка. Ова, меѓу другото, и затоа што државата (сојузната влада, републичките влади и локалните влади) многу често се инволвираат во спроведување на бројни мерки во партнерство со приватниот сектор. Затоа, во

ова поглавие, ќе разработиме само некои мерки на инволвирање на владите кои во основа се нивна компетенција. Други мерки на инволвирање на владите ќе бидат обработени во посебни подрачја – на пример антимонополското законодавство коешто е компетенција на сојузната влада, KfW-банката, којашто е во државна сопственост итн.

3.2.1 Акционата програма за подобрување на перформансите на МСП на сојузната влада

Сојузната влада во 1970 година донесе акциона програма за подобрување на перформансите на малите и средни претпријатија. Таа беше дополнета во 1976 година. Програмата беше систематски концепт на мерки на промоција и поддршка на мали и средни претпријатија. Програмата содржеше три главни точки:

- мерки за подобрување на рамковните услови – овие беа приоритетни, бидејќи влијаеа врз целата економија;
- мерки за зголемување на перформансите – овде фокусот беше на подобрување на перформансите на претприемачите за подобро да се справуваат со новите предизвици;
- мерки за подобрување на интерните можности за финансирање.

Сојузната влада не се определи за донесување на посебен закон за промоција на Mittelstand, бидејќи мислеше дека со акциона програма секогаш ќе биде во можност брзо да реагира и да ја прилагодува политиката на новонастанатите услови. (von Beauvais 1979, pp. 4-6)

Посебните проблеми на малите и средни претпријатија во тоа време можеа да се идентифицираат во 5 големи области.

Првиот проблем се однесуваше на дисторзијата на пазарот и конкуренцијата како резултат на постоење на монополи и како резултат на нарушувања што доаѓаа од поставеноста на даночниот систем, дисторзијата на конкуренцијата и даночното оптоварување. Во 1973 година стапија во сила амандманите на антимонополскиот закон (Kartellgesetz), кои беа во полза на малите и средни претпријатија. Амандманите се однесуваа на проширувањето на

антимонополските правни можности за борба против дисторзии на конкуренцијата предизвикани од пазарна моќ и олеснувања на меѓусебната соработка на малите и средни претпријатија. Сепак, се покажа дека донесените амандмани имаат одредени пропусти кои се злоупотребувале. Како резултат на овие сознанија кон крајот на 1970-тите години се подготвуваше и нов, четврт амандман на антимонополскиот закон, чија цел беше подобрување на пазарните шанси на малите и средни претпријатија.

Се разбира дека и даночниот систем игра голема улога во сферата на малите и средни претпријатија. Посебна улога играат приходно-независните даноци, бидејќи тие можат негативно да влијаат врз интерните можности за финансирање и врз создавањето на сопствен капитал, посебно во години со низок економски раст. Секое претпријатие мора да има солидна основа на сопствен капитал, да може да преброди економско лоши години и години со загуби. Од таа причина, во 1970 година се воведоа даночни олеснувања за мали и средни претпријатија, пред сè кај данокот за трговија и кај персоналниот данок (намалување на нивните стапки).

Вториот проблем се движеше околу квалификациите на претприемачите. Имено, структурните промени и техничкиот напредок поставуваа големи барања со кои требаше да се справат претприемачите. Тие требаше да бидат во тек со најновите случувања и да ги владеат најновите техники на работа и водење претпријатие. Претприемачите во нивните претпријатија немаа тим на извршен персонал, што значи дека тие требаше сите задачи сами да ги совладуваат. Само претпријатијата со добро едуцирани претприемачи беа во можност да преживеат и понатаму да се развиваат. Анализите на Институтот за истражување на *Mittelstand* покажаа дека претприемачите често пати не биле доволно квалификувани за нивната работа. Недостигот на квалификации бил исто така главната причина за банкротирање, како што впрочем покажуваа и други истражувања. Поради овие сознанија, се презедоа мерки за едукација на претприемачите во рамките на политиката на *Mittelstand*. Главни инструменти во овој контекст беа промоцијата на консалтингот и дошколувањето. Сојузната влада само за овие мерки имаше издвоено околу 490 милиони марки во периодот од 1970-1978 година. Дел на мерките и инструментите беше и

подобрувањето на информираноста на претприемачите за владините политики на поддршка на МСП.

Третата проблематика беше иновативниот потенцијал во малите и средни претпријатија. Фактот дека МСП се носители на иновации, не беше спорен. Но иновациите бараат високи трошоци за истражување и развој, кои, се разбира се проследени со големи ризици од евентуален неуспех. Поради високите ризици и трошоци беше потребно државата да преземе дел од ризиците и финансиските трошоци. Првата програма за поддршка на персоналните трошоци во развојот беше поставена во 1979 година од страна на сојузната влада, со волумен од 300 милиони германски марки.

Четвртиот проблем ги претставуваше внатрешните можности за финансирање. Веќе беше наведено дека малите и средни претпријатија општо имаат тешкотии да дојдат до долгорочни кредити на пазарот на капитал, потребни за неопходни инвестиции. Инвестициите се финансираат преку профити од дејноста или преку банкарски кредити. Со оглед на намалувањето на основата на сопствен капитал во текот на 1970-тите години, малите и средни претпријатија се соочуваа со уште поголеми тешкотии за добивање на потребните кредити. Ризичниот капитал тогаш се појавуваше на хоризонтот, но малите и средни претпријатија го избегнуваа, бидејќи се плашеа од губење на нивната самостојност. Исход од ситуацијата нудеше принципот на помош од страна на државата кога претпријатијата не се во можност да си помогнат сами на себе. Државата и нејзините институции им помагаа на малите и средни претпријатија со доделување на долгорочни и нискокаматни кредити од средства на посебниот фонд настанат во времето на Маршаловиот план, преку сопствени средства на KfW банката, на Lastenausgleichsbank и со помош на преземање на гаранции од страна на Заедницата за гарантирање на кредити. Во периодот 1970-1978 година Посебниот фонд настанат од времето на Маршаловиот план им додели 5,7 милијарди германски марки на МСП, а кредитните програми на KfW банката и Lastenausgleichsbank достигнаа волумен од 10 милијарди германски марки.

Петтиот проблем беше т.н. основање на сопствена егзистенција. Важноста за основање на нови претпријатија во тоа време веќе беше увидена. Причината за

ова се наоѓаше во убедувањето дека функционалноста на пазарната економија може да се одржува со помош на висок број на новоосновани претпријатија, кои ќе го компензираат бројот на претпријатија кои од различни причини ги напуштале пазарите. Затоа, задача на политиката на Mittelstand беше во иста мера да го поддржува основањето на нови претпријатија како што го поддржуваше и опстанувањето на постојните претпријатија во економијата. Потенцијалните основачи/претприемачи најчесто се наоѓаа во посебна ситуација на недостиг на ризичен капитал, недостиг на знаење за водење на претпријатие и недостиг на потребни информации. Државната помош беше потребна за мотивирање на потенцијалните претприемачи да се осамостојат и да ги надминат почетните проблеми. Државата ја пружеше помошта преку посебниот фонд настанат од времето на Маршаловиот план кој доделуваше долгорочни кредити со повластени каматни стапки. На тој начин претприемачите беа во можност да го финансираат почетокот на претпријатието и наредните инвестиции. Сојузната влада за промоција на основањето на нови претпријатија во 1979 година донесе Програма за сопствен капитал со цел да се надмине проблемот на недостатокот на ризичен капитал при основањето. На претприемачите им се одобруваа долгорочни кредити за основачки инвестиции со клаузула во случај на банкрот на претпријатието, средствата да се користат за снесување одговорност од страна на претприемачот и на тој начин, фактички, се трансформираат во сопствен капитал. Кредитите беа долгорочни, со грејс период од 10 години и првите 2 години беа ослободени од камати. Програмата, дополнително ги поддржуваше претприемачите со специфични консалтинг услуги околу проблемите при основањето на претпријатие. (von Beauvais 1979, pp. 6-12)

Научни студии од 1970-тите години потврдуваа дека долгорочно ќе расте значењето на МСП за германската економија. Студиите и програмите на сојузната влада беа предмет на детални преиспитувања и прилагодувања онака како што се менуваа условите во земјата и во опкружувањето – забавен економски раст во наредната деценија, делумна заситеност на пазарите за добра и услуги кои доаѓаа од секторот на МСП, промена на девизните курсеви по 1973 година, растечка пазарна моќ на земјите производители на клучни

суровини, заострени еколошки стандарди, нови технолошки продори итн. (von Beauvais 1979, pp. 12-13)

3.2.2 Структурни проблеми на МСП и потребата од владина интервенција

Она што претставува предност на големите претпријатија, а недостаток на МСП, во Германија се изразува со три клучни зборови: „економии од обем“, „финансиска моќ“ и „моќ и атрактивност“. Економии од обем главно произлегуваат од пониските фиксни трошоци по единица производ на големите претпријатија (поради можноста за организирање на масовно производство, производство во големи серии). Финансиска моќ значи дека малите и средни претпријатија често немаат можност да влегуваат во ризични инвестиции како резултат на недостатокот на паричен капитал. Големите претпријатија имаат подобар пристап до пазарот на капитал и затоа можат полесно да пребродат ситуации на работење со загуби. Големите претпријатија имаат повеќе моќ кога станува збор, на пример, за политичко влијание за добивање на подбри услови за нова инвестиција. Атрактивност значи дека големи претпријатија се вообичаено попривлечни за вработените или оние кои бараат вработување, бидејќи нудат подбри услови за професионално унапредување. (Dichtl et al. 1981, pp. 23-31)

Ваквите предности МСП не ги поседуваат. Се разбира дека постојат и други недостатоци на малите и средни претпријатија, кои не произлегуваат само од разликата во големината на претпријатието. Во овој вид на недостатоците спаѓаат проблемите врзани за личноста на претприемачот, неговата силна мотивираност да биде самостоен, да биде газда сам на себе, поради што тешко соработуваат со други економски субјекти и тешко одлучуваат да ја делат сопственоста со други (затоа се јавува отпор, на пример, кон ризичниот капитал – неформален и формален). Сериозен проблем и недостаток може да биде и отсуството на квалификации за водење на бизнисот.

3.2.3 Улогата на владите во поттикнувањето на политиката на иновации за Трговски мали и средни претпријатија (Gewerblicher Mittelstand)

Промоцијата на иновации стана политичка тема во развиените земји на Западна Европа кон крајот на 1960-тите години, како резултат на настанатиот

проблем на таканаречениот технолошки јаз кон САД. Политичарите во тоа време стравуваа дека нивните земји ќе западнат во економска и политичка зависност од САД. Од таа причина беше одлучено со државна помош да се поддржува развојот на клучни индустрии во државата, кои од технолошка гледна точка заостануваа зад оние на САД. (Smolinski 1979, pp. 118-119)

Државната промоција на иновации во Западна Германија се концентрираше на почетокот на 1970-тите години на големи претпријатија. Причини за тоа беа типот на поддржаните проекти, но и распространетото мислење, дека иновации можат да бидат имплементирани само во големите претпријатија. Сепак, постоеја успешни примери на иновативни мали и средни претпријатија, особено во сферата на компјутерската технологија. Емпириски студии, во текот на таа деценија, сугерираа дека големите претпријатија немаат јасни предности во развојот на технологиите, што придонесе за промена на ставот на државата за ова прашање. Имено, веќе кон крајот на 1976 година, сојузната влада имаше донесено одлука да ја промени својата политика на промоција на иновативноста и да ги вклучи во програмата индустриските (gewerbliche) мали и средни претпријатија. До крајот на деценијата повеќето релевантни институции и експерти беа убедени во важноста на малите и средни претпријатија и за нивниот иновативен потенцијал. (Smolinski 1979, pp. 120-121)

Во тоа време во Западна Германија се отвори и дебата околу легитимитетот на промоцијата на иновации од страна на државата. Јасно е дека постоеше сомнеж во одредени кругови дека промоцијата на иновациите претставува мешање на државата во слободната економија. Според Smolinski, промоцијата беше легитимна во два случаи: 1. доколку постоеле бариери за иновации, за кои претприемачите не биле одговорни или не биле во можност сами да ги надминат и 2. ако настане конфликт помеѓу претприемачката ориентираност кон рентабилност и општествените цели. Понатаму се аргументираше дека државата треба да се инволвира во поддршка на фундаменталните научни истражувања, а апликативните да им ги препушти на претпријатијата. Имаше, исто така, залагања иновативната политика којашто требаше да ги поддржи структурните промени во економијата да се профилира како селективна иновативна политика (Smolinski 1979, pp. 125-126)

Сојузната и републичките влади имаа одделни програми за промоција на иновациите. Во 1979 година постоеја од прилика 200 државни програми за промоција на иновации кај малите и средни претпријатија. Голема предност на малите и средните претпријатија во иновативниот процес беше и сеуште е што гарантираат брз трансфер на иновациите. На тој начин, тие го динамизираат натпреварот. Близината на малите и средните претпријатија со клиентите е друга предност во иновативниот процес. Имено, МСП брзо ги сфаќаат промените во вкусовите и преференциите на потрошувачите. Емпириски студии од тоа време покажуваа дека идеите за иновации потекнувале 75% од надворешни импулси. На тоа се гледаше како на шанса МСП, кои побрзо реагираат на промените, да се претворат во иноватори со искористување на можностите. Иако, главните импулси за иновирање на производите и услугите често доаѓаат од потрошувачите, улогата на претпријатијата и луѓето кои работат во нив е исто така круцијална, бидејќи токму тие ги нудат и осмислуваат економско-техничките решенија врзани за иновацијата на производите и услугите. (Smolinski 1979, pp. 126 -129)

Еден извештај на OECD од 1970 година со наслов „Gaps in Technology/Analytical Report“, со цел да ги обелодени причините за технолошкиот јаз помеѓу САД и Западна Европа, покажал дека не постоела разлика помеѓу двата региона од гледна точка на основните сознанија. Проблемот бил во тоа што во западно-европските земји помал фонд на фундаментални знаења се трансформирал во развиени технологии. Ова повторно води кон заклучок дека не било доволно Западна Германија да промовира основни истражувања, бидејќи тие не се претвараат автоматски во иновативни решенија. Од друга страна, се потенцираше дека претприемачите полесно прифаќаат ризик, поради што тие треба да бидат вистинските носители на иновативноста во економијата. Во тоа време претприемачите дури се жалеле дека владата премногу се инволвира во економската активност. Реномираниот институт Allensbach спроведе испитување во 1977 година, во кое 90% од сопствениците на мали и средни претпријатија изјавија дека нивната слобода во работата била двојно намалена во изминатите 10 години, како резултат на државното мешање и на бирократските регулации. (Smolinski 1979, p.129)

Во современата економска литература се нагласува дека еден од најзначајните извори на креативност и иновативност е поврзан со трошоците на фирмите за истражување и развој (Hisrich and Peters 1998, pp. 173-174). Вкупните трошоци за истражување и развој на германските претпријатија во 2005 година се проценети на близу 48 млрд. евра.

Табела 17 – Трошоци за истражување и развој на претпријатијата според изворите на средства и класи на број на вработени во 2005 година во Германија – вкупно во 1.000 ЕУР

Претпријатија со ... вработени	Трошоци за истражување и развој вкупно	Економски сектор	Држава	Останати домашни извори	Извори од странство
под 20	266.900	226.160	25.336	707	14.697
20 до 49	613.303	541.563	52.085	1.874	17.781
50 до 99	846.943	741.344	63.046	1.284	41.269
100 до 249	2.205.292	2.031.438	141.253	7.166	25.435
250 до 499	2.306.143	2.172.950	48.897	801	83.495
500 и повеќе	41.726.431	39.009.788	1.212.272	60.282	1.444.089
Вкупно	47.965.012	44.723.243	1.542.889	72.114	1.626.766

Извор: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft: FuE-Datenreport 2007, Tabellen und Daten, Essen 2007.

Табела 18 – Трошоци за истражување и развој на претпријатијата според изворите на средства и класи на број на вработени во 2005 година во Германија – вкупно во %

Претпријатија со ... вработени	Трошоци за истражување и развој вкупно	Економски сектор	Држава	Останати домашни извори	Извори од странство
под 20	100,0	84,7	9,5	0,3	5,5
20 до 49	100,0	88,3	8,5	0,3	2,9
50 до 99	100,0	87,5	7,4	0,2	4,9
100 до 249	100,0	92,1	6,4	0,3	1,2
250 до 499	100,0	94,2	2,1	0,0	3,6
500 и повеќе	100,0	93,5	2,9	0,1	3,5
Вкупно	100,0	93,2	3,2	0,2	3,4

Извор: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft: FuE-Datenreport 2007, Tabellen und Daten, Essen 2007.

Табелите покажуваат дека најголемиот дел од трошоците за истражување и развој на бизнис секторот на Германија, речиси 90%, отпаѓаат на големите германски корпорации. Тоа е нормално, со оглед на фактот што германската економија е висококонцентрирана, со големи, гигантски претпријатија во

нејзината структура. Околу 10% од трошоците за истражување и развој се концентрирани во секторот на мали и средни претпријатија, или во апсолутен износ помалку од 4,8 млрд. евра. Во однос на изворите на средства за истражување и развој Германија има структура типична за високоразвиените земји, односно за општества со висока активност во научно-истражувачката дејност. Имено, се забележува дека главен извор на средства за финансирање на истражувањето и развојот се самите претпријатија, односно, во просек тие средства кај малите и средните претпријатија, оние до 99 вработени, учествуваат со повеќе од 85% во вкупните средства за оваа намена, а кај претпријатијата со над 100 вработени, односно од 100 до 499 вработени и кај големите претпријатија, над 500 вработени, со повеќе од 90%. Инаку, најзначаен дел од средствата на претпријатијата за истражување и развој е концентриран во преработувачката индустрија, а во тој контекст особено во секторите производство на возила, автомобили и делови на автомобили, канцелариски машини, апарати за преработка на податоци и уреди, хемиски производи, фармацевтски производи, машини и сл, т.е. во сектори кои по природата на технолошкиот прогрес апсорбираат многу знаење. Во овие сектори главно се лоцирани големите компании, но и дел од МСП, кои главно работат како субконтрактори. Ако пак се анализира секторската структурата на трошоци за истражување и развој на МСП, сектори со најголемо учество се класичните гранки (земјоделство, текстил, кожа, дрвна индустрија и сл.), но и дел од попропулзивните, помодерните сектори, какви што се транспорт и телекомуникации, градежништво, недвижности, економски услуги итн.

Високоинновативните мали и средни претпријатија во своите истражувачки одделенија (лабаратории, центри и сл.) вработуваат значаен број на научници инженери и техничари, како што покажуваат табелите дадени во прилог (Табела бр. 20, Табела бр. 21 и Табела бр.22).

Едно истражување за иновативноста на МСП во Германија (на репрезентативен примерок), табела 23, потврдува дека нагласена иновативна активност кај малите претпријатија е присутна во неколку домени: иновација на производи, иновација на процеси, иновации на производи и процеси и иновации во процес на иновирање. Табелата покажува дека иновативната дејност во спомнатите домени е регистрирана кај повеќе од 50% на испитуваните претпријатија.

Табела 19 – Вкупни трошоци за истражување и развој на претпријатијата според економски гранки во 2005 година во Германија

Шифра на економска гранка	Економска гранка	Вкупно во 1.000 ЕУР	Претпријатија со ... вработени во %				
			под 100	100 до 249	250 до 499	500 до 999	1000 и повеќе
A,B	Земјоделство, шумостопанство, риболов и одгледување на риби	120.873	20,4	16,1	.	.	.
C	Рударство и добивање на камења и земја	34.056	.	.	8,5	.	83,1
D	Преработувачка индустрија	43.348.170	2,4	4,1	4,7	5,5	83,3
DA	Прехрамбена индустрија и преработка на тутун	295.446	2,0	4,9	6,6	14,7	71,9
DB	Текстилна индустрија	123.322	12,8	25,9	11,7	7,7	41,9
DC	Кожна индустрија	11.359	16,9	.	0,0	.	0,0
DD	Дрвена индустрија (без производство на мебел)	12.097	25,1	27,6	17,1	.	.
DE	Хартиена, издавачка и печатна индустрија	112.927	2,8	.	23,4	9,4	.
DF	Индустрија на кокс, преработка на нафта, производство на деливи и плодни материи	61.871	2,8	.	13,4	.	.
DG	Производство на хемиски производи	7.886.411	1,6	2,2	3,3	6,6	86,4
24,4	Производство на фармацевтски производи	4.579.506	1,2	1,6	2,6	7,2	87,4
DH	Производство на добра од гума и синтетика	764.266	4,7	8,2	17,1	18,5	51,5
DI	Стаклена индустрија, производство на керамика, преработка на камења и земја	264.023	5,7	11,6	7,2	17,0	58,5
DJ	Производство и преработка на метали, производство на метални производи	944.158	6,6	12,5	12,0	15,6	53,3
27	Производство и преработка на метали	418.083	1,1	5,8	14,2	4,0	74,9
28	Производство на метални производи	526.075	11,0	17,9	10,3	24,8	36,1
DK	Машинство	4.448.090	5,7	10,1	14,6	14,2	55,4
29.1-5	Машинство без производство на оружје и апарати за домаќинство	4.083.413	6,0	10,8	15,6	14,4	53,1
29,7	Производство на апарати за домаќинство	213.362	2,7	.	.	.	87,0
DL	Производство на канцелариски машини, апарати за преработка на податоци и уреди, за електротехника итн.	9.635.403	5,2	6,5	6,3	6,9	75,1
30	Производство на канцелариски машини, апарати за преработка на податоци и уреди	572.310	.	8,1	.	.	77,1
31	Производство на уреди за производство на електрицитет, дистрибуција и слично	1.260.485	.	9,9	12,4	.	60,8
32	Техника на радиодифузија и телекомуникација	4.366.816	2,9	2,2	2,8	4,9	87,3
33	Медицинска, мерна и управувачка техника, оптика и производство на часовници	3.435.793	8,2	10,4	9,0	7,9	64,6
DM	Производство на возила	18.602.195	0,1	1,1	0,8	0,7	97,4
34	Производство на автомобили и делови за автомобили	15.751.713	0,1	0,5	0,7	0,6	98,1
35	Останато производство на возила	2.850.482	0,2	4,0	1,3	0,8	93,7
35,3	Производство на воздухоплови и вселенски бродови	2.582.962	.	4,1	0,8	.	94,9
DN	Производство на мебел, накит, музички инструменти итн, рециклирање	186.602	6,6	23,2	.	.	.
E	Снабдување со енергија и вода	127.844	.	.	.	1,4	97,8
F	Градежна индустрија	28.492	24,8	15,4	.	.	44,6
I	Транспорт и телекомуникации	319.417
K	Недвижности, станови, изнајмување на подвижни добра итн.	3.676.075	16,9	10,4	6,8	4,5	61,3
73	Истражување и развој	1.179.588	27,8	23,6	.	3,5	.
74	Давање на економски услуги	686.508	15,9	4,2	.	.	.
O	Давање на останати јавни и лични услуги	3.202	36,5	.	6,0	0,0	.
G, H, J, L-N	Останати	306.884	5,4	5,6	4,7	11,1	73,3
	Вкупно	47.965.013	3,6	4,6	4,8	5,5	81,5

Извор: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft: FuE-Datenreport 2007, Tabellen und Daten, Essen 2007.

Табела 20 – Вработени со полно работно време во истражување и развој според групи на вработени во претпријатија според класи на број на вработени во 2005 година во Германија

Претпријатие со ... вработени	Вработени во истражување и развој вкупно	од тие:		
		Научници и Техничари инженери	Останати вработени	хоризонтална структура во %
под 20	3.402	62,2	21,5	16,3
20 до 49	7.259	60,0	22,2	17,8
50 до 99	8.360	56,5	24,9	18,6
100 до 249	20.491	54,9	26,3	18,8
250 до 499	20.096	52,2	27,1	20,7
500 и повеќе	240.932	54,7	24,9	20,4
Вкупно	300.540	54,8	25,0	20,2

Извор: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft: FuE-Datenreport 2007, Tabellen und Daten, Essen 2007; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 21 – Претпријатија според иновативни активности и класи на број на вработени во 2004 година во Германија*

	Претпријатија со ... вработени			Вкупно
	10 до 49	50 до 249	250 и повеќе	
Претпријатија** ... (број)	41.853	18.283	5.759	65.895
Од тоа претпријатија (Хоризонтална структура во %)				
со внатрешно истражување и развој	47,2	62,7	74,2	53,8
со надворешно истражување и развој	15,1	24,9	50,3	20,9
со набавка на машини, опрема и софтвер	69,8	75,9	86,3	72,9
со набавка на надворешно знаење	21,7	23,4	36,3	23,5
со мерки на понатамошна едукација	51,9	60,2	73,8	56,1
кои се наоѓаат во воведувањето на пазар на една иновација	27,3	42,9	57,4	34,2
кои се наоѓаат во други мерки на подготовка	51,5	62,3	75,4	56,6
со иновативни активности	87,0	93,1	94,5	89,3
со континуирано внатрешно истражување и развој	22,0	36,9	58,6	29,3
со повремено внатрешно истражување и развој	25,2	25,8	15,6	24,5

* Без земјоделство, шумостопанство, риболов, одгледување на риби, градежништво, продажба на мало, административни региони, социјални осигурувања, услуги блиску до луѓето, недвижности, станови, изнајмување на подвижни добра, одредени услуги на претпријатија

** Можни се повеќе наведувања

Извор: Eurostat: Vierte Gemeinschaftsumfrage zur Innovation, Luxemburg New Cronos 2006; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 22 – Трошоци за иновации на претпријатијата според класи на големина на вработени во 2004 година во Германија*

Трошоци за иновации	Претпријатија со ... вработени			Вкупно
	10 до 49	50 до 249	250 и повеќе	
Вкупно	6.036.000	11.356.000	79.578.000	96.970.000
Од тоа трошоци на претпријатијата за ... (Хоризонтална структура во %)				
внатрешно истражување и развој	31,5	39,6	45,5	43,9
надворешно истражување и развој	3,5	4,6	8,9	8,0
набавка на машини, опрема и софтвер	38,0	34,0	24,9	26,7
набавка на надворешно знаење	3,9	2,9	3,0	3,0
останато	23,1	18,9	17,8	18,3

* Без земјоделство, шумостопанство, риболов, одгледување на риби, градежништво, продажба на мало, административни региони, социјални осигурувања, услуги блиску до луѓето, недвижности, станови, изнајмување на подвижни добра, одредени услуги на претпријатија

Извор: Eurostat: Vierte Gemeinschaftsumfrage zur Innovation, Luxemburg New Cronos 2006; Berechnungen des IfM Bonn.

Табела 23 – Иновативни и неинновативни претпријатија според класи на број на вработени во 2004 година во Германија*

	Претпријатија со иновативни активности	Од тие				Претпријатија без иновативни активности
		Иноватори на производи	Иноватори на процеси	Иноватори на производи и процеси	Иноватори во процес на иновирање	
10 до 49	41.853	31,3	20,6	31,3	16,9	28.261
50 до 249	18.283	32,5	20,4	38,4	8,7	6.304
250 и повеќе	5.759	21,8	13,0	59,3	5,9	739
Вкупно	65.895	30,8	19,9	35,7	13,6	35.304

* Без земјоделство, шумостопанство, риболов, одгледување на риби, градежништво, продажба на мало, административни региони, социјални осигурувања, услуги блиску до луѓето, недвижности, станови, изнајмување на подвижни добра, одредени услуги на претпријатија

Извор: Eurostat: Vierte Gemeinschaftsumfrage zur Innovation, Luxemburg New Cronos 2006; Berechnungen des IfM Bonn.

Она што во овој дел на трудот за нас е посебно важно е да потенцираме дека во трошоците за истражување и развој на претпријатијата во Германија учествува и самата држава и тоа, би рекле, според принципот “помало претпријатие, поголема помош“ што се гледа и од прилогот бр 14. Имено, државните, владините средства за финансирање на трошоците за истражување

и развој, во вкупните трошоци за оваа намена учествуваат со 9,5% кај претпријатијата со помалку од 20 вработени, со 8,5% кај претпријатијата со вработени помеѓу 20 и 49 лица, со 7,4% кај претпријатијата во класа на вработени од 50 до 99 лица итн. Оваа мерка е посебно значајна, имајќи го предвид фактот што истражувањето и развојот се дејности со високи индуцирани ефекти врз целата економија, односно тие се вид на позитивни екстерналии од кои користат сите економски субјекти во економијата.

3.2.4 Компетенциите во одржување на претприемничкиот амбиент

За да се избегнат пазарните дисторзии, фокусот на владино инволвирање во промоцијата на МСП е врз креирање на вистинска рамка (рамковни услови) за МСП што подразбира политика и право на натпреварување (конкуренција), право за градење и планирање (лесен пристап до деловен простор), даночното право и социјална политика и сл, т.е. со еден збор креирање на поволен претприемнички амбиент. (Dichtl et al. 1981, pp. 34-38)

Во делот на политиката и правото на натпреварување постојат различни поединечни норми, кои се значајни за малите и средни претпријатија. Пред сè мора да се спомне Законот против ограничувањето на конкуренцијата и Законот против нелојална конкуренција. Во делот на малопродажниот сектор важен е Законот за работното време на продавниците. Правото за градење и планирање е важно во сферата на малите и средни претпријатија, бидејќи тоа ги создава рамковните услови за “населување“ на претпријатија. Ова право е ефикасен инструмент со импликации врз профилирањето на економската структура во одделни региони. Даночното право има ред правила кои одат во корист на малите и средни претпријатија. Како пример можат да се наведат одбитоци и ослободувања од даноци до одредени нивоа. Социјалната политика ја има задачата да ги заштитува МСП и нивните сопственици од последиците на структурните промени.

Друга значајна сфера на инволвирање на државата се јавните набавки (Dichtl, Raffée, Aufsattler, Kaiser, & Wellenreuther 1981, p. 38) Државата има директно влијание врз економијата преку нејзината понуда и побарувачка на добра и услуги на пазарите. Веќе во 1970-тите и 80-тите години се бараше од владата, дел на јавните набавки да бидат препуштени на малите и средни претпријатија.

Кон крајот на 1970-тите години отпочна практика големите јавни набавки да се делат во поединечни лотови, со цел на малите и средните претпријатија да им се олесни учеството во тендерските постапки. Други мерки беа анимацијата на малите и средни претпријатија да учествуваат на тендерите за јавни набавки, а конзорциумите на мали и средни претпријатија да се третираат рамноправно со големите. Друга можност беше опцијата, големите претпријатија да бидат принудени делови од јавната набавка да ја дадат на подизведување кај малите и средните претпријатија, но под истите услови под кои големото претпријатие го добило тендерот. Сепак, ограничувачки фактор беше принципот на доделување на тендерот на оној кој ќе понуди најдобри услови, најниски цени, а тука, компетитивната предност на големите претпријатија е очевидна.

3.2.5 Други значајни мерки за промоција на *Mittelstand*

Во рамките на програмите за помош и промоција на МСП во Германија посебно внимание им се обрнува на т.н. *мерки за зголемување на ефикасноста на работењето*. Главните точки на мерките за зголемување на ефикасноста се консултациите за претпријатијата, дополнителни едукации за претприемачите и нивните вработени и други различни форми на помош при финансирањето. Целта на промоцијата на консалтинг услугите за мали и средни претпријатија е зголемувањето на ефикасноста во работењето и осигурување на лидерството во водењето на фирмите, а со крајна цел на подобрување на перформансите на МСП. *Консултативните услуги* овозможуваат општите сознанија за одреден проблем да се искористат за разрешување на конкретен проблем во конкретно претпријатие. Консалтинг услугите, финансирани од државата, се спроведуваат од страна на посебни економски организации, како на пример малопродажни асоцијации, занаетчиски комори, стопански комори итн. Промоцијата на дополнителна едукација на претприемачите и нивните вработени, која недостасуваше кај МСП, а постои во големите претпријатија, требаше да го ублажи ваквиот недостаток на овие бизниси и да придонесе за подобрување на знаењата на вработените и претприемачите во различни области од економскиот процес. Едукативните програми претежно се спроведуваат од истите институции кои што нудат консултативни услуги и главно се во форма на семинари на одредени специфични теми. Се проценува дека само во периодт од 1970 до 1979 година, Сојузната влада на Западна

Германија за оваа намена потроши околу 2,3 милијарди ДЕМ – овде не се вклучени средствата од републичките влади. (Dichtl et al. 1981, pp. 39-44)

Државните програми за финансиска помош се фокусираат на емпириски видливиот факт дека влезот на нови МСП во секторите може да биде забавен, поради недостаток на почетен капитал, како и на фактот дека потребите од дополнителен капитал за финансирање на растот на фирмите се континуирани – се протегаат низ сите развојни фази на бизнисот. Поради недостигот на средства, веќе од 1970-тите години во Германија дојде до забавување на влезот на нови фирми во економската структура на земјата.

Расположливите програми се препознатливи по пониските каматни стапки во однос на пазарните и клаузулата за константна каматна стапка за времетраењето на кредитот. Предуслов за пристап до овие програми, покрај квалитетот на проектот, е претприемачот да располага и со сопствен капитал за негово финансирање. Најважната кредитна линија кон крајот на 1970-тите години и почетокот на следната деценија беше онаа на ERP (European Recovery Program). Каматната стапка беше во просек 1 до 2 процентни поени пониска од пазарната. Само во 1978 година, речиси 1,3 милијарди ДЕМ беа дадени како кредити од овој извор. Во истата година KfW-банката и Банката за израмнување (Lastenausgleichsbank) доделија дополнителни 3,7 милијарди ДЕМ за малите и средните претпријатија. Програми со финансиска помош имаат и републичките влади.

3.2.6 Граници на промоцијата на Mittelstand

Во осумдесеттите години во Германија се укажуваше на потребата од осмислување на програми и мерки за МСП со оглед на нивната значајна економска функција и бројните користи за економијата што доаѓаат од Mittelstand. Но посебно треба да се потенцира дека и политичарите и економските експерти во Германија се противат на мерки и активности на економската политика за поддршка на МСП кои би предизвикувале дисторзии, нарушувања на пазарот и на неговите основни функции. Така на пример, во Германија не се прифаќаат програми кои претежно базираат на различни типови на субвенции – на пример исплата на еднократни парични средства за мали бизниси и сл. Фактички политиката избегнува глобално субвенционирање

на МСП. Едноставно се инсистира на мерки и инструменти на политиката на промоција и поддршка коишто се сведуваат на самопомош на претприемачите, коишто, во основа, би имале неутрален карактер, коишто не би предизвикувале дисторзии на пазарот и на сигналите кои доаѓаат од пазарот – на пример, такви мерки се оние кои инсистираат на ограничување на моќта на монополите, на подигање на нивото на знаења на претприемачите, помош при трансферот на технологија, олеснување на пристапот на МСП до пазарот на капитал и слично, со основна цел да зајакнува секторот на МСП и полесно да се носи со структурните промени во економијата. (Dichtl et al. 1981, pp. 31-32)

Реалниот обем на трошоците на федерацијата и на републиките за промоција на МСП тешко се согледуваат. Авторите Dichtl, Raffée, Aufsattler, Kaiser, & Wellenreuther врз основа на спроведена анкета, овие трошоци (на федерацијата и републиките) само за 1978 година ги специфицираат како што следува: (Dichtl et al. 1981, pp. 45-53)

- федерацијата и републиките потрошија 834 милиони марки за субвенции и мерки за зголемување на ефикасноста;
- 7,76 милијарди ДЕМ за помош при финансирање;
- 294 милиони германски марки за регионалната економска промоција – која не беше врз селективна основа на мали и средни претпријатија.

Промоцијата на мали и средни претпријатија од страна на федерацијата во 1978 година, од аспект на секторската дистрибуција, се концентрираше со 51,4% на индустријата и со 26,7% на трговските претпријатија. Претпријатијата од сферата на занаетчиството, транспортот, хотелиерството и останатите гранки учествуваа со помалку од 9% во вкупните трошоци за промоција. (Dichtl et al. 1981, p. 56)

Во седумдесеттите и осумдесеттите години на минатиот век, само САД и Јапонија имаа слични, прилично опширни, програми за промоцијата на мали и средни претпријатија. Формите на промоција во Јапонија и Западна Германија беа идентични, а формите на промоција во САД посецифични. Имено, промоцијата на мали и средни претпријатија во САД се ограничуваше на креирањето на регулативно-политичката рамка и на еден широк систем кој

нудеше финансиска помош, која посебно беше фокусирана на основачите на нови бизниси и им го олеснуваше пристапот кон пазарот. Во Велика Британија, до крајот на 1979 година, беа спроведени само одредени даночни олеснувања за малите и средните претпријатија.

3.3 Улогата на антимонополската политика

3.3.1 Општи согледувања

Уште таткото на економијата, славниот економист Smith, укажуваше на огромното значење на слободата на пазарот и конкуренцијата за економскиот просперитет на земјите. Но процесите на концентрација и централизација на капиталот и формирање на крупни монополистички претпријатија се реалност уште од почетокот на дваесеттиот век. Монополите ја нарушуваат слободата на пазарот и ја ограничуваат, ја загушуваат, конкуренцијата. За малите и средните претпријатија и за претприемништвото најзначаен е пазарниот амбиент, амбиент во кој постојат голем број на економски субјекти на страната на понудата и на страната на побарувачката, кои меѓу себе се натпреваруваат и осигуруваат продукција на добра и услуги со висок квалитет и по прифатливи, разумни цени. Таму каде што нема конкуренција потрошувачите плаќаат високи цени за добра и услуги со незадоволителен квалитет. Меѓутоа, во рамките на пазарните структури на моделот на т.н. слободна конкуренција денес му припаѓа маргинално значење. Во современиот свет доминираат олигополистичките пазарни структури (на страната на понудата постојат неколку големи претпријатија со големо учество во создавањето на вкупната продукција во секторот, т.е. индустријата). Друг облик на пазарна структура е состојбата на монополистичка конкуренција (на страната на понудата постојат голем број производители кои, за разлика од состојбата на совршена конкуренција, произведуваат добра и услуги со диференциран квалитет). Класичниот монопол (природен или комерцијален, кога на страната на понудата постои едно единствено претпријатие) во современи услови поретко се сретнува. Како и да е претприемништвото не може да постои без слобода на пазарот и без конкуренција. Затоа, владите на современите земји, преку независни регулаторни тела (комисии, агенции и сл.) настојуваат да ја ограничат и контролираат монополската моќ на големите претпријатија и се

ригорозни во случаите кога овие настојуваат да ги злоупотребат монополистичките позиции на пазарот.

„...најзначајна системско-институционална мерка со којашто се настојува да се одржат конкуренцијата и слободата на пазарот и претприемништвото е антимонополистичката политика.“ (Фити и др. 2007, стр. 160)

Современите антимонополистички законодавства и политики, во настојувањето да ја зауздаат монополистиката моќ на претпријатијата и да ја заштитат слободата на пазарот и конкуренцијата, обично забрануваат:

- настанување на картели;
- спојување или аквизиција на претпријатија од иста индустрија, доколку фузионирањето е насочено кон ограничување на конкуренцијата;
- неправедни (илегални) постапки на претпријатијата.

Настанувањето на картели, односно колузијата (порано по пат на отворено договарање помеѓу претпријатијата за висината на производните квоти, висината на цената и поделба на пазарите, а денес по прекутен пат, на пример, преку ценовно лидерство) строго го забрануваат сите антимонополистички законодавства на современите земји. Ова особено и заради тоа, што колузијата директно го загушува претприемништвото и посебно го ограничува (практично го оневозможува пристапот на малите и средните бизниси до државните, владините тендери).

Спојувањето или аквизицијата на претпријатија, често се нарекува фузионирање, или создавање на потенцијални монополи, не мора само по себе да значи дека настанува монопол во одредена индустрија. Затоа, антимонополистичките законодавства не ги забрануваат фузиите *argioi*. Фузионирањето може да резултира во креирање на монопол, кога двете претпријатија кои се во прашање, после претопувањето во едно, ќе имаат толку голем пазарен удел во индустријата, што ниту едно друго претпријатие не ќе биде во можност да им конкурира. Како резултат на тоа, повторно може да дојде до драматично ограничување на слободата на пазарот, поради што претприемништвото нема простор да се развива. Од овие причини задача е на

антимонополистичката комисија да не дозволи формирање на монопол како резултат на фузија. Светска практика е при секое спојување или аквизиција, кога се во прашање фирми со големи пазарни удели, антимонополистичкото регулаторно тело детално да го испита случајот пред да го дозволи или забрани фузионирањето. Сепак, мора да се каже дека доколку едно претпријатие поради својата иновативност и знаење има стекнато голем удел на пазарот и истото претпријатие ги почитува сите правила на „игра“, не смее да биде санкционирано од страна на антимонополистичката комисија на конкретната земја.

Неправдените, илегалните постапки на претпријатијата, се изрично забранети за сите претпријатија (мали, средни, големи) од страна на антимонополистичките законодавства. Сигурно дека постојат голем број на илегални постапки на претпријатијата, но најзначајни, кога станува збор за загушување на слободата на пазарите и ограничување на конкуренцијата се т.н. дамплинг практика, потоа врзаните договори и дискриминација на цените и потрошувачите. (Фити 2006, стр. 247-249) Dumping практика (кога се продава под цената на чинење) вообичаено ја воведуваат претпријатија чии позиции дозволуваат да поднесат и продажба на производи и услуги со загуба, со цел да ја уништат конкуренцијата. Кај овој вид на илегални постапки, претпријатијата кои ги применуваат, краткорочно генерираат загуби. Долгорочно, загубите ќе се компензираат со високите профити од кога ќе исчезне конкуренцијата од пазарот. Врзаните договори ја условуваат продажбата на еден производ со купување на друг. Слично на тоа, условувачките договори подразбираат дека едно претпријатие уценува купувачи да не користат производи од конкурентска фирма. Едно претпријатие може тоа да го прави кога има врвен производ, кој им е неопходен на купувачите и преку кој можат да ги форсираат останатите нивни производи. Така едно претпријатие може дури да си загарантира ексклузивитет на одредени продажни места. Точно овие практики одат против слободата на пазарите и антимонополистичката комисија има задача да ги спречува и санкционира таквите случаи. Дискриминација на цените и потрошувачите подразбира ист производ на потрошувачите да им се продава по различни цени.

