



РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје
Економски факултет - Скопје

ДОКТОРСКИ ТРУД

**ШИРЕЊЕ НА ПРЕТПРИЕМНИЧКА
КУЛТУРА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
КАКО ЗНАЧАЕН ФАКТОР ЗА
ПРИЛАГОДУВАЊЕ НА ЗЕМЈАТА КОН
ЕВРОПСКИТЕ СТАНДАРДИ**

Ментор:
Академик Таки Фити

Кандидат:
М-р Снежана Какуринова

Скопје, ноември 2015



REPUBLIC OF MACEDONIA
Ss. Cyril and Methodius University - Skopje
Faculty of Economics - Skopje

DOCTORAL DISSERTATION

**DISSEMINATION OF ENTREPRENEURIAL
CULTURE IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA
- SIGNIFICANT FACTOR FOR ADOPTING TO
EUROPEAN STANDARDS**

Mentor:
Academician Taki Fiti

Candidate:
M.Sc. Snezana Kakurinova

Skopje, November 2015

ЧЛЕНОВИ НА КОМИСИЈАТА :

1. Академик Таки Фити
2. Проф. д-р Бобек Шуклев
3. Проф. д-р Димитар Бојациоски
4. Проф. д-р Љубомир Дракулевски
5. Проф. д-р Ристо Христов

СОДРЖИНА

АПСТРАКТ.....	1
ABSTRACT	2
ВОВЕД	3
1. Актуелност на проблематиката	3
2. Структура на трудот	5
3. Предмет, цели и задачи на истражувањето	8
4. Методолошка рамка на истражувањето	8
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТСКИ ФУНДАМЕНТИ НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО - НОВ ФАКТОР НА ПРОИЗВОДСТВО	10
1.1. Претприемништвото како развоен фактор - изворите на неговата моќ	11
1.2. Претприемничка култура - нова култура на живеење	26
1.3. Претприемничко учење - услов за раст и напредок	31
1.4. Претприемнички капитал - способност за преземање претприемнички активности и оптимизирање на можностите	35
1.5. Претприемничкото општество, иновациите и економскиот развој	38
ГЛАВА 2. ГЛОБАЛНО ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОПШТЕСТВО	45
2.1. Претприемништвото во МСП, во големите претпријатија, во единиците на локалната самоуправа и во невладиниот сектор	46
2.1.1. Претприемништвото во малите и средни претпријатија	46
2.1.2. Претприемништвото во големите претпријатија	48
2.1.3. Претприемништвото во локалната самоуправа	49
2.1.4. Претприемништвото во невладиниот сектор	51
2.2. Значењето на претприемничкиот амбиент	55
2.3. Разлики меѓу претприемничките активности кај економиите водени од расположиви фактори на производство, ефикасност и иновации	59
2.3.1. Петнаесет години анализа на претприемништвото на глобално ниво	59
2.3.2. Глобално гледање на претприемништвото во 2013 година	61
2.3.2.1. Претприемнички ставови и перцепции	61
2.3.2.2. Претприемнички активности	63
2.3.2.3. Претприемнички аспирации	69
2.3.2.4. Рамковни претприемнички индикатори	71
2.3.2.5. Претприемништво и благосостојба	72
2.4. Нови обиди за дефинирање на претприемништвото на глобално ниво	77
2.4.1. Глобално претприемништво	77
2.4.2. Глобалното претприемништво, среќата и етиката ..	80
2.5. Претприемничкото образование и обука	84