Како и во други сфери, САД беа предводници во законодавството за антимонополски мерки. Веќе во далечната 1890 година беше донесен таканаречениот „Sherman Act“, кој беше дополнет во 1914 со „Clayton Act“. Истиот беше во текот на времето уште неколку пати дополнет и коригиран. Во САД имаше потреба од такво законодавство поради создадените економски гиганти како резултат на индустријализацијата, т.е. претпријатија, кои контролираа големи делови од американската економија. (Samuelson & Nordhaus, p. 338-351)

Во останатиот дел од светот немаше законодавство кое го забрануваше формирањето на картели, што, генерално, упатува на заклучок дека картелите на некој начин се толерираа, иако во Германија и Италија постоеја органи за надзор на картели. Земјите од Западна Европа дури по Втората светска војна воведоа антимонополски/антикартелски закони и тоа на инсистирање на САД. (<http://www.mef.gub.uy/competencia/documentos/cap1.pdf>, pp. 10-12) Денес може да се каже дека секоја економија со слободни или делумно слободни пазари има свое законодавство и институции задолжени за антимонополската политика. Се разбира ова, сепак не значи дека земјите активно ја почитуваат и спроведуваат таа регулатива.

На ниво на Европската Унија постои законодавство кое го спречува формирањето на картели. Како и вообичаено, законодавството на ниво на Унијата стои над законодавството на одделните земји членки. Така постојат институции во Унијата и институции во земјите членки. Различните институции имаат задача блиску да соработуваат и заедно да се борат против картелите, монополите и неправедните постапки на претпријатијата. Доколку се јават случаи со кои се загрозува трговијата помеѓу земјите членки (значи, во прашање се интересите на повеќе членки), тогаш се води спор, според законите на Европската Унија. За спорови кои се случуваат во една земја членка, важи правото на земјата членка.

Првиот антимонополски закон на Западна Германија од 1957 година не беше совршен и оставаше простор за непочитување на забраните за концентрација – тој едноставно не беше соодветен на теоретскиот концепт за заштита на конкуренцијата. Една од слабостите, на пример, беше што Bundeskartellamt во

тоа време немаше компетенција за контролирање на спојувањата на претпријатија кои ја ограничуваа конкуренцијата. Точно на овој пропуст се должеше бранот на концентрации од средината на 1960-тите години, период кога се намалуваше економскиот раст. Со промените на антимонополското законодавство од август 1973 година, се додаде инструментот за превентива на фузиите, се корегира надзорот на злоупотреба на пазарната позиција и препораките за цени за претпријатија што го доминираат пазарот, се зацврсти делот кој ги контролира картелите, се олесна стварањето на кооперации помеѓу мали и средни претпријатија. (Langen 1978, pp. 34-35)

3.3.2 Bundeskartellamt – основни функции

Улогата на антимонополска комисија во Германија, на федерално ниво, му е доделена на т.н. Bundeskartellamt (Сојузна канцеларија за картели). „Сојузната канцеларија за картели е независен орган за конкуренција (Wettbewerbsbehörde), чија задача е заштитата на конкуренцијата во Германија. Заштитата на конкуренцијата во Германија е дефинирана како централна регулаторно-политичка (ordnungspolitische) задача на пазарниот економски поредок. Само ефективната конкуренција гарантира најмногу можна слобода за избор и разновидност на производи, за да можат потрошувачите секогаш да ги задоволат своите потреби, а претпријатијата за да можат секогаш да ги оптимизираат своите понуди.“

(<http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/bundeskartellamt/BundeskartellamtW3DnavidW262.php>). На републичко ниво, исто така, постојат антимонополски органи, но тие се под раководство на Министерствата за економија и се викаат Републички антимонополски органи.

Во услови на модел сличен на совршената конкуренција, конкуренцијата помеѓу претпријатијата функционира на многу едноставен начин. Во моделот постојат две страни, едната се побарувачите на добра, а другите се понудувачи (производители) на добра. Производителите си имаат свои производи кои ги произведуваат за некоја одредена цена и кои ги продаваат за друга цена која се состои од цената на чинење и некоја профитна маржа. Побарувачите на добрата имаат свои преференции, потреби и желби за одредени производи. Задачата на производителите е да ги идентификуваат преференциите,

потребите и вкусовите на потрошувачите и да произведат добро со разумни цени што ќе ги привлече купувачите. Доколку еден производител нуди нешто посебно со неговиот производ, тогаш е во можност да го продава за повисока цена од конкуренцијата и сепак да има повисока продажба од конкуренцијата, која нуди сличен производ со полоши перформанси за пониска цена. Со тоа што производителите имаат различна структура на трошоци, различни перформанси на производите и на крај различни цени на пазарот, се создаваат услови за оптимална конкуренција. Конкуренцијата, сама по себе, е позитивна, бидејќи претпријатијата на тој начин можат константно да напредуваат, т.е. да се стремат да бидат секогаш подобри од другите. Тоа на крај ќе им обезбеди јака позиција на пазарот. Повисоката продажба и профитите не се единствените предности кои се појавуваат за претпријатијата и индиректно за целата економија. Имено, кога производителите изнаоѓаат начини за поефикасно производство на едно постојно добро или на некој нов производ, тогаш автоматски се доаѓа до технолошки напредок. Со тоа што се перфекционира производниот процес, придружено со технолошкиот напредок, се обезбедуваат работните места во претпријатието, се зголемуваат продажбите и приходите и така се обезбедува економскиот просперитет на земјата во целина. Познатиот економист von Hayek своевременно го нарече овој процес „процедура на откривање“ (http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/bundeskartellamt/Bundeskartellamt_1.php), процедура во која претпријатијата ги откриваат потребите на потрошувачите и ги инкорпорираат во готов производ. Во услови на функционална конкуренција на пазарот се овозможува потребите на консументот да бидат задоволени од страна на најефикасниот производител.

Историјата има веќе покажано дека е неопходно да постојат правила на игра, во овој случај тие правила на игра се правила на фер конкуренција, на кои сите учесници на пазарот мора да се придржуваат. Претпријатијата многу често доаѓаат во искушение профитите да не ги зголемуваат преку производно-технолошки напредок, туку преку други видови на неконкурентни мерки, како што се на пример, договарања на цени со други производители или делење на пазари со други производители. Вакви потфати резултираат во изземање на конкурентноста и нејзино ограничување.

Од овие причини Сојузната влада во Германија во 1958 година го вовеле Законот против ограничување на конкуренцијата (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*), т.е. таканаречениот Закон за картели. Сојузната канцеларија за картели и Републичките антимонополски органи имаат задача да водат грижа дека сите претпријатија и индустрии во Германија се придржуваат до овој закон.

Како што е веќе наведено, во Германија важи покрај германската и регулативата на Европската Унија, а органот одговорен за антимонополистичка борба при ЕУ е Европската комисија. Антимонополистичката комисија во Германија го применува правото на ЕУ, доколку станува збор за предмети кои се судат по регулативата на ЕУ. Тие исклучоци се дефинирани во членовите 101 и 102 од Договорот за начинот на работа на Европската Унија, Регулацијата 1/2003 и критериумите за надлежност на случаи од доменот на антимонополистичката практика. Сепак, најзначајниот критериум за преземање на одговорност на една од комисиите е големината на влијанието на случајот, т.е. дали се работи за случај од републички, федерален или европски карактер. Европската регулатива се применува при појава на прекугранични картели. Сепак, сојузната комисија и републичките органи, во принцип, можат да го применуваат и европското право, иако не станува збор за инволвираност на компании од повеќе земји. Се разбира, кога станува збор за компетенции на трите различни антимонополски комисии/органи, поделбата на одговорноста е како што следува. Во случај на картел кој значително ја манипулира конкуренцијата во повеќе земји членки на Европската Унија, се активира Европската Комисија. Доколку главниот фокус на манипулации се лоцира во една земја, иако се инволвирани повеќе земји на ЕУ, истрагата ја преземаат националните антимонополски органи. Одговорноста во Германија е поделена со тоа што доколку дојде до кршење на законите во само една република, тогаш одговорноста ја презема републичкиот орган, а доколку е нарушена конкуренцијата во неколку републики, тогаш истрагата ја води сојузната антимонополска комисија.

Борбата против картелизацијата се води по принципот на изрекување драстични парични казни за инволвираните личности и претпријатија. Казните кои се изрекуваат можат да достигнат и до 1 милион ЕУР на личност, а

претпријатијата можат да бидат казнети и со парична казна во висина од 10% од вкупниот промет остварен во претходната година. При тоа се применува и принципот на главен сведок (еден вид заштитен сведок), т.е. личност инволвирана во договарањето на картелот која значително помага при расветлување на случајот, а како возврат ѝ се брише или намалува казната на личноста и на претпријатието за коешто работи.

3.3.3 Инструменти за дејствување

Бидејќи антимонополските комисии ја имаат добиено задачата да ја штитат конкуренцијата, тие имаат на располагање неколку инструменти преку кои можат да издејствуваат санкции против оние кои не го почитуваат Законот за картели. Станува збор за следниве инструменти: (http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/bundeskartellamt/Bundeskartellamt_3.php)

1. Антимонополска забрана – регулација на картелите (Kartellverbot)

Инструментот, спроведување на Антимонополската забрана, се регулира со првиот член во Законот против ограничување на конкуренцијата од 1958 година и се посочува како најважна задача на антимонополската комисија. На ниво на Европската Унија, антимонополската забрана се регулира со членот 101 од Договорот за начинот на работа на Европската Унија.

Во 2002 година, Сојузната антимонополска комисија донесе одлука порешително да се справи со картелските структури во одредени индустрии. Наменски за оваа цел беа формирани две специјални одделенија при антимонополската комисија за борба против картелите.

Во главен фокус на антимонополската комисија при борбата против картелите се, според терминологијата на самата комисија, „Hardcore“-картелите, т.е. картели кои сериозно ја ограничуваат конкуренцијата и кои регулативата најстрого ги забранува (<http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/Kartellverbot/kartellverbotW3DnavidW2632.php>). „Hardcore“-картелите пред сè се однесуваат на договарања на цени, поделби на квоти и поделби на пазари помеѓу конкуренти, т.е. на состојбите на формирање на класичен картел. Овие видови на договарања,

општо гледано, влијаат на покачување на цените на добрата и услугите и значително ја ограничуваат економската слобода на конкурентските претпријатија. На тој начин, договорањата се максимално штетни за економијата и за социјалата. Се разбира дека постојат и други видови на картелски пројавувања кои не се толку екстремни во влијанието врз пазарите. Полесните видови на картелско пројавување се забележуваат при одредени видови на договарања помеѓу две конкурентни претпријатија, кои, сами по себе, не мора да значат дека се штетни за конкуренцијата и потрошувачите. Доколку се докаже дека соработката помеѓу два конкуренти е корисна и за крајниот корисник, тогаш таа е легална. Станува збор за можни соработки во делот на истражување и развој на нови производи, размена на знаење, заеднички набавки и слично. Најкласичен пример за соработка на конкуренти од една индустрија е автомобилскиот сектор, каде што, на пример, најнормално е конкурентите да развиваат заеднички мотори или шасии. (<http://www.automobilproduktion.de/2010/04/renault-nissan-daimler-kooperation-vereinbart/>)

Придобивката за производителот се пониски трошоци за развој на нови производи, а крајниот корисник има бенефит од пониските трошоци на производителот, бидејќи тие резултираат во пониски цени на автомобилите. Основа за ваков вид на исклучок е изземањето од картелската забрана во членовите 2 и 3 од Законот против ограничување на конкуренцијата во Германија и на европско ниво во членот 101 став 3 од Договорот за начинот на работа на Европската Унија. Другата форма на картелско договарање може да биде помеѓу добавувач и производител, а се однесува на т.н. вертикални договори. Како што кажува и самиот израз, во овој случај добавувачот и производителот склучуваат договор на штета на други производители, на пример, добавувачот му гарантира само на еден купувач најниска цена, а другите купувачи мора да плаќаат повисока цена за ист производ (состојба на дискриминација на цените и потрошувачите). Сепак и кај оваа форма постојат исклучоци и еден вертикален договор автоматски не е забранет доколку пазарниот удел на добавувачот не е повисок од 30%. Строго забрането со закон на пример е Preisbindung (контрола на цени преку договарање). Вертикалните договори и изземањата се регулирани и со европското право, во делот на т.н. вертикална регулатива за групно изземање бр. 2790/1999 на Европската

Комисија за апликацијата на членот 101 од Договорот за начинот на работа на Европската Унија, дел кој е обврзен и за германското антимонополско право.

2. Надзор на злоупотребата на доминантната позиција на пазарот

Надзорот на можната злоупотреба на претпријатија кои доминираат одреден пазар е вториот инструмент со кои располагаат антимонополските регулатори. Економската моќ на едно претпријатие, во нормални услови, се ограничува од страна на конкуренцијата или од страна на потрошувачите. Сепак, во одредени сектори, на пример, во телекомуникациите, постојат случаи едно претпријатие да има заземено многу голем дел на пазарот, со што би можело да влијае на конкуренцијата, добавувачите и потрошувачите, односно да врши притисок врз целиот ланец на инволвирани субјекти во економскиот процес. Стекнувањето на доминантен пазарен удел, само по себе, не е забрането, но забранета е злоупотребата на доминантната позиција. Од таа причина картелското право и антимонополските органи имаат обврска да го спречат искористување на доминантната положба и да го контрوليраат почитувањето на слободната конкуренција. Германското и европското картелско право предвидуваат санкции за претпријатија кои ја злоупотребуваат нивната доминантна позиција. По дефиниција, претпријатие има доминантна позиција на пазарот кога во споредба со конкуренцијата има врховна позиција на пазарот. Дали едно претпријатие има или нема таква позиција, се утврдува со помош на земање предвид на сите важни критериуми за конкуренција во одредена индустрија. Притоа, генерално, забрането е секое однесување што на било каков начин им наштетува на конкурентските претпријатија и/или на потрошувачите. Во овој контекст, германското право, посебно истакнува два вида на злоупотреба на доминантната позиција. Првиот вид е злоупотребата поврзана со т.н. грабежливо формирање на цени, кога претпријатието што го доминира секторот започнува ценовна војна, по цена и на краткорочни загуби, со главна цел да го истисни од пазарот конкурентското претпријатие. Почетната загубата ќе се искомпензира со високите профити од кога конкуренцијата нема да биде присутна на пазарот. Вториот вид на можна злоупотреба е таканаречената експлоатација и таа се појавува на пример кога доминантното претпријатие ги уценува неговите добавувачи инпутите да му ги продаваат по многу ниска цена.

Во германското законодавство се вклучени насоки за однесување на претпријатија, од кои се зависни други претпријатија. Според законодавството е забрането претпријатието:

- да искористува доминантна позиција на пазарот,
- да дискриминира и попречува добавувачи и купувачи,
- да изнудува користи и привилегии од зависни претпријатија,
- да ги попречува во извршување на дејноста малите и средни претпријатија со кои е во конкурентски односи,
- постои општа забрана за сите претпријатија (сеедно со какво учество на пазарот се стекнале) на било кој начин да предизвикуваат други претпријатија да ја ограничуваат конкуренцијата – на пример, повик на бојкот против некој субјект, а со цел да му се наштети на конкурентот.

Во домените во кои дејствуваат природни монополи или претпријатија со елементи на природен монопол (т.н. регулирани сектори кои во Германија сеуште егзистираат), постои посебна регулатива којашто ја ограничува моќта на овие претпријатија и ја спречува злоупотребата на доминантната позиција на пазарот. Оваа регулација, со посебни права за борба против дискриминација и други злоупотреби, е компетенција на Сојузната мрежна агенција за електрична енергија, гас, телекомуникации, пошта и железници. Секој сегмент од оваа област е регулиран со посебни закони за чие почитување се грижи Сојузната мрежна агенција на Германија. Притоа, регулаторите во Германија имаат право и овластување паралелно да водат истрага, не само преку германската, туку и преку европската регулатива во областа.

3. Контрола на фузиите

Контролата на фузии на претпријатијата е третиот инструмент со кој располагаат антимонополските тела. За разлика од претходните два инструмента, контролата на фузиите е од понов датум, т.е. таа стана компетенција на антимонополската комисија на Германија во 1973 година. Претпријатијата во Европската Унија, а со тоа и во Германија, имаат право и

слобода да се спојуваат со други претпријатија. Спојувањето може да има многу позитивни ефекти за претпријатијата и за пазарите. Фузијата на претпријатието може да му овозможи преориентација во дејноста, зголемување на иновативноста и сл., а со тоа и понуда на нови производи и услуги на пазарот. Меѓутоа, јасно е дека спојувањата можат да имаат и негативни ефекти врз пазарите и купувачите. Тоа може да биде случај кога како резултат на фузијата пазарната моќ на новото претпријатие станува многу голема. На пример, сосема е можно едно претпријатие да го купи својот најголем конкурент, значајно да ја зголеми цената на производот и услугата, со едновремено намалување на квалитетот на неговиот аутпут. Целта на контролата на фузиите е да се исклучи можноста на негативни импликации на новото претпријатие врз пазарот. Антимонополските комисиии проверуваат какво ќе биде влијанието на новото претпријатие врз пазарот, односно колкава ќе биде неговата пазарната моќ по извршената фузија. Притоа, поделбата на надлежноста за одлучување за фузиите (дали ќе одлучува германското или европското регулаторно тело) зависи од големината на претпријатијата кои се фузионираат, мерена според нивниот вкупен годишен обрт.

Претпријатијата кои сакаат да се фузионираат, доколку остваруваат вкупен годишен промет од над 500 милиони ЕУР, и доколку заедно на германскиот пазар остваруваат промет поголем од 30 милиони евра, тогаш се должни да го пријават спојувањето, односно да побараат дозвола за спојување од сојузната антимонополска комисија.

Законот против ограничувањето на конкуренцијата во Германија го дефинира спојувањето на претпријатија како можност на едно претпријатие значително да влијае врз однесувањето на друго претпријатие во настапот на пазарот. За спојување, според германската регулатива, станува збор во следниве случаи:

- стекнување на удели – купувањето на најмалку 25% од акциите или правата на глас;
- аквизиција на средства – купување на вкупните средствата на претпријатието или на голем дел од средствата на претпријатието;
- контролна аквизиција – купување на контролниот пакет на претпријатието;

- секоја друга врска помеѓу две претпријатија, која на едното претпријатие му овозможува значително да влијае врз однесувањето на друго претпријатие во настапот на пазарот.

Сè додека не е одобрено барањето за спојување, инволвираните претпријатија не смеат да го извршат спојувањето. Доколку се прекрши ова право, тогаш следуваат високи парични казни.

Европската комисија ја презема одговорноста за давање на дозвола за спојување во одредени случаи кои се од интерес за Европската Унија. Надлежноста на европската антимонополска комисија се одредува според пропишани критериуми – но во принцип надлежноста на европското антимонополско право доаѓа до израз доколку се работи за големи претпријатија (со годишен промет од над 5 млрд. евра, и за претпријатија чијашто економска активност се протега на територијата на поголем број земји членки на ЕУ.

Процедурата за одлучување за фузиите, според германската регулатива, проаѓа максимум низ две фази. Првата фаза се нарекува прелиминарна испитувачка процедура (Vorprüfverfahren) и не трае повеќе од 1 месец. Најголемиот дел на барањата се одобруваат во оваа фаза, бидејќи се оценуваат како неопасни за конкуренцијата на соодветниот пазар. Понекогаш, постојат случаи кога фузијата се одобрува и покрај тоа што постои сомневање дека таа ќе предизвика одредени дисторзии на пазарот, но под услов таа да води кон подобрување на конкуренцијата на други пазари. Доколку постојат сериозни сомнежи за пореметување на конкурентската состојба на еден пазар, тогаш предметот влегува во втора фаза, во таканаречената главна испитувачка процедура (Hauptprüfverfahren). Втората фаза трае максимално 3 месеци, а може да биде продолжена во согласност со претпријатијата кои сакаат да се фузионираат. Ако не постојат сомнежи после проверката, фузијата се одобрува, а доколку се утврди евентуално нарушување на рамнотежата на пазарот, тогаш таа се забранува. Има случаи кога фузијата се одобрува со тоа што барателите на фузијата ќе мора да се сложат да прифатат одредени услови кои ги поставува антимонополската комисија. Условите кои им се поставуваат на претпријатијата се најчесто продажба на делови на новото

претпријатие или на цели бизнис сегменти на конкурентите. Со тоа, однапред се намалува пазарната моќ на новото претпријатие и се обезбедува задоволителен степен на конкуренција. Таков пример беше фузијата на ланците на супермаркети на компаниите Edeka и Tengelmann, којашто беше одобрена откако двете компании се сложија да продадат дел од нивните супермаркети на конкурентски ланци. (<http://www.pressebox.de/pressemeldungen/verlagsgruppe-handelsblatt-gmbh-wirtschaftswoche/boxid/169620>)

4. Правна заштита при извршување на јавни набавки

Во 1999 година на сојузната антимонополска комисија ѝ беше доделена најновата обврска од доменот на борбата против ограничување на конкуренцијата, а која се однесува на контролирање на јавните набавки. Имено, во 1999 година, во рамките на регулаторната институција, беа формирани комори за јавни набавки, чија задача е да го контролираат доделувањето на јавните набавки од страна на сојузните власти и на институциите кои припаѓаат на нив. При сојузната антимонополска комисија засега функционираат три комори за јавни набавки. Компаниите имаат право до коморите да поднесат жалби за евентуални нерегуларности при реализацијата на тендерите за јавните набавки и да се иницира процедура за проверка. За јавните набавки извршени од републичките власти и нивни институции се одговорни коморите за јавни набавки при републичките антимонополски комисии.

5. Промени во антимонополското законодавство во функција на подобрување на положбата на МСП

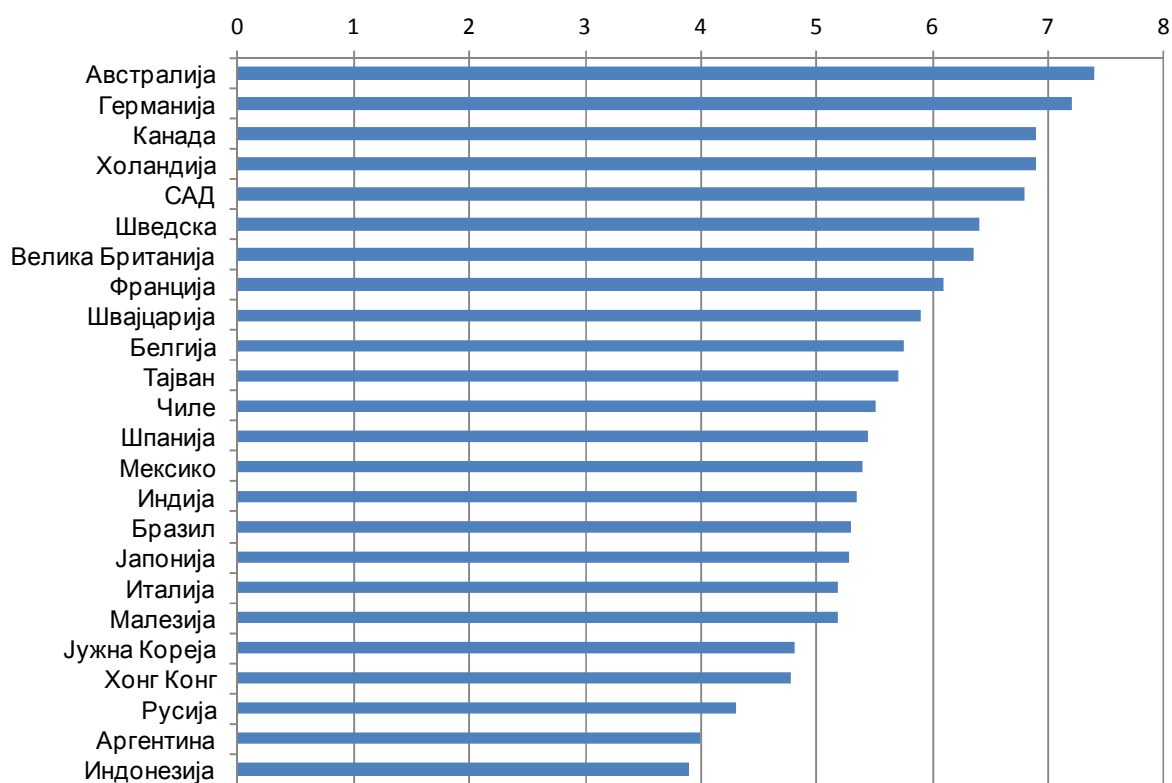
Претходно спомнавме дека во текот на 1970-тите години се освоија два нови амандмани на Законот против ограничување на конкуренцијата со кои значително се подобрија пазарните шанси на МСП. Овие амандмани им гарантираат на МСП засилена заштита од нелојална конкуренција, полесна меѓусебна соработка и подобра позиција за учество на тендерите за јавни набавки.

Во сферата на јавните набавки битни се следниве три промени: Прво, делењето на големите јавни набавки на поединечни (помали) лотови со цел на МСП да им се овозможи да учествуваат на тендерите и да им се зголемат шансите за добивањето на дел од јавните набавки. Второ, анимација на МСП да учествуваат на тендерите, а конзорциумите на МСП да имаат рамноправен третман со оние на големите претпријатија и трето големите претпријатија се должни извршувањето на дел од јавните набавки кои ги добиле на тендер да им го препуштат на МСП.

3.3.4 За ефикасноста на германското антимонополско законодавство

Германското антимонополско законодавство со своите три нивоа (европско, федерално и републичко), според начинот на кој ги третира и регулира картелите, илегалните постапки и фузиите, според ригорозноста на казните и авторитетот на Bundeskartellamt, влегува во редот на најефикасните законодавства за борба против монополите во светски рамки.

Графикон 4 – Рангирање на антимонополските законодавства според нивната ефикасност



Извор: The Economist 1998, may 16-22, pp. 2, цитиран според Фити и др. 2007, стр. 166

Швајцарскиот институт за меѓународен менаџмент и развој, врз основа на анализа и споредба на голем број земји во светот (со користење на околу 260 критериуми), го рангира германското законодавство за борба против монополите на второ место во светот според неговата ефикасност, како што покажува и претходниот графикон.

3.4 Улогата на стопанските комори

3.4.1 Општи согледувања

Во Германија постојат вкупно 80 стопански комори (IHK – Industrie - und Handelskammern) (<http://www.dihk.de/inhalt/ihk/adressen.pdf>) кои функционираат самостојно, но кои се истовремено организирани во една централна организација, таканаречена „Deutscher Industrie - und Handelskammertag“ (DIHK) Надворешната трговија на Германија се поддржува со посебни стопански комори за надворешна трговија кои ги има во над 80 земји на светот на 120 различни локации. (<http://ahk.de/ahk-standorte/>)

3.4.2 Германски стопански комори: IHK – Industrie - und Handelskammern

IHK себеси се гледаат како „институции од економијата за економијата“ (<http://www.dihk.de/inhalt/ihk/adressen.pdf>, p. 1)

Стопанските комори ги претставуваат интересите на бизнис заедницата во нивниот регион и извршуваат јавно-правни обврски. Коморите им стојат на членовите на располагање како советодавни тела и добри познавачи на скоро сите потреби што се појавуваат кај претпријатијата за локални, регионални и национални прашања.

Стопанските комори во Германија базираат и функционираат според демократски принципи. Тоа значи дека членовите гласаат (секој член има еден глас) за избор на парламентот, а парламентот го избира претседателството и претседателот. Претседателството на крај го гласа главниот извршен директор.

Членови на IHK по закон се сите германски претпријатија регистрирани во Германија, со исклучок на занаетчиските претпријатија, хонорарните професионалци и земјоделските претпријатија.

Предноста на задолжително членство (пропишано со закон) во стопанските комори е што се обезбедува правна застапеност на сите индустрии и на сите претпријатија (без оглед на нивната големина) во коморите. Задолжителното членство, исто така, обезбедува активно учество и придонес во работата на коморите на сите претпријатија, со што се осигурува независност на коморите, наспроти влијанието од поедонечни групи од надвор и влијанието од страна на државните органи.

Осумдесетте стопански комори се така поставени, што ја покриваат целокупната територија на Германија и обезбедуваат застапеност на интересите на сите претпријатија кои се наоѓаат на територијата на Германија. Секоја поединечна комора ги слуша барањата на своите членови и ги застапува нивните интереси на локално и регионално ниво. За потребите на нашата анализа извршивме интервју, кое ќе биде презентирано во овој дел на докторската дисертација, со стопанската комора на град Франкфурт, одговорна за градот Франкфурт, околијата Хохтаунус (Hochtaunus) и околијата Маин-Таунус (Main-Taunus) (со исклучок на градот Хохајм (Hochheim)). Интервјето покажа дека стопанската комора на град Франкфурт интезивно работи со нивните членови и успешно ги застапува нивните интересите пред државните органи.

3.4.3 Централна организација на германските комори: DIHK – Deutscher Industrie- und Handelskammertag

Претходно напоменавме дека поединечните стопански комори ги застапуваат интересите на своите членки на локално и регионално ниво (општини и републики). За застапувањето на интересите



на сите поединечни претпријатија, а со тоа и на сите поединечни стопански комори, на федерално и државно ниво постои, централна организација на сите стопански комори, т.н. DIHK. (<http://www.dihk.de/>) Јасно е дека секоја ИНК нема можност да ги застапува интересите на нивните претпријатија во највисоките кругови на политиката, не само во Берлин, туку и во Брисел. Имено, голем дел од политиките во Европската Унија се кројат претежно во Брисел, а земјите членки вообичаено ги имплементираат истите. Од таа причина, потребно е гласот на

германските претпријатија да биде слушнат и во Брисел. Затоа, ИНК се обединети во ДИНК и сите стопански комори заедно ги формулираат своите барања, односно предлози, мислења, сугестии за значајни прашања од нивен интерес. Со вака формулираните заеднички ставови и барања ДИНК лобира во Берлин, на федерално ниво, а и во Брисел на европско ниво. Тоа значи дека ДИНК, фактички, ги артикулира интересите на сите германски претпријатија, барајќи решенија и одлуки кои се компетенција на федерацијата и на европската комисија.

3.4.4 Надворешно трговска комора: АНК – Außenhandelskammer

Надворешно трговските интереси на германската економија ги артикулира

Слика 4 – Лого на АНК



надворешната трговска комора АНК преку своите претставништва во повеќе од 80 земји на светот. АНК заедно со ИНК ги поддржуваат германските претпријатија да

ја подобрат и продлабочат соработката со странски партнери. (<http://ahk.de/ueber-ahk/ahk-partner-in-deutschland/>) АНК и ИНК се поврзани со интранет систем, што значи дека соодветни барања (на пример за соработка), во најкраток рок, се проследуваат до одделните земји. Понатаму, двете комори организираат презентации за странските земји, партнери на Германија, а исто така Германија се презентира во странските земји, повторно, низ блиска соработка на двете комори. Најважниот аспект во соработката е можеби фактот, што АНК и ИНК заедно се грижат, во прв ред, за извозно ориентираните претпријатија. Понатаму АНК остварува соработка со бројни германски економски асоцијации, занаетчиски комори, саеми и други организации кои се активни во извозните промоции на германски производи.

3.4.5 Што прават германските стопански комори за МСП – ИНК Франкфурт – студија на случај

Стопанската комора Франкфурт (ИНК Frankfurt) е одговорна за градот Франкфурт, околијата Hochtaunus и околијата Main-Taunus. Статистичките податоци за 2009 година, покажуваат дека стопанската комора покрива површина од 952 км², со речиси 1.117.000 жители и 89.778 зачленети претпријатија. Поради економското значење на регионот во околината на

Слика 5 – Лого на ИНК Frankfurt am Main



Frankfurt и на самиот град Frankfurt, ИНК Frankfurt има и прекурегионални кооперации во таканаречениот „Metropolregion FrankfurtRheinMain“ (метрополски регион ФранкфуртРајнМаин – во понатамошен текст ФРМ). Покрај Frankfurt и неговото потесно окружување, што се покрива од страна на ИНК Frankfurt, и повеќе други градови и околии, како на пример, Маинц (Mainz) и Ашафенбург (Aschaffenburg), се вклучени во овој надрегион. Името на регионот доаѓа од градот Frankfurt и реките Рајна (Rhein) и Мајна (Main), бидејќи сите наведени градови/околии се наоѓаат по текот на спомнатите реки. ИНК Frankfurt работи таму на вкрстени проекти заедно со стопанските комори на останатите градови/околии.

Централата на комората е лоцирана во Frankfurt, но комората има уште две канцеларии, по една во двете околии кои ги покрива ИНК Frankfurt. Едната канцеларија се наоѓа во Бад Хомбург (Bad Homburg) (одговорна за Хохтаунус околијата), а втората во Хофхајм (Hofheim) (одговорна за Маин-Таунус околијата).

Од сите зачленети претпријатија, 62,2% се од секторот на услуги, 21,6% припаѓаат на секторот трговија, 9% се хотели/ресторани/сообраќај и складирање, 7% се активни во преработувачката индустрија и само 0,2% од сите фирми се земјоделско/шумарски. Од 7% фирми од преработувачката индустрија, голем дел отпаѓа на големи претпријатија, што значи дека во регионот на Франкфуртската комора има мал број на мали и средни претпријатија кои се активни во производството на добра, т.е. во преработувачкиот сектор. Доминантната дистрибуција на фирми во секторот на услугите, пак, е разбирлива, со оглед на фактот што Frankfurt е еден од најголемите финансиски центри на светот. Но нема сомнение дека ИНК Frankfurt е многу значаен за малите и средните претпријатија (кои иако имаат мало учество во преработувачкиот сектор на регионот) доминираат во вкупната структура на стопанството – практично, 99,8% од сите претпријатија во регионот припаѓаат на групата на мали и средни претпријатија. (Според критериуми на IfM Bonn <http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=89>). Поради тоа, стопанската комора Frankfurt себеси се гледа како “гласот на малите и средни

претпријатија“. Стопанската комора навистина е гласот на малите и средните претпријатија кој се слуша во политиката и администрацијата. Во рамките на комората постои и посебна Комисија за мали и средни претпријатија. Комората три пати годишно публикува Извештаи за состојбата на малите и средни претпријатија (Mittelstandsbericht), кои содржат и бројни податоци, добиени врз база на анкети, за потребите на малите и средните претпријатија. IHK Frankfurt игра голема улога во поддршката на малите и средните претпријатија од регионот. Структурата на стопанската комора во најголем дел се состои од малите и средни претпријатија (Mittelstand). Покрај фактот што 99,8% од сите претпријатија се мали или средни, тие извршуваат 66,5% од економската дејност во регионот и се моторот кој креира нови работни места. Еден многу значаен факт е што малите и средни претпријатија обучуваат 80% од младите луѓе кои, најчесто, по завршувањето на средното училиште се запишуваат на еден вид виша школа која е комбинација на практична работа (најчесто во мало претпријатие) и теоретско знаење што се добива во самата школа. Стекнатата диплома им овозможува на учениците да се квалификуваат за студии на универзитетот.

Стопанската комора Frankfurt нема посебни одделенија за поддршка на мали и средни претпријатија од едноставна причина што секое одделение се гледа како одделение за малите и средни претпријатија. Елементи на поддршка се наоѓаат во сите одделенија и работата на сите одделенија е поврзана со малите и средни претпријатија. На пример одделението за Почетна помош и промоција на претпријатија им нуди помош на претприемачите за прашања поврзани со финансирање на бизнисите и за прашања за справување со кризни ситуации. Понатаму, одделението за Право и даноци помага за теми од областа на работното и даночното право. Одделението за Образование и надградување нуди курсеви за надградување на знаењето за скоро сите постојни професии. Меѓународното одделение помага при напори за освојувања на надворешни пазари. Помош за прашања од делот на енергетиката дава одделението за Индустрија и енергија. Статистички податоци нуди одделението за Економска политика и метрополски развој. Во рамките на стопанската комора, сепак, постои едно одделение, кое исклучиво се ангажира за потребите на малите и средните претпријатија и работи на

позиционирањето на политиката за поддршка на претприемништвото на локално ниво (Mittelstandspolitik) – одделение за локална политика.

Претприемачите и нивните претпријатија можат во секоја фаза на нивниот развој да добијат корисна помош од стопанската комора на Frankfurt. Комората, преку курсеви, специфични настани и семинари нуди помош во различни домени, од кои некои ги спомнавме претходно. Помош се нуди и при стартоот во независноста (проблемите на фирмите во start-up фазата), при преговарање за финасирање на фирмите, понатаму, Комората ги советува членовите при решавањето на прашањето за наследниците, при изготвувањето и развојот на бизнис планот и слично. Комората на претпријатијата им обезбедува статистички податоци од различни индустрии, рејтинзи на компани итн. Помошта на фирмите за зголемување на извозот и освојување на нови пазари се врши на повеќе начини. Стопанската комора редовно организира средби на претпријатијата од регионот со претпријатија од странство. На тие средби се канат претпријатија од иста или комплементарна индустрија. Понатаму, комората им помага на фирмите за настапи на странски саеми. Претпријатијата, често, и сами бараат совети од комората за настап на странски пазари. ИНК Frankfurt има богато меѓународно искуство, пред сè, поради многубројните изработени меѓународни студии. Овде е битно да нагласиме дека стопанските комори не се длабински советодавци. Се разбира, тие не можат да ги решат сите проблеми или да дадат одговори на сите прашања кои ги поставуваат претприемачите, но стопанските комори знаат да упатат на вистинското место и на првиот контакт за секое барање.

Иновациите и иновативните претпријатија се клуч на успешен развој на регионот и земјата во целина. Во тој дух иновативноста е многу важна и за метрополскиот регион ФРМ. BAW – Institut für regionale Wirtschaftsforschung (Институт за регионално економско истражување) во име на ИНК форумот Рајна-Мајна за метрополскиот регион ФРМ, во 2009 година, презентираше студија за иновативноста на целиот регион и со помош на SWOT анализа даде предлози за нејзино подобрување. Основната поставка на студијата е дека услугите кои базираат на интензивно знаење (wissensintensive Dienstleistungen) даваат важни импулси за иновации и развој и водат кон премин од индустриско во научно општество преку модернизирање на зрелите индустрии.

(BAW.kompakt No. 23 p. 1) Студијата покажува дека метрополискиот регион е одлично позициониран во сферата на научно-интензивните услуги. Имено, Регионот има учество од 6,7% во вкупниот број на жители на Германија, а 9,3% од сите вработени во регионот (на работно место кое подлежи на социјално осигурување), се во фирми кои нудат научно-интензивни услуги. Во регионот ФРМ дури 70.000 претпријатија активно нудат научно-интензивни услуги. 99% од тие претпријатија имаат помалку од 250 вработени и вработуваат 55% од вработените кои имаат работно место кое подлежи на социјално осигурување. Анализата исто така покажува дека претпријатијата се специјализирани на многу полиња со висока научна интензивност: финансии, нетехничко истражување и советување, комуникација и техничко истражување и советување. Кога станува збор за иновации, Стопанската комора Frankfurt соработува и на републичко ниво со владата на Република Хесен (Hessen) и со сите ИНК кои се на територијата на републиката. Имено, владата и сите стопански комори иницираа во 2000 година една мрежа за соработка која се вика Technologie Transfer Netzwerk Hessen (Мрежа за трансфер на технологија Хесен). (http://www.itb-hessen.de/kooperationen/ttn_hessen/index.html) Оваа мрежа опфаќа експерти од економијата (практичари) и од науката. Како резултат на ваквиот спој (практика – наука) се основаа регионални центри за советување при советот за иновации на ИНК Хесен, кои имаат за цел да го поддржат трансферот на технологии во економијата на Хесен. Мрежата се гледа себеси како партнер на стопанството, посебно на малите и средни претпријатија. Мрежата е еден вид мост помеѓу универзитетите и претпријатијата и овозможува научните откритија да се трансферираат во производи на иднината. Системот функционира на следниот начин: претпријатијата се јавуваат во регионалните центри со нивните потреби. Потоа консултантите од центрите бараат соодветни научни институции или понудувачи на технологии и посредуваат во контактите помеѓу едната и другата страна. Консултантите исто така ја координираат соработката за подобар тек на информации. Регионалните центри заедно со советите за иновации на стопанските комори на Хесен организираат семинари и советувања за различни технолошки теми.

Трет начин кој покажува како стопанските комори се грижат за настанување на високо иновативни компании во регионот ФРМ се т.н. технолошки и основачки центри (Technologie- und Gründerzentren). Целта на овие центри е да ги поддржат науката, иновациите и образованието како најважни фактори за конкуритивност и развој на целиот регион. Со центрите се поддржуваат 10 водечки индустрии на регионот, бидејќи „водечките индустрии придонесуваат за развој на регионот со нивната висока додадена вредност и нивната иновациона моќ“ (Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main 2007, p. 3)

Технолошките и основачки центри се повеќе од 20 години едни од најглавните инструменти во Германија за регионална структурна политика и локална економска промоција. Во регионот Франкфурт/Рајна-Мајна има вкупно 19 технолошки и основачки центри. Првиот центар беше основан во далечната 1987 година. Центрите се основаат на иницијатива на политиката (републичките и локалните власти) со стопанските комори или со претпријатијата. Дел од центрите се специјално наменети за одредени индустрии, а дел пак се отворени за сите индустрии. Мешовитоста се покажува како успешна – на пример, ако во еден центар има и маркетинг и технолошко претпријатие, тогаш автоматски се наоѓаат клиенти и соработката е многу поедноставна.

ИНК Frankfurt, како и секоја стопанска комора, обично е првиот извор за информации и совети на претприемачите и фирмите. Најчестите прашања/проблеми за кои претприемачите бараат совет од коморите можат да се групираат во две групи – прашања околу основањето на егзистенцијата (на нови претпријатија) и поттикнување на претпријатието (Unternehmensförderung). Претприемачите, кога се работи за основање на егзистенција, бараат општи информации за формирање на претпријатие – како се пријавува фирма, какво е трудовото право, како се изготвува бизнис план, како може да се намали личната одговорност, како се финансира проектот и сл. Претприемачите посебно се интересираат како се изготвува маркетинг планот, како се анализира конкуренцијата и какви се законите од даночната сфера. За поттикнувањето на претпријатијата, стопанската комора дава информации и совети за расположливите јавни извори за финансирање на претпријатијата, за прашањата на сукцесија на претпријатијата, за надминување на финансиски

тешкотии и сл. Наведените прашања/проблеми се најчесто се слушаат во сервис центарот на стопанската комора Frankfurt, која ги пренасочува сите барања до одговорните служби.

ИНК Frankfurt секогаш е заинтересиран да ја поддржува соработката помеѓу претпријатијата во регионот кој го застапува, а во тој контекст, да го поддржува и субконтракторството. Сепак, комората не се меша активно во воспоставување на субконтракторски бизнис релации помеѓу големи и мали и средни претпријатија. Комората го следи принципот да не го манипулира/дисторзира пазарот со нејзино активно мешање за склучување на бизнис зделки помеѓу две претпријатија. Коморите им даваат неутрална и конкурентна помош на сите претпријатија. Имено, стопанските комори не дејствуваат во правец на конкретно склучување на договори за соработка помеѓу бизнисите, туку тие ги собираат и анимираат сите заинтересирани претпријатија (и големи и мали и средни) да учествуваат на настани, како што се на пример, Денови на мали и средни претпријатија (Mittelstandstag), каде што можат сите фирми да градат мрежи на пријателства. Тие први контакти потоа можат да прераснат во идни бизнис зделки. Можности за воспоставување на слични контакти помеѓу претпријатијата има и во различните комисии и манифестации организирани од комората.

Една од најглавните обврски на стопанската комора е да го слуша гласот на нејзините членови и да ги застапува нивните интереси. Ова е пред сè важно кога станува збор за подобрување на бизнис амбиентот во еден регион или во цела држава. Сите стопански комори во Германија (ИНК) работат на локално, регионално и прекурегионално ниво и ги застапуваат интересите на нивните членови. На државно ниво се вклучува DINK, каде се собираат барањата, потребите, сугестиите и сл., на сите локални стопански комори. Коморите три пати годишно извршуваат испитувања меѓу членовите со цел да ги дијагностицираат тешкотиите и проблемите со кои се соочуваат претпријатијата во нивната работа, како и работите кои се развиваат во добра насока. Кога ќе се идентификуваат потребите за подобрување, коморите се активираат и стапуваат во контакт со политиката и администрацијата и им ги пренесуваат поплаките од стопанството заедно со предлози за подобрување на ситуацијата. За локални и регионални прашања, како на пример инфраструктурни проблеми

или регионална политика, се акитвираат локалните стопански комори. Но, кога станува збор за проблеми кои ги засега сите претпријатија од една индустрија, на пример даночни предмети, тогаш се вклучува централната стопанска комора и ги застапува интересите на членовите пред највисоките политички кругови во Берлин. Стопанските комори имаат големо влијание во политиката и администрацијата. Политичарите ги слушаат поплаките и пофалбите од коморите, но се разбира, политиката е самостојна, и имплементацијата на предлозите секогаш зависи од политичката клима и реалните можности.

Актуелните дебати за подобрување на законодавството за мали и средни претпријатија се поврзани со дискусии за намалување на бирократијата. DIHK редовно публикува трудови со конкретни предлози за намалување на бирократијата и административните пречки за малите и средните претпријатија и за подобрување на бизнис климата. Анализите одат до таму што IHK Франкфурт, на пример, иницираше студија за работата и квалитетот кој го нудат детските градинки, бидејќи стана јасно дека надзорот на децата додека работат родителите се повеќе станува локациски фактор. Резултатот од таа студија и преземените мерки овозможи значајно збогатување на бројот на услуги што ги нудат детските градинки и на нивниот квалитет. Тоа придонесува, индиректно, и за подобрување на бизнис климата во регионот. (http://www.ihk-frankfurt.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/definition_unternehmen/index.html; <http://www.ihk-frankfurt.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/>)

3.5 KfW Bankengruppe

3.5.1 Општи согледувања

Банкарската групација KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau), што преведено на македонски значи „Кредитна Институција за Реконструкција“, е јавна банка за

Слика 6 – Лого на KfW



поддршка, во сопственост на германските сојузни и републички власти (сојузните власти учествуваат во сопственоста со 80%, а републичките власти со 20%). Ова беше првичното име на институцијата којашто се формира непосредно по Втората светска војна. Бидејќи реконструкцијата на Германија одамна е завршена, името на банката се промени во KfW Bankengruppe (KfW банкарска групација).

Групацијата себеси се гледа како „поттикнувач на импулси за економијата, општеството и екологијата низ целиот свет, т.е. банката го поддржува одржливото подобрување на економските, социјалните и еколошките животни и економски услови во сферата на малите и средните претпријатија и во основањето на нови претпријатија, [...]“
(http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/index.jsp)

Задачите и целите на банката се регулирани со посебен закон „Gesetz über die KfW“ од 5. ноември 1948.

(http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Download_Center/Die_Bank/KfW-Gesetz_und_Satzung/KfW_Gesetz_D.pdf)

KfW групацијата е составена од неколку деловни единици:

- деловна единица KfW Mittelstandsbank (Банка за мали и средни претпријатија),
- деловна единица KfW Privatkundenbank (Банка за приватни клиенти),
- деловна единица KfW Kommunalbank (Комунална Банка),
- финансирање на извоз и проекти KfW IPEX-Bank,
- поддршка на земјите во развој и во транзиција,
- финансиски пазари – тргување со хартии од вредност.

За опсегот на истражување на овој труд најважна е активноста на KfW Mittelstandsbank, банката за мали и средни претпријатија во Германија. Како што се гледа од графиконот, убедливо најголем дел од средствата кои ги става на располагање банката, се средства за мали и средни претпријатија. Банката во 2010 година инвестираше 28,5 милијарди евра во развојот на малите и средни претпријатија во Германија, а таа активност бележи константен раст во минатите години.

Табела 24 – Вкупен волумен (во милијарди EUR) на поддршка на KfW банкарската групација, 2008-2010

	2008	2009	2010
KfW концерн основна дејност (консолидиран) ¹⁾	67,8	63,9	81,4
KfW Mittelstands - банка ²⁾	17,0	23,8	28,5
KfW банка за приватни клиенти	14,9	16,1	20,0
KfW комунална банка	11,6	9,4	15,8
Консалтинг грантови	0,0	0,1	0,1
Финансирање на експорт и проекти (KfW IPEX-Bank)	17,6	8,9	9,3
од тоа			
Промотивен бизнис	5,0	4,3	3,9
Пазарен бизнис	12,6	4,6	5,4
Промоција на земји во развој и транзиција	4,9	4,5	5,7
од тоа			
KfW развојна банка	3,6	3,5	4,5
Германско здружение за инвестиции и развој (DEG)	1,2	1,0	1,2
Претварање на кредити во хартии од вредност и производи блиски до пазарот на капитал	1,9	1,5	2,1
KfW концерн Вкупен волумен на дадени кредити (консолидирано) ¹⁾³⁾	67,8	63,9	103,7

1) Пречистено од финансирањето на извозот и проектите со рефинансирање од програмските кредити на KfW (2010 во висина од 231 мил. ЕУР, 2009 во висина од 394 мил. ЕУР, 2008 во висина од 52 мил. ЕУР).

2) Вклучувајќи и сторнирања и откажувања во KfW – посебна програма во висина од 1.514 мил. ЕУР во 2010.

3) Вкупниот Волумен на одобрувања на KfW концернот содржи посебно одобрување за Грција во име на Федерацијата во висина од 22,3 млрд. ЕУР. Од тие, максимален износ за исплаќање во првата година изнесува 8,4 млрд. ЕУР.

Извор: http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf

Една од централните задачи на банката е да поддржува мали и средни претпријатија и претприемачи, односно лица кои сакаат да основаат свои бизниси. Програмите за поддршка кои ги нуди KfW групацијата опфаќаат класични долгорочни кредити и иновативни програми со цел да се зајакне капиталната основа на претпријатијата. При тоа, финансирањето се врши преку комерцијалните банки, а KfW има советодавна улога за претпријатието или претприемачот. (http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Aufgaben/index.jsp)

Банкарската групација KfW направи голем чекор напред во нејзините активности со лансирање на нова веб страница на 20. декември 2010. Новата

страница е модерна, со структура конципирана за потребите на корисниците. На тој начин корисниците можат поедноставно да се снаоѓаат на страницата и поефикасно да ги добијат потребните информации. Веб страницата исто така беше во голема мера преработена со цел да се олесни добивањето на вистински информации, со што во голема мера се елиминираа бројните критики и забелешки на корисниците во смисла дека тие тешко се снаоѓаат во „џунглата на промотивните програми“. Сега новата страница располага и со нов пребарувач кој овозможува лесен пристап до сите промотивни програми и кредитни линии. (http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Aktuelles/News/2010/Dezember_2010/Meldung_2.jsp)

3.5.2 Историјат на KfW

KfW банката е основана во 1948 година. Ова укажува дека банката е постара од Сојузната Република Германија, која е формирана во 1949 година. Историјата на KfW групацијата е многу тесно поврзана со историјата на Сојузна Република Германија и со нејзиниот економски напредок по Втората светска војна.

Банката е формирана во периодот јуни 1948 - јануари 1949 година. Како и сите други значајни одлуки во поствоена Западна Германија и оваа одлука беше донесена од страна на сојузничките сили. Имено, американската и британската воена влада донесоа одлука да биде формирана институција која би имала задача да ги дистрибуира кредитите за обнова на државата. Задача, пак, на германската администрација беше да ги регулира деталите врзани за банката и да пристапи кон нејзино конкретно основање.

Во почетокот, банката се финансираше од средствата на Маршаловиот план – тоа тогаш беше единствена опција.

Во тие први мигови на постоењето на банката, кредитите се одобруваа за повеќе приоритетни намени. Прв приоритет беше да се обезбеди стабилно снабдување со енергија. Друг приоритет беше да се реконструираат уништените домови и индустриски капацитети. Веќе е спомнато дека повеќе од 20% од индустриските капацитети беа уништени во војната. Процентот на уништеност кај домовите изнесуваше околу 25%. Во почетокот, кредитите од KfW банката главно ги добиваа големи претпријатија, претежно од секторите

рударство, челична индустрија и производство на струја. Понатаму, земјоделството беше важен примач на кредити, пред сè за обновување на механизацијата. Очигледно е, првите задачи на KfW беа да се постави здрав фундамент на државата којашто беше речиси до корен уништена. Малите и средни претпријатија во првите години на постоењето на банката не беа во фокусот на нејзиниот интерес и финансирање.

Првиот посебен фонд за поддршка на мали и средни претпријатија беше поставен во 1952 година. Фондот располагаше со средства во висина од 24 милиони германски марки. Исто така, како поддршка за мали и средни претпријатија може да се интерпретира и отпочнувањето на финансирањето на извозот од 1950 година. Сепак, овој вид на финансирање во првите години сигурно не им помагаше многу на малите и средни претпријатија, бидејќи се користеше како поддршка на извозот на големите индустриски капацитети (главно на машинската индустрија). До средината на педесеттите години, обновата на Западна Германија беше речиси завршена. Банката ја имаше исполнато поставената задача! Со тоа беше и време да се посвети на други цели. Новите цели на кои се фокусираше KfW беа и сеуште се финансирањето на малите и средни претпријатија и на еколошки проекти. Во шеесеттите години, банката се концентрираше на давање на инвестициони кредити за мали и средни претпријатија. KfW со тоа интензивно ги поддржуваше потребните структурни промени во германската економија. Банката, особено, во текот на седумдесеттите години, почна интензивно да се концентрира на финансирање на малите и средни претпријатија, на иновативни идеи и на проекти за заштеда на енергија како резултат на нафтените шокови. Најголем придонес за овој пресврт имаа нафтените кризи (1973 /1974 и 1978/1980) и долгиот период на високи каматни стапки во Германија. Банката во 1971 година активно се вклучи во поддршка на мали и средни претпријатија и за прв пат разви посебна програма за поддршка на мали и средни претпријатија, т.е. посебен кредитен производ за овие бизниси, т.н. М-програма. ([http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Die_70er_Jahre -
_Neuorientierung_auf_die_Foerderung_im_Inland.jsp](http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Die_70er_Jahre_-_Neuorientierung_auf_die_Foerderung_im_Inland.jsp)) Сепак, KfW и во наведената деценија не ја изгуби од фокус поддршката на извозот, бидејќи успехот на Германија се должи најмногу на јакиот извоз на машини и други добра со

висока додадена вредност – Германија влегува во трите топ земји извознички во светски размери. За тоа голем неспорен придонес ѝ припаѓа токму на KfW групацијата.

Во осумдесеттите години, KfW ги продолжи (навистина неспектакуларно) програмите за мали и средни претпријатија. Во 1981 година, на иницијатива на Сојузната влада на Германија, KfW отпочна една посебна програма за поддршка на структурни промени во Германија, а во 1983 година, KfW иницираше и програма за сопствен ризичен капитал за финансирање на иновации.

Деведесттите години им беа потполно посветени на обединувањето на двете самостојни германски држави. Западна Германија беше на секое поле далеку поразвиена од Источна Германија. Од таа причина беа потребни големи средства за да се поттикне развојот на Источна Германија. Во сферата на поддршката на малите и средните претпријатија KfW, заедно со Германската Банка за порамнување (Deutsche Ausgleichsbank), пласираа, во форма на кредити за потребите на малите и средните претпријатија (основање и раст), повеќе од 50 милијарди германски марки. Со тоа, KfW помогна да се отворат или да се задржат околу 2,5 милиони работни места во земјата. Денес фокусот на банката, под дејство на модерните глобални трендови, сè повеќе се свртува кон развивање на иновационо финансирање, посебно за потребите на малите и средните бизниси. Еден од тие нови инструменти беше поддршката за развој на пазарот на ризичен капитал. (http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Themenschwerpunkte/Mittelstandsfoerderung.jsp) Ова зборува дека KfW групацијата активно го следи текот на времето, ги идентифицира промените и според нив ја прилагодува својата деловна политика и програма.

Во новиот милениум, KfW се разви во вистински светски концерн за кој денес важат институционалните и регулативните правила воведени од страна на Европската Комисија, Сојузната Република Германија и Базел II регулациите. Овие промени имаа и влијание на условите на кредитирање на малите и средни претпријатија. Од една страна, KfW вовеле варијабилни каматни стапки според ризичноста на поддржуваните проекти. Ова на многу претпријатија им го

олесни пристапот до кредити. Од друга страна, се случила и фузии помеѓу KfW банката и други германски институции и банки, кои имаа иста цел – поддршка на мали и средни претпријатија. Така, во 2003 година се формираше Mittelstandsbank (Банка за мали и средни претпријатија), која резултираше од спојувањето на KfW и Deutsche Ausgleichsbank. Со фузијата на двете институции се направи и реорганизација на програмите на поддршка на новата банка. Со реорганизацијата дојде до значајно зголемување на советодавната функција на банката. Ова значи дека банката не се гледа себеси само како „трезен“ аналитичар на бројките и бизнис плановите, но сè повеќе и како советодавач за потребите на своите клиенти, од што овие посебно бенефицираат. KfW Mittelstandsbank е до ден денес цврста компонента на KfW групацијата како што е веќе претходно наведено.

3.5.3 KfW Mittelstandsbank – клучна институција за финансирање на МСП во Германија

Веќе е спомнато, дека KfW Mittelstandsbank е деловна единица на KfW банкарската групација. Како банка, KfW Mittelstandsbank поддржува мали и средни претпријатија со повеќе видови на услуги: (http://www.kfw-mittelstandsbank.de/DE_Home/KfW_Mittelstandsbank/index.jsp)

- *основање на нови претпријатија и инвестиции во економски раст и консолидација (festigung) – банката тоа го прави преку давање на евтини кредити на малите и средни претпријатија, т.е. кредити со ниски каматни стапки;*
- *ризичен капитал – за претпријатија со добри иновативни идеи;*
- *промоција на иновации – со оваа програма поддржува технолошки претпријатија со брза динамика на раст;*
- *програми за заштита на животната средина;*
- *програми за користење на обновлива енергија;*
- *програми за зголемување на енергетската ефикасност на претпријатијата;*
- *советодавни услуги за претпријатија и претприемачи – банката презема дел од консултантските трошоци што ги наплаќаат консултантите. На овој начин, претприемачите и претпријатијата можат*

да добијат квалитетни услуги по пониска и прифатлива цена. Банката актуелно нуди помош при следните теми: Совет за ефикасно користење на енергија, Тренинг за основање свој бизнис, Рестартирање на бизнис и Помош за излез од криза на претпријатијата.

Банката има интензивна соработка со сите републички банки и институти за поддршка и финансирање на мали и средни претпријатија. Тие исто така нудат поволни кредити за мали и средни претпријатија.

Табела 25 – Одобрени промотивни средства на KfW Mittelstandsbank во милијарди ЕУР, 2008-2010

	2008	2009	2010
KfW Mittelstands - банка	17,0	23,8	28,5
Основања и општи инвестиции	10,4	15,5	15,3
во тоа			
KfW - претприемнички кредит	9,0	6,4	8,0
KfW - претприемнички капитал	0,4	0,3	0,3
KfW - посебна програма вклучувајќи глобални кредити		7,2	6,2
KfW - почетни средства	0,2	0,2	0,2
Иновации	1,0	1,3	2,1
во тоа			
ERP - програма за иновации	0,9	1,2	0,8
Екологија	5,7	7,0	11,1
во тоа			
KfW - програма за обновлива енергија ¹⁾	2,8	5,5	9,6
ERP - програма за екологија и енергетска ефикасност ²⁾	2,7	1,3	1,5

1) Нова структура на програми од 1.1.2009: Одобрувања на „старите програми“ KfW-еколошки програми, Произведување на соларна енергија и KfW-програма за промоција на обновливите енергии се вклучени.

2) Нова структура на програми од 1.1.2009: Одобрувања на „старите програми“ ERP - програмите за штедење на енергија и екологија и ERP – програмата за енергетска ефикасност се вклучени.

Извор: http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf

Од вкупниот износ на одобрените средства во 2010 година, 15,3 милијарди отпаднаа на инвестиции за основање на претпријатија и општи инвестиции. Понатаму, 2,1 милијарди беа дадени на располагање за поддршка на иновации и 11,1 милијарди за финансирање на инвестиции во екологијата.

Со оглед на финансиската криза која се протегнува веќе од 2008 година, сојузната влада ја увиде потребата за поинтензивна промоција на секторот на МСП преку KfW банкарската групација. (<http://www.dir-info.de/nachrichten/finanzen/die-kfw-verbessert-das-sonderprogramm-fur-den-mittelstand-2010316>) KfW Mittelstandsbank од таа причина, со почетокот на кризата, ја постави таканаречената KfW-посебна програма којашто трае до денешни дни. (http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Aktuelles/News/2010/Januar_2010/Verbesserungen_im_KfW_Sonderprogramm.jsp) Со оваа програма (фактички станува збор за три подпрограми), на претпријатијата им се одобруваат кредити за фиксен капитал и обртни средства под многу поповолни услови од вообичаеното – пониски каматни стапки, пофлексибилни кредити и со поголем степен на преземање на ризик од страна на KfW Mittelstandsbank.

(http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/KfW-Infodienst/Archiv/So_kommen_Unternehmen_an_frisches_Geld/KfW-Sonderprogramm_hilft_Firmen_in_der_Krise.jsp)

Преку оваа програма до крајот на 2010 година на МСП им беа доделени кредити во износ од 4,6 милијарди ЕУР.

Табела 26 – KfW - посебна програма од почетокот на програмата (состојба на 31.12.2010)

KfW - посебна програма од 28. јануари 2010	Број	Волумен во мрд. ЕУР
Барања за KfW - посебната програма ¹⁾	6.716	24,0
Одобрувања за KfW - посебната програма ²⁾	4.830	15,5
од тоа		
мали и средни претпријатија	4.530	4,6
големи претпријатија	291	5,7
глобални кредити	6	3,1

1) Вклучувајќи глобални кредити. Од тие без глобални кредити: 6.710 барања; волумен 20,9 мрд. ЕУР.

2) Вклучувајќи глобални кредити.

Извор: http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf

3.5.4 Интервју со претставник на инфо-центарот на KfW

Со цел да ги проучиме и анализираме програмите за основање на нови претпријатија, како и за постоечките МСП, имавме разговор со господинот Alfred Becker вработен во инфо-центарот на KfW – всушност и негова основна задача е да ги информира заинтересираните претприемачи за можностите што ги нуди банкарската групација KfW.

Банката е поделена во одделенија според конкретни програми за поддршка. Поединечните програми за основачи на нови претпријатија и постоечки мали и средни претпријатија се: (http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Foerderprogramme_auf_einen_Blick/Foederangebot_fuer_gewerbliche_Unternehmen.jsp)

- KfW-Старт Пари – почетен капитал за основачи на претпријатија и мали претпријатија помлади од 3 години. Средства се одобруваат во висина од 50.000 ЕУР за фиксен капитал и обртни средства.
- KfW-Претприемнички кредит – инвестиционен капитал за основачи на претпријатија (Existenzgründer), средни претпријатија и хонорарци (freelancer). Средства се одобруваат за фиксен капитал и обртни средства за претпријатија со активност во Германија и во странство или за проблеми со ликвидноста. Услов е да се има добар концепт/бизнис идеја.
- ЕРП-Програма за регионален развој – долгорочно финансирање на инвестиции во структурно неразвиени подрачја во Германија. Програмата нуди 10-годишни фиксни каматни стапки, 20 години рок на враќање и до 5 години грејс период. Барателот мора да ги исполнува критериумите на Европската Комисија за мали и средни претпријатија.
- KfW-Посебна програма – за хонорарци (freelancer) и комерцијални претпријатија со потреба за средства за проекти во Германија. Посебната програма за излез од економската криза, истекува во 2010 година. (ПМ – програмата беше продолжена како дополнителна мерка за справување со светската финансиска криза)

Tier 3 Capital

- ЕРП-капитал за основање – за претприемачи кои основаат свое претпријатие, млади претприемнички фирми (помлади од 3 години) и хонорарци (freelancer). Овој кредит ја зајакнува капиталната основа и отвара можности за земање кредити за важни инвестиции. Програмата нуди 10-годишни фиксни каматни стапки и до 7 години грејс период.
- KfW-капитал за обртни средства и за фиксен капитал – за етаблирани претпријатија, активни повеќе од 3 години. Со ова се помага во реализацијата на долгорочни економски планови на претпријатијата за активност во Германија и во странство, со цел да се креираат нови работни места и да се сочуваат сегашните. Кај оваа програма станува збор за финансиски пакет кој ја подобрува капиталната структура на претпријатието. Пакетот се сосостои од две транши, првата класичен кредит, а втората tier 3 capital кредит. Програмата нуди 7 години грејс период за tier 3 capital кредитот.
- ЕРП-иновативна програма – за истражување и развој, односно лансирање на нови производи на иновативни претпријатија, кои се активни на пазарот повеќе од 2 години.

Ризичен капитал

- При што најзначаен е таканаречениот ЕРП-стартфонд – за млади технолошки претпријатија - не постари од 10 години. KfW инвестира во претпријатието доколку веќе постои главен инвеститор и се појавува како коинвеститор. Инвестицијата е под исти услови како на главниот инвеститор. KfW вложува до 6 милиони ЕУР на неопределено време. Услов за инвестицијата е претпријатието да има седиште во Германија, вкупен годишен промет до 10 милиони ЕУР и помалку од 50 вработени.

Консалтинг/Промоција на консалтинг

- консултанти за основање на претпријатија во Германија – програмата презема до 4.500 ЕУР од трошоците за консултантски услуги во почетната фаза на развојот на претпријатието. Програмата е финансирана од европски

средства и предвидува консултантски услуги до 5 години од основање на претпријатието.

- тркалезна маса – програма за претпријатија со добри шанси на пазарот, но кои се соочуваат со економски тешкотии. Програмата се финансира од германски федерални пари. Претпријатието мора да има седиште во Германија. Трошоците за претпријатието се минимални, а добиваат првокласни консултантски услуги.
- совети за енергетска ефикасност – Грант (Zuschuss) за консалтинг за зголемување на енергетската ефикасност во мали и средни претпријатија.
- специјални информативни понуди – Овде претприемачи можат да се информираат за повеќе теми: барање на консултанти, барање на бизнис партнери или наследници и совети за правни аспекти при основање на претпријатие.
- финансирање на инвестиции во животна средина – вкупно има 5 различни програми кои поддржуваат инвестиции за подобрување на животната средина.

Сите програми се еднакво достапни за сите индустриски сектори. Сепак, во одредени програми има рестрикции за одредени сектори, кои од правен аспект не смеат да бидат поддржани со средства од одредената програма. Рестрикциите најчесто се однесуваат за претпријатија активни во патниот сообраќај, во рударство и во производство на добра од примарниот сектор. Иако се спомнува примарниот сектор како релативно рестриктиран за примање на финансиска помош од банките за поддршка на развој, тоа не мора да значи дека целиот примарен сектор е рестриктиран. Знаејќи дека примарниот сектор во добар дел се однесува на земјоделството, станува јасно од каде произлегуваат рестрикциите. Имено, земјоделскиот сектор е строго регулиран и контролиран од Брисел, што значи дека давањето на кредити на земјоделски претпријатија би значело нарушување на конкуренцијата, т.е. би се свело на одобрување на скриени субвенции, а субвенциите се строго регулирани од Брисел.

Банката има различни кредитни линии, зависно од програмата. Исто така има и различни максимални граници кои зависат од програмата. Како пример може да се спомне посебната програма KfW со максимална граница од 50 милиони евра или претприемничкиот кредит KfW со максимална граница од 10 милиони евра. Потеклото на средствата од секоја програма / кредитна линија се различни. KfW се финансира преку пазарите на капитал и користи средства одобрени од Европската Комисија и од Сојузната влада на Германија. Историски гледано, можеби, најзначајниот извор на средства се оние од таканаречениот ЕРП-Посебен Фонд, кој е формиран во 1953 година, од средствата кои беа добиени преку Маршаловиот план, а не подлежеа на враќање. Фондот со закон беше креиран како револвинг фонд за долгорочни инвестициони кредити. Со средства од тој фонд, во изминатите децении, се финансираа различни програми, како на пример, за структурни промени, за мали и средни претпријатија и реконструкцијата на Источна Германија. Во 2007 година фондот премина под контрола на KfW банкарската групација. Претходно фондот беше контролиран од Сојузното министерство за економија. Главната цел на фондот, поддршка на економијата, со преминот на контролата на KfW банкарската групација може поефикасно да се следи. (http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Themenschwerpunkte/Marshallplan_und_ERP.jsp)

KfW групацијата ги поддржува сите мали и средни претпријатија на еднаков начин. Институцијата во принцип не разликува дали претпријатието е во некој традиционален сектор или дали е високо иновативно претпријатие. Иако KfW не разликува помеѓу степенот на иновативност на претпријатието во одредени програми, има специјално скроени програми за иновативни претпријатија. KfW групацијата секогаш блиску соработува со комерцијални банки кога доаѓа до моментот на одобрување на кредитот. Тоа значи дека KfW и комерцијалната банка заедно го разгледуваат барањето и заедно одлучуваат дали ќе дадат кредит или ќе го одбијат барањето. KfW соработува со сите комерцијални банки во Германија – тоа значи дека нема рестрикции во изборот на банката за претпријатијата и претприемачите. KfW групацијата си задржува право да не дава јавна информација за висината на провизијата која ја зема комерцијалната банка за сервисирање на кредитот.

Роковите на кредитите се разбира зависат од поединечните програми од кои потекнуваат средствата. Секоја програма има различна намена и со тоа различен ризик и времетраење. Во некои програми, KfW се појавува само како институција за рефинансирање на банките, што значи, самите комерцијални банки го носат ризикот за лоши кредити, KfW не носи никаков ризик. Во ваквите случаи, обработката на барањата за кредит е многу брза. Постојат ситуации кога KfW настапува како преземач на ризик и каде KfW сама ја врши анализата на барањето. Во тој случај, просечната обработка на барањето трае 14 дена.

Кога станува збор за стапување во контакт на едно претпријатие или претприемач за одреден кредит, тогаш најпрво се контактира KfW за првични информации за програмата која доаѓа во предвид за конкретното претпријатие. Од KfW се добиваат сите потребни информации, а за понатамошната обработка на барањето за кредит и за самото финансирањето, претпријатието се обраќа до сопствената комерцијална банка.

Документацијата што е потребна за обработка на кредит зависи од повеќе фактори. Претпријатијата кои аплицираат за некој кредит вообичаено ги презентираат последните биланси и најновата економска евалуација на претпријатието. Економската евалуација е всушност биланс за недовршена финансиска година, но зависно од начинот на кој се води книговодството на претпријатието, евалуацијата може да биде месечна или квартална. За кредити каде што KfW влегува во ризик, како на пример, кај Посебната програма или кај програми за основање на нови претпријатија, потребно е да се изработи квалитетен бизнис план од страна на барателите. Бизнис планот мора да биде изработен самостојно од страна на барателот. При изготвувањето на бизнис планот KfW не презема советодавна улога. KfW се вклучува дури кога доаѓа до анализа на бизнис планот за носење одлука во врска со кредитот.

За најзначајните критериуми за одобрување кредит не може да се даде синтетизиран одговор. Кај кредитите што се одобруваат за основање на нови претпријатија најважен критериум е одржливоста на идејата. Одржливост значи дали претприемачот или претприемачите се во можност да опстанат на пазарот со нивниот бизнис. Кај постоечки претпријатија најважни критериуми се

исплатливоста на инвестицијата и се разбира билансите и економската состојба на претпријатието.

Бизнис плановите се анализираат и од страна на KfW и од страна на комерцијалните банки кои ги операционализираат кредитите. Комерцијалните банки носат ризик, во секој случај и за секој кредит. Кај некои кредити ризикот е поголем, а кај кредити во кои ризик презема и KfW, ризикот на комерцијалните банки е минимален. Дури и во тие случаи кога комерцијалните банки сносат минимален ризик, тие активно ги анализираат бизнис плановите.

Преглед за каматните стапки на многубројните програми нуди следниот линк кој води директно до веб страницата на KfW. (<https://www.kfw-formularsammlung.de/Konditionenanzeiger/Net/KonditionenAnzeiger?ProgrammNameNr=61%2081%2083%2082%2084%2085%2087%2088%2037%2047%2062%2072%2058%2054%2064%2055%20180%20181%20182%20183%20184%20185%20190%20191%20192%20193%20194%20195%2094%20100%20104%2099%20237%20238%20247%20248%20270%20271%20272%20281%20282%2020%2025%2026%20225%20226%20230%20128%20229>)

KfW во сите програми нуди 1-3 години грејс период кој можат да го определат самите заемопримачи. Со тоа, на клиентите им се нуди големо олеснување. Како гаранција вообичаено се бара доброто кое се финансира. Во некои случаи комерцијалните банки ѝ нудат гаранции на KfW, кои KfW ги проверува и ги прифаќа. Се разбира дека постојат и случаи кога KfW бара одобрување на гаранциите од комерцијалните банки. Се разбира дека неперформансни, лоши кредити се јавуваат и кај KfW. Вкупниот број на тие кредити или процент од вкупните одобрени кредити се деловна тајна на KfW и не се публикуваат. KfW банкарската групација има одлична соработка со сите комерцијални банки во Германија. KfW банкарската групација преку комерцијалните банки одобрува исклучиво класични кредити, што значи дека не постојат револвинг кредитни линии за претпријатијата. Исто така, не постои максимална граница за кредитите на одделен претприемач на годишно ниво. Доколку некој претприемач или претпријатие има добра идеја или идеи, може слободно, неколку пати во годината да земе кредит преку KfW банкарската групација.

Очевидно, KfW-банкарската групација нуди многу поволности за претприемачите и претпријатијата со добри бизнис идеи и ограничени финансиски ресурси. Барањата се обработуваат, во просек, за две недели и барателите многу брзо добиваат информација дали кредитите се одобрени или одбиени.

3.6 Улогата на народните кооперативни банки и на штедилниците

На народните кооперативни банки и на штедилниците во Германија им припаѓа особно значење во финансирањето на малите и средните претпријатија. Тоа е една специфичност на Германија којашто многу автори ја сметаат како клучна во периодот на обнова и формирање на нови МСП, непосредно по Втората светска војна. (Wiss 1998; Фити и др. 2007, стр. 261 - 262). Народните банки и штедилниците се особено заслужни за формирањето и опстанокот на голем број на МСП во Германија, од кои многу, денес, работат како кооперанти (субконтрактори) на големите претпријатија. Имено, станува збор за групациите на Volksbanken/Raiffeisenbanken (народни кооперативни банки) и на Sparkassen (штедилници). Поимот на Volksbanken вообичаено се користи за институции поврзани со трговијата, а Raiffeisenbanken се поврзуваат со земјоделството.

Историски гледано, Volksbanken/Raiffeisenbanken, т.е.кооперативните банки се појавија кон средината на 19 -тиот век како резултат на индустријализацијата на Германија. Индустријализацијата со себе донесе влошување на економската состојба кај голем број граѓани, посебно на занаетчиите, трговците и земјоделците/сточарите. Како предводници на воведувањето на принципот на кооперативи во Германија се сметаат Friedrich Wilhelm Raiffeisen и Herrmann Schulze-Delitzsch. Тие увиделе дека често пати очајната состојба може да биде надмината само на принципот на „заедничка самопомош“. (http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_01?OpenPage)

Првата кредитна кооператива се формира од страна на 50 граѓани во 1843 година, во Öhringen (Württemberg). Friedrich Wilhelm Raiffeisen во 1846 година, како градоначалник на Weyerbusch (Westerwald), го основа т.н. „Здружение за леб во Weyerbusch“. Целта на здружението беше да го спаси населението од смрт, од глад, после една сезона со лош земјоделски род. Имено, богатите

сограѓани ставаа на располагање средства за купување на брашно, а сиромашните добиваа леб во возврат за должнички листови. Сиромашните, потоа, ги враќаа кредитите со ниски каматни стапки. Raiffeisen и во понатамошниот тек на неговиот живот се ангажираше за ширење на кооперативниот кредитен систем со ангажмани во други кредитни кооперативи. Неговите кредитни кооперативи на почеток функционираа како здруженија, но во 1864 година тој ја основа, како што тврдат некои извори, првата вистинска кредитна кооператива во Германија - „Heddesdorfer Darlehnskassen-Vereins“. Со тоа беше направен преодот од добротворни здруженија за самопомош во кредитни кооперативи. Основен принцип на кредитната кооператива е дека секој што сака да добие кредит од кредитната кооператива, истовремено мора да се зачлени во соодветната кооператива. (http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_01?OpenPage)

Herrmann Schulze-Delitzsch, во 1849 година ја основа неговата прва кооператива, таканаречената „Чевларска асоциација“ во Delitzsch (Sachsen). Во тоа здружение за првпат членуваа занаетчи (чевлари), со основна цел, низ заеднички настап при набавките, да се стекнат со економски предности. Во 1850 година тој ја основа и институцијата „Eilenburger Vorschussverein“ (Eilenburger здружение за аванси), којашто се смета за претходник на народните банки (Volksbanken), и којашто функционираше на принципот на самоуправување. Имено, членовите (сопствениците) депонираа парични средства, како основа на кооперативата и ја одредуваа политиката на претпријатието. Schulze-Delitzsch прв пат го спомна поимот Volksbank во 1855 година во една негова публикација за кооперативни банки. Тој и како политичар влијаел врз кооперативниот систем, помагајќи во воспоставувањето на законската рамка за кооперативите, која е во сила до денешни дни. (http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_01?OpenPage)

До крајот на 19-тиот век се формираа различни други кооперативни банки и кооперативни кредитни друштва, различни регионални банки и сл. Исто така почнаа да се воведуваат законски рамки за постоењето не само на овој вид на институции, туку и на сите други форми на кооперативни здружувања на МСП. (http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_01?OpenPage)

Комерцијалните кооперативи се споија во 1920 година во „Deutscher Genossenschaftsverband e.V.“, земјоделските кооперативи пак се споија во 1948 година во „Deutscher Raiffeisenverband e.V.“, а во 1972 се споија и трите стручни кооперативни здруженија (финансии, трговија и земјоделство), под еден покрив, т.е. во моќната DGRV (Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband). Во истата година се создаде и BVR (централната организација на кооперативните банки во Германија). Интересен факт е што Volksbanken/Raiffeisenbanken веќе во периодот од 1953-1955 година имаа отпочнато со посебни програми за промоција на основање на егзистенции на Mittelstand. (http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_02?OpenPage)

Денес, во Германија постојат вкупно 1.138 институции во групацијата на BVR со вкупно 13.500 филијали. Зад сите тие институции стојат две моќни централни банки кои им даваат помош во вид на банкарски производи и услуги и можности за инвестирање на меѓународните пазари. Во нивна сопственост се и посебна осигурителна компанија и посебна инвестициона банка. Целата групација има околу 30 милиони клиенти. Групацијата себеси се гледа како целосно посветена на МСП. (<http://www.bvr.de/p.nsf/index.html?ReadForm&main=4&sub=20>)

Еден друг вид на финансиска институција, кои го следат развојот на МСП се штедилниците (Sparkassen). Sparkassen имаат подолга историја на постоење на германскиот пазар за разлика од Volksbanken/Raiffeisenbanken. Штедилниците, веќе 200 години наназад, себеси се гледаат како партнери на населението (приватни лица, претпријатија, општини). (<http://www.dsgv.de/de/fakten-und-positionen/dsgv-positionen/leitlinien.html>) „Покрив организација“ на групацијата, е Deutscher Sparkassen - und Giroverband (Германско здружение на штедилници и жиро). На групацијата и припаѓаат 429 штедилници од различна големина, седум концерни на републички „народни“ банки, 10 републички штедилници за градежни работи, 11 групи за осигурување на штедилниците и сл. (<http://www.dsgv.de/de/ueber-uns/dsgv-portraet/dsgv-aufgaben-und-ziele.html>) Групацијата располага со вкупно 21.000 филијали кои припаѓаат на членовите на групацијата. (<http://www.dsgv.de/de/fakten-und-positionen/daten-und-fakten/index.html>; <http://www.dsgv.de/de/sparkassen-finanzzgruppe/organisation/index.html>)

Штедилниците својата улога во поддршката на МСП ја гледаат во одговорноста што ја преземаат за одржлив раст на Mittelstand. Sparkassen, како значајни играчи на финансискиот пазар, ги следат МСП во сите фази на развојот. Тие исто така ги следат нивните клиенти до максимално можната граница во лоши времиња - граница која е определена со соодветна економска регулација. Штедилниците, бидејќи се локално поставени, имаат посебен интерес да постојат што повеќе претпријатија во нивниот регион, бидејќи тоа автоматски значи дека ќе имаат и поголем обем на работа од гледна точка на бројноста на клиентите. Работата на штедилниците ја оценуваат (вреднуваат) нивните stakeholderi. Основна цел на штедилниците е на МСП да им осигураат одржлив развој, ставајќи им на располагање поволни заеми за договорен временски период. Нивната основна цел е да им помогнат на МСП, посебно во тешки услови, а не да го максимизираат профитот. (S Finanzgruppe 2008, p. 6)

3.7 Улогата на економската наука и Универзитетот

3.7.1 Периодот на доминација на кадри и профили на дипломирани студенти за потребите на големите претпријатија

Во периодот 1965-1985 година, понудата на економски предмети на Универзитетите во Германија се концентрираше, всушност, на потребите на секторот на претпријатија, а пред сè на потребите на големите претпријатија. Големите претпријатија креираа побарувачка на економски кадар со профил во областа на менаџментот, маркетингот, продажбата, контролата и сметководството. Понудата за економски студии во 80-тите и 90-тите години од минатиот век, исто така, беше доминирана од потребите на големите претпријатија, иако имаше една мала промена на потребите, благодарение на појавувањето на глобализацијата којашто детерминираше побарувачка на економисти со финансиски профил. (Thust 2008, p. 1; Klein-Blenkers 1979, pp. 26-28; 78-84) На светско ниво веќе во 1960-тите години се појави потребата за воведување на претприемнички катедри, како и потребата за зголемен број на основања на претпријатија како одговор на економските проблеми кои беа на виделина – намалената конкуритивност и растечка невработеност. Овој тренд се засили во текот на 1980-тите години. Значајноста на катедрите за претприемништво во Германија посебно се увиде кон крајот на 1980-тите и

почетокот на 1990-тите години. Причините се наоѓаа во микроекономски размислувања и макроекономски интереси на политиката. Веќе постојат емпириски докази дека иновативни и технолошко-ориентирани основања на високообразовни институции се поуспешни од гледна точка на раст и вработувања, не само на домашен, туку и на меѓународен план. (Moog 2005, p.7)

Германија, по обединувањето се бореше со проблемот на подпросечен економски раст и со драстична промена на пазарот на труд. Сите големи претпријатија, кои всушност беа и сеуште се предводници на глобализацијата, следеа стратегии на рационализација и реструктурирање. Растот кој го остваруваа големите претпријатија резултираше само во мали позитивни ефекти на германскиот пазар на труд. Оваа ситуација се нарекува „jobless growth“ – раст без ефект врз работните места. Овој ефект најчесто се должи на видливо зголемување на продуктивноста на една компанија/нација и/или на дислокација на производството од една во друга земја. Во случајот на Германија, и покрај зголемениот извоз, не се случи пораст на вработеноста. Затоа, од клучно значење за Германија е динамизирањето на растот преку успешна имплементација на технолошки иновации, појавувањето на нови бизнис идеи и основањето на нови претпријатија. Процентот на самовработените во Германија доживеа во годините 1982/83 апсолутно најниско ниво, по што, и кај науката и кај политиката порасна интересот за МСП. (Thust 2008 pp. 1-2)

Денес е факт дека во Германија, многу мал број дипломирани студенти имаат можност да најдат работно место во големо претпријатие и да ја следат типичната кариера во животот како што беше вообичаено до пред десеттина години. Намалените шанси за правење кариера во големо претпријатие ги тера дипломираните студенти да се ориентираат и бараат работни места во мали и средни претпријатија или пак да основаат сопствени претпријатија. Овие нови околности претставуваат нови предизвици за универзитетите и нивните наставни програми кои понудата на студии главно ја профилираа во зависност од потребите на големите претпријатија.