ГЛАВА 3. ЕВРОПСКО ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОПШТЕСТВО	88
3.1. Претприемништвото во Европа	89
3.1.1. Лисабонска стратегија (агенда)	90
3.1.2. Европска повелба за МСП	94
3.2. Осло агенда за претприемничко образование	97
3.2.1. Развој на политиките	98
3.2.2. Поддршка на образовните институции	99
3.2.3. Поддршка на наставниците и едукаторите	100
3.2.4. Претприемнички активности во училиштата и високото образование	100
3.2.5. Градење врски / отворање на образованието кон надворешниот свет	101
3.2.6. Комуникациски активности	102
3.3. Акт за мали бизниси и други политики за поддршка на МСП	103
3.3.1. Десет нови принципи за развој на претприемничката свест меѓу младите луѓе	103
3.3.2. Сет од нови предлози за подобрување на легислативата	104
3.3.3. Сет од нови политики кои ќе ги имплементираат 10-те принципи во согласност со потребите на МСП, како на ниво на заедницата, така и на ниво на земјите членки	105
3.3.4. Индекс за политиките на МСП	115
3.3.5. Претприемништво 2020 - Акциски план	119
3.3.6. Зелен акциски план за МСП	120
3.4. Европски фондови за поддршка на претприемништвото	122
3.5. Европската претприемничка култура vis a vis САД	125
3.5.1. Стратегија Европа 2020	127
3.5.2. Со економски раст до борба против невработеноста и сиромаштијата	128
ГЛАВА 4. ЧЕКОРИТЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА НА ПАТОТ КОН ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОПШТЕСТВО	132
4.1. Развој на претприемничка култура на нацијата како почитуван концепт во сите сфери на живеење	133
4.1.1. Подобрување на имиџот претприемач	139
4.1.2. Подигање на јавната свест	140
4.1.3. Рушење на постоечките бариери	141
4.1.4. Создавање погодна претприемничка клима	142
4.2. Креирање Национална стратегија за претприемничко учење	149
4.2.1. Визија, мисија и основни цели	152
4.2.2. Клучни партнери и одговорности	153
4.2.3. Предизвици	154
4.2.4. Приоритетни области и дополнителни двигатели	155
4.2.5. Мерење на резултатите од претприемничкото учење	158

4.3.	Промовирање на претприемничкото учење на регионално ниво	159
4.3.1.	Претприемничкото учење во регионот според Европската повелба за МСП 2007 и Индексот за политиките на МСП од 2012	159
4.3.2.	Центар за претприемничко учење во Југоисточна Европа	162
4.3.3.	Македонија и претприемничкото учење во Југо-Источна Европа	164
4.4.	Креирање мрежа на претприемнички едукатори и нивна мобилност	165
4.4.1.	Претприемнички едукатори	166
4.4.2.	Обука на претприемничките едукатори	167
4.4.3.	Национална мрежа на едукатори за претприемаштво на РМ	169
4.5.	Дисеминација на претприемничкото учење	170
4.5.1.	Развој на нови наставни програми	171
4.5.2.	Иницирање на конкретни проекти	172
4.5.3.	Развој на современи наставни методи	173
4.5.4.	Проучување на примери на добра практика	174
4.5.5.	Учење по пат на менторство и студии на случаи	178
4.6.	Искористување на европските фондови кои го поддржуваат претприемничкото учење	180
4.6.1.	Програма за доживотно учење и ЕРАЗМУС+	180
4.6.2.	Европски социјален фонд	182
4.6.3.	Политика за кохезија	183
4.7.	Истражување и развој - виза за опстанок	184
4.8.	Стандарди за квалитет, сертификација и оцена на состојбата и влијанието на програмите и активностите за претприемничкото образование	193
4.8.1.	Анкета за оцена на состојбата со претприемнички знаења и вештини	193
4.8.2.	Стандарди за квалитет и сертификација	204
4.8.3.	Оценка на влијанието на претприемничко учење	208
	ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА И ПРЕПОРАКИ	212
	КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	222

АПСТРАКТ

Предмет на истражување на овој докторски труд е претприемничката култура. Кога зборуваме за претприемничка култура мислиме на економската култура на определена земја, во која главни детерминанти се: економскиот динамизам, иновациите, капацитетот за иновирање и успешно комерцијализирање, сопствената иницијатива и креативност, претприемничкото учење, економскиот претприемнички капитал и високата претприемничка свест.

Во овој докторски труд е направена опсежна анализа на глобалните претприемнички текови во светот и споредување на искуствата за развој на претприемничката култура во различни земји, а посебно во високоразвиените земји, со особен акцент на Соединетите Американски Држави и земјите во Европската унија. Исто така, направено е сопствено истражување за согледување на степенот на претприемничка култура кај нас и за потребата од претприемничко учење.

Резултатите од направената анализа и сопственото истражување покажаа дека токму претприемничката култура е она што ја прави една нација претприемничка, односно она што во економската литература се перцепира како претприемничко општество. Процесот на развој на претприемничката култура во Република Македонија е започнат, но за побрзо приспособување на нашата земја кон европските стандарди е неопходно тој процес да се одвива со побрзо темпо и на повеќе нивоа истовремено.

Затоа нашите насоки и препораки се во правец на преземање истовремени, паралелни напори на три нивоа: *на ниво на окружување* - преку постојано подобрување на претприемничката клима и економскиот претприемнички капитал, како и подигање на јавната свест; *на ниво на организација* - преку зголемување на капацитетот за иновирање и способноста за комерцијализирање на иновациите кај МСП; и *на ниво на индивидуа* - преку подобрување на претприемничките знаења и вештини на поединецот со дисеминација на претприемничкото учење на сите нивоа во општеството.