3.7.2 Тенденција на прилагодување на профилот на високото образование за потребите на МСП – за претприемничката едукација на универзитетите

При крајот на 1990-тите години, веќе започна дискусија за опортунитетот на ориентацијата на економските студии според потребите на големите претпријатија. Тоа прв пат се случи во 1998 година со 10-те Берлински тези на Ripsas, Faltin, Emge, Weißbach и други за профилот на високото образование. Поради веќе наведените факти дека големите претпријатија не можат да ги вработат сите дипломирани економисти, се појавува барање високообразовните институции да креираат наставни планови кои ќе ги оспособуваат студентите во идната работа да бидат во можност да преземаат ризици како претприемачи или како вработени во мали и средни претпријатија. Значи, барањето оди кон претприемничко образование (Entrepreneurial Education). Целта на овие студии е студентите да се стекнат со релевантно знаење за реализација на иновативни бизнис идеи, за иновации на производи, за управување на новоосновани фирми и за работни места со голема одговорност во мали и средни претпријатија. (Thust 2008, pp. 2-3)

Развојот на претприемништвото и претприемничката наука се случи, во голема мера како последица на нафтените шокови. Паралелно со тоа се развиваше разбирање дека економијата била под влијание на економијата на понудата и со тоа се имплементирала културата на претприемништвото. (Koch 2002, p. 5-6) Големите претпријатија, како што погоре спомнавме, денес малку вработуваат дипломирани економисти, а во замена, сè повеќе се ориентираат кон соработка со надворешни услужни компании, субконтрактори или разни експерти. Кај денешните студенти постои една веројатност од повеќе од 60% дека ќе се вработат во мали претпријатија кои дејствуваат во претприемничка средина, и во кои ќе преземаат, ќе носат, индивидуална одговорност за остварените резултати и ќе имаат висок степен на свртеност кон клиентите. Сите иновирани страни мора да се прилагодат на новите околности и потреби за промена на структурата на едукацијата и со тоа на понудата на програми за студирање. Претприемнички содржини во програмите на студии се потребни и за средни менаџерски нивоа на големи претпријатија, бидејќи тие денес сè почесто мораат да се снајдат во нови области со поголеми надлежности и

одговорности за остварените резултати и со поголемо значење на контактот со клучни клиенти. (Thust, 2008, pp. 10-11)

Претприемничката наука може на некој начин да се дефинира како спротивна на веќе етаблираниот концепт на business-economics-ориентираната наука, концепт кој ги спрема студентите да бидат менаџери во големи претпријатија. Концептот на претприемничката наука затоа се концентрира на интегрирана, акционо-ориентирана едукација околу генезата, менаџирањето и проблемите на нови или мали претпријатија. (Koch 2002, p. 3) Првата катедра за претприемништво во Германија, колку тоа и да изгледа чудно, беше основана дури во 1998 година на European Business School во Östlich-Winkel. (Klandt et al. 2008, p. 22) Катедрата беше поддржана од фондацијата на Deutsche Ausgleichsbank, која во меѓувреме се спои со KfW банката и го изгуби нејзиното име. Значајно прашање овде е со какво релевантно знаење треба да се стекнуваат студентите по претприемништво на германските универзитети. Во овој контекст Thust посочува дека особено се значајни следниве прашања: идејата за основање на нова фирма чија содржина во голема мера базира на знаење стекнато на универзитетот; практичното знаење, кое во дел се создава во рамките на институционалната поддршка од страна на универзитетот (на пример маркетинг знаење); социјални и комуникативни компетентности, кои најчесто индиректно се добиваат и кои ретко се стекнуваат на универзитетите; вмрежување со универзитетот и дошколување после основањето на фирма со цел на доградување на знаењето. Исто така, според авторот, мора да се прави разлика помеѓу вештини кои се учат на долг рок и вештини кои се учат на краток рок. (Thust 2008, pp. 27-28) Во Германија во 2008 година постојеја вкупно 71 катедра за претприемништво при високообразовните институции – 32 при универзитети и 39 при универзитети на применети науки. Од друга страна во Германија постојат вкупно 294 универзитети и универзитети на применети науки (118 и 176 респективно). Наведените 71 катедри се наоѓаат при 63 високообразовни институции, што значи дека само 21% од сите високообразовни институции располагаат со катедра за претприемништво. (Klandt et al. 2008, pp. 12-14)

Во германската наука за претприемништвото се разликуваат два различни научни пристапа: едниот пристап е процесно ориентираната наука за

претприемништво, а другиот пристап е рамнинско или функционално ориентирана наука, која е слична на таканаречената стара школа во САД. Во процесно ориентираната наука претежно се пренесува знаењето кое е потребно во различните фази на претприемничкиот процес преку изготвувањето на бизнис план. Фокусот при тоа се става на проблемот што треба да биде решен во одредена ситуација, а систематиката на нештата не е толку важна. Рамнинско или функционално ориентирана наука е повеќе теоретска и се фокусира на различните аналитички нивоа на претприемништвото и особено на институционално-правните аспекти и претпоставки за развој на претприемништвото, местото на претприемачот во тој контекст, условите за оптимизација на индивидуалните одлуки и сл. Субјективни пристапи соодветни на таканаречената нова школа на претприемништвото во САД се ретки. Новата школа на претприемништвото ја нагласува креативноста на претприемачот и претставник на оваа теорија во германската литература е Faltn. Во германските високообразовни институции и посебно на универзитетите за применети науки постои микс помеѓу процесно-ориентираната и рамнинско-ориентираната наука. Теоретските основи на претприемништвото се третираат многу опширно, но со студентите дополнително се работи и на практични, апликативни теми – проектни задачи, на пример, и сл. Thust, понатаму ја поставува дилемата дали е можно да се учи претприемништво? Има мислења дека неизвесно е да се тврди дека преку трансфер на знаења е можно да се создадат добри претприемачи. Значајно е да се разбере дека расте потребата секој поединец да преземе одговорност за својот професионален развој, квалификација и егзистенција. На ова место мора да се постави прашањето: Како може порастот на самоодговорноста да биде поддржана и развиена во високообразовните институции? За сите обмислувања поврзани со трансферот на науката кон студентите/претприемачите, решавачка е состојбата на потенцијалниот претприемач. Треба да се разликуваат три различни ситуации – дали студентот веќе има основано свое претпријатие, дали е во фаза на развој и имплементација на бизнис идеја и дали општо се интересира за темата основање на егзистенција како опција за градење кариера. Од овие причини е препорачливо науката за претприемништвото да биде поделена во три дела. Првиот дел е краткорочна брза помош за основачи кои сакаат да воспостават

своја фирма. Вториот дел е долгорочно градење на свеста за опцијата на основање на свое претпријатие преку мотивација, барање и градење на идеи и трансфер на знаење. Третиот дел се занимава со аспекти на образованието на претприемачи кои го поддржуваат градењето на личноста и кои се наменети за перформансно-ориентирани студенти и општо за сите што ќе сакаат во нивниот работен живот да имаат дејност со висок степен на самоодговорност. (Thust 2008, pp. 28-30)

Други извори говорат за разликување на претприемничката едукација во поширока смисла или потесна смисла. Во пошироката смисла постои академски интерес за претприемништвото, а учењето е врз основа на теориите на претприемачот – неговите особини, типичните грешки и неговата улога во општеството и економијата. Со други зборови, оваа група е заинтересирана за темата претприемништво. Во потесната смисла постои практичен интерес, а учењето се концентрира на подготовка на учениците за сопствена претприемничка кариера. Оттука оваа група е заинтересирана како да се стане претприемач. (Koch 2002, p. 7)

3.7.3 Помош за невработени дипломирани студенти од различни профили за основање на сопствени претпријатија

Порано се укажа на фактот дека големите претпријатија и јавната администрација сè помалку вработуваат дипломирани студенти и дека овие мораат својата кариера да ја градат преку основање на сопствени претпријатија. На прашањето за основање на сопствени претпријатија, т.е. на т.н. егзистенција, во Германија му се обрнува голема важност, а процесот е силно поддржуван со обилни јавни извори на финансирање – на федерално, републичко, па и локално ниво. Некои автори укажуваат дека во основањето на егзистенција во Германија се гледа како на спас од големата невработеност (Brixu, et al. 2009, pp. 30-31)

Од оваа причина мора да се бараат алтернативни патеки за кариера за групи на апсолвенти кои не можат веќе да ги следат класичните патеки за кариера. Thust, кога говори за овие проблеми, укажува дека студенти и апсолвенти на хуманистички науки на Универзитетот Johann-Wolfgang-von-Goethe во Франкфурт и на одделот социјала и здравје на Универзитетот за применети

науки во Франкфурт, почесто од економистите или информатичарите ги користат понудите за совети на таканаречениот EXIST проект (<http://www.exist.de/>). Статистички е пресметано, дека во просек, во Германија се основаат нови претпријатија на 34-годишна возраст или 8 години после дипломирањето. Ова значи дека претприемачите покрај академските искуства што ги стекнуваат, стекнуваат и неколкугодишно работно искуство, пред да се осмелат да го направат чекорот кон самовработување во сопствена фирма. Веќе неколку години во Германија постои можност лица, кои подолго време се без работа, со финансиска поддршка од Бирото за вработување, да се осамостојат и да основаат свое претпријатие. Овој вид на претпријатие се вика, во слободен превод „Јас АД“. (http://www.arbeitsagentur.de/nn_25356/zentraler-Content/A06-Schaffung/A065-Existenzgruender/Allgemein/Foerderung-der-Aufnahme-einer-selbststae.html) Старосниот просек на основачите кај овој вид претпријатие е над 40 години. Навистина, станува збор за релативно високи старосни просеци, но од друга страна, прерана одлука за осамостојување може да го ограничи стекнувањето на потребното работно искуство. Апсолвенти кои веднаш би се осмелиле да се осамостојат би имале во скоро сите струки проблеми со силна конкуренција, со конкуренција од претприемачи со богато работно искуство во нивната струка. (Thust 2008, pp. 30-31)

Конкретната поддршка на универзитетите за студентите кои сакаат да основаат сопствени фирми, поприма различни форми и содржини – финансиска поддршка, тренинзи, совети, ставање на располагање на информации итн.

- **Јавната инфраструктура за промоција** во Германија во најголем дел промовира проекти со помош на средства од трети лица. Тоа значи, дека германските високообразовни институции со нивните идеи и концепти можат да конкурираат за промоција во различни програми и натпреварувања. Програмите за промоција се наоѓаат на повеќе административни нивоа, што значи дека има програми финансирани од ЕУ, германската федерација, општините и пошироките региони. Како пример за добра програма за универзитетите може да се наведе програмата „EXIST“ (Existenzgründungen aus der Wissenschaft), која преведено значи „Основање, креирање на егзистенција од универзитети“ и која е финансирана од Министерството за економија и технологија. GEM ја оценува германската инфраструктура за

промоција позитивно во деловите на широката понуда на програми за промоција и работата на основачки центри и инкубатори. Германија, сепак, добива и критика за непрегледност поради промотивниот систем со голем број на програми и иницијативи и висока конкуренција помеѓу нив. GEM во Годишниот извештај за 2002 година препорачува да се формираат централни контакт бироа (инфо-центри) за претприемачи и промотивните програми да се унифицираат и концентрираат. Јавната промоција за претприемништвото во Германија е неопходна и оправдана, бидејќи venture capitalist претпријатија инвестираат во брзо растечки start-up претпријатија, кои вусшност изнесуваат минимален процент од новооснованите претпријатија. Претприемачите полесно добиваат финансиска промоција, т.е. поддршка од страна на субвенционираниите кредитни програми на KfW банкарската групација.

- Промоцијата се врши исто така преку **материјални бенефиции** (Sachleistungen). Под ова се разбираат сите видови на материјална помош што ја добиваат младите претпријатија. Материјални бенефиции можат да бидат на пример бесплатните услуги на инкубаторите или на пример бесплатното користење на лаборатории на универзитетите.
- **Тренинзи на постојните и потенцијалните претприемачи** на кои многу се учи и германците ги прифаќаат и претпочитуваат, затоа што заинтересираните лица за основање на ново претпријатие имаат голема спремност за учење и ефектот од учењето е висок – со мал инпут се остваруваат големи ефекти.
- Со **подучување** (coaching) се следат поединци или групи од страна на стручни лица во одреден процес како, на пример, патот на осамостојување или имплементација на промени во претпријатието.
- **Советите** играат голема улога во промоцијата на претприемништвото. Совети се даваат на пример за значајни теми, како што се правни или даночни прашања. Вообичаено е за овој вид на промоција да се користат надворешни советодавачи, што значи дека нема универзитетски персонал кој дава такви услуги.

- **Информации**, т.е. ставање на располагање на релевантни информации на одредени теми со кои може поефикасно да се носат одлуки. За релевантни теми околу основањето на нови претпријатија, универзитетите, бироата за вработување и стопанските комори редовно организираат настани на кои претприемачите соодветно можат да се информираат.
- **Натпреварувања за изготвување на бизнис планови** исполнуваат неколку функции. Како прво се оценува бизнис планот од страна на експерти и претприемачот добива добри повратни информации. Второ, добивање на добра позиција во натпреварот значи и добивање на парична награда. Како трето се добива публицитет со можноста за реклама на претприемачот. На крај, можат да се добијат и добри референци кои понатаму ќе бидат корисни.
- Создавање на **мрежи за контакти**, т.е. **вмрежување на претпријатијата и претприемачите**. Постојат формални и содржински начини да се опишат врските помеѓу учесниците во мрежите. Таканаречени *А-мрежи* се мрежи на материјален и нематеријален трансфер на ресурси помеѓу јавните учесници и посредничките институции, како на пример универзитети како партнери на промотивна програма. Кај *В-мрежи* пак, материјалниот и нематеријалниот трансфер на ресурси се случува на една страна помеѓу јавни актери, приватни актери и млади претпријатија, а од друга страна помеѓу јавни и приватни актери и млади претпријатија. *У-мрежи* се мрежи на материјален-нематеријален трансфер на ресурси во рамки на пазарни и соработнички односи на меѓукорпоративно ниво. Еден вид мрежа која не може да се категоризира, а која може да биде организирана од страна на универзитети, се редовните средби на претприемачи за разменување на искуства. Универзитетите имаат најголем интерес за учество во *А-мрежите* и се исто така активни актери и во *В-мрежите*. Основачки мрежи покажуваат карактеристики на *В-мрежи*. Млади претпријатија кои успешно го преживуваат почетокот прераснуваат во актери на *У-мрежите*.
- **Инкубатори** се јавни или комерцијални институции за поддршка на повеќе новоосновани претпријатија на едно место и за ограничен период. Инкубаторите нудат од првиот момент од постоењето на претпријатието

помош во развојот на идејата. Постојат повеќе видови на инкубатори. Еден вид на инкубатори е *профитен инкубатор*, што самото име кажува дека целта на приватни инвеститори е да остварат профити. *Непрофитни инкубатори* се, меѓу другото, и политички мотивирани со цел да се намали невработеноста во одреден регион. Овде припаѓаат и универзитетски инкубатори кои во Германија најчесто се организирани како непрофитни организации. *Инкубатори на теми* имаат предност што можат конкретно да извршуваат менторство за претпријатијата со помош на специјалисти за одредена област. Овие инкубатори имаат хомогена инфраструктура. *Мешани инкубатори* имаат недостаток што не можат јасно да се профилираат и како резултат на тоа не се развиваат доволно синергии помеѓу претпријатијата. *Прединкубатори* се типични универзитетски организации. Нивна цел е поддршка, развој и доработка на претприемничката идеја пред основањето на фирмата, како и контакт со клиенти. Овој пристап содржи голем дел на семинарска наука. (Thust 2008, pp. 32-36)

3.7.4 EXIST – програмата

Иновациите како срж на претприемништвото и како основа за зголемување на конкурентската способност на фирмите и ефикасноста на вкупната економија во Германија се поддржувани со јавни средства и од страна на сојузната влада. Со цел да се подобри трансферот на знаење и технологии од универзитетите, владата преку Министерството за економија и технологија ја основаше програмата EXIST, т.е. во слободен превод „Основање, креирање на егзистенција од универзитети“. (www.exist.de) Во подготовката на програмата, Сојузното министерство за образование и истражување, објави конкурс, во декември 1997 година, за собирање, натпревар и селекција на добри бизнис идеи и со тоа се тргна во реализација на најзначајната програма за промоција на иновации на германските високообразовни институции. Целта на конкурсот беше да се утврдат региони, во кои ќе соработуваат, во мрежа, универзитети и надворешни партнери од економијата, науката и политиката. Предложениот концепт требаше да служи за промоција и етаблирање на претприемништвото и на претприемничкиот дух. Преку 200 универзитети од различни региони учествуваа на конкурсот со сопствени идеи за воспоставување на регионални

мрежи. Во првиот круг беа одбрани пет региони како модели. Од летото во 2002 година, проектот се прошири на 10 нови региони со помош на програмата „EXIST трансфер“ и со финансиски средства во висина од 10 милиони ЕУР. Како што кажува самото име, новата програма се потпира на искуствата и идеите на размена на информации стекнати во првите пет модел региони. Еден од десетте нови региони, всушност проекти, е таканаречениот „Route A 66“. Проектот е крстен по името на автопатот кој ги поврзува инволвираните градови во поширокиот регион. Проектот е организиран во партнерство на Универзитетите на применети науки од Франкфурт и Wiesbaden, Универзитетот Johann-Wolfgang-Goethe од Франкфурт и Вишата школа за дизајн (Gestaltung) од Offenbach, се разбира, во соработка со партнери од економијата. Повеќе цели на претприемничката едукација беа дефинирани преку програмата EXIST за високообразовните институции. Првата цел на проектот беше долгорочно етаблирање на претприемничката култура внатре во високообразовните институции и тоа во бројни сегменти – настава, наука, практика, трансфер на технологија и сл. Втората цел беше ефикасен трансфер на знаењата и инвенциите од високообразовните институции во стопанството, односно нивно имплементирање во нови производи и услуги, што, фактички, овозможува создавање на додадена вредност во економијата во целина. Третата цел беше промоција и поддршка на големиот потенцијал на бизнис идеи и претприемнички линкови на високообразовните институции и истражувачките организации. Последната, четвртата, цел беше зголемување на бројот на новоосновани иновативни претпријатија, т.е креирање на нови и сигурни вработувања. Научниот надзор на целиот проект го вршеше реномираниот Fraunhofer институт за системска техника.

Во една студија издадена под името „Какво е значењето на високообразовните институции за регионалните start-up активности?“ како најзначајни цели беа означени следниве:

- фокусирање на вниманието на високообразовните и истражувачките институции во оспособувањето на студентите за нивно осамостојување, т.е. за отворање на сопствени високоинновативни бизниси, на краток, среден и долг рок, бидејќи практиката потврдува дека најголемиот број на нови

основања на фирми се случуваат во период од 7 до 8 години по дипломирањето;

- зголемувањето на фактичкиот број на претприемачи во релативно голема група на студенти со желба за осамостојување;
- конкретно оспособување на студентите за основање и развој на сопствени претпријатија;
- скратување на временскиот период од завршувањето на образованието до чекорот кон осамостојување.

Целите дефинирани во програмата EXIST и во студијата на Fraunhofer институтот имаат заеднички фокус на квалитетот и квантитетот. Проектот беше финансиран од страна на Министерството за образование и истражување за три години, а целите беа дефинирани на краток, среден и долг рок. Иако финансиерот на Програмата ќе може да ги контролира само краткорочните цели, високообразовните институции се обврзани и по завршувањето на проектот да ги следат поставените цели, пред сè среднорочните и долгорочните. Како пример за краткорочни цели се наведува влезот на претприемничката наука во наставните програми на универзитетите и создавање на неопходната инфраструктура како предуслов за развој на претприменичка култура. Сепак, како што во проектот правилно се забележува, креирањето на претприемничка култура во Германија како цел мора да биде поставена на долгорочен план, од различни културни причини типични за германската нација. Квантитативниот дел не се ограничува само на реновирање на наставните програми со инкорпорирање на богати содржини од областа на претприемништвото, туку се однесува и на бројот и временскиот период на новооснованите претпријатија преку универзитетите. Негативна страна на квантитативната анализа е што чисто квантитативните индикатори не укажуваат на квалитетот на основаните претпријатија и на квалитетот на претприемничката промоција од страна на универзитетите. Ова особено доаѓа до израз во услови на кризни ситуации кога, на пример, архитектонска фирма се трансформира во продавница за мебел. Бидејќи овој вид на нови претпријатија не е примарната цел на програмата, министерството основа нова

програма под името „EXIST Seed програма“, која исклучиво финансира високо-технолошки новоосновани фирми преку универзитетите. Евалуацијата на секој модел регион се врши преку двата спомнати индикатора „успешниот влез на претприемничката наука во наставните програми на високообразовните институции“, т.е. понудениот број на неделни часови во семестар во одреден смер и преку „бројот на нови претпријатија“. Недостаток на евалуацијата е што овие два индикатора не се поврзуваат еден со друг и не се врши анализа на нивната меѓузависност. Со други зборови кажано, не се поврзуваат влезот (број на понудени часови) со излезот (број на нови претпријатија) и не се знае степенот на корелација помеѓу инпутот и аутпутот. Во секој случај, се испостави дека не е едноставно да се измери ефикасноста на оваа програма преку двата понудени индикатора.

Thust (Thust 2008 pp. 37-42), го анализира американското искуство во евалуација на слични преоекти со EXIST, спроведувајќи за таа цел анкета во познатиот MIT-центар за претприемништво во САД. Заклучокот на авторот е дека успехот на Центарот за претприемништво на MIT се мери врз основа на густината на интеракцијата со заедницата. Мерливи параметри на пример се:

1. зачестеноста со која центарот е контактиран од страна на студенти, универзитети и претприемачи;
2. бројот на учители, тренери и професори кои предаваат со материјали на центарот;
3. бројот на студенти кои учествуваат на едукацијата за претприемачи;
4. бројот на апсолвенти на MIT кои и после студиите ги споделуваат нивното знаење и нивните врски;
5. бројот на успешни иницијативи и други партнерства кои се веќе во тек или кои ќе отпочнат за скоро време;
6. бројот на лични и технички контакти какви што се: посети на центарот, контакти преку е-маил и веб страницата и слично.

Овој начин на вреднување на резултатите и успехот е многу поефикасен и се должи на големото искуство и традиција на САД во развојот на

претприемништвото и претприемничката култура, како и на поголемата застапеност на претприемништвото како научна дисциплина во наставните планови и програми на американските универзитети.

Во принцип може да се каже дека EXIST програмата се покажа како многу корисна во создавањето на широка основа за креирање на високообразовни институции кои го промовираат претприемништвото.

3.7.5 Како најдобро да се институционализира претприемништвото на германските универзитети – примерот на Франкфурт

Институционализацијата на претприемничката наука на високообразовните и истражувачките организации претставува значаен чекор не само за потврда на научниот карактер на дисциплината претприемништво, туку и за нејзино валоризирање како специфично практично ориентирана дисциплина. Ова е потребно и од аспект на успешно разграничување на претприемничката наука со веќе постоечките области на модерната економската наука присутна во високообразовните институции. Искуствата, посебно американските, потврдуваат дека влезот на претприемничката наука во наставата на една високообразовна институција се прави со помош на основање на посебен институт за претприемништво или пак на посебна катедра за претприемништво. Оваа платформа овозможува интегриран настап кон окружувањето, можност за привлекување на финансиски средства за истражувачки проекти, организација и спроведување на научни понуди и семинари. Како добар пример за ваква институционализација на претприемничката наука во Германија може да послужи Универзитетот за применети науки во Франкфурт. На почеток постоеше идејата за таканаречениот Франкфуртски модел. Проектот отпочна да се реализира во 1998 година под водство на Професор д-р Hans-Jürgen Weißbach, и Peter Sulzbach – одговорни за трансфер на технологија и Hans Emge – предавач и консултант за основање на претпријатија. Од самиот почеток на проектот, Универзитетот за применети науки во Франкфурт, ја нуди целата палета на релевантно знаење за основање на претпријатија во многу компактна форма. Целната група на таканаречениот Франкфуртски модел се студенти и апсолвенти од сите смерови на студии и универзитетите, кои веќе го направиле првиот чекот кон осамостојување или кои имаат конкретна

претприемничка идеја. Понудата на моделот можеше да се окарактеризира како краткорочна брза помош, бидејќи се ориентираше на потребите на заинтересираните, а не како долгорочно освестување. Понудата се состоеше од поединечни модули, од кои студентите беа во можност самостојно и флексибилно да бираат предмети. Одлуката за нудење на модули наспроти стандардна наставна програма беше нарочно, свесно, форсирана од страна на организаторите. Понудените модули беа: семинари за претприемачи (максимум 5 дена), индивидуално подучување / совети за надградба, тренинг во социјални компетенции, семинари за нови пазари за социјални и културни услуги, привремени телефонски линии за совети за претприемачи и млади претпријатија и спроведување на претприемнички денови. Како што е веќе спомнато, Универзитетот за применети науки во Франкфурт беше еден од универзитетите член во проектот „Претприемничка мрежа Route A 66“. Универзитетите кои беа дел од тој проект потпишаа меѓусебен договор за соработка во октомври 2002 година, при што, веќе прифатените и добро етаблирани модули од Франкфуртскиот модел беа преземени во новиот проект. Дополнително се воведоа и нови семинарски понуди, а се основа и бизнис инкубатор. Јавните средства за проектот Route A 66 истекоеа во декември 2005 година, а Републичкото министерство за наука во републиката Hessen обезбеди јавни средства за дополнителни 18 месеци. До крајот на 2006 година беше потребно да се осигура трајно прифаќање на идејата на претприемништвото помеѓу колегите, професорите, вработените и пред се студентите инволвирани во проектот: Како доказ за прифаќањето на претприемништвото како научна и практично ориентирана област при Универзитетот за применети науки во Франкфурт може да се наведе одлуката од 27. ноември 2004 година за основање на Институт за претприемништво при Одделението за економија и право и нејзината имплементација во април 2005 година. (Thust 2008, pp. 42-43)

Thust тврди дека Универзитетот за применети науки во Франкфурт е единствената високообразовна институција во Германија која има примерна имплементација на претприемничката наука, профилирана најпрвин преку воведен пристап, т.е. преку дисциплината Бизнис администрација I, во којашто студентите во првиот семестар ги учат претежно теоретските основи на

претприемништвото. Понатаму се надоврзуваат дополнителни практични примери, односно студии на случај, кои на студентите им даваат можност да расправаат, дебатираат и критикуваат различни реални ситуации од практичниот економски живот. Но треба да се има предвид дека не е можно да се едуцираат претприемачи „на куп“. Од оваа причина е можно на една институција што ја промовира претприемничката наука, совладувањето на материјата да биде поделена на два дела. Првиот дел се фокусира на предавања за долгорочно освестување (осознавање на студентите колку е значајно обезбедувањето на сопствената егзистенција преку основање на сопствено претпријатие) и давање на првично ориентационо знаење. Вториот дел би бил во форма на флексибилни поединечни модули кои имаат солуционо ориентиран концепт и тоа за знаење, тренинг и разрешување на проблеми. „За најголемиот дел на претприемачите важи, дека како прво се појавува идеја, која резултира од подлабока преокупација со една тема или која резултира од инспирација. Потоа следи сознанието дека е можно за тоа да има пазар, следено со желбата за самостојна имплементација на идејата и со тоа поврзано основањето на претпријатие. (Thust 2008, p. 44) Оттука, целта на високообразовна институција која промовира претприемништво е да го следи флексибилно и компетентно динамичниот процес од појавата на идејата до основањето на претпријатието. Друг ефикасен начин во подготовката на претприемачи се претприемничките натпревари или саеми. Претприемачите се во можност на претприемнички натпревари да стапат во контакт со финансиери и со медиуми. Универзитетите, со организација на натпревари или саеми на претприемачите им нудат можност да вежбаат и да се подготвуваат за големи натпревари, да ги презентираат идеите без страв од кражба и да воспоставуваат првични контакти. (Thust 2008, pp. 44-45)

Една посебна варијанта на промоцијата на претприемништвото се бизнис инкубаторите при универзитетите. Универзитетот основа инкубатор со цел да им понуди на студентите и апсолвентите интегрална поддршка при развојот и имплементација на бизнис идеите. Како што е вообичаено за инкубаторите, тие се наоѓаат во зграда или дел на зграда во близина на универзитетот. Повеќе млади претпријатија се опслужуваат истовремено, а поддршката и престојот во инкубаторот се временски ограничени. Промоцијата (поддршката) во

инкубаторот се врши преку обезбедување на простории, лаборатории и сл., подучување (во текот на престојот) и други форми на помош (којашто се сведува на индиректна финансиска помош), како што е близина до универзитетот, бесплатно располагање со знаењето и сл. Се разбира дека во центарот на оваа активност секогаш стојат претприемачите со нивните идеи. Со основањето на универзитетски инкубатор, универзитетот станува вистински промотор на претприемништвото. Универзитетот за применети науки во Франкфурт располага, од март 2003 година, со сопствен инкубатор, кој делумно извршува и функција на „прединкубатор“. Инкубаторот се вика „Маинкубатор“ и се наоѓа непосредно до Универзитетот. Инкубаторот нуди простор за 4-5 тимови на претприемачи, кои имаат можност да изнајмат простории. Престојот во инкубаторот е ограничен на 18 месеци, што на тимовите им нуди доволно време да ја развијат нивната бизнис идеја до зрелост за основање на претпријатие и лансирање на производот. После тоа, тимот мора да го напушти инкубаторот. Киријата што се плаќа за просториите е минимална – престојот во првите 6 месеци е бесплатен, во вторите 6 месеци киријата изнесува 200 ЕУР, а во последните 6 месеци изнесува 400 ЕУР. За време на престојот во инкубаторот, претприемачите и нивните идеи ги следат соработници од науката и практиката. (Thust 2008, pp. 45-51)

Факт е дека денес во Германија многу се размислува, дискутира, дебатира за можните пристапи за подобрување на наставата по претприемништво на германските универзитети, за мотивирање на студентите да размислуваат за отворање на сопствени фирми, за помагање на потенцијалните претприемачи во разработка и дооформување на претприемничката идеја, за начините и можните пристапи за справување со ризици и тешки ситуации, за подобрување на стратемиското размислување, за стекнување на компетенции на говорништво и презентирање на бизнис идеи итн. Универзитетите постојано ја зголемуваат својата понуда и ги подобруваат сопствените услуги за споменатите прашања. Притоа, се користат различни форми на едукација и тренинг – научни проекти, семинари, предавања, анализа на случаи итн. Посебно експлоатирани теми се: корпоративен ризичен капитал/претприемништво; стратегии за кооперација, фузионирање и аквизиции; Јас АД – самостојност; франшизинг; трговија на мало; финансиски услуги и продажба на информациона технологии и сл.

Во Германија сè повеќе се проучуваат и туѓите искуства во предавањето и практикувањето на претприемништво. Искуства од САД и Холандија имаат покажано дека е можно да се предава и учи претприемништвото. Малите и средни претпријатија во двете држави бараа од високообразовните институции едукација на квалифициран и соодветен персонал, а институциите успешно одговорија на тоа барање. Интересно е да се спомне дека и во двете држави доминира наставниот пристап со студии на случаи. Кај претприемничката наука постои можноста да биде предавана на повеќе научен начин или на попрактичен начин, ориентиран на решавање на проблеми. Тоа го овозможува предавањето на науката на различни целни групи на различни нивоа, зависно од потребите. Секој студент на еден универзитет го има капацитетот да ја научи претприемничката теорија и да научи да изготви бизнис план. Во разрешувањето на комплицирани ситуации помага искуството на студентите, стекнато додека студираат на универзитетите, да се справуваат со бројни стресни ситуации кои се појавуваат во академскиот живот. Студентот ја гради својата личност со тоа што се учи како соодветно да реагира во такви стресни ситуации – искуство што може да биде корисно и во слични ситуации во реалниот економски живот. Со самото искуство доаѓа на крај и рутинираноста. Покрај градењето на личноста, студентите имаат проблеми со говорните и презентерските способности пред публика. Помош за вакви програми нудат курсеви за реторика и презентирање, кои подолго време се нудат на универзитетите. Со помош на тренерите ангажирани на тие курсеви е можно со неколку предавања видливо да се подобрат способностите на говорниците или презентерите. Истото важи и за семинари или курсеви за стратегија. Со обработка на студии на случај и дебатирање на комплексни ситуации можат студентите да стекнат искуства како да се справуваат во идни ситуации во реалниот живот или на работното место. Со обработката на студии на случај и стекнатото знаење за справување со комплексни ситуации кај студентите се намалува и стравот од неуспех. Искуствата на САД со користење на студии на случај во предавањата го покажуваат успехот на истите и тоа е силен аргумент за воведување на инструментот на студии на случај во германските високообразовни институции што го промовираат претприемништвото. (Thust, 2008 pp. 59-60). Во Германија постојано расте интересот на претприемачите за едукација и стекнување на соодветни способности за нивните активности. Со

развојот на претприемништвото во големите претпријатија и тие сè повеќе побаруваат апсолвенти со висок степен на самостојност со цел да остваруваат работни задачи со повисок степен на преземање на ризик. Слично, на тоа, и самите студенти се интересираат за претприемничка едукација, посебно во економско лоши времиња, кога имаат тешкотии да најдат работно место. Поради наведените причини, задача на универзитетите е оптимално да ги подготват студентите за понатамошните предизвици. Препорачливо е универзитетите да ги следат светските искуства на претприемничката наука и истата да ја прилагодат на германските потреби. Еден дел на тоа прилагодување треба да биде етничкото претприемништво, земајќи го предвид големиот број на имигранти во Германија. (Brixu 2011, pp. 27-32) Понатаму, претприемничката наука треба да биде интердисциплинарна, достапна за сите видови на студии на универзитетите. Претприемничката наука не смее да биде исклучиво лимитирана на економските смерови. Ова и заради фактот што денес во Германија побарувачката и на малите и средните претпријатија, но и на големите претпријатија, за дипломирани студенти со богат фонд на претприемнички знаења (теоретски и практични) сè повеќе расте. (Thust 2008, pp. 60-62)

Во овие дискусии посветени на претприемништвото, се разбира, се потенцираат и бројни слабости со кои се соочени високообразовните институции кои подготвуваат кадри од областа на претприемништвото. Како посебни проблеми во наставната дејност од областа на претприемништвото, но и во реализацијата на самите семинари и проекти од оваа сфера се наведуваат – недостигот на практика во високообразовните институции, недостигот на предавачи од практика, т.е. со позадина од реалниот бизнис сектор, недоволна фокусираност врз прикажување најдобри искуства на претприемнички оснивања (Best-Practice-Start-Ups), кои можат значително да ја охрабрат претприемничката активност, недоволна фокусираност врз неуспешни примери на основање на нови бизниси, кои овозможуваат да се учи од грешките на други итн.

3.8 Ризичен капитал

3.8.1 Општи согледувања

„На ризичниот капитал, т.е. на бизнис ангелите и на официјалниот ризичен капитал, му припаѓа особено место во финансирањето на претприемничките фирми. Неговото растечко економски значење е поврзано со неколку факти: прво, тој претпоставува вложување на пари во акции, но и вложување во време и експертиза во претприемничките фирми, со што значајно се разводнува ризикот на новите инвестициони зафати; второ, тој ги затвора двата финансиски (equity) јаза во развојот на претприемничките фирми, првиот во преодот од start-up во раната фаза и вториот во самата рана фаза; и трето, обемот на ризичниот капитал, како висококвалитетен извор на финансирање на бизнисите, манифестира тенденција на брз раст во најголемиот број развиени земји.“ (Фити и др. 2007, стр. 125-139)

Развојот на ризичниот капитал во високоразвиените земји најдалеку пошол во САД. Тој е прилично добро развиен и во Австралија и во Канада. Во земјите на ЕУ ризичниот капитал е најразвиен во Велика Британија, во Ирска и во Холандија. Во последниве дваесет години тој брзо се развива и во Франција и во Германија. Ризичниот капитал, во поново време, се развива и во поранешните социјалистички земји – Русија, Полска и др, но, реално неговиот опсег, засега останува многу скромно. (EBRD Transition Report 2006)

Бизнис ангелите во Германија, во основа, ги имаат истите карактеристики како што тоа е случај и со бизнис ангелите во другите развиени земји: Тоа се богати поединци, кои вложуваат сопствени пари во замена за акции во претприемнички фирми со добри идеи, кои редовно практикуваат постинвестиционо инволвирање во фирмите преку давање на совети и експертиза и кои настојуваат вложените пари да ги оплодат и повлечат низ соодветна излезна стратегија. (Mason 2005) И во Германија тие главно инвестираат во почетните фази на развојот на претприемничките фирми, а во повисоките фази се ангажираат поретко, заедно со официјалните ризични фондови и комерцијалните банки, или пак како групи на бизнис ангели.

„Формалниот ризичен капитал претпоставува вложување во акции, варанти (опции за купување на специфициран број акции во компанијата според однапред определена цена), конвертибилни хартии од вредност (корпорациски обврзници или преференцијални акции кои можат да бидат заменети за обични акции на истата корпорација) и што овозможува на формалниот ризичен капитал активно инволвирање во фирмата што се финансира – monitoring, т.е. надгледување на работата во фирмата, учество во бордот на директори, пружење на менаџерска и претприемничка експертиза итн.“ (Фити и др. 2007, стр. 127)

Очевидно, принципот на инвестирање на формалниот ризичен капитал е сличен со оној на неформалниот ризичен капитал (бизис ангелите), но разликата е во тоа што формалниот ризичен капитал не инвестира сопствени, туку туѓи средства (на институционалните инвеститори – пензиски фондови, донациски фондови, сектори за ризичен капитал при комерцијалните банки и сл.), понатаму тој инвестира многу поголеми износи и во повисоките развојни фази.

Анализата за состојбата и значењето на ризичниот капитал во Германија (којашто во овој поглед, сепак, стои послабо во однос на низа други високоразвиени земји), се базира на конкретно истражување, односно на две опширни интервјуа со две лица кои работат со ризичен капитал. Првото е со еден од најпознатите бизнис ангели во Германија Господинот Jürgen Popp, награден со наградата Top Angel 2008, а другото со Господинот Christoph Jung.

Во продолжение следат искажувањата на двајцата “ризико-капиталисти“, како стории, а не како класични интервјуа.

3.8.2 Неформален ризичен капитал – Интервју со Jürgen Popp, добитник на наградата Top Angel 2008

Господинот Jürgen Popp студираше на Универзитетот во градот Mannheim бизнис администрација (Betriebswirtschaft) и учествуваше и активно соработуваше во истражувачката група „Берза – студенти на Универзитетот Mannheim“. Фокусот на неговите студии беше врз финансиите, а како негов ментор го наведува реномираниот германски финансиски експерт Проф. Dr.

Wolfgang Gerke (<http://www.bfz-ev.de/index.php?id=52>). Професорот на своите студенти постојано им зборувал за големото значење на пазарот на капитал како инструмент на финансирање на растот на претпријатијата. Тој им ја објаснуваше логиката на функционирање на берзите, значи во едно време, кога темата „берза“ беше далеку од интересот на секојдневниот живот. На тој начин, господинот Popp многу научил за берзите, начинот на кој претпријатијата, преку котирање на берзата, можат да стигнат до дополнителен капитал за финансирање на растот итн. Првото работно место на господинот Jürgen Popp беше во голема корпорација, IBM Германија, во Frankfurt, каде што се стекна со практични знаења од областите маркетинг и продажба. Во 1994 година тој го смени работното место и се префрли во германскиот телеком (Deutsche Telekom), токму во годината кога претпријатието се приватизира. Во тој период телекомот активно бараше и вработуваше експерти со работно искуство во полињата продажба и сметководствен менаџмент кои потекнуваа од реномирани IT-претпријатија. На ова работно место Popp една година беше одговорен за Швајцарија. Во 1995 година, господинот Popp ја доби големата шанса да се префрли во основачкиот тим на претпријатието T-Online, фирма-ќерка на Deutsche Telekom за интернет услуги. Во тогашното време претпријатието го носеше името Online Pro Dienste GmbH & Co KG и беше замислено како тест - проект на Deutsche Telekom. Неговата задача, како еден од првите вработени во тоа претпријатие, беше да најде начини како да го мотивира населението да го користат интернетот и како да ги мотивира претпријатијата да го користат интернетот за сопствените цели. Со тоа работно место, Jürgen Popp беше во центарот на случувањата на бумот на IT индустријата кон крајот на 1990-тите години, период кога се основаа многу претпријатија од тој сектор и кои, истовремено, имаа потреба од финансирање. Кон крајот на 1990-тите години, негова основна работна обврска беше идентификување на млади претпријатија со потреба за финансирање, изнаоѓање на можности за соработка и партнерства со тие претпријатија. На овој начин се воспостави соработка со голем број на атрактивни мали претпријатија, сите со нагласена потреба за финансиски средства. Во тоа време, претпријатијата активни во IT секторот, специјализирани за интернет, немаа никаква можност да добијат финансиски средства (кредити) од банките. Тоа беше сеуште период далеку пред појавувањето на таканаречениот „нов

пазар“ (интернет услуги), а банките тогаш не го гледаа потенцијалот на тие мали претпријатија. Според господинот Рорр, сопствениците на малите претпријатија во тоа време биле прагматични и се обраќале за финансиски средства до нивни колеги со кои заедно студирале, а сега работеа во големи банки или потекнуваа од богати фамилии вклучени во влијателни бизнис мрежи. На тој начин успешно им се помогна на младите претпријатија да дојдат до потребниот капитал. Така, тоа “молење“ за помош прерасна во „работно место“. Рорр си даде отказ од T-Online во 1998 година и стана самостоен претприемач во мали претпријатија и почна да ги советува како да се развиваат во правата насока, да им обезбедува капитал, а за возврат да добива удели во нивниот капитал. Единаесет години после почетокот, господинот Рорр, оваа работа ја извршува како професионалец – има сопствено претпријатие за инвестирање (venture capital претпријатие). Принципот на работењето на инвестмент претпријатието на Jürgen Rorr е што им нуди на интересни/потенцијални претпријатија кои се наоѓаат во фазата на основање помош при наоѓање финансиски средства за основањето на претпријатието. Доколку е убеден во атрактивноста и перспективата на претприемничката идеја, господинот Рорр вложува сопствени средства за основање на претпријатието, т.е. се појавува како т.н. „seed-финансиер“. Одлуката за вложување во еден проект, доколку му се допаѓа идејата, ја носи без дополнителни проверки на бизнис планот. Неговиот принцип на работа е значи да помогне претпријатието да го добие seed капиталот, да се стуркурира, а за возврат добива удели во претпријатието и минимален хонорар кој ги покрива неговите основни трошоци.

На почетокот на неговата кариера како бизнис ангел, Jürgen Rorr инвестираше во претпријатија базирани на интернет кои работеа на т.н. community модели и на e-commerce модели. Во 1999 година стана член на Управниот одбор на претпријатието net.IPO AG (АД) кое се специјализираше во доменот на прибирање на капитал за потребите на претпријатијата (МСП, но и за големи претпријатија) со реализација на иницијална јавна понуда (Initial public offer) преку интернет. Во тоа време кулминираше т.н. „нов пазар“ и не беше лесно да се најдат потенцијални инвеститори (акционери) за претпријатијата во ИТ-секторите. Рорр успеа да пронајде голем број мали претпријатија (интернет

портали) од различни гранки, како на пример buescher.de (поим во германскиот интернет шопинг), интернет маркетинг претпријатија, интернет портали за игри итн., заинтересирани за иницијални јавни понуди.

Принципот на работа му е ист до денешни дни. Имено, господинот Рорр нема систематика во неговите инвестиции, не е ни лимитиран на одредени гранки. Тој е член на неколку мрежи на бизнис ангели преку кој е контактиран за различни проекти од различни гранки. Одлуката за инвестирање во одреден проект ја носи врз основа на ред важни предуслови кои мора да бидат исполнети, а во прв ред: атрактивна претприемничка идеја, коректен и веродостоен бизнис план и менаџмент кој влева доверба дека проектот ќе може да се реализира. Од друга страна, Рорр секогаш настојува меѓу неговите бизнис соработници - пријатели/партнери/инвеститори да има човек кој го познава соодветниот бизнис и кој може да помогне за неговиот развој. Во текот на кариерата, Jürgen Rorr стекна висок степен на препознатливост во неговата бранша преку реализација на успешни проекти. Тој себеси, можеби од скромност, не се смета дека припаѓа во топ бизнис ангелите во Германија, но признава дека е ширум познат. Тоа му овозможува постојано да добива голем број предлози за инвестирање и да ги селектира проектите кои навистина го интересираат. Еден друг начин за наоѓање на интересни проекти е неговото умрежување со таканаречени добавувачи на информации (scouts) претежно во САД, Канада, но веќе и во Европа. Добавувачите му јавуваат за интересни претпријатија или проекти во наведените земји, а исто така и тој на нив им јавува кога ќе најде на нешто интересно во Германија и околината. Очевидно, клучот за изнаоѓање нови проекти од страна на бизнис ангелите се личните мрежи. Но господинот Рорр ,неколку пати во неделата, добива понуди за инвестирање и преку професионалните социјални мрежи како на пример XING (<http://www.xing.com>).

При инвестирањето Рорр секогаш настапува со други бизнис ангели или VC фондови. Господинот Рорр се појавува претежно како seed-инвеститор кој инвестира потребни средства за да се оформи проектот и да се финализира производот. Кога ќе биде докажано дека производот функционира, тогаш Jürgen Rorr заедно со претприемачот оди кај големи инвеститори како VC фондовите, кај комерцијалните банки или богати приватни инвеститори кои фигурираат на

неговата лична мрежа. Веќе е јасно дека Рорр активно се инволвира во бизнисот на фирмата и го внесува неговото знаење во претпријатието. Тој тврди дека за него производот е претпријатието, бидејќи според него, претприемачите имаат прекрасни идеи, но за жал не се во можност да ја „транспортираат“ идејата. Кога се вклучува господинот Рорр во проектот, тој помага да се изготви презентација на претпријатието, која ќе биде примамлива за секој вид на инвеститори, било институционални (професионални), било масовни инвеститори (широка публика) преку пазарот на капитал. Еден таков вид презентација, во комбинација со разбирлив, транспарентен и јасно структуриран бизнис план, можат да убедат различни инвеститори да инвестираат во одредено претпријатие. Масовните инвеститори на пазарот на капитал ги наведува бидејќи редовно се појавува период на бум, во кој овие се осмелуваат да ги инвестираат нивните средства во интересни претпријатија. Последниот таков период беше по појавата на таканаречениот „нов пазар“ на ИТ технологијата (во Германија кон почетокот на 2000-тите години), а Рорр, сличен таков период идентификува и во 2010/2011, кога повторно широката публика масовно инвестира во мали претпријатија. Сепак, тој новиот циклус на креирање на бум, го оценува како меур, навистина помалку еуфоричен од претходниот, кој еден ден ќе се распрсне. Масовните инвеститори, според Рорр и во Германија се подготвени да инвестираат во млади високоризични бизниси кои можат да донесат високи добивки и кои денес често се преферираат пред инвестициите во акции во класичните индустрии и во различни каматни производи. Додадената вредност на Jürgen Rorр значи не е во тоа да се меша во секојдневните случувања во претпријатието – таа задача му ја препушта на оперативниот директор, а неговата задача е да го претставува производот кај потенцијалните корисници или инвеститори.

Господинот Рорр инвестира покрај во seed-фазата и во други развојни фази на претпријатието. Но тој тоа го прави како секој обичен инвеститор кој има вишок на средства и кој купува акции на банки или од други претпријатија. Тие инвестиции не се стратешки, во нив тој не го внесува неговото знаење, тоа се само чисто „шпекулативни“ инвестиции. Но, како бизнис ангел, тој исклучиво инвестира во seed фазата. Од аспект на бројот на инвестиции, Рорр нема посебни ограничувања на годишно ниво, туку едноставно влегува во бизнис

секогаш кога ќе најде на интересни проекти и проекти со јасни излезни стратегии. Излезите од проектите му ослободуваат средства за инвестиции во нови проекти. Но, ако “прозорот“ за излез од едно претпријатие е затворен од различни причини – пазарот на капитал нема капацитет да прими нови претпријатија, големите институционални инвеститори не инвестираат во нови проекти поради финансиски или економски проблеми - како во периодот 2007-2010, во тој случај, бизнис ангелите се наоѓаат во проблематичен период во кој многу средства им се врзани во проекти за кои не постои можност за излез.

Инаку, во основа, според Рорр, постојат две стратегии за излез. Првата стратегија за излез е стратешка, а тоа значи дека се наоѓа инвеститор кој е убеден дека понуденото претпријатие добро ќе се вклопи во неговиот систем и врз основа на преговори се утврдува одредена сума за која тој го презема претпријатието. Втората можност за излез е преку пазарот на капитал, но само во период кога тој се отвара за инвестиции во млади претпријатија. На тој начин расте интересот на т.н. шпекулативен капитал за млади претпријатија. Господинот Рорр инвестира во претпријатија или производи во износи од 100.000 ЕУР или 500.000 ЕУР – т.е. износи доволни на младите претпријатија да им помогнат значително да напреднат со развојот на производот. Следен чекор е да се придобијат институционални инвеститори кои инвестираат 1 мил. ЕУР или 2 мил. ЕУР, а со тоа се создава вредност на претпријатието помеѓу 10 мил. ЕУР и 30 мил. ЕУР.

Jürgen Rorр се бори долго време, бизнис ангелите во Германија да добијат повеќе благодарност и признанија за нивната работа. Имено, познатите списанија и весници, кога пишуваат за економски теми, многу ретко или никогаш не пишуваат за бизнис ангели, а токму тие се медиумите кои треба да го афирмираат значењето на бизнис ангелите во сферата на микро финансирање на постојни мали бизниси или пак на бизниси кои допрва ќе се основаат и кои треба да поттикнат други луѓе да станат бизнис ангели. Меѓутоа, проблем е што познатите списанија и весници повеќе се фокусирани на институционалните инвеститори. Понатаму, проблем е што бизнис ангелите не уживаат некое големо реноме во Германија. Многу често нив ги сметаат за коцкари, но на повисоко ниво. Таа перцепција е апсолутно погрешна и затоа господинот Рорр се бори за поголема признание за бизнис ангелите во

Германија. Бизнес ангелите во Германија, не само што не се спомнуваат низ медиумите за широката публика, не само што се сметаат за коцкари, туку тие не добиваат ни доволно поддршка од државата - на пример, преку даночни олеснувања, како што е тоа случај во други земји. Господинот Рорр е против државни субвенции, но смета дека државата треба да ја преземе обврската и да им дозволи на бизнис ангелите да ги компензираат добивките со загубите во даночните пресметки. Даночниот третман на бизнис ангелите води кон институционализирање на процесите во Германија. Од оваа причина Jürgen Rorr живее во Швајцарија, бидејќи тамошниот даночен систем овозможува компензирање на добивки и загуби на приватни лица, а со тоа, многу им ја олеснува нивната работата. Бизнес ангелите во Швајцарија пак, за разлика од Германија, имаат повисок статус во општеството. Овие факти укажуваат дека бизнис ангелите во Германија не заземаат некој посебен статус во општеството. Луѓето многу малку знаат за нив и, како што спомнавм, повеќе ги гледаат како коцкари, а помалку како добротворци и чесни инвеститори. Господинот Рорр, потсетува дека бизнис ангелите во САД имаат високо реноме во општеството. Во Германија постојат ред иницијативи/здруженија на бизнис ангели како на пример Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (<http://www.business-angels.de/>). Jürgen Rorr, во интервјуто, без намера да биде навредлив за различните здруженија на бизнис ангели и нивните членови тврди дека во Германија постојат само околу 50 вистински бизнис ангели, кои можат да бидат така дефинирани, односно кои инвестираат на „оддржлив начин“, кои се собираат редовно и дискутираат, кои реагираат веднаш ако видат интересен проект, кои инвестираат и помагаат да се развие претпријатието. Тој не гледа голема корист во здруженијата, нивните членови и различните награди кои постојат. Од таа причина тој самиот не е член на здружение на бизнис ангели, а не ни е член на здружението од кое ја доби наградата за најдобар бизнис ангел за 2008 година. Настаните кои се организирани од страна на здруженијата и се посетувани од членовите тој ги гледа како собир на лица на кои им е досадно и бараат можност за дружење и дискутирање. Тие друштва дискутираат многу, но не преземаат конкретни мерки за да се помогне некој добар проект. Jürgen Rorr наведува пример на едно претпријатие од Berlin во кое самиот тој инвестирал 100.000 ЕУР, а здружението на бизнис ангели од Berlin не беше во можност да собере и да инвестира ниту 50.000 ЕУР. Jürgen Rorr ни рече дека живее

поскромно од голем број на обични вработени лица. Понекогаш има недоразбирања со сопругата во врска со неговите големи активности и инвестиции во претпријатијата. Во нејзини очи би било покорисно средствата да се инвестираат во сопствен дом. Но ова е веројатно нормалниот фамилијарен живот на еден бизнис ангел. Инаку, тој е среќен што е бизнис ангел и така ќе продолжи и понатаму. Неговото искуство, но и размената со негови колеги и VC асоцијации од САД, му има покажано дека околу 80% од сите инвестиции резултираат со загуби (банкрот), 10% од претпријатијата во кои се инвестира се држат на позитивна нула, а само 10% се успешни, но толку успешни, што овозможуваат да се финансираат и загубите од неуспешните инвестиции.

На прашањето за предлози за подобрување на ситуацијата на бизнис ангелите во Германија, господинот Рорр вели дека генерално гледано Германија е на добар пат да го развие неформалниот ризичен капитал. Во одредени републики, на пример во Berlin, постојат опширни промотивни програми за бизнис ангели, кои овозможуваат, доколку еден бизнис ангел влезе во едно претпријатие, нив, со сопствени вложувања да ги следат и републичките банки и институции. Во републиката Bayern, од друга страна, нема толку опширни програми за бизнис ангели. Друга точка за дискусија се многубројните натпревари за најдобри бизнис планови или за најдобри основачи. Рорр признава дека идеите во натпреварите имаат одреден квалитет, одредена зрелост, но дека победниците се секогаш претпријатија/идеи кои на долг рок се покажуваат како неодржливи. Затоа, тој предлага да се изврши испитување, што се случи со победниците на натпреварите организирани од страна на реномираната фирма McKinsey & Company или од страна на Sparkassen (сојузот на германските штедилници). Тој тврди оти се покажа дека тие победници не се многу успешни. Причината лежи во фактот што организаторите на натпреварите само го оценуваат тоа што е ставено на хартија, но тие немаат активна инволвираност во реализацијата на проектот, не работат на подолг рок со победниците и не им помагаат идејата да прерасне во успешен производ. Тоа е и суштинскиот проблем кој општо е присутен, проблемот што нема доволно луѓе (бизнис ангели) кои влегуваат во претпријатието за да помогнат овие успешно да се развиваат. На ова место тој

ги критикува и богаташите, кои тој би сакал на различни начини да ги мотивира или натера да инвестираат во мали претпријатија. Тоа би можело да се постигне со различни даночни олеснувања итн.

3.8.3 Формален ризичен капитал – Интервју со Christoph Jung, партнер во Holtzbrinck Ventures

Holtzbrinck Ventures е еден од најголемите фондови со ризичен капитал во Германија кој исклучиво инвестира ризичен капитал во претпријатија од делот на т.н. „нови медиуми“. (<http://www.holtzbrinck-ventures.com/index.php?de>) Под поимот „нови медиуми“ се подразбираат претпријатија кои за нивните активности го користат медиумот интернет, значи кои својата комуникација со клиентите ја прават во дигитална форма. Од поставување на фондот (2000 година) Holtzbrinck Ventures има инвестирано во повеќе од 60 претпријатија. Holtzbrinck Ventures е 100% фирма ќерка на издавачката куќа Georg von Holtzbrinck. (http://www.holtzbrinck-ventures.com/index.php?zahlen_und_fakten)

Holtzbrinck Ventures како претпријатие има нешто повеќе од 10 вработени, што значи дека е компактно поставено и со мал број на вработени успешно ги менаџира сите свои инвестиции. Holtzbrinck Ventures има едно одделение „Investment Professionals“ во кое работат менаџерите за инвестиции, кои пак се грижат за фирмите во кои фондот има инвестирано средства. Истовремено, дел од менаџерите за инвестирање се партнери во фондот, како што е на пример, Госп. Christoph Jung, со кој го обавивм интервјуто. Во фирмата постои и финансиско одделение со CFO на врвот, кое се грижи за сите финансиски текови на фондот и на компаниите во кои се инвестира. Контролата во Holtzbrinck Ventures ја извршува еден главен контролор. Правната служба, исто така, е опслужена само со еден главен правник. Останатите вработени се водат како административни работници или како Општа служба. На врвот на Holtzbrinck Ventures се наоѓаат двајца Управители, кои се истовремено главни партнери во фондот.

Како главен финансиер на Holtzbrinck Ventures се појавува фирмата-мајка, издавачката куќа Georg von Holtzbrinck. Сите средства што се вложуваат во нови проекти потекнуваат од остварените профити на Holtzbrinck Ventures и од фирмата мајка. Надвор од вообичаената практика, Holtzbrinck Ventures за

своите инвестиции не користи капитал од институционалните инвеститори, односно не користи т.н. Other People's Money – OPM. Сепак, кога станува збор за финансирање на конкретен проект, Holtzbrinck Ventures често соработува со други инвестициони фондови, инвестирајќи заедно со нив, односно настапувајќи во конзорциум. Причините за ова сигурно се наоѓаат во инвестициониот волумен на конкретната зделка. Доколку проектот е интересен, а можеби преголем за да биде финансиран само од Holtzbrinck Ventures, тогаш фондот во инвестицијата настапува партнерски. Интересно е да се спомне, дека фондот никогаш не влегува во инвестиција со комерцијална банка или со некоја друга голема и реномирана фирма. Како партнер секогаш бара друг сличен фонд со интерес за вложување во исти претпријатија. Работата е тимска, што значи дека и одлуките за нови инвестиции се носат во рамки на тимот. Инвестициониот тим разгледува нови проекти, врши детална еволуација на проектот и, врз таа основа, се донесува финалната одлука за нова инвестиција, редовно, на повисоко ниво, односно на ниво на инвестиционен комитет, кој го сочинуваат претставници од Holtzbrinck Ventures и од издавачката куќа Georg von Holtzbrinck. Важно е да се каже, дека одлуките не ги носи една единствена личност. Напротив, тие поминуваат неколку нивоа додека се донесе крајната одлука. На тој начин се осигурува новата инвестиција секогаш да биде добро смислена.

На почетокот на овој дел веќе е спомнато дека целната група на Holtzbrinck Ventures се претпријатија кои го користат интернетот како медиум за комуникација. Подетално може да се каже дека покрај претпријатија што активно го користат интернетот за нивната комуникација со клиентите, Holtzbrinck Ventures исто така инвестира средства во фирми кои нудат софтвер солүции за интернет базирани претпријатија.

Holtzbrinck Ventures не се концентрира со своите операции само на Германија. Holtzbrinck Ventures е активен во цела Европа, идентификува добри прилики во поедниечни земји и инвестира соодветно. При тоа, ги користи стекнатите искуствата од успешно реализирани инвестиции во Германија и ги пренесува на други интересни пазари. Фондот покрај активностите во Германија има и активности во неколку други европски земји како Австрија, Полска и во Руската

Федерација. Активностите во сите земји централно се координираат во Минхен (München), каде што се наоѓа централата на Holtzbrinck Ventures.

Претприемничката теорија кажува дека Venture Capital фондовите се појавуваат како инвеститори во подоцните развојни фази на претприемничките фирми. Меѓутоа Holtzbrinck Ventures и во овој случај отстапува од класичната теоретска шема на официјалниот ризичен капитал и според исказите на господинот Jung, фирмата се концентрира на инвестиции во раните фази на претпријатијата. Се разбира, тоа не е и толку многу невообичаено, бидејќи постојат официјални ризични фондови кои инвестираат и во пораните фази, особено ако оценат дека претприемачот има интересна и ветувачка претприемничка идеја. Најзначајни фактори кои ја детерминираат одлуката на Holtzbrinck Ventures за инвестирање во претприемнички фирми се: личноста на претприемачот, степенот на разработеност на претприемничката идеја, атрактивноста на пазарот, квалитетот на тимот на претпријатието, концептот на фирмата, квалитетот на бизнис планот и сл. При тоа, во интервјуто беше потенцирано, дека личноста на претприемачот е најважен критериум за донесување на инвестиционата одлука.

Holtzbrinck Ventures ги мотивира претприемачите со добри бизнис идеи и добри бизнис планови да ги приложат истите на понатамошно разгледување. Тоа значи дека Holtzbrinck Ventures не чека претприемачите сами да ги достават бизнис плановите, туку активно го следи пазарот и селектира претприемачи кои потоа директно ги контактира за евентуална соработка.

Може да се констатира дека Holtzbrinck Ventures се има етаблирано на пазарот како инвеститор во раната фаза на претпријатието. Според информациите на веб страницата, во 50% од фирмите во кои инвестирал и помогнал тие брзо почнале да се развиваат. Holtzbrinck Ventures се јавува како инвеститор во start-up фазата. Од таа причина, Holtzbrinck Ventures има голем know how во развој на претпријатија од првиот ден на нивното постоење. Holtzbrinck Ventures исто така се гледаат како ко-претприемачи во сите нивни инвестиции, а не како чисти финансиери на проектите.

Доколку дојде до вложување на средства во еден проект, Holtzbrinck Ventures, речиси без исклучок, влегува во претпријатието со свој капитал и со тоа добива

удели во фирмата. Многу ретко се случува Holtzbrinck Ventures да финансира фирма преку давање на позајмици. Околу големината на инвестициите, господинот Jung, за време на интервјето, не даде прецизна информација, бидејќи тоа се чува како деловна тајна.

Постинвестиционата стратегија (постинвестиционото инволвирање) на Holtzbrinck Ventures претежно функционира преку советодавната функција при донесувањето на важни стратешки одлуки од страна на менаџментот на фирмата во којашто се вложува. Постинвестиционото инволвирање опфаќа финансиска контрола од страна на Holtzbrinck Ventures, правни совети, учество во работата на менаџментот (во управниот одбор на фирмата) и сл, а зависно од карактерот на инвестицијата и проблемите со кои се соочува претприемничката фирма. Знаењето кое се трансферира во постинвестициониот период од страна на експертите на Holtzbrinck Ventures е многу значајно за секое претпријатие. Притоа, Holtzbrinck Ventures главно го користи сопственото знаење и искуство стекнато од многуте успешни инвестиции. Но, доколку е потребен know how за одредени технолошки прашања, тогаш Holtzbrinck Ventures ангажира и надворешни консултанти.

Излезната стратегија на Holtzbrinck Ventures, разбирливо, е главно детерминирана од мотивот за максимизација на профитот. Оттука, тешко е однапред да се каже во кој момент ќе се случи излезот од инвестицијата, односно во случајот на Holtzbrinck Ventures излезот од joint venture-проектот. Менаџерите на Holtzbrinck Ventures будно ги следат сите нивни инвестиции и во одреден момент, кога ќе се оцени дека профитот може да биде максимизиран со продажба на нивните удели, се решаваат за излез од инвестицијата.

Господинот Jung пазарот на venture capital фондови во Германија го оценува како пазар кој со тек на време станува сè попрофесионален и кој манифестира јасна тенденција на брз и континуиран раст. Моментално на пазарот има голем број на ликвидни средства кои треба да бидат инвестирани. Зборувајќи за структурата на фирмите, Господинот Jung вели дека постојат млади, но и стари venture capital фондови, што покажува многу диверзифицирана слика на претпријатијата според годините на нивното постоење. Во делот на новите

медии, што е главен таргет на Holtzbrinck Ventures, активни се само неколку фондови на ризичен капитал.

Господинот Jung го замоливме да направи споредба на германскиот пазар на ризичен капитал, со пазарите на ризичен капитал во други развиени земји. Ризичниот капитал (Venture Capital - VC) во САД, односно пазарот на ризичен капитал во САД, тој го оценува како најразвиен, најконкурентен и најпрофесионален во светски размери. Тој е многукратно поголем и од прилика 10 години постар од германскиот пазар.⁷ Во споредба со VC пазарот во Обединетото Кралство, германскиот пазар е исто така послабо развиен, бидејќи натпреварот и таму е поинтензивен, но не на ниво на оној во САД. Пазарот во Обединетото Кралство е поразвиен и како резултат на активностите на најреномираните американски фондови во оваа земја. Генерално, нашиот соговорник мисли дека и пазарот на ризичен капитал во Франција е добро развиен.

Господинот Jung, сепак мисли дека германскиот пазар, од професионален аспект е одлично развиен. Главниот проблем го лоцира во недостатокот на претприемачи со добри бизнис идеи.

Господинот Jung смета дека во Германија постојат голем број бизнис ангели, но поради нивната нетранспарентност (што е главна карактеристика на неформалниот ризичен капитал, т.е. бизнис-ангелското инвестирање, во сите земји) тешко е да се утврди неговиот вистински обем и опус на активност. Бизнис ангелите во Германија во значаен дел се регрутираат од поранешни претприемачи кои ги продале своите бизниси на инвестициони фондови или на други претпријатија и кои стекнатите пари ги оплодуваат преку инвестирање во претприемнички фирми со добри бизнис планови.

⁷ Сепак, во случајот на Германија беше потребно подолго време за да се етаблира ризичниот капитал по американски терк. Имено, со пукањето на балонот на технолошкиот бум кон крајот на 1990-тите и почетокот на 2000-тите години, што заврши со рецесија во САД во 2001 година, користењето на ризичен капитал не можеше да се развие како во САД. (James 2002, p. 21)

3.9 Субконтракторство

Можеби најважната германска традиција, врз која во значајна мера се потпираше економскиот бум по Втората светска војна, беше постоењето на претприемнички мали и средни претпријатија, кои беа поврзани со големите претпријатија како нивни кооперанти. Посебна таква улога играа малите и средните претпријатија во републиките Bayern и Baden-Württemberg и точно овие републики прераснаа во примери за економски развој базиран врз силата на малите и средните субконтракторски фирми за останатите републики. Таквото умрежување на фирмите е значајно за дисперзирање на ризикот. Имено, добавувачите на меѓу-производи се многу ретко зависни од само еден купувач. Претприемничките функции во тој период беа значи поделени помеѓу различни видови и големини на претпријатијата. Претпријатијата од друга страна имаа различни сопственички односи и различни менаџерски структури. (James 2002, pp. 18-20)

Анализите во 1970-тите години потврдуваа дека во неколку многу концентрирани гранки, како на пример во автомобилската индустрија, постоеја добри можности малите и средните претпријатија да функционираат како кооперанти и добавувачи на посебни услуги за големите претпријатија. Како пример се наведуваше фактот дека уште во педесеттите години на минатиот век Daimler Benz AG обединуваше околу 15.000 мали и средни претпријатија кои функционираа како негови кооперанти. Понатаму се тврдеше, гранки кои скоро воопшто не се концентрирани или кои се само малку концентрирани, ќе можат во иднина на малите и средните претпријатија да им понудат можности за постоење и понатамошен развој преку субконтракторството. (Langen 1978, pp. 225-226)

Субконтракторството носи значајни предности како за големите, така и за малите и средните претпријатија:

- Големите претпријатија кои користат субконтракторство можат значително да ги намалат трошоците на производство (да заштедат во трошоци за работен простор – фабрички хали, осветлување, огрев, административни трошоци итн), да ги селектираат оние мали и средни претпријатија кои им

нудат висок квалитет на компонентите што се произведуваат за големите претпријатија и поволни рокови за извршување на работата итн.

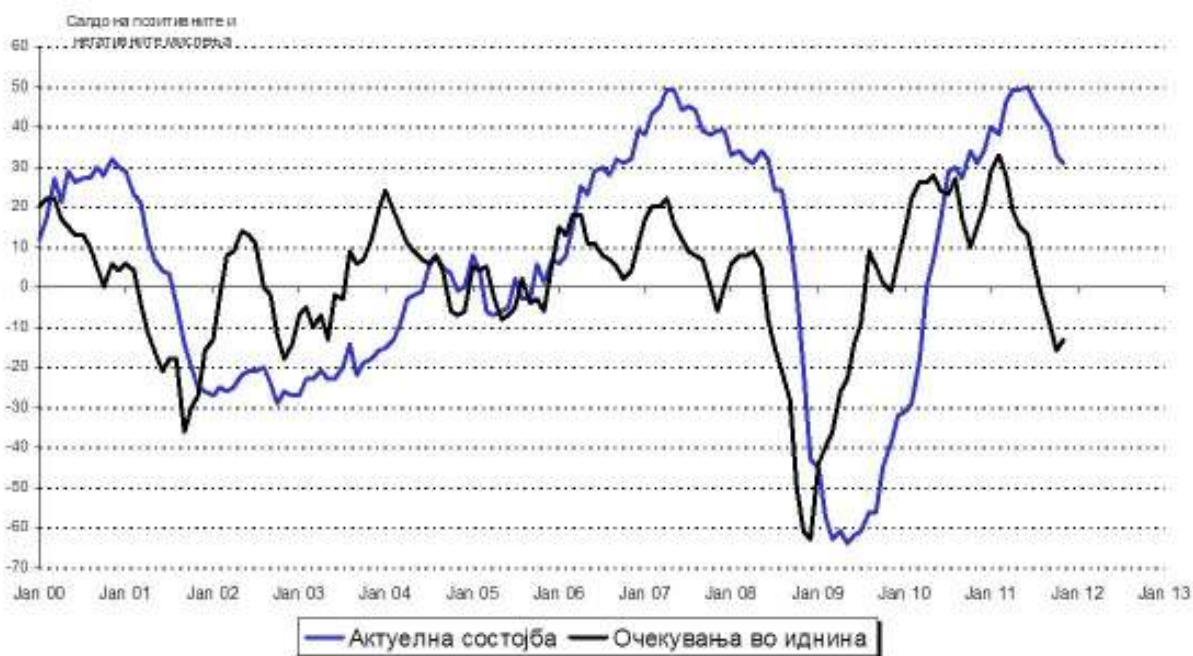
- Малите претпријатија – субконтрактори си обезбедуваат сигурен пазар и стабилен развој.

Постојење голем број на висококонцентрирани сектори во Германија (автомобилска индустрија, машинска индустрија, хемиска индустрија, електроопрема итн.), т.е. во нивни рамки големи, гигантски претпријатија, создава поволни услови за развој и искористување на предностите на субконтракторството.

И денес, најпознатиот дел на германското субконтракторство е лоцирано во автомобилската индустрија. Прометот од субконтракторството во автомобилската индустрија бележи брз раст – од 26,8 милијарди ЕУР во 1990 година на 72,2 милијарди ЕУР во 2008 година. Се разбира меѓу субконтракторите на автомобилската индустрија во Германија постојат и големи фирми. Имено, најголемите германски субконтрактори на авотомобилската инудстрија во 2008 беа Bosch со промет од 26 милијарди ЕУР, потоа Continental со 15 милијарди ЕУР и ZF со промет од 13 милијарди ЕУР. (<http://de.statista.com/statistik/faktenbuch/300/a/brancheindustriemarkt/sonstige/zulieferindustrie/>) Меѓутоа, како што е спомнато погоре, бројот на мали и средни претпријатија – субконтрактори во автомобилската индустрија во Германија исто така е голем. Германските субконтрактори од редот на малите и средните претпријатија, денес, се организираат во интересни групи за да си ги заштитат своите интереси и наспроти големите претпријатија и наспроти пошироката јавност. Една од најголемите групи на интерес на МСП активни во субконтракторство во Германија е Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie (Работна заедница на субконтракторската индустрија). Работната заедница беше основана во 1993 година од страна на германски економски друштва и го спроведува и претставува нивниот интерес во јавноста, пред политиката и пред купувачите од сите економски гранки. Работната заедница на субконтракторската индустрија застапува вкупно 8.000 субконтрактори со 1 милион вработени лица и годишен вкупен промет од 215 милијарди ЕУР.

Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie редовно издава извештаи за бизнис климата во субконтракторскиот сектор во Германија. Работната заедница заедно со Ifo-институтот за економски истражувања од München го калкулираат индексот на бизнис климата. Најновиот извештај од август 2011 година укажува дека бизнисот сеуште се наоѓа на високо ниво, но дека финансиските кризи во Европа и САД и со нив поврзаните ризични сценарија, негативно влијаат на расположението и очекувањата на МСП. Во август 2011 година, салдото на очекувањата значајно се влоши, влезе во негативна зона, прв пат негативно после ноември 2009 година.

Графикон 5 – Бизнис клима на субконтракторската индустрија во Германија во август 2011



Извор: Ifo München, ArGeZ, Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie
saisonbereinigt, Saldo aus positiven und negativen Bewertungen.
Mai 2011: Neuberechnung, kein Vergleich mit früheren Veröffentlichungen möglich

Користа од субконтракторството во Германија ја разбираат сите (и големите и малите претпријатија и политиката, т.е. владите – сојузни, оние на републиките и локалните). Од таа причина постојат и промотивни мерки за субконтракторство во одредени индустрии, како на пример во автомобилската индустрија. Републиката Sachsen на пример, успешно помогна при развивањето на кластер на автомобилската индустрија. BMW и Porsche имаат фабрики во Leipzig за сопствено производство и околу тие фабрики се имаат населено голем број на субконтракторски претпријатија. Фабриците на двата

гиганта се покажаа како магнет за МСП од автомобилската индустрија. Републиката го иницираше формирањето на Verbundinitiative Automobilzulieferer Sachsen (Сојузна иницијатива на субконтракторите на автомобилската индустрија Sachsen) и со тоа ги поддржува тамошните претпријатија во процесот на реструктуирање и пазарно позиционирање. Исто така се направи интернет страница за поефикасно рекламирање на субконтракторите од таа република (http://www.amz-sachsen.de/de/lieferantenportal_carnet/). На таа страница, заинтересирани фирми, преку провајдери можат да најдат субконтракторски фирми од целата република. Републиката исто така активно бара претпријатија кои се заинтересирани за отварање нови фабрики и работни места во Sachsen, нудејќи им при тоа различни промотивни мерки, т.е. мерки на поддршка. (Stadt Leipzig - Automobil & Zulieferindustrie <http://www.leipzig.de/de/business/wistrategie/cauto/>)

Табела 27 – Значењето на субконтракторството во производниот сектор во ЕУ 15, 2006 и 2007 година

	Број на претпријатија		Број на вработени лица во супконтракторски претпријатија		Промет од супконтракторски активности (во мрд. ЕУР)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Австрија	4.113	4.173	98.776	100.822	12,18	12,88
Белгија	4.630	4.689	90.163	91.732	12,40	13,03
Данска	2.652	2.691	61.796	63.088	6,74	7,13
Финска	4.719	4.724	50.118	49.828	8,72	9,30
Франција	32.753	32.576	588.436	536.101	75,02	78,22
Германија	39.716	40.219	853.042	867.826	125,72	132,09
Грција	10.657	10.686	87.755	87.535	5,14	5,50
Италија	46.071	46.574	513.848	520.966	51,77	54,03
Ирска	7.866	7.913	70.040	70.314	5,85	6,30
Луксембург	344	346	7.338	7.340	0,96	1,03
Холандија	5.067	5.124	99.938	101.364	13,04	13,62
Португалија	12.556	12.423	145.174	140.977	8,63	8,99
Шпанија	52.860	53.192	655.571	658.613	41,05	44,24
Шведска	10.305	10.442	77.328	78.755	11,90	12,53
Велика Британија	31.187	31.599	424.757	432.551	41,16	43,33
Вкупно ЕУ 15	265.496	267.371	3.824.080	3.807.812	420,28	442,22

Извор: (EIM Business & Policy Research and Ikei Research and Consultancy 2009, p.20)

Од табелата може да се заклучи дека субконтракторството е развиено во речиси сите земји членки на ЕУ-15. Но случајот со Германија, со традиционално најголемо учество во оваа сфера, покажува дека субконтракторските фирми

Политики и мерки на поддршка на развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото во Германија

(околу 40.000 фирми во 2007 година), во истата година, имаат највисок ефект и во областа на вработувањето и во областа на вкупниот промет.

Глава 4 РЕЛЕВАНТНИ ИСКУСТВА И ЛЕКЦИИ ЗА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

4.1 Општи согледувања

Една од основните цели што си ги поставивме при изработката на докторската дисертација беше опстојно и детално да се проучат германските искуства во областа на промоцијата (терминот промоција во германската терминологија се употребува во значење на поддршка) на малите и средните претпријатија и на претприемништвото и, врз таа основа, **да се извлечат поуки и лекции прифатливи за политиката на поддршка на малите и средните претпријатија во Република Македонија.**

Нашата анализа потврдува дека политиките на промоција на малите и средните претпријатија во Германија, и во нивни рамки мерките и инструментите за реализација на политиките, со тек на време значајно еволуирале. Во првите две повоени децении промоцијата на малите и средните претпријатија се базирале на фундаментите на социјално-пазарната економија кои, од една страна, заговараат пазарен натпревар, т.е. силна конкуренција, а од друга страна социјална праведност и социјална кохезија. Улогата на малите и средните претпријатија, во двата сегмента, во Германија се оценува како мошне значајна. Подоцна, во седумдесеттите и осумдесеттите години на минатиот век, дебатите за политиките на поддршка на малите и средните претпријатија во политичките и економските кругови на Германија се водеа околу следниве дилеми: (1) дали воопшто е потребна политика на промоција на малите и средните претпријатија, бидејќи таа може да создава нарушувања во пазарниот систем (да заговара непазарни мерки – директна помош и плаќања за МСП, субвенции, даночни олеснувања итн.); (2) дали малите и средните претпријатија, со оглед на недостатоците во однос на големите претпријатија (не користат економии од обем, имаат тежок пристап до средства за финансирање на растот, имаат послаба атрактивна моќ на висококвалификувана и високообразована работна сила и сл.), треба да се пуштат да опстојуваат на пазарот без владина поддршка (федерална, републичка и локална) и кои би биле последиците од тоа?; (3) ако се потребни

мерки на промоција, како треба тие да се структурираат, т.е. каква треба да биде нивната природа? Без оглед на спомнатите дилеми, во Германија преовлада убедувањето дека малите и средните претпријатија се многу значајни за економијата во целина, дека тие се фундаментот за здрава средна класа и стабилно (на економски, социјален и политички план) општество и дека добро заокружен и добро конципиран систем на поддршка на малите и средните претпријатија е нужен и корисен. Така, со тек на време, како што е објаснато во дисертацијата, во Германија се воспостави политика на промоција и поддршка на малите и средните претпријатија којашто во себе вклучи голем број на мерки и инструменти за помагање на развојот на МСП и претприемништвото и огромен број на институции (јавни, приватни, полујавни итн.), за практично спроведување на политиките.

Во продолжение ќе се обидеме да ги **сумираме најзначајните искуства и лекции корисни за Република Македонија** според редоследот по кои се анализирани во третата глава на овој труд.

4.2 Улогата на јавните (државните) институции

Јавните институции инволвирани во политиката на промоција на малите и средните претпријатија во Германија ги опфаќаат: Сојузната влада и Сојузниот парламент со Законот против ограничувањето на конкуренцијата како основа за нивно дејствување; Републичките влади со парламентите, со свои Закони за промоција на малите и средните претпријатија, како основа за дејствување; локалните влади (општините); државните банки, посебно Kreditanstalt für Wiederaufbau, институтите за прашања за МСП (федерални и републички); Lastenausgleichsbank, којашто од 2003 се претопи во KfW Mittelstandsbank; коморски групации (Стопански комори, Занаетчиски организации и Комори на слободни занимања), кои вообичаено не даваат субвенции како промотивни мерки, но се големи поддржувачи на МСП, посебни фондови на федерацијата (ERP – најважен извор за најголемиот број на промотивни програми за мали и средни претпријатија и Фонд за порамнување според законот за Порамнување на долгови – фондот беше креиран за надминување на последиците на војната и реформата на валутата од 1948 година). Исто така не треба да се заборава дека Германија како членка на ЕУ има широк пристап до бројните фондови,

програми, проекти итн. за поддршка на малите и средните претпријатија во рамките на Унијата.

Република Македонија има кратка историја на развојот на МСП и претприемништвото – позначајни продори на овој план се забележани во транзициониот период, кога се отвори процес на масовно претприемништво – “трка“ за отворање на мали бизниси и воспоставување на **првите државни институции за поддршка и развој на претприемништвото – посебен сектор за претприемништво во рамките на Министерството за економија, како носител на програмите, Националната Агенција за поддршка на претприемништвото НЕПА, подоцна Агенција за поддршка на претприемништвото (АПП), Македонската банка за поддршка на развојот со посебен сектор за мали и средни претпријатија и низа институции (јавни и јавно-приватни) на локално ниво – регионални центри, бизнис инкубатори, различни деловни центри воспоставени со билатерална помош – германска, холандска, американска, швајцарска и сл.**

Кога е во прашање улогата на Владата на Република Македонија и улогата на локалните влади (единиците на локалната самоуправа, т.е., општините) во поддршката на МСП и претприемништвото, како посебно релевантни искуства од Германија кои можат да се користат и во Македонија се следниве:

Прво, меѓу политичарите, владините експерти и пошироко, на ниво на целото општество, треба да се развива суштинска убеденост за користа на малите и средните претпријатија и на претприемништвото за стабилноста и одржливоста на економскиот развој на Република Македонија. Тоа е услов за осмислување и конципирање на програми и политики за развој на претприемништвото и за зголемување на ресурсите (човечки, финансиски и материјални) за негова поддршка. Декларативна и формална поддршка за МСП и претприемништвото во Република Македонија постои и таа се изразува не само преку воспоставување на неопходните институции, туку и преку донесување на посебни Владини програми за развој на претприемништвото, вклучување на претприемништвото во националниот план за развој на Република Македонија, мониторинг на развојот на претприемништвото преку надлежните институции на ЕУ, извештаи за развојот на претприемништвото преку GEM итн. Во современата литература од областа на претприемништвото

се користат бројни аргументи за да се искажат користите и предностите на МСП за економијата во целина – МСП даваат голем придонес во доменот на вработувањето и користењето на претприемничките способности на луѓето, во активирање на локалните ресурси (покрај човечки и природни и произведени ресурси), во зголемувањето на конкуренцијата на пазарите, во поттикнување на иновациите итн. Во Германија, покрај овие, се користат уште два специфични, типично германски аргумента, со кои се објаснува и афирмира нужноста и оправданоста на широката лепеза мерки и инструменти и големиот обем на ресурси за поддршка на МСП. Прво, поимот *Mittelstand*, со којшто, најшироко гледано, се изразува популацијата на мали и средни претпријатија, од политичко-социолошки аспект, се поврзува со средната класа како фундамент за стабилноста на општеството. Второ, слабостите на МСП во однос на големите претпријатија во Германија се изразуваат преку три термини: „економии од обем“, „финансиска моќ“ и „моќ и атрактивност“. Економии од обем главно произлегуваат од пониските фиксни трошоци по единица производ на големите претпријатија. Финансиска моќ значи дека малите и средни претпријатија често немаат можност да влегуваат во ризични инвестиции како резултат на недостатокот на паричен капитал. Атрактивност значи дека големите претпријатија се вообичаено попривлечни за вработените или за оние кои бараат вработување, бидејќи нудат подобри услови за професионално унапредување во кариерата. Поради ваквите недостатоци, поддршката за малите претпријатија е неопходна и оправдана. Вакви, или слични аргументи на овие, треба да се користат и во Македонија, којашто е земја со огромна невработеност и во којашто опстанокот на средната класа е загрозен, за да се афирмира значењето на МСП и на претприемништвото и за да формалната убеденост за користите од МСП се трансформира во вистинска, во суштинска убеденост.

Второ, централна задача на Владата е да работи на подобрување на бизнис климата, односно на креирање на претприемнички амбиент. Во извештаите на Светската банка, Светскиот економски форум и др. значајни меѓународни институции за бизнис климата во Република Македонија, се вели дека земјата во поново време направила значаен прогрес во правец на подобрување на бизнис климата – со т.н. регулаторна гилотиња, забрзување на

регистрацијата на фирми, скратување на стечајните постапки, подобрување на катастарската евиденција и сл. Од друга страна, во значајни компоненти на бизнис климата Македонија сеуште слабо стои – неефикасен судски систем, корупција, слаби регулаторни институции и сл. Еден сегмент на инвестиционата клима, којшто, според нашето мислење, неоправдано се запоставува, а е многу важен, е политиката на одржување на конкуренцијата. Во Германија, Сојузниот Закон против ограничување на конкуренцијата се смета како основа за дејствување на Сојузната влада и парламент во подобрувањето на бизнис климата и во заштитата на МСП од нелојалната конкуренција на големите претпријатија со монополска моќ. Во Македонија, иако постои антимонополско законодавство, институцијата за борба против монополите е слаба, неефикасна и лошо водена. Овој недостаток треба брзо да се острани, бидејќи без силна конкуренција и слобода на пазарот нема претприемништво – за ова ќе стане збор и подоцна.

Трето, основен принцип при структурирање на политиката на промоција на МСП во Германија е **мерките на поддршка да не бидат нарушувачки, да не вршат дисторзија на пазарите, да бидат што е можно понеутрални – затоа тие се концентрираат во сфери какви што се едукација на претприемачи и подобрување на нивните квалификации, консултативни услуги за МСП кои се вршат од експерти од јавните институции, но и во соработка со приватните институции, во поддршка на иновативноста на малите бизниси** и сл. Како пример да кажеме дека во периодот 1970-1978 година, само Сојузната влада на Германија за консалтинг, дошколување и подобрување на информираноста на претприемачите издвои близу 500 милиони марки. Понатаму, поради високите ризици и трошоци на МСП поврзани со иновациите, уште во 1979 година беше воспоставена Првата федерална програма за поддршка на персоналните трошоци за истражување и развој на МСП со волумен од 300 милиони германски марки. Сојузната влада, преку Посебниот фонд настанат во времето на Маршаловиот план и преку сопствени средства на државните банки (Lastenausgleichsbank и KfW) издвојува огромни средства (само во периодот 1970-1978 година близу 16 млрд. марки) за долгорочни и нискокаматни кредити на МСП, за гарантирање на кредитите на МСП, за основање на сопствена егзистенција (сопствени мали бизниси), за зајакнување

на сопствениот капитал на МСП итн. Дополнително, значајни средства за истите намени за МСП доделуваат и сите републички влади. Овие програми континуирано се развиваат и се прошируваат (според модалитети и волумен на ресурси) до денешни дни.