Клучни зборови: претприемништво, претприемничка култура, претприемничко општество, претприемнички капитал, претприемничко учење.

ABSTRACT

The subject of research of this doctorate dissertation is the *entrepreneurial culture*. When we speak about entrepreneurial culture, we actually talk about the economic culture of certain country, whose main determinants are: economic dynamism, innovations, the capacity for innovation and successful commercialization, personal initiative and creativity, entrepreneurial learning, economic entrepreneurial capacity and high entrepreneurial awareness.

The present doctoral dissertation focuses on an overall analysis of the global entrepreneurial flow in the world, and draws parallels between the experiences of developing entrepreneurial culture in various, especially high-developed countries, with special emphasis on the USA and EU countries. Moreover, private research was done in order to establish the level of entrepreneurial culture in our country and the need for entrepreneurial learning.

The results from the analysis and the private research only confirmed that the entrepreneurial culture is what makes one nation entrepreneurial, or what in the economy literature is perceived as entrepreneurial society. The research shows that the process of entrepreneurial culture dissemination in the Republic of Macedonia has already started, but for the purpose of faster adjustment of our country to the European standards, this process needs to move at a faster pace and on several levels at the same time.

That is why, our guidelines and recommendations are directed towards undertaking simultaneous, parallel efforts on three levels: *environmental level* – by constantly improving the entrepreneurial climate and economic entrepreneurial capital, as well as, increasing the public awareness; *organizational level* - by increasing the capacity of the SMEs for innovation and capabilities for commercialization; *individual level* – by improving the personal entrepreneurial knowledge and skills through dissemination of entrepreneurial learning on all social levels.

Key words: *entrepreneurship, entrepreneurial culture, entrepreneurial society, entrepreneurial capital, entrepreneurial learning.*

ВОВЕД

1. Актуелност на проблематиката

Клучниот предизвик за Европската унија денес е како да се направи транзиција кон претприемничка економија, односно економија заснована врз знаење. Успехот на ова поле ќе обезбеди конкурентна и динамична економија со повеќе и подобри работни места и високо ниво на социјална поврзаност. За идниот развој на Европската унија од голема важност е да се работи на развој на мали и средни претпријатија (МСП), кои стануваат клучни играчи за доброто на локалните и регионални заедници.

Својата определба на овој план, Европската унија ја потврди со донесувањето на *Лисабонската стратегија (European Commission 2008)*, каде што централното место го заземаат токму МСП. Ревидираните политики за МСП покажаа видливи резултати, но уште многу треба да се направи на овој план.

Националните и локални окружувања во кои МСП работат се разликуваат, исто како и природата на самите МСП. Затоа и политиките кои ги адресираат барањата на МСП треба целосно да ги препознаваат овие разлики.

Ревизијата на европските политики за МСП од 2005 до 2007 година покажаа голем напредок во креирањето на пријателско бизнис окружување. МСП беа ставени во фокусот на програмите на ЕУ и за периодот 2007 - 2012 година.

Европската унија го донесе т.н. *Акт за мали бизниси (Small Business Act)*, (*European Commission, 2008*), документ според кој за постигнување на најдобра можна рамка во која ќе делуваат МСП потребно е општеството да му одаде признание на имиџот претприемач. Генералната клима во современото општество треба да ги води индивидуалците да ја сметаат опцијата да започнат сопствен бизнис како атрактивна, високо почитувана и онаа која води кон создавање нови работни места и економски просперитет и благосостојба.

Клучен придонес кон создавањето на претприемничка клима е менувањето на перцепцијата дека претприемништвото е ризично и неисплатливо. Напротив, претприемништвото и подготвеноста да се преземе ризик треба да биде поздравено од политичките лидери и од медиумите, но истовремено поддржано и од администрацијата, образовната и истражувачка заедница и јавноста.

Оттука произлегува и големото значење на програмите на Европската унија за поддршка на овие процеси, особено за ширење на претприемничката култура и претприемничкото учење.

Како земја со статус кандидат за членка во Европската унија, Република Македонија веќе подолг период работи на приспособување на легислативата за МСП кон оние на Европската унија. Донесената *Национална стратегија за развој на МСП 2002 - 2012 програма (Министерство за економија 2002)*, а особено Програмата за развој на конкурентноста и иновативноста 2007 - 2010 во согласност со ревидираната Лисабонска агенда (*European Commission 2005*), сведочи за напорите на Република Македонија на овој план. Самооценувачкиот извештај за примената на Европската повелбата за МСП дава значајни информации за постигнатите резултати на нашата земја во 10-те споредувани области. Истовремено, тие информации претставуваат добра основа за креирање нови политики или унапредување на веќе постоечките, со цел создавање подобар претприемнички амбиент. Неодамна донесената *Стратегија за претприемничко учење 2014 - 2020 на Република Македонија (Министерство за образование и наука, 2014)* е уште еден чекор напред во ширењето на претприемничката култура во нашата земја.