Во Република Македонија буџетските средства што се издвојуваат за потребите на МСП се многу ниски – така, на пример, средствата што Агенцијата за поддршка на претприемништвото ги добива од Буџетот на Република Македонија се “смешно“ мали и сосема недоволни за да таа ја обавува својата основна функција. Регионалните центри за поддршка на МСП и на претприемништвото по престанување на помошта од ФАРЕ програмата не добиваат поддршка од буџетот на Република Македонија и сл. Засега Владата на Република Македонија го помага финансирањето на развојот на МСП, главно со гарантирање на меѓународните кредитни линии кои се пласираат преку комерцијалните банки и во дел преку Македонската банка за поддршка на развојот (сопствените средства на оваа банка се мали и недоволни за посериозно кредитирање на малите бизниси кај нас). Владата на Република Македонија во последниве неколку години издвојува значајни буџетски средства за субвенционирање на земјоделството – добар дел од земјоделските производители, навистина, суштински гледано, припаѓаат на секторот на мали и средни претпријатија. Но ваквите **директни плаќања (субвенции) се несоодветна мерка којашто предизвикува нарушување на пазарот** и на пазарните сигнали за вистинската ефикасност и продуктивност на производителите, а според коментарите на експертите во Македонија (и оние од земјоделската струка и оние од економската струка кои често се изнесуваат и во македонските медиуми) се сметаат за нерационални. Затоа, наместо ваквите директни плаќања порационално би било овие средства да се користат на подруг начин – на пример, за воспоставување на вистинска откупна политика (минимални и гарантирани цени за одделни земјоделски производи – особено за извозните, за едукација и консултантски услуги за претприемачите, за поддршка на иновативноста, на пример, производство на органска храна и сл.). Во иднина, Владата на Република Македонија треба многукратно да ги зголеми буџетските средства за потребите на АПП на Република Македонија, да ја врати буџетската помош за регионалните центри за мали и средни

претпријатија (се разбира според добро дефинирани критериуми – еден може да биде обемот и квалитетот на услуги што тие им ги даваат на постојните и потенцијалните претприемачи, за помош на постојните и основање на нови бизнис инкубатори итн.), да го зголеми капиталот на Македонската банка за поддршка на развојот, да го активира Гарантниот фонд во рамките на Банката, кадровски да ги зајакне овие институции со млади и високообразовани кадри кои имаат добри познавања од областа на претприемништвото, да издвои средства за институциите кои би се користеле за едукација на претприемачите, да осмисли програми за поддршка на егзистенција итн.

Четврто, што се однесува до **локалните влади**, состојбата во поглед на поддршката на МСП и претприемништвото е уште полоша. Во многу општини не постојат локални одделенија на Министерството за економија (или ако постојат имаат еден или двајца вработени), евиденцијата за бројот на МСП не постои или пак е некомплетна, отсутствуваат посебни програми за развој на МСП и претприемништвото, или пак постојат само на хартија), не постојат локации за потребите на малите бизниси и сл. Мислиме, меѓутоа, дека во поново време се создаваат услови за подобрување на состојбите. Имено, со процесот на децентрализација и особено со процесот на фискална децентрализација, општините доаѓаат до сопствени извори на средства, кои заедно со трансферите на средства од централниот буџет, можат да претставуваат основа за изработка и спроведување на добри програми и проекти за развој на МСП и за поддршка на претприемништвото, односно за создавање на “капацитет на локалните влади за трансформација“ (Фити и др. 2007, стр. 256-257), односно за дејствување во правец на забрзување на локалниот економски развој преку МСП и претприемништвото. Имајќи ги во предвид искуствата на Германија, каде што општините, иако се подчинети во хиерархијата за промоција на мали и средни претпријатија, имаат слобода преку нивните економско-промотивни мерки да влијаат на развојот на МСП, а такви услови денес постојат и во Македонија, можеме да сугерираме: **(1)** во општините треба да се развива вистинско убедување дека МСП и претприемништвото, насекаде во светот, претставува столб на локалниот економски развој; **(2)** општините треба посебно да се ангажираат во подобрување на локалната инфраструктура за развој на малите бизниси –

одржување и модернизација на локалните патишта, изградба на индустриски зони, пристап до индустриска вода, енергетска мрежа – посебно гасоводна таму каде што има услови, еколошки инвестиции и сл. Средствата за овие намени треба да се мобилизираат од различни извори – сопствени средства, средства од централниот буџет, средства од европските и други фондови кои можат да се добијат доколку се изработат добри проекти, таму каде што има услови може да се оди и на прибирање на средства преку општински обврзници итн, **(3)** во сите општини постои невработена високообразована работна сила – економисти, правници, инженери, архитекти итн. Локалните влади треба да сфатат дека дел од овие кадри можат и треба да се вработат во единиците на локалната самоуправа (во одделенијата за економија, во бизнис инкубаторите, во регионалните центри, во канцелариите за локален економски развој) и да работат на проблемите на развој на МСП и претприемништвото, да изработуваат програми, проекти, да се ангажираат за нивна реализација и сл. Трошоците за плати на овие кадри на општините, на среден и долг рок, повеќекратно ќе им се вратат. Притоа, треба да се има предвид и фактот дека овие кадри можат да се ангажираат на проектни задачи, значи не мора да бидат постојано вработени – тоа е се поприсутна практика во развиените земји во светот. (Фити и др. 2007, стр. 256).

Петто, МСП, насекаде во светот, се третираат како значајни креатори на иновации. Нашата анализа покажа дека германските претпријатија издвојуваат значајни средства за истражување и развој. Како што беше кажано во претходната глава, најголемиот дел од трошоците за истражување и развој на бизнис секторот на Германија, речиси 90%, отпаѓаат на големите германски корпорации. Околу 10% од трошоците за истражување и развој се концентрирани во секторот на мали и средни претпријатија, или во апсолутен износ околу од 4,8 млрд. евра. Главен извор на средства за финансирање на истражувањето и развојот се самите претпријатија, односно, во просек тие средства кај малите и средните претпријатија, оние до 99 вработени, учествуваат со повеќе од 85% во вкупните средства за оваа намена, а кај претпријатијата со над 100 вработени, односно од 100 до 499 вработени и кај големите претпријатија, над 500 вработени, со повеќе од 90%. Во третата глава на докторската дисертација, исто така, кажавме дека во покривањето на

трошоците за истражување и развој на претпријатијата во Германија учествува и самата држава и тоа според принципот “помало претпријатие, поголема помош“. Така, владините средства за финансирање на трошоците за истражување и развој, во вкупните трошоци за оваа намена учествуваат со 9,5% кај претпријатијата со помалку од 20 вработени, со 8,5% кај претпријатијата со вработени помеѓу 20 и 49 лица, со 7,4% кај претпријатијата во класа на вработени од 50 до 99 лица. (Државен завод за статистика на РМ 2010)

Во Република Македонија издвојувањата за истражување и развој, мерени како учество во бруто домашниот производ, со години се одржуваат на многу ниско ниво, а последниве години, тие дури покажуваат тенденција на понатамошно намалување – денес се под 0,2% од БДП на земјата. Понатаму, средствата за научно-истражувачка работа во Македонија имаат крајно неповолна структура од аспект на секторите на истражување (бизнис секторот, високото образование и владиниот сектор), т.е. тие многу малку се концентрирани во бизнис секторот, таму каде што се раѓаат иновациите. (Фити 2008⁶, стр. 28-29) Податоците на Светската банка за поднесени апликации за патенти покажуваат дека во 2008 година во Македонија, од страна на домашни лица (резиденти) биле поднесени само 34 апликации, наспроти 373 во Словенија, дека трошоците за авторски права и лиценци на Македонија во 2009 година изнесувале околу 20 милиони, наспроти 290 милиони евра во Словенија, дека извозот на стоки со висока технологија во вкупниот македонски извоз во 2009 година изнесува само 40 милиони долари (3%), наспроти 1,2 млрд. долари (7%) во Словенија итн.итн. (World Bank - World Development Indicators 2011). Сè ова зборува за ниската иновативност и ниското технолошко ниво на Република Македонија. Од друга страна, интересен е фактот дека во поново време МСП во Република Македонија бележат значаен продор во сферата на развој на нови производи и услуги, а позитивни поместувања има и во издвојувањето на средства од страна на МСП за научно-истражувачка дејност, иако се тоа е сеуште недоволно. (BEEPS Report 2005-2010) Што треба да направи Владата на Република Македонија на овој план:

Прво, неопходно е многукратно да се зголеми процентот на издвојување на средства за истражување и развој од БДП на македонската економија. Тој со

години наназад намалува и сега изнесува само 0,14% од БДП, што е недозволиво и поради што Македонија трпи сериозни критики од ЕУ.

Второ, од зголемените средства за истражување и развој, Владата, по примерот на Германија, треба еден дел да го насочи во претпријатијата, според однапред утврдени критериуми – на пример, кон високоиновативни МСП и со тенденција помалите фирми да добиваат поголема помош.

Трето, во мера во којашто ќе расте конкурентниот притисок во економијата и во мера во која ќе се приближуваме кон ЕУ, претпријатијата самите ќе го сфаќаат круцијалното значење на иновациите и вложувањето во истражување и развој за опстојување на пазарот и за интернационализација на бизнисот.

4.3 Улогата на антимонополската политика

Нашата анализа покажа дека во Германија на прашањето за борбата против монополите, одржувањето на здравиот натпревар помеѓу претпријатијата на пазарот и пошироко, на слободата на пазарот и претприемништвото му се придава големо значење. Во Германија антимонополското законодавство е етаблирано уште во 1950-тите години, а Законот против ограничување на конкуренцијата претставува основа за делување на Сојузната влада и Сојузниот парламент, меѓу другото, и во сферата на МСП. Борбата против монополизирање на пазарите Германија ја води на три нивоа – европско, федерално и републичко. Авторитетот на Bundestkartellamt е огромен, а според начинот на кој се води регулацијата на картелите, борбата против илегалните (неправедните) постапки на претпријатијата и контролата на фузиите, ригорозноста на санкциите за прекршителите на законот итн., германското антимонополско законодавство влегува во редот на најефикасните во светот. Во текот на седумдесеттите години на минатиот век, кон постојниот Закон против ограничување на конкуренцијата беа додадени два нови амандмани со кои значајно се подобри заштитата на МСП и се подобрија нивните пазарни шанси. Германското законодавство посебно ги штити МСП од нелојалната конкуренција, ја одобрува соработката помеѓу МСП, да речеме, дозволува и тие да формираат конзорциуми за да учествуваат на тендерите за јавните набавки, обврзува МСП рамноправно да се третираат на тендерите, односно да имаат еднаков третман со големите претпријатија, обврзува јавните набавки да се

делат на поединечни лотови за да се олесни пристапот на малите претпријатија кон јавните набавки и ги обврзува големите претпријатија дел од работите од јавните набавки да им ги препушти на МСП.

Антимонополското законодавство во Република Македонија има кратка историја. Иако, законската регулатива е добра (таа, како и во Германија ги регулира трите основни области – борба против картелите, неправедни постапки на фирмите и фузиите), регулаторното тело во оваа област е недоволно афирмирано во јавноста, недоволно активно и слабо водено. Најзначајните проблеми се од политичка природа – регулаторните тела, а во тој контекст и **регулаторното тело во сферата на антимонополската политика, немаат неопходна независност наспроти извршната власт**. Нив, често пати, ги водат **недоволно компетентни кадри, назначувани според партиски критериуми, поради што капацитетот на нивното дејствување е слаб**. Неопходно е овие тела кадровски да се зајакнат со **млади и образовани луѓе и со соодветни знаења од областа на нивното дејствување и да добијат нужна независност**. (Фити 2008^a, стр. 218) Малите и средните претпријатија кои денес и во Македонија имаат преовладувачко учество во формирањето на БДП и во вработувањето во бизнис секторот треба да добијат посоодветна заштита од нелојалната конкуренција, посебно во секторите во кои големите фирми имаат доминантни позиции. Мислиме дека искуствата на Германија во оваа област (воведување на посебни амандмани во Законот против ограничувањето на конкуренцијата), анализирани во дисертацијата и споменати и претходно, можат да бидат интересни и корисни и за Република Македонија.

4.4 Значењето на стопанските комори

Како што беше покажано во анализата, во Германија денес постојат околу 80 стопански комори “Industrie-und Handelskammern” (ИHK) кои функционираат самостојно, но кои се истовремено организирани во една централна организација, таканаречена „Deutscher Industrie - und Handelskammertag“ (DIHK) Надворешната трговија на Германија се поддржува со посебни стопански комори за надворешна трговија кои ги има во над 80 земји на светот на 120 различни локации. Стопанските комори во Германија имаат извонредно големо

значење во рамките на политиките за промоција на малите и средните претпријатија. Тие дејствуваат и ги застапуваат интересите на сите претпријатија на локално, републичко и федерално ниво, со тоа што DINK, ги застапува интересите на германските фирми и на ниво на ЕУ. Германија има систем на задолжително членство на фирмите во ИНК, значи по закон членки на германските стопански комори се сите германски претпријатија регистрирани во земјата, со исклучок на занаетчиските претпријатија, хонорарните професионалци и земјоделските претпријатија. Стопанските комори во Германија себеси се гледаат како „институции од економијата за економијата“, а кога станува збор за МСП тие себеси се сметаат како “гласот на МСП”. Коморите во Германија не им даваат директна помош на фирмите, а во тој контекст и на МСП, во смисла на алокација на ресурси, ниту пак директно се инволвираат во конкретните зделки помеѓу претпријатијата. Но стопанските комори во Германија се место каде што редовно се обраќаат огромен број на постојни и идни претприемачи и каде што можат да се добијат сите, буквално сите, неопходни информации и консултантски услуги за потребите на МСП, за сите области од нивното дејствување и работење.

Во Република Македонија, во претходниот систем, и во почетокот на транзицијата, постоеше една стопанска комора – Стопанска комора на Македонија, со регионални испостави во одделни градови, кои постојат и денес (но не во доволен број) и кои имаат мал кадровски потенцијал и слаба активност. Во меѓувреме, се формираа и регионални стопански комори на приватниот бизнис и Сојуз на стопански комори на Македонија, што најверојатно е добро. Велиме најверојатно, бидејќи тешко можеме да дадеме компетентна оценка за тоа дали организацијата на коморите во Република Македонија е оптимална. Но, она што може да биде интересно за дејствувањето на коморите во Република Македонија, а преземено како искуство од Германија, секако е внатрешната организациона поставеност на ИНК, од аспект на потребите на МСП, и видот на услуги кои коморите им ги пружаат на МСП. Искуствата на стопанската комора на Франкфурт (во дисертацијата се опишани врз основа на наше конкретно истражување – преку интервју), којашто покрива површина од преку 950 квадратни километри, со 1.120.000 жители и со околу 89.000 зачленети претпријатија (нешто повеќе од

бројот на активни претпријатија во Македонија), можат да бидат релевантни и корисни за Република Македонија. Во стопанската комора во Франкфурт, од организационен аспект, секое одделение се гледа како одделение за малите и средни претпријатија, бидејќи во регионот којшто го покрива оваа комора доминираат МСП (од аспект на нивната бројност), односно тие сочинуваат повеќе од 99% од вкупниот број на претпријатија. Но, елементи на поддршка се наоѓаат во сите одделенија и работата на сите одделенија е поврзана со малите и средни претпријатија. На пример, одделението за Почетна помош и промоција на претпријатија им нуди помош на претприемачите за прашања поврзани со финансирање на бизнисите и за прашања за справување со кризни ситуации, одделението за Право и даноци помага за теми од областа на работното и даночното право, Одделението за образование и надградување нуди курсеви за надградување на знаењето за скоро сите постојни професии, Меѓународното одделение помага при напори за освојувања на надворешни пазари, статистички податоци нуди одделението за Економска политика и метрополски развој итн. Интересно е дека, сепак, едно одделение исклучиво се ангажира за потребите на малите и средните претпријатија и работи на позиционирањето на политиката за поддршка на претприемништвото на локално ниво (Mittelstandspolitik) – одделение за Локална политика. Еве дел од консултативните услуги, совети и информации што Комората им ги нуди на МСП:

- Помош при стартот во независноста (проблемите на фирмите во start-up фазата), при што најчести прашања што во оваа сфера ги поставуваат претприемачите се следниве: како се пријавува фирма, какво е трудовото право, како се изготвува бизнис план, како може да се намали личната одговорност, како се финансира проектот, како се изготвува маркетинг планот, како се анализира конкуренцијата и какви се законите од даночната сфера;
- Информации за достапни средства за финансирање на фирмите од јавни извори;
- Помош при преговорање за финансирање на фирмите од комерцијални извори;

- Помош при избор и трансфер на технологија;
- Совети за претприемачите при решавањето на прашањето за наследниците;
- Совети при изготвувањето и развојот на бизнис планот;
- Обезбедување на статистички податоци индикатори и други информации за рејтинзи на компани од сите сектори;
- Помошта на фирмите за зголемување на извозот и освојување на нови пазари (преку редовно организирање средби на претпријатијата од регионот со претпријатија од странство, поддршка на фирмите за настапи на странски саеми итн.);
- Сите видови едукативни услуги и активности во врска со надградување на знаењата на претприемачите (преку курсеви, советувања, семинари итн.);
- Поддршка на субконтракторство – Комората не се инволвира директно, во договарање или склучување на конкретни зделки, но таа организира средба на претприемачите со менаџерите на големите корпорации, т.е. Денови на мали претпријатија со цел да се градат мрежи на пријателство помеѓу бизнисмените и сл;
- Посебна поддршка на иновативните МСП преку вмрежување на институции, иницијативи и директно учество за воспоставување на научни и технолошки центри, а во соработка со властите и бизнисите;
- Активно учество во креирање на политиката за промоција на МСП (промена на регулативата, предлози за подобрување на бизнис климата итн.) на сите нивоа – локално, републичко, федерално и европско, се разбира, во соработка со ДИНК и властите – политичарите);
- Изработка на длабински студии за различни прашања и области од интерес на претприемачите, што е и основа за квалитетни совети, информации, консалтинг услуги итн. итн.

Комората постојано добива огромен број на прашања од претприемачите, кои се прибираат на едно место, а потоа се упатуваат до соодветните одделенија. Овде е битно да нагласиме дека стопанските комори не се длабински

советодавци. Се разбира, тие не можат да ги решат сите проблеми или да дадат одговори на сите прашања кои ги поставуваат претприемачите, но стопанските комори знаат да упатат на вистинското место и на првиот контакт за секое барање. Затоа коморите во Германија уживаат голем углед и помеѓу луѓето од бизнисот и помеѓу политичарите.

Се разбира дека голем број од изнесените прашања и барања на претприемачите доаѓаат и до стопанските комори во Република Македонија. Меѓутоа, прашање е дали и колку квалитетно може да се одговори на овие прашања и барања и дали и колку квалитетно можат да се извршуваат другите спомнати активности на коморите. Успехот на стопанските комори во Германија произлегува од фактот што тие се одлично организирани и во нив работат врвни професионалци, крајно компетентни и посветени на работата. Ова може да биде корисно искуство и за нашите комори. Две работи, според нашето мислење, се многу значајни за да се подигне квалитетот на работа на коморите во Република Македонија. **Прво**, во нашите комори, исто така, треба да работат вистински професионалци. И овде важи правилото дека коморите треба да обрнат внимание на вработување на млади кадри (Македонија има многу невработени високообразовани млади луѓе, нивниот човечки капитал не се користи, а знаењата застаруваат), а ефектите од нивната работа брзо ќе ги надминат трошоците за плати. **Второ**, претставниците на стопанските комори во Република Македонија често пред политичарите поставуваат барања за помош на МСП и на фирмите воопшто којашто се сведува на класични мерки – намалување на царини, намалување на даноци или даночни ослободувања, различни видови субвенции и сл. Се разбира дека тоа е легитимно право на претставниците на коморите кои ги застапуваат и штитат интересите на бизнисите. Но, според нас, многу позначајно е коморите да се ангажираат на активности поврзани со неутрални мерки и активности насочени кон подобрување на бизнис климата и посебно кон давање на советодавни и консултантски услуги за МСП под поволни (некомерцијални) услови, како што е тоа случај со германските комори.

4.5 Улогата на државните банки за поддршка на развојот – искуства за Македонската банка за поддршка на развојот кои можат да се извлечат од активноста на KfW Mittelstandsbank

Една од клучните државни институции со огромно значење за поддршката на малите и средните претпријатија во Германија е светски познатата банкарска групација KfW Bankengruppe.

Историски гледано, оваа банкарската групација, беше формирана во периодот јуни 1948 - јануари 1949 година под името Кредитна Институција за Реконструкција (Kreditanstalt für Wiederaufbau – KfW), како државна банка, т.е. банка во сопственост на германските федерални и републички власти (федералните власти учествуваат во сопственоста со 80%, а републичките власти со 20%). Првичната функција на Банката беше да ги одобрува кредитите за обнова на земјата кои главно се финансираа од средствата од Маршаловиот план. Бидејќи реконструкцијата на Германија одамна е завршена, името на банката се промени во KfW Bankengruppe (KfW банкарска групација). Иако Банката, покрај поддршката на МСП, обавува различни други функции – на пример, поддршка на извозот, кредити за поддршка на развојот на земјите во развој и земјите во транзиција итн., нејзина основна функција е поддршка (промоција) на малите и средните претпријатија. Ваквата фокусираност на банката датира од 1953 година, кога беше промовирана Првата програма за поддршка на МСП, и се одржува до денешни дни. За тоа сведочи фактот што во рамките на оваа банкарска групација релативно најголемо значење (според волуменот на одобрените кредити) ѝ припаѓа на деловната единица KfW Mittelstandsbank (Банка за мали и средни претпријатија), којашто, како што беше покажано во нашата анализа, денес пласира близу 40% од вкупните кредити на ниво на групацијата (концернот). Во 2010 година, вкупно пласираните кредити за поддршка на МСП изнесуваа 28,5 млрд. евра. За потсетување, да кажеме дека KfW Mittelstandsbank има широко разгранета активност на поддршка на малите бизниси којашто вклучува: основање на нови претпријатија и инвестиции во економски раст и консолидација, официјален ризичен капитал, т.е. посебен сектор за ризичен капитал, промоција на иновации, програми за заштита на животната средина, програми за користење на обновлива енергија, програми за зголемување на енергетската ефикасност на претпријатијата,

советодавни услуги за претпријатија и претприемачи, посебна програма за МСП за надминување на последиците од глобалната светска криза којашто функционира до денешни дни итн. Нашата анализа, исто така, покажа дека KfW Mittelstandbank, главно, одобрува кредити за потребите на малите и средните претпријатија под повластени услови, со ниски каматни стапки (често и фиксни), со долги рокови на враќање на кредитите (особено кога се работи за кредити за фиксен капитал) и со задолжително вклучување на грејс период. Пристап до кредитите имаат сите МСП во Германија, без оглед на тоа дали припаѓаат на класичните сектори или на модерните, високоиновативни сектори во економијата – мал исклучок прави земјоделието, каде што постојат некои ограничувања кои ги наметнува ЕУ (кредитирањето на земјоделските МСП со поволни кредити Брисел често го карактеризира како субвенционирање), а од друга страна постојат специјални програми и кредитни линии за иновативни претпријатија. Пласирањето на кредитите KfW Mittelstandbank го врши со посредство на комерцијалните банки (кои за тоа добиваат соодветна маржа), при што, во одделни случаи комплетниот ризик го преземаат комерцијалните банки, а во бројни случаи голем дел од ризикот (од евентуално лоши кредити) презема и самата државна банка – KfW Mittelstandbank. Оценка на инвестиционите проекти и на бизнис плановите на МСП вршат и комерцијалните банки и самата KfW Mittelstandbank. Средствата на целата групација потекнуваат од државни извори – претежно од сојузната влада, од републичките влади, од сопствениот капитал на групацијата, а денес групацијата мобилизира средства и на финансиските пазари (берзите).

Какви поуки и лекции можат да се извлечат за Република Македонија?

Познато е дека Македонската банка за поддршка на развојот (МБПР) е основана по угледот на германската KfW Mittelstandbank, односно, слободно може да се каже дека таа претставува еден вид клонирање на KfW Mittelstandbank. МБПР е единствена банка во државна сопственост во Република Македонија со две основни функции и сектори: поддршка на извозот и поддршка на малите и средните претпријатија. Таа е основана во 1998 година со основачки капитал (влог на Владата на Република Македонија) од 15 милиони евра. Банката работи според истите принципи на KfW Mittelstandbank. Досега со посредство на комерцијалните банки МБПР има реализирано бројни

кредитни линии од странски извори (италијански, германски и др.) и од сопствените средства на банката. Кредитите, често, се револвинг, а каматните стапки пониски од пазарните и со вклучен грејс период. (Користени информативни материјали од МБПР; види и Фити и др. 2007, стр. 252-253). МБПР може да игра уште позначајна улога во поддршката на МСП и на претприемништвото во Република Македонија доколку се исполнат следниве услови:

- **Владата на Република Македонија да го зголеми капиталот на Банката со пласирање на сопствени средства.** Со тоа, ќе се зголеми и кредитната активност на Банката. Мислиме дека тоа не би биле залудно потрошени средства, бидејќи тие, ако добро се пласираат (со посредство на комерцијалните банки и делење на ризикот помеѓу комерцијалните банки и МБПР) ќе придонесат за развој на МСП, за вработување, за окрупнување на МСП итн. Тие претпријатија, подоцна ќе плаќаат даноци и овие средства на владата ќе и се вратат (логиката на експертите во KfW Mittelstandbank е токму таа – тие велат дека пласираат кредити за МСП под поволни услови, но дека тие пари долгорочно гледано на државата ѝ се враќаат и тоа повеќекратно преку даноците). Ако се има предвид дека големи износи на средства од Буџетот на Република Македонија се трошат за најразлични непродуктивни цели, неколкукратното зголемување на сопствениот капитал на МБПР (во однос на основачкиот влог) може да претставува продуктивна инвестиција за македонската влада.
- **МБПР понатаму треба кадровски да зајакне** – со нови вработувања на млади високообразовани кадри, со знаења од областа на финансиите и претприемништвото, кои би правеле опстојни анализи на бизнис плановите и билансите на кредитобарателите и со помош на кои би се зајакнала, по угледот на KfW Mittelstandbank, советодавната функција на МБПР којашто е многу значајна и драгоценa за претприемачите. Консултативната улога на МБПР може да се засили и со ангажирање на кадри надвор од Банката, при што Банката ќе ги покрива само трошоците за нивно ангажирање по потреба (без да ги вработува). На овој начин, претприемачите и претпријатијата можат да добијат квалитетни услуги по пониска и прифатлива цена. На пример, да потсетиме дека KfW Mittelstandbank, актуелно нуди помош при

следните теми: Совет за ефикасно користење на енергија, Тренинг за основање сопствен бизнис, Рестартирање на бизнис и Помош за излез од криза на претпријатијата.

- Во Македонија не постои ризичен капитал. Сугерираме, повторно според искуствата на KfW Mittelstandbank, **во рамките на банката да се основа посебен сектор за ризичен капитал** кој ќе инвестира во купување акции и удели од МСП со добри програми и иновативни производи и услуги. На овој начин, Владата ќе го отвори и процесот на формирање на официјален ризичен капитал во Македонија – нешто што порано се споменуваше во Програмата на Владата на Република Македонија (equity - вложувања во земјоделието), но тоа, колку што нам ни е познато, досега не се реализира.

4.6 Улогата на Универзитетот во поддршката на малите и средните претпријатија и претприемништвото

Нашата анализа покажа дека во Германија долго време, практично од завршувањето на обновата на земјата во 1950-тите години па сè до осумдесеттите години на минатиот век, Универзитетите главно создаваа економски кадар за потребите на големите претпријатија. Големите претпријатија креираа побарувачка на економски кадар со профил во областа на менаџментот, маркетингот, продажбата, контролата и сметководството. Меѓутоа, по нафтените шокови големите претпријатија, кои всушност беа и сеуште се предводници на глобализацијата, следеа стратегии на рационализација и реструктурирање. Растот кој го остваруваа големите претпријатија резултираше само во мали позитивни ефекти на германскиот пазар на труд. Оваа ситуација се нарекува „jobless growth“ – раст без ефект врз работните места. Набрзо се увиде дека од клучно значење за Германија е динамизирањето на растот преку успешна имплементација на технолошки иновации, појавувањето на нови бизнис идеи и основањето на нови претпријатија. Процентот на самовработените во Германија доживеа во годините 1982/83 апсолутно најниско ниво, по што, и кај науката и кај политиката порасна интересот за МСП и претприемништво. Со други зборови, ако големите претпријатија денес не се главни креатори на нови работни места, фокусот на поддршката е врз МСП, кои насекаде во светот, па и во Германија,

даваат голем придонес во областа на вработувањето. Во оваа смисла, во Германија постојано се водат дебати за тоа како да се збогатат наставните програми на Универзитетите со предмети од областа на претприемништвото и особено за тоа, како, уште во рамките на Универзитетот, да се комбинираат теоретските знаења кои се стекнуваат со изучувањето на предмети и содржини од областа на претприемништвото со конкретни знаења за основање на нови фирми и нивното водење и развивање во текот на различните развојни фази на малите бизниси.

Денес е факт дека во Германија, многу мал број дипломирани студенти имаат можност да најдат работно место во големо претпријатие и да ја следат типичната кариера во животот како што беше вообичаено до пред десеттина години. Намалените шанси за правење кариера во големо претпријатие ги тера дипломираните студенти да се ориентираат и бараат работни места во мали и средни претпријатија или пак да основаат сопствени претпријатија. Овие нови околности претставуваат нови предизвици за универзитетите и нивните наставни програми кои понудата на студии главно ја профилираа во зависност од потребите на големите претпријатија.

Со оглед на тоа што сличен тренд се јавува и во Република Македонија, големите претпријатија не креираат доволно работни места, а јавната администрација е преполнета со кадри кои слабо се користат, а од друга страна МСП апсорбираат најголем дел од вработените во бизнис секторот, се поставува прашање, врз база на германското искуство, како македонските универзитети (државни и приватни) можат да дадат значаен придонес во стекнувањето не само на теоретски, туку и на практични знаења за МСП.

- **Прво, наставата од областа на претприемништвото на македонските универзитети е претежно теоретска.** Во последно време на некои Факултети (барем, од сознанијата што ги имаме од дискусии со универзитетски професори и студенти) наставата сè повеќе се комбинира и со практични знаења – изготвување на бизнис планови, анализи на студии на случај, изготвување на проекти, електронско водење на бизнис, изработка на веб-страници, техника на електронско водење на бизнис и сл, но сепак, мислиме дека тоа сеуште е недоволно. Оттука, она што може да се

следи како искуство од работата на германските универзитети е најпрвин збогатување на пристапите на Универзитетите во Македонија за стекнување на практични знаења од областа на претприемништвото низ повеќе пристапи, т.е. мерки што ги презема самиот универзитет, т.е. неговите членки: прво, оспособување на високообразовните институции да конкурираат и во рамките на Универзитетот да имплементираат програми и проекти за поддршка на МСП и претприемништвото кои доаѓаат од ЕУ, од билатералната соработка со владите на развиените земји, од други меѓународни институции, од самите влади – централна и локални (тоа се активности кои во Германија се нарекуваат создавање на јавна инфраструктура за промоција на МСП); организирање на тренинзи на постојните и потенцијалните претприемачи, од кои, ако се добро организирани и ако ги водат способни кадри се добиваат високи ефекти, со мал инпут; подучување (coaching), при што се следат поединци или групи од страна на стручни лица во одреден процес како, на пример, патот на осамостојување или имплементација на промени во претпријатието; давање на совети, на пример, за значајни теми, како што се правни или даночни прашања. Во Германија вообичаено е за овој вид на промоција повеќе да се користат надворешни советодавачи; давање информации за релевантни теми околу основањето на нови претпријатија, при што универзитетите можат да дејствуваат заедно со бироата за вработување и стопанските комори; натпреварувања за изготвување на бизнис планови, материјални бенефиции (Sachleistungen), под што се разбираат сите видови материјална помош што ја добиваат младите претпријатија. Материјални бенефиции можат да бидат на пример бесплатните услуги на инкубаторите или на пример бесплатното користење на лаборатории на универзитетите. Добро е да има курсеви за претприемништво на кои можат да се запишуваат студенти од сите факултети на еден универзитет, па и лица кои не се студенти на универзитетот.

- Второ, создавање на мрежи за контакти, т.е. **вмрежување на високообразовните институции со развиена претприемничка активност со други релевантни институции значајни за развој на претприемништвото – во Македонија, на пример, со АПП, со**

регионалните центри, со бизнис инкубаторуите итн, со што се создаваат услови за засилен контакт со постојните и потенцијалните претприемачи, давање на различни информации и услуги (едукативни, од области важни за малите бизниси – регистрација, сметководство, избор на технологија, пристап до финансиски средства, итн.).

- Трето, **формирање на инкубатори при универзитетите** – во Германија има голем број инкубатори, во 2005 година преку 300 (Callegati, Grandi, Napier 2005, p. 10), како јавни или комерцијални институции за поддршка на повеќе новоосновани претпријатија на едно место и за ограничен период. Во Република Македонија сеуште не постојат инкубатори во рамките на Универзитетите (освен start-up центарот при Машинскиот факултет во рамки на Универзитетот “Св. Кирил и Методиј”). Мислиме дека за почеток во рамките на универзитетите добро е да се оди на формирање на **прединкубатори**, кои се типични универзитетски организации. Нивна цел е поддршка, развој и доработка на претприемничката идеја пред основањето на фирмата, како и контакт со клиенти. Овој пристап, како што видовме, содржи голем дел на семинарска наука. (Thust, 2008, стр. 32-36)
- Четврто, **водење на големи проекти или програми** – какво може да биде значењето на универзитетите во поддршка на МСП и претприемништвото, посебно на малите иновативни фирми, покажува анализата на EXIST-програмата (Основање, креирање на егзистенција од универзитетите) – програма што ја финансираше Сојузната влада, а фактички ја имплементираа германските универзитети. Првата цел на проектот беше долгорочно етаблирање на претприемничката култура внатре во високообразовните институции и тоа во бројни сегменти – настава, наука, практика, трансфер на технологија и сл. Втората цел беше ефикасен трансфер на знаењата и инвенциите од високообразовните институции во МСП. Третата цел беше промоција и поддршка на големиот потенцијал на бизнис идеи и претприемнички линкови на високообразовните институции и истражувачките организации. Последната, четвртата, цел беше зголемување на бројот на новоосновани иновативни претпријатија, т.е креирање на нови и сигурни вработувања. Научниот надзор на целиот проект го вршеше реномираниот Fraunhofer институт за системска техника. Владата и во

Република Македонија може, со релетивно скромни финансиски средства, да организира вакви или слични проекти – извор на средства можат да бидат заштеди од Буџетот – кастрење на непродуктивни трошоци.

- Петто, **имплементација на динамичен претприемнички процес** – една од целите на високообразовните институции во Германија, како што видовме на примерот на Универзитетот за применети науки во Франкфурт, е да го имплементира динамичкиот претприемнички процес – од бизнис идејата, преку нејзино развивање, испитување на пазарот за производите и услугите што ќе произлезат од претприемничката идеја па сè до формирање на нова фирма или нов бизнис. Целната група на таканаречениот Франкфуртски модел се студенти и апсолвенти од сите смерови на студии и универзитетите, кои веќе го направиле првиот чекор кон осамостојување или кои имаат конкретна претприемничка идеја. Тој нуди базични теоретски знаења, студии на случај, различни модули за да се избегне едукација на претприемачи на “куп“, па сè до конкретни знаења како апсолвентите да основаат сопствена фирма.

4.7 Значењето на ризичниот капитал

Ризичниот капитал, како неформалниот (бизнис ангелите), така и формалниот (официјалните ризични фондови), во поново време добива сè поголемо значење во финансирањето на МСП во сите развиени земји во светот. Анализите за Германија покажуваат дека ризичниот капитал не го има достигнато нивото на развој карактеристичен за САД и за Велика Британија, но дека во последнава деценија тој брзо се развива. Нашата анализа на развојот на ризичниот капитал во Германија е базирана на конкретно истражување, односно на интервју со еден од најпознатите бизнис ангели во Германија, Господинот Jürgen Popp и со Господинот Christoph Jung, партнер во официјалниот ризичен фонд Holtzbrinck Ventures, кои во трудот се презентирани не како класични интервјуа, туку како стории за две лица кои работат со ризичен капитал. Анализата покажува дека ризичниот капитал и во Германија ги има сите битни карактеристики како и ризичниот капитал во САД, во Велика Британија и во други високоразвиени земји. (Види: Mason 2005; Hisrich and Peters 1998). Тоа се однесува и за бизнис ангелите и за

официјалните ризични фондови. Најголемата предност на ризичниот капитал е поврзана со т.н. постинвестиционо инволвирање на бизнис ангелите и на менаџерите на официјалните ризични фондови во фирмите во кои инвестираат пари во замена за обични акции. Постинвестиционото инволвирање добива различни форми и содржини – совети, експертизи, читање на финансиски извештаи, членување во одборите на директори и сл. Со тоа, во голема мера се разводнува ризикот од пропаѓање на МСП во текот на животниот циклус и особено во критичните фази на нивниот развој.

Искуствата за развојот на ризичниот капитал во Република Македонија треба да се влечат од сите развиени земји, но и од земјите во транзиција во кои овој процес отпочнал. (Види: EBRD Transition Report 2006, p. 70-80; Фити и др. 2007, стр. 139-141) Во оваа смисла можат да се дадат две сугестии:

Прво, во Република Македонија претприемачите и потенцијалните ризични капиталисти малку знаат за суштината на ризичниот капитал и начинот на негово работење. Тоа може да се елиминира со едукативна дејност кои можат да ги организираат институциите (државни, приватни, високообразовни) кои имаат должност тоа да го прават (пример АПП, Стопанските комори, МБПР, Регионалните центри, бизнис инкубаторите и др.) и се разбира оние кои се компетентни за тоа – пример економските факултети.

Второ, Македонија мора и понатаму да ја подобрува бизнис климата, посебно во делот на привлекување на странски капитал во економијата - добра заштита на сопственичките права, борба против корупцијата, воведување поволна даночна регулатива за ризичниот капитал, развој на берзата и сл., за да привлече ризичен капитал од странски извори.

Трето, претходно сугериравме дека самата држава (влада) во почетокот треба да го “скрши мразот“ со формирање на официјален ризичен фонд при Македонската банка за поддршка на развојот, по примерот на германската KfW банка за мали и средни претпријатија. И искуствата на земјите за транзиција (Русија, Полска и др.) покажуваат дека првите ризични фондови настанале од т.н. Enterprise Funds кои се формираа со државен капитал, и привлекување на странски капитал, а со основна цел да го спроведат процесот на приватизација

и реструктурирање на големите државни социјалистички претпријатија. (EBRD Transition Report 2006, p. 71-72)

4.8 Значењето на субконтракторството

Германија, како што покажа анализата, има големо искуство и традиција во областа на субконтракторството (особено во автомобилската индустрија), но и во други сектори. Во 2007 година во Германија постоеја повеќе од 40.000 субконтракторски фирми, со скоро 870.000 вработени и со промет од преку 132 милјарди евра. Субконтракторството е развиено и во многу други земји на ЕУ, посебно на ЕУ-15.

Субконтракторството во Македонија нема традиција – освен ако лон-работите во текстилот се сметаат за облик на субконтракторство. За да постои субконтракторство потребно е да постојат големи претпријатија во сектори кои се поволни за оваа дејност – автомобилска индустрија, машинска, металопреработувачка и др. Интересот за субконтракторство треба да дојде од самите фирми – големи и мали, бидејќи од субконтракторството имаат сите корист: малите фирми си обезбедуваат сигурен пазар, а големите си обезбедуваат квалитетни и ефтини производители на резервни делови, склопови и сл, а државата добива нови работни места.

Во оваа смисла, мислиме дека две мерки можат да бидат корисни за Република Македонија:

Прво, изгледа дека стопанските комори се вистинското место од каде што може да се поттикнат субконтракторството во Република Македонија преку промоција за нивните користи за фирмите, преку формирање на Здружение на потенцијални субконтрактори и посебна мрежа, со интернет страница, каде што ќе бидат наведени можностите и интересот на МСП да учествуваат во овој процес.

Второ, Владата, преку политиките за промоција на можностите за инвестирање во македонската економија треба јасно да даде до знаење дека преферира странски инвеститори кои во работењето ќе ангажираат домашни МСП како кооперанти и за тоа да воведат посебни олеснувања и привилегии за странските инвеститори. Во оваа смисла треба да се искористат индустриските зони за

странски инвеститори – да се дозволи во нивна непосредна близина да се населат македонски МСП кои би им функционирале како субконтрактори за важни делови во производството.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Третманот на претприемништвото во современата германска мисла за економијата и бизнисот базира врз основите на модерната англосаксонска теорија за претприемништво, но во себе инкорпорира и бројни специфичности кои произлегуваат од германската традиција – посебно од Фрајбуршката економска школа. Во овој контекст, најпрвин треба да се каже дека постои една **интересна разлика во дефинициите на најважните поими во претприемничката теорија во германскиот и англискиот јазик**. Поимот entrepreneurship не може да биде соодветно преведен на германски јазик. Преводот би бил Unternehmer (претприемач) или Unternehmertum (претприемништво), но англискиот поим го опишува искористувањето на добри бизнис можности, пред сè преку иновации. Во Германија, горенаведените поими се користат во многу поширок контекст. Под Unternehmer не се подразбираат само иновативни личности, туку и менаџери (класични) и членови на управните одбори на фирми. Од друга страна, пак, иновативната активност врзана за терминот entrepreneurship во Германија се искажува преку поимите Existenzgründung и Unternehmensgründung. Поимот Existenzgründung се однесува на основање на фирма со претприемничка идеја која веќе постои на пазарот – овде новата фирма се конкурира со постојните фирми на пазарот, поради што цената и квалитетот на услугата имаат одлучувачко значење за опстанок на пазарот. Поимот Unternehmensgründung се однесува на новоосновани фирми со нова претприемничка идеја, кои на пазарот се натпреваруваат со иновации и имаат големо значење за динамиката на раст на економијата.

Фрајбуршката економска школа, којашто ја одразува германската либерална традиција, позната како **ордолиберализам**, одигра битна улога во разбирањето на претприемништвото, коешто денес се третира како четврт фактор на производство, и посебно во германското поимање на претприемништвото, како израз на индивидуалните економски слободи и како генератор за реконструкција на претпријатијата и за економски прогрес. Фрајбуршката економска школа е една струја на ордолибералната теорија настаната на германско тло во текот на триесеттите години на минатиот век.

Инаку, ордолибералниот модел е сличен на класичниот модел на Adam Smith – некои автори го сметаат за германска варијанта на неолиберализмот. Меѓутоа, самиот поим *Ordoliberalismus*, преведен на македонски, значи регулиран либерализам. Ордолибералите пропагираат слободни пазари без нагласена улога на државата во економските текови, или подобро кажано со ограничена улога на државата (владата) во економијата. Разликите во однос на економската теорија на Smith се огледаат во тоа што ордолибералите тврдат дека државата мора да обавува регулаторна и контролна улога на пазарите. Значи, државата мора да ги постави правилата на игра на пазарите, треба истите да ги следи и да гарантира дека учесниците на пазарот секогаш се придржуваат на правилата. Доколку дојде до било какво пореметување на рамнотежата, државата има задача да се приклучи во играта и да ги воспостави правилата. Најклучната задача на државата е да го спречи создавањето на монополи или картели во одредени сегменти на пазарот. Фрајбуршката школа увиде дека се потребни неколку основни институции за уредување на индивидуални процеси за донесување одлуки, а со тоа и за економскиот просперитет: **правото на сопственост, слободата на конкуренцијата, стабилноста на валутата и одговорноста за последиците од слободните одлуки – сите спомнати елементи се клучни за развој на она што денес се нарекува претприемнички амбиент.** Притоа, одржувањето на конкуренцијата (спречувањето на монополистичките пазарни структури) во системот на ордолиберализмот има круцијално значење. Под дејство на Фрајбуршката економска доктрина, од којашто подоцна израсна и германскиот модел на социјално-пазарна економија, западногерманската економска политика во 1950-тите години се концентрираше, спротивно на светските трендови (на доминацијата на кејнзијанизмот), на ослободување на пазарите, одржување на стабилноста на валутата и на спроведување на конзервативна монетарна и фискална политика. **Германската политика многу се потпираше на ордолибералната теорија и беше ориентирана на креирање на поволна рамка за развој на индивидуалните иницијативи, претприемништвото и флексибилноста на пазарите, за да се зајакне агрегатната понуда.** Оваа политика се покажа како многу успешна. Клучните придобивки на теоретски и практичен план на Фрајбуршката економска школа се огледаат во следното: таа раскина со традицијата на колективистичко планирање на економијата (типично

во времето на обновата на западногерманската економија); ја нагласи улогата на институциите за одржување на пазарната економија, покажа дека комбинацијата на пазарните сили со умереното, но неопходно, инволвирање на државата во економската регулација е многу значајно и го отвори патот за конципирање на германскиот социјално-пазарен модел на алокација на ресурсите. Ако се имаат предвид **основните теоретски постулати на германската варијанта на либерализмот, т.е. на ордолиберализмот, а посебно нивното застапување за поддржување на различни морфолошки пазарни структури, вклучувајќи го тука и конкурентниот сектор, т.е. секторот на мали и средни претпријатија (МСП), слободата на пазарот којашто мора да се придвижува кон конкурентно совршени пазари, интервенцијата на државата во случаи на нагласена пазарна (монополистичка моќ) која е погубна за малите бизниси, застапувањето за третман на претприемништвото и изборите на претприемачите идентичен со оној на слободата на изборот на потрошувачот, спротивставувањето на планската економија, глорификацијата на приватната сопственост, почитувањето на слободата на договорањето (во трговијата и пошироко во економската активност), тогаш неспорен е придонесот на оваа школа за третманот на претприемништвото како генератор на економскиот просперитет.**

Германскиот модел на **социјално-пазарна економија** се издигна и надогради врз постулатите на германскиот ордолиберализам, т.е. врз постулатите на Фрајбуршката економска школа, чии основни претставници беа Walter Eucken, Franz Böhm и Hans Großmann-Doerth, потоа Alexander Rüstow, Wilhelm Röpke и др. Најголемата заслуга, пак, за прераснување на фрајбуршкиот ордолиберализам во систем на социјално-пазарна економија им припаѓа на **Alfred Müller-Armack** (1901-1978) и **Ludwig Erhard** (1897-1977). Според Müller-Armack, социјално-пазарната економија може да се дефинира како „јавен ред на конкуренцијата“, што значи конкуренција под супервизија на државата. Застапувањето на Müller-Armack за **силна социјала** базира на историски факти врзани за Германија. Тој имал лично искуство со негативните последици на губење на основата на индивидуалната заштита од ризиците на староста и

сиромаштијата. Покрај личното искуство, тука беше и помнењето за двете големи инфлации проследени со реформи на валутата од годините 1923 и 1948, во кои милиони луѓе ги имаа изгубено заштедените средства. Последиците на двете светски војни беа голем број на вдовици, сирачиња и бегалци. Затоа, за него “социјално-пазарната економија е комбинација на принципот на слободата на пазарот со тој на социјалната праведност.“ Müller-Agmask исто така стоеше зад тврдењето, дека **успешна социјална политика може да биде спроведена само врз основа на продуктивна пазарна економија**. Според тоа, клучниот постулат на моделот на социјално-пазарна економија вели дека слободната конкуренција, нејзиното одржување низ антимонополската контрола, води до економска динамика, пораст на производството на добра и услуги, зголемена продуктивност и економска благосостојба, што од своја страна е и услов за водење на социјална политика, за спроведување на социјална праведност, за да може системот да функционира и опстојува. Во креирањето на социјално-пазарната економија големо влијание, посебно кај Müller-Agmask, имаа и протестантските (црковните) размислувања.

Големи заслуги за воведувањето на концептот на социјално–пазарна економија му припаѓаат на **Erhard**, поради повеќе причини: 1) тој извршуваше значајни државнички функции – Директор на економската администрација на би-зоната (американската и британската), а подоцна и Сојузен министер за економија и сојузен канцелар; (2) тој вложуваше големи напори на граѓаните да им ја објасни суштината и социјалната димензија на пазарната економија, како и големи напори за нејзино практично имплементирање; (3) многумина го сметаат за татко на германското економско чудо. Erhard, уште во годините на обнова на земјата се залагаше за промоција на МСП во тогашна западна Германија. Тој тврдеше дека **владата може да им помогне на МСП преку антимонополската политика, со мерки од трговската и царинската политика и со влијание врз јавните набавки. Erhard, исто така, го потенцираше значењето на МСП во сферата на иновациите**. Тие, сметаше тој, имаат доминантни позиции во креирањето на производи со подобри карактеристики и во креирањето на сосема нови производи, поради нивната духовна агилност и флексибилност, што не е случај со големите претпријатија.

Тој исто така тврдеше дека динамичната економија отвора простор за формирање на нови МСП и дека МСП се претпоставка за водење на либерална економска политика. Некои од т.н. конститутивни и регулативни принципи во поредокот на конкуренцијата, што ги сретнуваме кај теоретичарите на Фрајбуршката школа, директно се однесуваат на претприемништвото и претприемничкиот амбиент: **принципот на отворени пазари, приватната сопственост, слободата на договорањето и постојаност на економската политика.**

Ако ги сумираме погледите на творците на социјално-пазарната економија за основните принципи на оваа концепција, исто така, јасно може да се согледа нејзината поврзаност со претприемништвото и претприемничкиот амбиент, т.е. со пазарот, конкуренцијата и слободата на индивидуата – како потрошувач и како производител. Според Erhard и Müller-Armack, станува збор за следниве шест принципи: **Првиот принцип** е дека социјалната пазарна економија базира врз основа на флексибилен и динамичен пазар. **Вториот принцип** е тврдењето дека пазарната економија води до континуиран раст и креирање на нови работни места. **Третиот принцип** укажува дека поредокот на социјалната пазарна економија може да функционира само во јака демократска држава. **Четвртиот принцип** инсистира на убедувањето дека самиот пазарен систем, сам по себе, не може да биде гаранција за социјален напредок. Затоа, задача на државата е преку државниот буџет и јавните осигурувања да ги пренасочува средствата кои настануваат од пазарниот процес кон социјални услуги како детски додаток, пензии или социјална помош. **Петтиот принцип** на социјалната пазарна економија е подобрување на условите за живот и квалитетот на животот на сите граѓани. Ова претпоставува инвестиции во инфраструктурата, во едукацијата, здравството итн. **Шестиот принцип** е дека концептот со неговите цели останува актуелен и за иднината на државата.

Во развојот на МСП и на претприемништвото во Германија во повоениот период можат да се издвојат неколку подпериоди со различни карактеристики на основните перформанси на МСП и на претприемништвото.

Првиот период е од крајот на Втората светска војна до 1974 година. За овој период отсуствуваат целосни статистички податоци за бројот на МСП и динамиката на нивниот раст – раѓања, умирања и нето влез и сл. Во 1961 година од вкупно 2.191.168 претпријатија, на групата на големи претпријатија отпаѓаа 3.291 претпријатие, а другите влегуваа во групата на МСП. Во 1970 година, вкупниот број на претпријатија се намали на 1.908.000, при што падот беше најзначаен во групата на микро бизниси (оние што вработуваа од 1 до 9 лица) и изнесуваше речиси 290.000. Во педесеттите години на минатиот век третманот на МСП во Западна Германија беше прилично лош. Припадноста кон малите и средни претпријатија во тоа време беше поврзано со негативна конотација, бидејќи поимот асоцираше на нешто што е застарено и заостанато. Сепак, државата веќе кон крајот на 1950-тите години ги имаше поставено институционалните фундаменти за истражувањето на важноста и проблемите на малите и средните претпријатија во Западна Германија. Сепак, во тоа време доминацијата на големите претпријатија во Западна Германија беше силно нагласена. Од друга страна, во периодот од крајот на шеесеттите години на минатиот век па сè до 1974 година, во Западна Германија беше забележан негативен нето влез на претпријатија во економската структура на земјата. Причините за ваквите тенденции беа различни: пораст на трошоците за градба и на кириите за деловен простор, слабости во промоцијата на МСП, слабости во антимонополското законодавство во поглед на третманот на МСП и особено во нивниот третман при реализацијата на јавните набавки, недоволно стручен претприемнички и менаџерски кадар во МСП и сл.

Вториот период е од 1975 година до обединувањето на земјата – ситуацијата со динамиката на пораст на малите и средните претпријатија значително се промени по 1974 година, бидејќи, во цела Западна Европа, по нафтените шокови, дојде до нов бран на т.н. претприемничко реструктурирање со помош на влез на нови МСП во економската структура на развиените земји. Тоа се случи и во Западна Германија. Се проценува дека во 1979 година во Западна Германија постоеле околу 1,8 милиони мали и средни претпријатија, што значеше дека повеќе од 95% од сите претпријатија припаѓаа на таа група. 60% од сите вработени, со исклучок на државната администрација и земјоделството, или 13 милиони лица, беа вработени во мали и средни

претпријатија. Истовремено, МСП обучуваа огромен број на млади луѓе – 900.000 од вкупно 1,4 милиони ученици. МСП во овој период создаваа речиси две третини од бруто домашниот производ на земјата. Според анализите на Институтот за истражување на мали и средни претпријатија (IfM) бројот на новоосновани претпријатија имаше достигнато највисока поствоена вредност во 1985 година – околу 300.000 нови претпријатија. Во осумдесеттите години на минатиот век се основаа двапати повеќе претпријатија за разлика на седумдесеттите години. Кон крајот на 1985 година секое осмо претпријатие беше помладо од 1 година.

Третиот период во развојот на МСП во Германија настапи по обединувањето на земјата – во овој период се случи нов силен бран на пораст на МСП во германската економија заснован на реприватизацијата што се отвори во Источна Германија (враќање на претпријатија на старите сопственици), на реструктурирање на големите социјалистички претпријатија во Источна Германија (тоа вклучуваше и делење на гигантските претпријатија на делови кои можат самостојно да опстојат во пазарни услови на работење), како и на основање на нови мали бизниси. Процесот беше многу силен особено во првите четири-пет години по обединувањето, потоа донекаде се смири, но во целина, остана интензивен со континуиран позитивен нето влез на нови претпријатија во економијата до денешни дни. Во првите 10 години од обединувањето на двете германски држави големи средства од Западна Германија се трансферираа во Источна Германија. Тие трансфери се проценуваат на износ од околу 1.800 милијарди ДЕМ, односно 920 милиони евра. Овој процес овозможи во Источна Германија да се формираат голем број на МСП. Процесот, од квантитативна гледна точка, беше значаен (во периодот 1990-2006, просечно годишно во т.н. нови републики се основаа по 100.000 нови МСП), но од квалитативен аспект содржеше бројни недостатоци. Системот за промовирање на МСП во Источна Германија беше, едноставно, комплетно преземен од Западна Германија. Економската и општествената ситуација не беше иста во двата дела на новонастанатата држава и јасно е дека едноставното копирање на промотивниот систем доведе до негова неефикасност во новите републики на Сојузната Република Германија. Сепак, ако се има предвид фактот дека Агенцијата за приватизација (Treuhandaanstalt)

во 1990 година, од Источна Германија презеде вкупно 13.684 претпријатија со 4 милиони вработени, 17 милијарди квадратни метри земјоделска површина и 9,6 милијарди квадратни метри шумски површини, дека државната помош за МСП беше огромна (400 различни програми за промоција за Источна Германија – на федерално ниво, европско ниво и на републичките влади) и дека најголемиот број претпријатија, односно 75% беа преземени од западногермански инвеститори, тогаш станува јасно дека и во новите републики беше направен силен пробив во развојот на МСП и претприемништвото. Но, и покрај сè ако се анализира дистрибуцијата на нови претпријатија во Германија, ликвидирани претпријатија и нето влез на претпријатија, ќе се види дека таа доминира во поранешната федерална територија (Западна Германија) и обично е 4 до 5 пати поголема од онаа во новите републики.

Актуелната состојба на МСП во Сојузна Република Германија – Германската статистика денес ги прикажува активните МСП со оданочлив промет и/или со вработени кои подлежат на задолжително социјално осигурување, преку дефиницијата на IfM-Bonn од 01.01.2002, којашто претпријатијата ги класифицира во три групи: мали, средни и големи (значи не евидентира микро претпријатија), според следниве критериуми: мало претпријатие – до 9 вработени и до 1 милион ЕУР промет; средно претпријатие – над 9 до 499 вработени и промет до 50 милиони ЕУР и големо претпријатие – над 499 вработени и промет поголем од 50 милиони ЕУР и според методологијата на ЕУ, којашто разликува микро, мали, средни и големи претпријатија. Во СР Германија во 2010 година постоеја 3.680.000 претпријатија од кои дури 3.670.000 или 99,7% од вкупниот број на претпријатија се мали и средни. Оттука, бројот на големи претпријатија изнесува 10.000. Овде треба да се има предвид дека германската економија е висококонцентрирана и дека меѓу големите претпријатија постојат гигантски претпријатија во вистинска смисла на зборот кои имаат големо учество во вкупната вработеност, во формирањето на БДП и во извозот на земјата.

Од аспект на секторската структура на МСП во Германија, а според статистиката на IfM Bonn, во 2008 година, околу 20% од вкупниот број мали и средни претпријатија се во секторите градежништво, преработувачка индустрија, снабдување со енергија, снабдување со вода и сл, а останатите

80% од малите и средните претпријатија работат во различните услужни сектори. Овде посебно е значајно да кажеме дека во рамките на секторот на услуги, на т.н. модерни, т.е. високософистицирани услуги, им припаѓа завидно место. Имено, околу 20% од малите и средните претпријатија во Германија се лоцирани во секторите информации и комуникации, финансиски услуги, научно-технолошки услуги итн., т.е. во сектори кои ги апсорбираат новите научни сознанија. Сè ова покажува дека Германија, како високоразвиена земја, има модерна економска структура.

Нема сомнение дека во современи услови, во сите економии, а таков е случајот и со германската економија, **малите и средните претпријатија се најзначајни креатори на нови работни места.** Нашата анализа покажа дека МСП во Германија, почнувајќи од 1970-тите години па сè до денес одиграле исклучително позитивна улога во стабилизацијата на пазарот на труд, бидејќи тие секогаш ги компензирале изгубените работни места во големите претпријатија (особено во металуршкиот сектор) како резултат на нивното реструктурирање и оптимизирање. Во 2009 година вкупната вработеност во бизнис-секторот на Германија (во сите претпријатија – мали, средни и големи) изнесувала 25.165.286 лица, од кои дури 15.290.841 лице (60%) биле вработени во малите и средните претпријатија. Во кризната 2009 година, во однос на 2008 година, големите претпријатија го намалиле бројот на вработени за повеќе од 300.000, а во истата година, повторно во споредба со претходната година, малите и средните претпријатија го зголемиле бројот на вработени за 116.000 лица. Ова е потврда на тезата дека во време на рецесии, малите и средните претпријатија, поради поголемата флексибилност, покажуваат поголема виталност од големите претпријатија и дека и во случајот на Германија тие се заслужни за ублажување на негативните последици на пазарот на труд. Кога станува збор за состојбата на пазарот на труд и едуцирањето на нова работна сила во германската економија, којашто би одговарала на побарувачката на фирмите (посебно на МСП), треба да се подвлече една специфичност на германскиот систем на мали и средни бизниси, односно нивната клучна улога во теоретската и практична едукација на кадри. Голем дел од учениците во Германија низ својата едукација се обучуваат токму во МСП. Обично, во жаргонот се употребува термин ученици, во смисла на изучување на занаети,

но не типично само во областа на занаетчиство, онака како што кај нас се сфаќа тој поим, туку, многу пошироко, во различни професии – на пример: економист, шалтерски работник во банките, шалтерски работник во администрацијата и сл. При тоа на т.н. школи за професија (за работно место) "Berufsschule" се изучуваат теоретските прашања и проблеми, но практиката се обавува во малите и средните претпријатија.

Од регионален аспект, концентрацијата на претпријатија воопшто и посебно на мали и средни претпријатија, особено е голема во три федерални републики: Nordrhein-Westfalen, Bayern и Baden-Württemberg, во кои се формирани вистински енклави на мали и средни претпријатија, вистински претприемнички џебови, т.е. региони со голема концентрација на мали и средни претпријатија, кои во голема мера работат и за потребите на големите претпријатија, како нивни субконтрактори. Значајни сознанија за состојбите со МСП и претприемништвото во Германија, од регионален аспект, можат да се извлечат од индикаторот за т.н. нови **претприемнички иницијативи** на IfM-Bonn (NUI Indikator). Индикаторот, ги опфаќа бројот на новопријавени бизниси, "доселени претпријатија" во регионот и преземања на бизниси, во однос со бројот на работно-способното население на одредениот град/регион. Овој индикатор покажува дека во однос на концентрацијата на МСП по региони, напредните региони одат напред, а состојбата во помалку развиените региони и понатаму се влошува. Инаку, новите претприемнички иницијативи најзастапени се во поширокиот регион на градот Frankfurt во републиката Hessen, со соседниот град Offenbach, како и во поширокиот регион на градот München, во републиката Bayern. Високи активност е присутна и во Baden-Württemberg (Baden-Baden и Mannheim) и во окружните општини на регионот Nordfriesland, во северната република Schleswig-Holstein. Најнеразвиените региони се наоѓаат во Источна Германија.

Германија се перцепира како земја со силна претприемничка активност. Тоа, не значи дека во Германската економија, во областа на МСП и претприемништвото се е идеално. Имено, и во Германија GEM и бројни автори укажуваат на **низа слабости на германскиот претприемнички процес**. Најпрвин се оценува дека Германија има строга претприемничка рамка, проследена со големо инволвирање на државата во економскиот живот. Како

посебна и сериозна пречка се наведува комплицираниот германски даночен систем, кој редовно ги принудува претприемачите да користат услуги од даночните советници (уште во најраната, наталната фаза на фирмата), со што на самиот почеток младите претпријатија се оптоварени со високи трошоци. Понатаму, некои автори мислат дека со почнувањето на новиот милениум претприемништвото во Германија доживеа криза, бидејќи МСП тешко се вклопуваат во процесите на глобализација, т.е. во експанзија на нивната активност надвор од германската економија. Како причина се наведува процесот на сукцесија, т.е. наследство на бизнисите од новите генерации. Со умирањето на сопствениците и врвни претприемачи (примерот на Adidas и Grundig), кои обезбедија силен раст на нивните фирми по Втората светска војна, нивните наследници не успеаја да ги интернационализираат наследените бизниси. Исто така се оценува дека во однос на прифаќањето и третманот на ризикот од страна на претприемачите и општеството, Германија стои многу послабо во однос на САД, но и во однос на некои западноевропски земји – пример Холандија. Но во секој случај Германија има моќна економија и претприемничка активност од којашто многу земји можат да учат.

Нема сомнение дека **СР Германија влегува во редот на земјите кои изградиле комплексни политики на промоција (поддршка) на МСП и на претприемништвото, со широк опфат на мерки и инструменти на сите нивоа – европско, федерално, републичко и локално, со програми кои се мерат во милијарди евра и со висока ефикасност.** Политиките на поддршка на МСП и на претприемништвото во СР Германија постојано се надоградуваат до денешни дни. Тие, во основа, базираат на неколку принципи: **(1)** поимот *Mittelstand*, со којшто, најшироко гледано, се изразува популацијата на мали и средни претпријатија, од политичко-социолошки аспект, се поврзува со средната класа како основа за стабилноста на општеството; **(2)** слабостите на МСП во однос на големите претпријатија се наоѓаат во три области: МСП не користат економии од обем, МСП имаат слаба финансиска моќ и МСП имаат слаба атрактивна моќ (помалку се привлечни за квалификувана и високообразована работна сила). Поради ваквите недостатоци, поддршката за малите претпријатија е неопходна и оправдана; **(3)** МСП придонесуваат за

зголемување на конкурентноста и ефикасноста на вкупната економија и даваат голем придонес во вработувањето, а со тоа и во јакнењето на социјалната кохезија во општеството, со што комплетно се вклопуваат во филозофијата на германскиот модел на социјално-пазарна економија; **(4)** мерките на поддршка на МСП и на претприемништвото треба да базираат на економска логика, да бидат неутрални (да избегнуваат директни плаќања и субвенции), да не предизвикуваат нарушувања на пазарниот механизам.

Јавните институции инволвирани во политиката на промоција на малите и средните претпријатија во Германија ги опфаќаат: Сојузната влада и Сојузниот парламент со Законот против ограничувањето на конкуренцијата како основа за нивно дејствување; Републичките влади со парламентите, со свои Закони за промоција на малите и средните претпријатија, како основа за дејствување; локалните влади (општините); државните банки, посебно Kreditanstalt für Wiederaufbau, институтите за прашања за МСП (федерални и републички); Lastenausgleichsbank, којашто од 2003 се претопи во KfW Mittelstandsbank; коморски групации (Стопански комори, Занаемтиски организации и Комори на слободни занимања), кои вообичаено не даваат субвенции како промотивни мерки, но се големи поддржувачи на МСП, посебни фондови на федерацијата (ERP – најважен извор за најголемиот број на промотивни програми за мали и средни претпријатија и Фонд за порамнување според законот за Порамнување на долгови – фондот беше креиран за надминување на последиците на војната и реформата на валутата од 1948 година). Исто така не треба да се заборави дека Германија како членка на ЕУ има широк пристап до бројните фондови, програми, проекти итн. за поддршка на малите и средните претпријатија во рамките на Унијата.

Сојузната влада на СР Германија, републичките влади и локалните влади креирале огромен број на програми и проекти за поддршка на МСП и на претприемништвото во различни области: подобрување на бизнис-климата со посебен фокус врз одржувањето на конкуренцијата (антимонополскиот закон е основа за дејствување на Сојузната влада и на Сојузниот парламент), програми и мерки за подобрување на перформансите на претприемачите – за консалтинг, дошколување и зголемување на информираноста на претприемачите, за кредитирање на МСП под многу поволни услови, почнувајќи од Посебниот фонд

настанат во времето на Маршаловиот план, па сè до сопствените средства на државните банки (Lastenausgleichsbank и KfW), за гарантирање на кредитите на МСП, за основање на сопствена егзистенција (сопствени мали бизниси), за зајакнување на сопствениот капитал на МСП, за поддршка на иновативните претпријатија (од директни буџетски алокации за високоинновативни МСП, преку помош за основање на технолошки и научни центри, па сè до вмрежување на институциите и сл.) итн. итн. Дополнително, значајни средства за истите намени за МСП доделуваат и сите републички влади. Овие програми, редовно се надоградуваат и развиваат до денешни дни, а во зависност од промените во економијата и во општеството во целина. Во поткрепа на овој заклучок наведуваме и дека во период од 10 години по обединувањето на земјата, само за потребите на новите републики (поранешна Источна Германија), беа креирани 400 програми (голем дел за МСП), од кои 110 беа финансирани од Сојузната влада, 85 од Европската Унија и околу 200 од Републичките влади). Понатаму, со настапувањето на глобалната светска економска криза, Сојузната влада ја увиде потребата од воспоставување на посебна програма за поддршка на претпријатијата, преку KfW Mittelstandbank, чијашто цел е на претпријатијата да им одобрува поволни и флексибилни кредитни линии за фиксен и обртен капитал, за да се ублажат последиците од кризата. Износот на средства од оваа програма, само во периодот 2009-2010 година, е поголем од 13 млрд. ЕУР.

Во Германија антимонополското законодавство е воведено уште во 1950-тите години, а Законот против ограничување на конкуренцијата претставува основа за делување на Сојузната влада и Сојузниот парламент, меѓу другото, и во сферата на МСП. Германското антимонополско законодавство ефикасно дејствува во три области кои се вообичаени за антимонополските законодавства во сите модерни економии: зауздување на моќта на картелите, санкционирање на нелегалните постапки на фирмите и контрола на потенцијалните монополи (фузиите). Борбата против монополизирање на пазарите, Германија ја води на три нивоа – европско, федерално и републичко. Авторитетот на Bundeskartellamt е огромен, а според начинот на кој се води регулацијата на картелите, борбата против илегалните (неправедните) постапки на претпријатијата и контролата на фузиите, ригорозноста на санкциите за прекршителите на законот и сл, германското антимонополско

законодавство влегува во редот на најефикасните во светот. Во текот на седумдесеттите години на минатиот век, кон постојниот Закон против ограничување на конкуренцијата, беа додадени два нови амандмани со кои значајно за подобри **заштитата на МСП** и се подобрија нивните пазарни шанси. Германското законодавство посебно ги штити МСП од нелојалната конкуренција, ја одобрува соработката помеѓу МСП, обврзува МСП рамноправно да се третираат на тендерите, односно да имаат еднаков третман со големите претпријатија, обврзува јавните набавки да се делат на поединечни лотови за да се олесни пристапот на малите претпријатија кон јавните набавки и ги обврзува големите претпријатија дел од работите од јавните набавки да им ги препуштат на МСП.

На стопанските комори во СР Германија традиционално им припаѓа големо значење во промоцијата на МСП. Во Германија денес постојат околу 80 стопански комори “Industrie- und Handelskammern” (ИHK) кои функционираат самостојно, но кои се истовремено организирани во една централна организација, таканаречена „Deutscher Industrie - und Handelskammertag“ (ДИHK) Надворешната трговија на Германија се поддржува со посебни стопански комори за надворешна трговија кои ги има во над 80 земји на светот на 120 различни локации. Германија има систем на задолжително членство на фирмите во стопанските комори, т.е. по закон членки на германските стопански комори се сите германски претпријатија регистрирани во земјата, со исклучок на занаетчиските претпријатија, хонорарните професионалци и земјоделските претпријатија. Стопанските комори ги застапуваат интересите на сите претпријатија на локално, републичко и федерално ниво, а ДИHK, ги застапува интересите на германските фирми и на ниво на ЕУ. Стопанските комори во Германија себеси се гледаат како „институции од економијата за економијата“, а кога станува збор за МСП тие себеси се сметаат како **“гласот на МСП“**. Коморите во Германија не им даваат директна помош на фирмите, а во тој контекст и на МСП, во смисла на алокација на ресурси, ниту пак директно се инволвираат во конкретните зделки помеѓу претпријатијата. Но **стопанските комори во Германија се место каде што редовно се обраќаат огромен број на постојни и идни претприемачи и каде што можат да се добијат сите, буквално сите, неопходни информации и консултантски услуги за**

потребите на МСП, за сите области од нивното дејствување и работење – од помош при стартот во независноста (проблемите на фирмите во start-up фазата), информации за достапни средства за финансирање на фирмите од јавни извори, помош при преговарање за финансирање на фирмите од комерцијални извори, помош при избор и трансфер на технологија, совети за претприемачите при решавањето на прашањето на сукцесијата, помош за изготвувањето и развој на бизнис планот, преку помош за интернационализација на малите и средните бизниси, едукативни услуги прилагодени за различните развојни фази на бизнисите, посебна поддршка на иновативните фирми, до изработка на длабински студии за различни прашања и области од интерес на претприемачите и активно учество во креирање на политиката за промоција на МСП (промена на регулативата, предлози за подобрување на бизнис климата итн.) на сите нивоа – локално, републичко, федерално и европско, се разбира, во соработка со DINK и властите – политичарите).

Финансиската поддршка на МСП во текот на нивниот животен циклус е круцијално прашање за развојот на МСП и претприемништвото во сите современи економии. Во Германија во оваа област централно значење и припаѓа на светски познатата **KfW банкарска групација (KfW Bankengruppe)**. Оваа банкарска групација е составена од шест деловни единици, од кои најзначајна е **Банката за мали и средни претпријатија (KfW Mittelstandsbank)**. Првиот посебен фонд за поддршка на мали и средни претпријатија во рамки на групацијата беше поставен уште во 1952 година. По обновата на земјата, и посебно во шеесеттите години, банката се концентрираше на давање на инвестициони кредити за мали и средни претпријатија со што интензивно ги поддржуваше потребните структурни промени во германската економија. KfW, во текот на седумдесеттите години (по нафтените шокови) почна позначајно да се концентрира на финансирање на иновативни проекти за заштеда на енергија. Во текот на седумдесеттите години на минатиот век, KfW разви и посебна програма за поддршка на мали и средни претпријатија, т.е. посебен кредитен производ, т.н. М-програма. Во 1983 година, KfW иницираше и програма за сопствен ризичен капитал за финансирање на иновации. Се проценува дека по обединувањето на земјата, KfW помогна да се

отворот или да се задржат околу 2,5 милиони работни места во новите републики. Денес фокусот на банката, под дејство на модерните глобални трендови, сè повеќе се свртува кон развивање на иновационо финансирање за потребите на малите и средните бизниси – ризичен капитал, енергетско ефикасни програми, еколошки програми и сл. Ова зборува дека KfW групацијата активно го следи текот на времето, ги идентификува промените и според нив ја прилагодува својата деловна политика и програма. Во новиот милениум, KfW се разви во вистински светски концерн. Подоцна, се случува и фузии помеѓу KfW банката и други германски институции и банки, кои имаа иста цел – поддршка на мали и средни претпријатија. **Во 2003 година се формираше Mittelstandsbank (Банка за мали и средни претпријатија)**, која резултираше од спојувањето на KfW и Deutsche Ausgleichsbank. Со фузијата на двете институции се направи и реорганизација на програмите на поддршка на новата банка. Со реорганизацијата дојде до значајно зголемување на **советодавната функција** на банката. Ова значи дека банката не се гледа себеси само како „трезен“ аналитичар на бројките и бизнис плановите, но сè повеќе и како советодавач за потребите на своите клиенти. KfW Mittelstandsbank денес има широкоразгранета активност за поддршка на малите бизниси којашто вклучува: основање на нови претпријатија и инвестиции во економски раст и консолидација, официјален ризичен капитал, т.е. посебен сектор за ризичен капитал, промоција на иновации, програми за заштита на животната средина, програми за користење на обновлива енергија, програми за зголемување на енергетската ефикасност на претпријатијата, советодавни услуги за претпријатија и претприемачи, посебна програма за МСП за надминување на последиците од глобалната светска криза којашто функционира до денешни дни итн. Со оглед на тоа што се работи за државна банка сите кредити се даваат **под поволни услови – со релативно долги рокови на враќање, пониски каматни стапки (во голем број на случаи фиксни), со задолжителен грејс период** итн. Изворите на средства, историски гледано, потекнуваат од Маршаловиот план, средства на сојузната влада и републичките влади, сопствени средства на Банката и од средства мобилизирани на финансиските пазари – пазарите на капитал. Инаку, секоја програма има различна намена и со тоа различен ризик и времетраење. Во некои програми, KfW се појавува само како институција за рефинансирање на

банките, што значи, самите комерцијални банки го носат ризикот за лошите кредити, KfW не носи никаков ризик. Во ваквите случаи, обработката на барањата за кредит е многу брза. Постојат ситуации кога KfW настапува како преземач на ризик и каде KfW сама ја врши анализата на барањето. Во тој случај, просечната обработка на барањето трае 14 дена.

Бизнис плановите се анализираат и од страна на KfW и од страна на комерцијалните банки кои ги операционализираат кредитите. Комерцијалните банки носат ризик, во секој случај и за секој кредит. Кај некои кредити ризикот е поголем, а кај кредити во кои ризик презема и KfW, ризикот на комерцијалните банки е минимален. Дури и во тие случаи кога комерцијалните банки сносат минимален ризик, тие активно ги анализираат бизнис плановите. Сите презентирани факти покажуваат зошто KfW Bankengruppe, а во нејзини рамки **на KfW Mittelstandbank ѝ припаѓа круцијална улога во поддршката и развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото во Сојузна Република Германија.**

На Универзитетите во СР Германија им припаѓа особена улога не само во стекнувањето на теоретски туку и на практични знаења од областа на развојот на МСП и на претприемништвото. Германија е економија со висока концентрација на производството и на капиталот. Оттука, наставата на Универзитетите долги години – практично до крајот на 1980-тите години, беше под силно влијание на потребите за кадри за големите претпријатија – во областите менаџмент, маркетинг, продажба, контрола и сметководство. Но, развојот на новите технологии, глобализацијата и се посилната конкуренција на светскиот пазар ја наметна потребата од реструктурирање на големите претпријатија – производно, технолошко, организационо, управувачко итн. Рационализацијата и оптимизацијата на големите претпријатија беше проследена и со значајни отпуштања на работници во некои сектори кои се доминирани од големите претпријатија (типичен случај е металуршкиот сектор). Така и во Германија се случи големите претпријатија да ја изгубат водечката улога во вработување на дипломирани студенти од различен профили. Со други зборови, денес е факт дека во Германија, многу мал број дипломирани студенти имаат можност да најдат работно место во големо претпријатие и да ја следат типичната кариера во животот како што беше вообичаено до пред 10 -

20 години. Намалените шанси за правење кариера во големо претпријатие ги тера дипломираните студенти да се ориентираат и бараат работни места во мали и средни претпријатија или пак да основаат сопствени претпријатија. Овие нови околности претставуваат нови предизвици за универзитетите и нивните наставни програми кои понудата на студии главно ја профилираа во зависност од потребите на големите претпријатија.

Поради веќе наведените факти дека големите претпријатија не можат да ги вработат сите дипломирани економисти, се појавува барање високообразовните институции да креираат наставни планови кои ќе ги оспособуваат студентите во идната работа да бидат во можност да преземаат ризици како претприемачи или како вработени во мали и средни претпријатија. Значи, барањето оди кон претприемничко образование (Entrepreneurial Education). Целта на овие студии е студентите да се стекнат со релевантно знаење за реализација на иновативни бизнис идеи, за иновации на производи, за управување на новоосновани фирми и сл, значи, покрај со теоретски и со практични знаења за претприемништвото. Една од централните задачи на Универзитетот е да ги оспособи студентите, како што се вели во Германија, **за основање на сопствена егзистенција – формирање на сопствени бизниси.** Сојузната влада на Германија, а и републичките влади, свесни за фактот дека на Универзитетите постои голем фонд на знаења од областа на претприемништвото (во Германија после 1990-тите години на Универзитетите изникнаа бројни Катедри за претприемништво), разбраа дека е неопходно да се реализираат големи проекти за трансфер на знаењата од факултетите во стопанството. Дobar пример за тоа како во практиката функционира процесот на трансфер на знаења и технологии од Универзитетите во претпријатијата и институциите задолжени за поддршка на МСП и претприемништвото е т.н. EXIST програма (во слободен превод „Основање, креирање на егзистенција од универзитети“), финансирана со јавни средства од Сојузната влада на Германија. Повеќе цели на претприемничката едукација беа дефинирани преку програмата EXIST за високообразовните институции. **Првата цел** на проектот беше долгорочно етаблирање на претприемничката култура внатре во високообразовните институции и тоа во бројни сегменти – настава, наука, практика, трансфер на технологија и сл. **Втората цел** беше ефикасен трансфер

на знаењата и инвенциите од високообразовните институции во стопанството, односно нивно имплементирање во нови производи и услуги, што, фактички, овозможува создавање на додадена вредност во економијата во целина. **Третата цел** беше промоција и поддршка на големиот потенцијал на бизнис идеи и претприемнички линкови на високообразовните институции и истражувачките организации. **Четврата цел** беше **зголемување на бројот на новоосновани иновативни претпријатија, т.е креирање на нови и сигурни вработувања**. Резимирано кажано, германските искуства потврдуваат дека вакви и слични проекти во кои централната улога им е доверена на Универзитетите придонесуваат за:

- фокусирање на вниманието на високообразовните и истражувачките институции во оспособувањето на студентите за нивно осамостојување, т.е. за отворање на сопствени високоинновативни бизниси, на краток, среден и долг рок, бидејќи практиката потврдува дека најголемиот број на нови основања на фирми се случуваат во период од 7 до 8 години по дипломирањето;
- зголемувањето на фактичкиот број на претприемачи во релативно голема група на студенти со желба за осамостојување;
- конкретно оспособување на студентите за основање и развој на сопствени претпријатија;
- скратување на временскиот период од завршувањето на образованието до чекорот кон осамостојување.

Во Германија многу се размислува и дебатира за тоа како најдобро да се институционализира претприемништвото на германските универзитети. Дobar пример за ваква институционализација на претприемничката наука во Германија е т.н. Франкфуртски модел. Проектот отпочна да се реализира во 1998 година. Од самиот почеток на проектот, Универзитетот за применети науки во Франкфурт, ја нуди целата палета на релевантно знаење за основање на претпријатија во многу компактна форма. Целната група на таканаречениот Франкфуртски модел се студенти и апсолвенти од сите смерови на студии и универзитетите, кои веќе го направиле првиот чекот кон осамостојување или

кои имаат конкретна претприемничка идеја. Понудените модули опфаќаат: семинари за претприемачи, индивидуално подучување / совети за надградба, тренинг за социјални компетенции, семинари за нови пазари за социјални и културни услуги, привремени телефонски линии за совети за претприемачи и млади претпријатија и спроведување на претприемнички денови. Дополнително се воведоа и нови семинарски понуди, а се формираше и бизнис инкубатор.

Ризичниот капитал, како неформалниот (бизнис ангелите), така и формалниот (официјалните ризични фондови), во Германија не го има достигнато нивото на развој карактеристичен за САД и за Велика Британија, Но, во поново време, тој брзо се развива. Нашата анализа на развојот на ризичниот капитал во Германија е базирана на конкретно истражување, односно на интервју со еден од најпознатите бизнис ангели во Германија, Господинот Jurgen Popp и со Господинот Christoph Jung, партнер во официјалниот ризичен фонд Holtzbrinck Ventures, кои во трудот се презентирани не како класични интервјуа, туку како стории за две лица кои работат со ризичен капитал. Анализата покажува дека ризичниот капитал и во Германија ги има сите битни карактеристики како и ризичниот капитал во САД, во Велика Британија и во други високоразвиени земји. Најголемата предност на ризичниот капитал е поврзана со т.н. постинвестиционо инволвирање на бизнис ангелите и на менаџерите на официјалните ризични фондови во фирмите во кои инвестираат пари во замена за обични акции. Постинвестиционото инволвирање добива различни форми и содржини – совети, експертизи, читање на финансиски извештаи, членување во одборите на директори и сл. Со тоа, во голема мера се разводнува ризикот од пропаѓање на МСП во текот на животниот циклус и особено во критичните фази на нивниот развој. Друга карактеристика на ризичниот капитал во Германија е неговата сè поголема инволвираност во бизнисите кои базираат на нови, високи технологии, односно во информациониот сектор – интернет, телекомуникации итн. За Германија е карактеристично и тоа што не постојат посебни даночни олеснувања за ризичниот капитал како што е тоа, на пример, случај во Велика Британија, што се смета за пречка во развојот на овој облик на финансирање на МСП. Интересно е дека во Германија ризичниот капитал е застапен и во **KfW Mittelstandsbank**, иако се работи за институција во државна сопственост.

Субконтракторството (постоењето на претприемнички мали и средни претпријатија поврзани со големите претпријатија како нивни кооперанти) влегува во редот на најважната германска традиција, врз која во значајна мера се потпираше економскиот бум по Втората светска војна. Посебна таква улога играат малите и средните претпријатија во републиките Bayern и Baden-Württemberg и точно овие републики прераснаа во примери за економски развој базиран врз силата на малите и средните субконтракторски фирми за останатите републики.

Субконтракторството носи значајни предности како за големите, така и за малите и средните претпријатија: големите претпријатија кои користат субконтракторство можат значително да ги намалат трошоците на производство, а малите претпријатија преку субконтракторството си обезбедуваат сигурен пазар и стабилен развој. Постоене голем број на висококонцентрирани сектори во Германија (автомобилска индустрија, машинска индустрија, хемиска индустрија, електроопрема итн.), во нивни рамки големи, гигантски претпријатија, создава поволни услови за развој и искористување на предностите на субконтракторството.

И денес, најпознатиот дел на германското субконтракторство е лоцирано во автомобилската индустрија. Прометот од субконтракторството само во автомобилската индустрија бележи брз раст – од 26,8 милијарди ЕУР во 1990 година на 72,2 милијарди ЕУР во 2008 година. Се разбира меѓу субконтракторите на автомобилската индустрија во Германија постојат и големи фирми. Германските субконтрактори од редот на малите и средните претпријатија, денес, се организираат во интересни групи за да си ги заштитат своите интереси и наспроти големите претпријатија и наспроти пошироката јавност. Една од најголемите групи на интерес на МСП активни во субконтракторство во Германија е Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie (Работна заедница на субконтракторската индустрија). Работната заедница беше основана во 1993 година од страна на германски економски друштва и го спроведува и претставува нивниот интерес во јавноста, политиката и пред купувачите од сите економски гранки. Работната заедница на субконтракторската индустрија застапува вкупно 8.000 субконтрактори со 1 милион вработени лица и годишен вкупен промет од 215 милијарди ЕУР.

Дел од германските искуства во промоцијата (поддршката) на развојот на МСП и претприемништвото можат да бидат многу корисни за Република Македонија, којашто во периодот на транзиција направи значаен продор во областа на малите бизниси и претприемништвото и воспостави политики за нивна поддршка. Се разбира, **германските искуства не можат механички да се пренесат во Македонија, бидејќи се работи за економии со огромни разлики (од аспект на големината на земјите, силата на економиите, традициите, културата, економските системи итн.)**. Кога ова го велите го имаме предвид фактот дека дури и обидот политиките на промоција на МСП и претприемништвото механички да се пренесат во Источна Германија, по обединувањето на земјата, како што се покажа во анализата, не беа доволно успешни. **Но сепак, богатото искуство на Германија во оваа област, широкиот опфат на мерки и инструменти на политиките на МСП, нивната поставеност, нивното функционирање, нивната ефикасност и сл, како идеи се вредни за размислување и дел од нив, со нужни измени и прилагодувања, можат да се применат и кај нас.** Во заклучоците ќе бидат само спомнати (нотирани) мерките што можат да бидат прифатливи за нашата земја, а кои се пошироко објаснети во четвртата глава од дисертацијата.