Учеството на Република Македонија во меѓународната студија *Мониторинг на глобалното претприемништво (Global Entrepreneurship Monitoring - GEM)* дава убава можност да се согледа развојот на претприемничката култура во нашата земја во однос на останатите земји во светот. Информациите од ова истражување, во кое учествуваат повеќе од 70 земји од светот, претставува добра основа за согледување на позицијата на Република Македонија на глобално ниво и во кој правец да се движат напорите за донесување нови политики за МСП кои ќе го поттикнуваат претприемништвото и ќе создаваат погодни услови за негов развој.

Особен акцент и на глобално и европско ниво, се става на: неопходноста од забрзана едукација и обука за претприемништво, како и поголема поддршка на иновациите, истражувањето и развојот. Тоа е основниот и клучен чекор кој нашата земја треба да го преземе на патот кон влез во Европската унија и полесно приспособување кон европските стандарди.

2. Структура на трудот

Докторскиот труд е структуриран во четири глави. **Воведниот дел** ги содржи: актуелноста на проблематиката и структурата на трудот.

Во првата глава - Теоретски фундаменти на претприемништвото - нов фактор на производство, даваме осврт на теоретските сознанија за поимот претприемништво како посебен развоен фактор. Потоа, се разработува суштината на претприемничката култура како нова култура на живеење која се карактеризира со: економски динамизам, односно способноста на земјата за иновирање и нивно успешно комерцијализирање, кретивност и сопствена иницијатива, претприемничко учење и претприемнички капитал. Особен акцент ставаме на претприемничкото учење како услов за раст и напредок во сите сфери на живеење. Дополнително се разработуваат основните карактеристики на претприемничкиот капитал, односно способноста да се преземат претприемнички активности и да се оптимизираат можности, и предлагаме сопствена поделба на три вида претпримнички капитал: економски, социјален и индивидуален. Укажуваме на поврзаноста меѓу претприемничкото општество, иновациите и економскиот развој, како значајна синергија која придонесува за креирањето на нови бизниси и создавањето на нови работни места.

Во втората глава - Глобално претприемничко општество, разработени се претприемничките активности на глобално ниво. Започнуваме со осврт на различните форми на претприемништвото: во малите и средни претпријатија, во големите корпорации, во единиците на локалната самоуправа и во невладиниот сектор (социјални бизниси). Потоа го анализираме значењето на претприемничкиот амбиент во глобални размери и потребата од постојано подобрување на претприемничката клима.

При тоа се користи истражувањето за споредба на нивоата на претприемнички активности на земјите во светот, познато како *Мониторинг на глобалното претприемништво (Global Entrepreneurship Monitor - GEM)*. Се анализираат претприемничките ставови и перцепции, претприемничките активности и претприемничките аспирации, кај сите три категории во кои се поделени повеќе од 70 економии во светот: економии базирани врз расположивите фактори на производство (factor-driven), економии базирани врз ефикасност (efficiency-driven) и

економии базирани врз иновативност (innovation-driven economies), и се извлечени паралели за сличностите и разликите. Истовремено ги анализираме и постигнувањата на Република Македонија, која е дел од ова глобално истражување од 2008 година.

Потоа се разгледува глобалниот аспект на претприемништвото и новите обиди за негово дефинирање, земајќи ја предвид среќата, благосостојбата и етиката. И на крај, ставаме акцент на претприемничкото образование и обука, односно претприемничкото учење, што подразбира стекнување компетенции преку делување, искуство и самоиницијатива, а претставува значајна карактеристика на претприемничката култура.

Во третата глава - Европско претприемничко општество ги презентираме напорите што ги прави Европа кон развојот на претприемничката култура. Најнапред ја анализираме *Лисабонската стратегија (2000)* и колку таа ги исполнува очекувањата по 15 години од донесувањето. Потоа е разработена *Европската повелба за МСП (2001)*, како значаен инструмент за создавање на подобра бизнис-клима и следење на активностите и напредокот на земјите членки и кандидати за членство во 10 клучни области. Исто така, го истражуваме претприемничкото учење во Европската унија преку анализа на основните постулати на *Осло агендата (2006)*. Дополнителен придонес кон анализата на основните документи за претприемништво во рамките на Европската унија, е разгледувањето на документот *