Кога е во прашање **улогата на Владата на Република Македонија, улогата на локалните влади (единиците на локалната самоуправа, т.е, општините) и улогата на јавните институции одговорни за поддршка на МСП и на претприемништвото, битно е:**

Прво, меѓу политичарите, владините експерти и пошироко, на ниво на целото општество, да се развива суштинска убеденост за користа на малите и средните претпријатија и на претприемништвото за стабилноста и одржливоста на економскиот развој на Република Македонија. Германското искуство потврдува дека поимот *Mittelstand*, со којшто, најшироко гледано, се изразува популацијата на мали и средни претпријатија, од политичко-социолошки аспект, се поврзува со средната класа како фундамент за стабилноста на општеството. Овој аргумент, според нашето мислење, е валиден и за Република Македонија, бидејќи со транзицијата и пазарната економија дојде до појава на висока

невработеност и до социјално раслојување и осиромашување и на средната класа како фундамент за здраво и стабилно општество.

Второ, централна задача на Владата е да работи на подобрување на бизнис климата, односно на креирање на претприемнички амбиент. Во значајни компоненти на бизнис климата Македонија сеуште слабо стои – неефикасен судски систем, корупција, слаби регулаторни институции и сл. Еден сегмент на инвестиционата клима, којшто, според нашето мислење, неоправдано се запоставува, а е многу важен, е политиката на одржување на конкуренцијата. Во Македонија, иако постои антимонополско законодавство, институцијата за борба против монополите е слаба, неефикасна и лошо водена. Овој недостаток треба брзо да се острани, бидејќи без силна конкуренција и слобода на пазарот нема претприемништво.

Трето, основниот принцип при структурирање на политиката на промоција на МСП и во Македонија треба да се дефинира на следниов начин: мерките на поддршка да не бидат нарушувачки, да не вршат дисторзија на пазарите, да бидат што е можно понеутрални – затоа тие треба да се концентрираат во сфери какви што се едукација на претприемачи и подобрување на нивните квалитетни услуги, консултативни услуги за МСП кои се вршат од експерти од јавните институции, но и во соработка со приватните институции, во поддршка на иновативноста на малите бизниси и сл. Од друга страна, Владата во последниве неколку години издвојува значајни буџетски средства за субвенционирање на земјоделството – добар дел од земјоделските производители, навистина, суштински гледано, припаѓаат на секторот на мали и средни претпријатија. Но ваквите директни плаќања (субвенции) се несоодветна мерка којашто предизвикува нарушување на пазарот и на пазарните сигнали за вистинската ефикасност и продуктивноста на производителите, а според коментарите на експертите во Македонија (и оние од земјоделската струка и оние од економската струка кои често се изнесуваат и во македонските медиуми) се сметаат за нерационални. Затоа, наместо ваквите директни плаќања порационално би било овие средства да се користат на подруг начин – на пример, за воспоставување на вистинска откупна политика (минимални и гарантирани цени за одделни земјоделски производи – особено

за извозните, за едукација и консултантски услуги за претприемачите, за поддршка на иновативноста, на пример, производство на органска храна и сл.).

Четврто, во иднина, Владата на Република Македонија треба многукратно да ги зголеми буџетските средства за потребите на АПП на Република Македонија, да ја врати буџетската помош за регионалните центри за мали и средни претпријатија (се разбира според добро дефинирани критериуми), да го зголеми капиталот на Македонската банка за поддршка на развојот, да го активира Гарантниот фонд во рамките на Банката, кадровски да ги зајакне овие институции со млади и високообразовани лица кои имаат добри познавања од областа на претприемништвото, да издвои средства за институциите кои би се користеле за едукација на претприемачите, да осмисли програми за поддршка на егзистенција итн.

Петто, мислиме дека, во поново време, со отворањето на процесот на децентрализација и особено на процесот на фискална децентрализација, општините во Република Македонија доаѓаат до сопствени извори на средства, кои заедно со трансферите на средства од централниот буџет, можат да претставуваат основа за изработка и спроведување на добри програми и проекти за развој на МСП и за поддршка на претприемништвото, односно за создавање на “капацитет на локалните влади за трансформација“, за дејствување во правец на забрзување на локалниот економски развој преку МСП и претприемништвото. Имајќи ги во предвид искуствата на Германија, можеме да сугерираме: **(1)** во општините да се развива вистинско убедување дека МСП и претприемништвото, насекаде во светот, претставува столб на локалниот економски развој; **(2)** општините посебно да се ангажираат во подобрување на локалната инфраструктура за развој на малите бизниси – одржување и модернизација на локалните патишта, изградба на индустриски зони, пристап до индустриска вода, енергетска мрежа – посебно гасоводна, таму каде што има услови, еколошки инвестиции и сл. Средствата за овие намени да се мобилизираат од различни извори – сопствени средства, средства од централниот буџет, средства од европските и други фондови кои можат да се добијат доколку се изработат добри проекти, таму каде што има услови може да се оди и на прибирање на средства преку општински обврзници итн., **(3)** во сите општини постои невработена високообразована работна сила –

економисти, правници, инженери, архитекти итн. Локалните влади да сфатат дека дел од овие кадри можат и треба да се вработат во единиците на локалната самоуправа (во одделенијата за економија, во бизнис инкубаторите, во регионалните центри, во канцелариите за локален економски развој) и да работат на проблемите на развој на МСП и претприемништвото, да изработуваат програми, проекти, да се ангажираат за нивна реализација и сл. Трошоците за плати на овие кадри на општините, на среден и долг рок, повеќекратно ќе им се вратат. Притоа, треба да се има предвид и фактот дека овие кадри можат да се ангажираат на проектни задачи, значи не мора да бидат постојано вработени – тоа е сè поприсутна практика во развиените земји во светот.

Шесто, во Република Македонија издвојувањата за истражување и развој, мерени како учество во бруто домашниот производ, со години се одржуваат на многу ниско ниво, а последниве години, тие дури покажуваат тенденција на понатамошно намалување. Понатаму, средствата за научно-истражувачка работа во Македонија имаат крајно неповолна структура од аспект на секторите на истражување (бизнис секторот, високото образование и владиниот сектор) Тие многу малку се концентрирани во бизнис секторот, т.е. таму каде што се раѓаат иновациите. Податоците на Светската банка за Република Македонија кои се однесуваат на поднесени апликации за патентни, на трошоци за авторски права и лиценци, на учеството на извозот на стоки со висока технологија во вкупниот македонски извоз и сл, недвосмислено сведочат за ниското технолошко и иновационо ниво на македонската економија. Затоа е неопходно, Владата многукратно да го зголеми процентот на издвојување на средства за истражување и развој од БДП на македонската економија. Тој со години наназад намалува и сега изнесува само 0,14% од БДП, што е недозволиво и поради што Македонија трпи сериозни критики од ЕУ. Од зголемените средства за истражување и развој, Владата, по примерот на Германија, треба еден дел да го насочи во претпријатијата, според однапред утврдени критериуми - на пример, кон високоиновативни МСП и со тенденција помалите фирми да добиваат поголема помош.

Антимонополското законодавство во Република Македонија има кратка историја. Иако, законската регулатива е добра (таа, како и во Германија ги

регулира трите основни области – борба против картелите, неправедни постапки на фирмите и фузиите), регулаторното тело во оваа област е недоволно афирмирано во јавноста, недоволно активно и слабо водено. Најзначајните проблеми се од политичка природа – регулаторните тела, а во тој контекст и регулаторното тело во сферата на антимонополската политика, немаат неопходна независност наспроти извршната власт. Нив, често пати, ги водат недоволно компетентни кадри, назначувани според партиски критериуми, поради што капацитетот на нивното дејствување е слаб. Неопходно е овие тела кадровски да се зајакнат со млади и образовани луѓе и со соодветни знаења од областа на нивното дејствување. Малите и средните претпријатија кои денес и во Македонија имаат преовладувачко учество во формирањето на БДП и во вработувањето во бизнис секторот треба да добијат посоодветна заштита од нелојалната конкуренција, посебно во секторите во кои големите фирми имаат доминантни позиции. Мислиме дека искуствата на Германија во оваа област (воведување на посебни амандмани во Законот против ограничувањето на конкуренцијата), анализирани во дисертацијата и споменати и претходно, можат да бидат интересни и корисни и за Република Македонија.

Она што може да биде интересно за дејствувањето на **стопанските комори** во Република Македонија, а преземено како искуство од Германија е: посветеноста на германските стопански комори на МСП – тие, себеси се гледаат како гласот на МСП и претставуваат место каде МСП можат да ги добијат сите, буквално сите, неопходни информации и совети за нивниот бизнис; нивната внатрешна организациона поставеност и начин на дејствување; нивната кадровска екипираност – во стопанските комори на Германија работат врвни професионалци, крајно компетентни и посветени на работата и широката лепеза на услуги кои коморите им ги пружаат на МСП. За да се подигне квалитетот на работа на коморите во Република Македонија, најпрвин е неопходно и во нашите комори да работат вистински професионалци. И овде важи правилото дека коморите треба да обрнат внимание на вработување на млади кадри, зошто ефектите од нивната работа брзо ќе ги надминат трошоците за плати. Стопанските комори во Р. Македонија треба да ја напуштат практиката за барање на субвенции, намалување на царини и други нарушувачки мерки и, според примерот на германските комори, да се

ангажираат во помагање на МСП преку богата консултантска активност и преку ангажирање за подобрување на бизнис климата – создавање на претприемнички амбиент.

Познато е дека **Македонската банка за поддршка на развојот (МБПР)** е основана по угледот на германската KfW Mittelstandbank, односно, слободно може да се каже дека таа претставува еден вид клонирање на KfW Mittelstandbank. МБПР може да одигра уште позначајна улога во поддршката на МСП и на претприемништвото во Република Македонија доколку:

Прво, Владата на Република Македонија го зголеми капиталот на Банката со пласирање на сопствени средства. Со тоа, ќе се зголеми и кредитната активност на Банката. Мислиме дека тоа не би биле залудно потрошени средства, бидејќи тие, ако добро се пласираат (со посредство на комерцијалните банки и делење на ризикот помеѓу комерцијалните банки и МБПР) ќе придонесат за развој на МСП, за вработување, за окрупнување на МСП итн. Тие претпријатија, подоцна ќе плаќаат даноци и овие средства на владата ќе ѝ се вратат. Ако се има предвид дека големи износи на средства од Буџетот на Република Македонија се трошат за најразлични непродуктивни цели, неколкукратното зголемување на сопствениот капитал на МБПР (во однос на основачкиот влог) може да претставува продуктивна инвестиција за македонската влада.

Второ, МБПР понатаму треба кадровски да зајакне – со нови вработувања на млади високообразовани кадри, со знаења од областа на финансиите и претприемништвото, кои би правеле опстојни анализи на бизнис плановите и билансите на кредитобарателите и со помош на кои би се зајакнала, по угледот на KfW Mittelstandbank, советодавната функција на МБПР којашто е многу значајна и драгоценa за претприемачите. Консултативната улога на МБПР може да се засили и со ангажирање на кадри надвор од Банката, при што Банката ќе ги покрива само трошоците за нивно ангажирање по потреба (без да ги вработува). На овој начин, претприемачите и претпријатијата можат да добијат квалитетни услуги по пониска и прифатлива цена.

Трето, во Македонија не постои ризичен капитал. Сугерираме, повторно според искуствата на KfW Mittelstandbank, во рамките на банката да се основа посебен

сектор за ризичен капитал кој ќе инвестира во купување акции и удели од МСП со добри програми и иновативни производи и услуги. На овој начин, Владата ќе го отвори и процесот на формирање на официјален ризичен капитал во Македонија.

Во нашата анализа детално е објаснета улогата на **Универзитетите** во поддршката и развојот на МСП и на претприемништвото во СР Германија. Еден од заклучоците е дека дипломираните студенти од сите профили (вклучувајќи и студенти од економија и бизнис) сè помалку можат да најдат вработување во големите корпорации, поради што тие нужно се упатени кон постојните МСП или кон основање на сопствена егзистенција – сопствени фирми. Ова силно ја зголеми потребата од вистинско претприемничко образование на Универзитетите. Со оглед на тоа што сличен тренд се јавува и во Република Македонија, големите претпријатија не креираат доволно работни места, јавната администрација е преполнета со кадри кои слабо се користат, а од друга страна МСП апсорбираат најголем дел од вработените во бизнис секторот, се поставува прашање, врз база на германското искуство, како македонските универзитети (државни и приватни) можат да дадат значаен придонес во стекнувањето не само на теоретски, туку и на практични знаења за МСП.

Прво, наставата од областа на претприемништвото на македонските универзитети е претежно теоретска. Ваквата практика треба да се промени преку конкретни мерки што ќе ги преземат универзитетите, т.е. нивните членки. Прво, оспособување на високообразовните институции да конкурираат и во рамките на универзитетот да имплементираат програми и проекти за поддршка на МСП и претприемништвото кои доаѓаат од ЕУ, од билатералната соработка со владите на развиените земји, од други меѓународни институции, од самите влади – централна и локални (тоа се активности кои во Германија се нарекуваат создавање на јавна инфраструктура за промоција на МСП); организирање на тренинзи на постојните и потенцијалните претприемачи; подучување (coaching), при што се следат поединци или групи од страна на стручни лица во одреден процес како, на пример, патот на осамостојување или имплементација на промени во претпријатието; давање на совети, на пример, за значајни теми, како што се правни или даночни прашања; давање

информации за релевантни теми околу основањето на нови претпријатија, при што универзитетите можат да дејствуваат заедно со бироата за вработување и стопанските комори; натпреварувања за изготвување на бизнис планови и слично.

Второ, создавање на мрежи за контакти, т.е. вмрежување на високообразовните институции со развиена претприемничка активност со други релевантни институции значајни за развој на претприемништвото – во Македонија, на пример, со АПП, со регионалните центри, со бизнис инкубаторите итн., со што се создаваат услови за засилен контакт со постојните и потенцијалните претприемачи, давање на различни информации и услуги итн.

Трето, формирање на инкубатори при универзитетите – во Република Македонија сеуште не постојат инкубатори во рамките на Универзитетите (освен start-up центарот при Машинскиот факултет во рамки на Универзитетот “Св. Кирил и Методиј”). Мислиме дека за почеток во рамките на универзитетите добро е да се оди на формирање на прединкубатори, како типично универзитетски организации. Нивна цел е поддршка, развој и доработка на претприемничката идеја пред основањето на фирмата, како и контакт со клиенти.

Четврто, водење на големи проекти или програми, по примерот на EXIST-програмата што ја финансираше Сојузната влада на Германија, а фактички ја имплементираа германските универзитети, со цел развивање на претприемничката култура внатре во високообразовните институции и тоа во бројни сегменти – настава, наука, практика, трансфер на технологија и сл, ефикасен трансфер на знаењата и инвенциите од високообразовните институции во МСП и зголемување на бројот на новоосновани иновативни претпријатија, т.е. креирање на нови и сигурни вработувања. Владата и во Република Македонија може, со релативно скромни финансиски средства, да организира вакви или слични проекти – извор на средства можат да бидат заштеди од Буџетот, преку кратење на непродуктивните трошоци.

Во поглед на развојот на **ризициот капитал во Република Македонија** сакаме да дадеме две сугестии:

Прво, во Република Македонија претприемачите и потенцијалните ризични капиталисти малку знаат за суштината на ризичниот капитал и начинот на негово работење. Тука може да помогне едукативната дејност којашто можат да ја организираат институциите (државни, приватни, високообразовни) кои имаат должност тоа да го прават (пример: АПП, Стопанските комори, МБПР, Регионалните центри, бизнис инкубаторите) и се разбира оние кои се компетентни за тоа – како на пример економските факултети.

Второ, Македонија мора и понатаму да ја подобрува бизнис климата, посебно во делот на привлекување на странски капитал во економијата – добра заштита на сопственичките права, борба против корупцијата, воведување поволна даночна регулатива за ризичниот капитал, развој на берзата и сл., за да привлече ризичен капитал од странски извори.

Трето, самата држава (влада) во почетокот треба да го “скрши мразот“ со формирање на официјален ризичен фонд при Македонската банка за поддршка на развојот, по примерот на германската KfW банка за мали и средни претпријатија. И искуствата на земјите за транзиција (Русија, Полска и др.) покажуваат дека првите ризични фондови настанале од т.н. Enterprise Funds кои се формираа со државен капитал и привлекување на странски капитал, а со основна цел да го спроведат процесот на приватизација и реструктурирање на големите државни социјалистички претпријатија.

Субконтракторството во Македонија нема традиција – освен ако лон-работите во текстилот се сметаат за облик на субконтракторство. За да постои субконтракторство, потребно е да постојат големи претпријатија во сектори кои се поволни за оваа дејност – автомобилска индустрија, машинска, металопреработувачка и др. Интересот за субконтракторство треба да дојде од самите фирми – големи и мали, бидејќи од субконтракторството корист имаат сите: малите фирми си обезбедуваат сигурен пазар, големите си обезбедуваат квалитетни и ефтини производители на резервни делови, склопови и сл, а државата добива нови работни места. Во оваа смисла, мислиме дека две мерки можат да бидат корисни за Република Македонија:

Прво, изгледа дека стопанските комори се вистинското место од каде што може да се поттикнат субконтракторството во Република Македонија преку промоција

за нивните користи за фирмите, преку формирање на Здружение на потенцијални субконтрактори и посебна мрежа, со интернет страница, каде што ќе бидат наведени можностите и интересот на МСП да учествуваат во овој процес.

Второ, Владата, преку политиките за промоција на можностите за инвестирање во македонската економија треба јасно да даде до знаење дека преферира странски инвеститори кои во работењето ќе ангажираат домашни МСП како кооперанти и за тоа да воведат посебни олеснувања и привилегии за странските инвеститори.

KORISTENA LITERATURA

Acs, Z., 2008. *Entrepreneurship, Growth and Public Policy*. Cheltenham: Edward Elgar.

Adelshauer, W., 1997. „Die Stabilisierung Westeuropas.“ In: H. Holzamer & M. Hoch, *Der Marshall-Plan: Geschichte und Zukunft*. Landsberg am Lech: SZ - Aktuell, pp. 58-63.

Adizes, I., 2004. *Managing corporate lifecycles*. Santa Barbara: The Adizes Institute Publishing.

Albach, H. & Dahremöller, A., 1986. *Der Beitrag des Mittelstandes bei der Lösung von Beschäftigungsproblemen in der Bundesrepublik Deutschland - ifm-Materialien Nr. 40*. Bonn: Institut für Mittelstandsforschung.

Altmann, G., 2004. *Aktive Arbeitsmarktpolitik*. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag.

Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, 2011. *Jahresmittelstandsbericht 2011 - Aufschwung sichern: Mittelstand stärken*. Berlin: Arbeitsgemeinschaft Mittelstand.

Bateman, M., Fiti, T., Futo, P. & Usenik, H., 2002. „The local financial system and sustainable SME development in South-East Europe - Lessons from Hungary, Macedonia and Slovenia.“ In: W. Bartlett, M. Bateman & M. Vehovec, *Small enterprise development in South-East Europe - Policies for Sustainable Growth*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. 83-126.

Baumol, W., 2011. „Economics and entrepreneurship.“ In: *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Northampton: Edward Elgar Publishing, pp. 53-61.

BEEPS, 2011. *BEEPS Report 2005-2010*. s.l.:s.n.

Blumenberg-Lampe, C., 1973. *Das wirtschaftspolitische Programm der ‚Freiburger Kreise‘: Entwurf einer freiheitlich-sozialen Nachkriegswirtschaft - Nationalökonomien gegen den Nationalsozialismus*. Berlin: Duncker & Humblot.

Blum, U. & Leibbrand, F., 2001. *Entrepreneurship und Unternehmertum*. Wiesbaden: Gabler.

Böhm, F., 1958. „Die Bedeutung des Mittelstandes und die Ursachen seiner Gefährdung.“ In: *Der mittelständische Unternehmer in der sozialen Marktwirtschaft*. Ludwigsburg: Martin Hoch Verlag, pp. 9-20.

Brandt, M., Herrmann, B. & Sabathil, M., 1991. *Förderhilfen für die neuen Bundesländer*. 2. Auflage, Heidelberg: Economica Verlag.

Braun, R., 2006. *Erkennung unternehmerischer Chancen: Ein multidisziplinärer Ansatz aus der Entrepreneurship-Forschung*. Hamburg: Verlag Dr. Kovac.

Brixy, U., 2010. „Was wird aus ‚werdenden‘ Gründern?“ In: *Global Entrepreneurship Monitor - Länderbericht Deutschland 2009*. Hannover/Nürnberg: Global Entrepreneurship Research Association.

Brixy, U., 2011. „Gründungsaktivitäten und -einstellungen von Menschen mit Migrationshintergrund.“ In: L. U. H. & I. f. A. u. B. Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, *Global Entrepreneurship Monitor - Länderbericht Deutschland 2010*. Hannover / Nürnberg: Global Entrepreneurship Research Association, pp. 27-32.

Brixy, U., Hessels, J. & Hundt, C., 2009. „Vergleich zwischen Deutschland und den Niederlanden.“ In: L. U. H. & I. f. A. u. B. Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, *Global Entrepreneurship Monitor - Länderbericht Deutschland 2008*. Hannover / Nürnberg: Global Entrepreneurship Research Association, pp. 24-32.

Buchheim, C., 1997. „Die Pistolenkraft der Marshall-Dollars.“ In: H. Holzamer & M. Hoch, *Der Marshall-Plan: Geschichte und Zukunft*. Landsberg am Lech: SZ - Aktuell, pp. 64-67.

Callegati, E., Grandi, S. & Napier, G., 2005. *Business Incubation and Venture Capital: An International Survey on Synergies and Challenges*. Malmö / Roma: PIstituto per la Promozione Industriale & International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development.

Casson, M., 2010. *Entrepreneurship: Theory, Networks, History*. Cheltenham: Edward Elgar.

Commun, P., 2004. *Erhards Bekehrung zum Ordoliberalismus: Die grundlegende Bedeutung des wirtschaftspolitischen Diskurses in Umbruchzeiten*. Freiburg: Walter Eucken Institut.

Cuervo, Á., Ribeiro, D. & Roig, S., 2007. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Berlin: Springer, Bancaja.

De, D., 2005. *Entrepreneurship - Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen*. München: Pearson Studium.

Dichtl, E. et al., 1981. *Die Wirksamkeit staatlicher Mittelstandsförderung im Einzelhandel*. Berlin: Duncker & Humboldt.

Dietzfelbinger, D., 1998. *Soziale Marktwirtschaft als Wirtschaftsstil. Alfred Müller-Armacks Lebenswerk*. Gütersloh: Chr. Kaiser.

EBRD, 2006. *Transition Report 2006*. London: EBRD.

Edited by: Léo-Paul Dana, Isabell M. Welpé, Mary Han and Vanessa Ratten, 2008. *Handbook of Research on European Business and Entrepreneurship: Towards a Theory of Internationalization*. Cheltenham: Edward Elgar.

Edited by: Léo-Paul Dana, 2011. *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.

EIM Business & Policy Research and Ikei Research and Consultancy, 2009. *EU SMEs and subcontracting - Final report*. Zoetermeer: s.n.

Erhard, L., 1958. „Mittelstandspolitik.“ In: *Der mittelständische Unternehmer in der sozialen Marktwirtschaft*. Ludwigsburg: Martin Hoch Verlag, pp. 51-61.

Erhard, L., 1958. *Wohlstand für alle*. Düsseldorf: Econ.

Erhard, L. & Müller-Armack, A., 1972. *Soziale Marktwirtschaft*. Berlin: Ullstein.

Ernst Kamp, M., 1979. *Mittelstandsförderungsgesetze und Mittelstandsförderung*. Bonn: Institut für Mittelstandsforschung.

Eucken, W., 1990. *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*. Tübingen: Mohr Siebeck.

Eucken, W., 2000. *Ordnungspolitik*. Frankfurt am Main: Lit.

Fallgatter, M., 2002. *Theorie des Entrepreneurship - Perspektiven zur Erforschung der Entstehung und Entwicklung junger Unternehmungen*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Fast, S., 2007. *Öffentliche Förderprogramme zur Pre-Seed- und Seed-Finanzierung von IuK-Unternehmen*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

Fischer, H. G., 1959. *Kreditgarantiegemeinschaften*. München: s.n.

Fiti, T., 2009. „Le financement des petites et moyennes entreprises dans les pays en transition (sud-est européen).“ In: A. I. d. d. S. Européen, *Revue*. Bucarest: Editura Enciclopedica, pp. 523-531.

Fiti, T., Filipovski, V. & Hadzi Vasileva - Markovska, V., 2011. „Microfinance in Macedonia.“ In: *Confronting Microfinance - Undermining sustainable development*. Sterling, USA: Kumarian Press, pp. 153-174.

Freiling, J., 2006. *Research on Entrepreneurship Development in Germany: What are the lessons for Developing Countries?* Bremen: Universität Bremen, Published by: Andreas Knorr, Alfons Lemper, Axel Sell, Karl Wohlmuth.

Fueglistaller, U., Müller, C. & Volery, T., 2004. *Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. 1. Auflage, Wiesbaden: Gabler.

Fueglistaller, U., Müller, C. & Volery, T., 2008. *Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Gabler.

Gemünden, G., Salomo, S. & Müller, T., 2005. *Entrepreneurial Excellence: Unternehmertum, unternehmerische Kompetenz und Wachstum junger Unternehmen*. Wiesbaden: Gabler Edition Wissenschaft.

Goldschmidt, N. & Wohlgemuth, M., 2007. *Grundtexte zur Freiburger Tradition der Ordnungsökonomik*. Freiburg: Walter Eucken Institut.

Habschick, M., Evers, J., Jung, M. & Evers&Jung, 2003. *Finanzierung im Kleinen: Praxishandbuch zur Entwicklung kreativer Mittelstandsförderungsinstrumente*. Norderstedt: Evers&Jung.

- Happe, F., 1979. „Mittelstandspolitik im Rahmen der Sozialen Marktwirtschaft.“ In: F. B. Institut für Mittelstandsforschung, *Perspektiven der Mittelstandspolitik und Mittelstandsforschung*. Göttingen: Otto Schwartz & Co., pp. 33-47.
- Hardach, G., 1994. *Der Marshall-Plan - Auslandshilfe und Wiederaufbau in Westdeutschland 1948-1952*. München: dtv wissenschaft.
- Hardach, G., 1997. „Scharnier zum Wirtschaftswunder.“ In: H. Holzamer & M. Hoch, *Der Marshall-Plan: Geschichte und Zukunft*. Landsberg am Lech: SZ - Aktuell, pp. 72-74.
- Haselbach, D., 1991. *Autoritärer Liberalismus und Soziale Marktwirtschaft - Gesellschaft und Politik im Ordoliberalismus*. Baden-Baden: Nomos.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. & Shepherd, D. A., 2005. *Entrepreneurship*. 6th Edition, Boston: Mc Graw-Hill/Irwin.
- Hisrich, R. & Peters, M., 1998. *Entrepreneurship*. 4th edition, Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Horst, H. M., 2002. *Förderung des Mittelstands in den neuen Bundesländern*. Krefeld: Sinus-Verlag.
- Jacobsen, L. K., 2006. *Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensgründung: Entrepreneurship in Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Gabler Edition Wissenschaft.
- James, H., 2002. „Unternehmertum im Nachkriegsdeutschland - Eine kritische Analyse.“ In: N. Schweickart, *Unternehmertum am Beginn des 21. Jahrhunderts*. München: Piper, pp. 15-28.
- Klandt, H., Koch, L. T., Schmude, J. & Knaup, U., 2008. *FGF-Report 2008: Entrepreneurship-Professuren an deutschsprachigen Hochschulen: Ausrichtung, Organisation und Vernetzung*. Bonn: FGF - Förderkreis Gründungs-Forschung e.V..
- Klein-Blenkers, P. D. F., 1979. *Die mittelständische Wirtschaft - heute - Probleme und Lösungsansätze* -. Göttingen: Otto Schwartz & Co..
- Koch, L. T., 2002. *Theory and Practice of Entrepreneurship Education: A German View*. Wuppertal: Bergische Universität, Gesamthochschule Wuppertal.

- Koop, M. J. & Maurer, K., 2006. *Mittelstandsfinanzierung in Deutschland: Finanzierungskonzepte im Zeitalter von Basel II*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Krämer, W., 2003. *Mittelstandsökonomik*. München: Verlag Vahlen.
- Langen, W., 1978. *Unternehmensgrößenbezogene Wirtschaftspolitik in der Bundesrepublik Deutschland*. Göttingen: Otto Schwartz & Co..
- Lang, J., 1958. „Das mittelständische Kreditproblem.“ In: *Der mittelständische Unternehmer in der sozialen Marktwirtschaft*. Ludwigsburg: Martin Hoch Verlag, pp. 32-42.
- Mason, C. M., 2005. *Informal Sources of Venture Finance*. Glasgow: Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde.
- Moog, P., 2005. *Good Practice in der Entrepreneurship-Ausbildung - Versuch eines internationalen Vergleichs*. Bonn: FGF - Förderkreis Gründugs-Forschung e.V..
- Müller-Armack, A., 1971. *Auf dem Weg nach Europa: Erinnerungen und Ausblicke*. Stuttgart: CE Poeschel.
- Nerdinger, F., 1999. „Perspektiven der Erforschung des Unternehmertums.“ In: L. von Rosenstiel & T. Lang-von Wins, *Existenzgründung und Unternehmertum*. Stuttgart: Schäfer Poeschel, pp. 3-21.
- Oelke, T., 2008. *Mittelstandsfinanzierung im gesellschafts- und kapitalmarktrechtlichen Wandel*. Baden-Baden: Nomos.
- Pechlaner, H., Hinterhuber, H. H., von Holzschuher, W. & Hammann, E.-M., 2007. *Unternehmertum und Ausgründung*. Wiesbaden: Gabler Edition Wissenschaft.
- Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main, 2007. *Technologie- und Gründerzentren FrankfurtRheinMain*. Frankfurt am Main: Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main.
- Röhl, K.-H., 2005. *Mittelstandspolitik- Eine wirtschaftspolitische Agenda zur Stärkung mittelständischer Unternehmen*. Köln: Deutscher Instituts-Verlag.

S Finanzgruppe, 2008. *Fair. Menschlich. Nah. - Leitlinien der Sparkassen für eine nachhaltige Geschäftspolitik im Interesse der Kunden und der örtlichen Gemeinschaft*. Berlin: Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV).

Samuelson, P. & Nordhaus, W., 1992. *Ekonomija, Cetnaesto izdanje*. Zagreb: MATE.

Sanders, H. M., 2002. *Mittelstandsförderung und Beschäftigung: Zur Wirkung von Finanzierungs- und Investitionshilfen auf die Beschäftigung in Kleinunternehmen des Handwerks*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Sauerland, P. D. D., 2008. *Ordnungstheorie und Ordnungspolitik - Die Ordnungstheorie der Freiburger Schule*. Lahr: Wissenschaftliche Hochschule Lahr.

Schefold, B., Schlecht, O. & Watrin, C., 1999. *Alfred Müller-Armacks „Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft“*. Düsseldorf: Verlag Wirtschaft und Finanzen, Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH.

Schmölders, G., 1958. „Steuerpolitik und Mittelstand.“ In: *Der mittelständische Unternehmer in der sozialen Marktwirtschaft*. Ludwigsburg: Martin Hoch Verlag, pp. 43-50.

Schöning, S., Ott, I., Richter, J. & Nissen, D., 2004. *Mittelstandsforschung: Beiträge zu Strategien, Finanzen und zur Besteuerung von KMU*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Smolinski, D., 1979. „Gewerblicher Mittelstand und selektive Innovationspolitik - Anmerkungen zur staatlichen Steuerung des technischen Fortschritts.“ In: F. B. Institut für Mittelstandsforschung, *Perspektiven der Mittelstandspolitik und Mittelstandsforschung*. Göttingen: Otto Schwartz & Co., pp. 118-133.

Sternberg, R. & Bergmann, H., 2003. *Global Entrepreneurship Monitor - Länderbericht Deutschland 2002*. Köln: Global Entrepreneurship Research Association.

Sternberg, R., Brixy, U. & Hundt, C., 2007. *Global Entrepreneurship Monitor - Länderbericht Deutschland 2006*. Hannover / Nürnberg: Global Entrepreneurship Research Association.

Streit, M. E. & Kasper, W., 1995. „Das institutionelle Fundament von Freiheit und Wohlstand - Lektionen der "Freiburger Schule".“ In: M. Streit, *Freiburger Beiträge zur Ordnungsökonomik*. Tübingen: Mohr Siebeck.

Thust, A., 2008. *Die Idee des Entrepreneurship und ihre Umsetzung in der Betriebswirtschaftslehre an deutschen Hochschulen, 2. korrigierte Auflage*. Frankfurt am Main: Fachhochschule Frankfurt am Main, University of Applied Sciences.

Volkman, C. K. & Tokarski, K. O., 2006. *Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen*. Stuttgart: Lucius & Lucius.

von Beauvais, E., 1979. „Mittelstandspolitik - Ein wichtiges Element der Wirtschaftspolitik.“ In: F. B. Institut für Mittelstandsforschung, *Perspektiven der Mittelstandspolitik und Mittelstandsforschung*. Göttingen: Otto Schwartz & Co., pp. 1-13.

Waschbusch, D. G. & Staub, N., 2008. *Staatliche Förderprogramme in der Mittelstandsfinanzierung - Theoretische Grundlagen und praktische Gestaltungshinweise insb. für saarländische Unternehmen*. Saarbrücken: Dr. Heinz Kußmaul.

Welter, F., Kolb, S. & Althoff, K., 2007. *Involuntary Entrepreneurship in Germany*. Siegen: Pro KMU.

Willems, H., 2003. *Die Förderung des Mittelstandes*. Köln: Carl Heymann Verlag KG.

Wolf, B., 2007. *Einflussfaktoren der Finanzierung junger Unternehmen*. Lohmar: EUL Verlag.

World Bank, 2011. *World Development Indicators 2011*. Washington D.C.: World Bank.

Арсов, С., 2008. *Финансиски менаџмент*. Скопје: Економски факултет - Скопје.

Барон, Р. & Шејн, С., 2005. *Претприемништво: Процес со перспектива*. 1 изд. Скопје: Влада на РМ (превод).

Беј, М., 2009. *Економија на менаџментот и бизнис стратегијата*. 6 изд. Скопје: Влада на РМ (превод).

Државен завод за статистика на РМ, 2011. *Македонија во бројки 2011*. Скопје: Државен завод за статистика на РМ.

Петковски, М., 2009. *Финансиски пазари и институции*. 2 изд. Скопје: Економски факултет - Скопје.

Стојков, М., 2008. *Развој на економската мисла*. Скопје: Економски факултет - Скопје.

Трпески, Љ., 2003. *Пари и банкарство*. 2 изд. Скопје: Economy Press.

Узунов, Н., 1995. *Трансформација на економските системи: запад - исток - југ*. Скопје: Детска радост.

Фити, Т., 1992. *Современите пазарни стопанства*. Скопје: НИП Магазин 21 - Скопје и Економски факултет.

Фити, Т., 2006. *Економија*. Скопје: Економски Факултет - Скопје.

Фити, Т., 2008. „Научно-технолошкиот прогрес и економскиот растеж на македонската економија.“, во: *Расправи книга 1 - Развитокот на науките, културата и уметностите како европска перспектива на Република Македонија*. Скопје: МАНУ, стр. 27-32.

Фити, Т., 2008. *Новата микроекономија и државната регулација*. Скопје: МАНУ.

Фити, Т., 2011. „Теоретските фундаменти на претприемништвото.“, во: *Годишник на Економскиот факултет - Скопје, ТОМ 46 С.* Скопје: Економски факултет - Скопје, стр. 267-286.

Фити, Т., Хаџи Василева - Марковска, В. & Бејтмен, М., 2007. *Претприемништво*. Скопје: Економски факултет Скопје.

Центар за развој на нови бизниси, ред: Радмил Поленаковиќ, 2007. *Како до сопствен бизнис*. Скопје: Универзитет Св. Кирил и Методиј - Центар за развој на нови бизниси.

Шуклев, Б., 2009. *Менаџмент*. 6 изд. Скопје: Економски факултет - Скопје.

Шуклев, Б., 2011. *Менаџмент на малиот бизнис*. 5 изд. Скопје: Економски факултет - Скопје.

КОРИСТЕНИ ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦИ

<http://www.enzyklo.de/Begriff/Gegenwertmittel>

<http://ifm-bonn.org/index.php?id=580>

<http://ifm-bonn.org/index.php?id=1045>

<http://ifm-bonn.org/index.php?id=609>

<http://ifm-bonn.org/index.php?id=930>

<http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/NUI-Regionenranking-2009.pdf>

<http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=99>

<http://www.gemconsortium.org/>

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/erfolgsmotor-agenda-die-neuen-freunde-des-gerhard-schroeder-1.1017047>

<http://www.mef.gub.uy/competencia/documentos/cap1.pdf>

<http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/bundeskartellamt/BundeskartellamtW3DnavidW262.php>

http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/bundeskartellamt/Bundeskartellamt_1.php

http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/bundeskartellamt/Bundeskartellamt_3.php

<http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/Kartellverbot/kartellverbotW3DnavidW2632.php>

<http://www.automobil-produktion.de/2010/04/renault-nissan-daimler-kooperation-vereinbart/>

<http://www.pressebox.de/presse-meldungen/verlagsgruppe-handelsblatt-gmbh-wirtschaftswoche/boxid/169620>

<http://ahk.de/ueber-ahk/ahk-partner-in-deutschland/>

<http://www.dihk.de/>

<http://www.dihk.de/inhalt/ihk/adressen.pdf>

<http://ahk.de/ahk-standorte/>)

<http://www.dihk.de/inhalt/ihk/adressen.pdf>

<http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=89>

http://www.itb-hessen.de/kooperationen/ttn_hessen/index.html

[http://www.ihk-](http://www.ihk-
frankfurt.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/definition_unternehmen/index.html;)

[frankfurt.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/definition_unternehmen/index.html;](http://www.ihk-frankfurt.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/)

<http://www.ihk-frankfurt.de/standortpolitik/mittelstandspolitik/>

http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/index.jsp

[http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Download_Center/Die_Bank/KfW-](http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Download_Center/Die_Bank/KfW-Gesetz_und_Satzung/KfW_Gesetz_D.pdf)
[Gesetz und Satzung/KfW Gesetz D.pdf](http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Download_Center/Die_Bank/KfW-Gesetz_und_Satzung/KfW_Gesetz_D.pdf)

[http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-
Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf)
[Dateien Praesentationen/PDF-](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf)

[Dokumente 2010/KfW Foerderzahlen per 31122010.pdf](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf)

http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Aufgaben/index.jsp

[http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-
Konzern/Medien/Aktuelles/News/2010/Dezember_2010/Meldung_2.jsp)

[Konzern/Medien/Aktuelles/News/2010/Dezember 2010/Meldung 2.jsp](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Aktuelles/News/2010/Dezember_2010/Meldung_2.jsp)

[http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Die_70er_Jahre -](http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Die_70er_Jahre_-_Neuorientierung_auf_die_Foerderung_im_Inland.jsp)
[Neuorientierung auf die Foerderung im Inland.jsp](http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Die_70er_Jahre_-_Neuorientierung_auf_die_Foerderung_im_Inland.jsp)

[http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Themenschwerpunkte/M](http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Themenschwerpunkte/Mittelstandsfoerderung.jsp)
[ittelstandsfoerderung.jsp](http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Themenschwerpunkte/Mittelstandsfoerderung.jsp)

[http://www.kfw-mittelstandsbank.de/DE_Home/KfW Mittelstandsbank/index.jsp](http://www.kfw-mittelstandsbank.de/DE_Home/KfW_Mittelstandsbank/index.jsp)

[http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-
Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf)
[Dateien Praesentationen/PDF-](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf)

[Dokumente 2010/KfW Foerderzahlen per 31122010.pdf](http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf)

[http://www.dir-info.de/nachrichten/finanzen/die-kfw-verbessert-das-sonderprogramm-](http://www.dir-info.de/nachrichten/finanzen/die-kfw-verbessert-das-sonderprogramm-fur-den-mittelstand-2010316)
[fur-den-mittelstand-2010316](http://www.dir-info.de/nachrichten/finanzen/die-kfw-verbessert-das-sonderprogramm-fur-den-mittelstand-2010316)

http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Aktuelles/News/2010/Januar_2010/Verbesserungen_im_KfW_Sonderprogramm.jsp

http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/KfW-Infodienst/Archiv/So_kommen_Unternehmen_an_frisches_Geld/KfW-Sonderprogramm_hilft_Firmen_in_der_Krise.jsp

http://www.kfw.de/kfw/de/KfW-Konzern/Medien/Material_fuer_die_Presse/PDF-Dateien_Praesentationen/PDF-Dokumente_2010/KfW_Foerderzahlen_per_31122010.pdf

http://www.kfw.de/DE_Home/Service/Foerderprogramme_auf_einen_Blick/Foerderangebot_fuer_gewerbliche_Unternehmen.jsp

http://www.kfw.de/DE_Home/Die_Bank/Unsere_Geschichte/Themenschwerpunkte/Marshallplan_und_ERP.jsp

<https://www.kfw-formularsammlung.de/Konditionenanzeiger/Net/KonditionenAnzeiger?ProgrammNameNr=61%2081%2083%2082%2084%2085%2087%2088%2037%2047%2062%2072%2058%2054%2064%2055%20180%20181%20182%20183%20184%20185%20190%20191%20192%20193%20194%20195%2094%20100%20104%2099%20237%20238%20247%20248%20270%20271%20272%20281%20282%2020%2025%2026%20225%20226%20230%20128%20229>

http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_01?OpenPage

http://www.bvr.de/p.nsf/bvr_03_05_print_02?OpenPage

<http://www.bvr.de/p.nsf/index.html?ReadForm&main=4&sub=20>

<http://www.dsgv.de/de/fakten-und-positionen/dsgv-positionen/leitlinien.html>

<http://www.dsgv.de/de/ueber-uns/dsgv-portraet/dsgv-aufgaben-und-ziele.html>

<http://www.dsgv.de/de/fakten-und-positionen/daten-und-fakten/index.html>

<http://www.dsgv.de/de/sparkassen-finanzgruppe/organisation/index.html>

<http://www.exist.de/>

http://www.arbeitsagentur.de/nn_25356/zentraler-Content/A06-Schaffung/A065-Existenzgruender/Allgemein/Foerderung-der-Aufnahme-einer-selbststae.html

<http://www.bfz-ev.de/index.php?id=52>

<http://www.xing.com>

<http://www.business-angels.de/>

<http://www.holtzbrinck-ventures.com/index.php?de>

http://www.holtzbrinck-ventures.com/index.php?zahlen_und_fakten

<http://de.statista.com/statistik/faktenbuch/300/a/brancheindustriemarkt/sonstige/zulieferindustrie/>

<http://www.argez.de/downloads/kategorie.asp?kat=18>

http://www.amz-sachsen.de/de/lieferantenportal_carnet/

<http://www.leipzig.de/de/business/wistrategie/cauto/>

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm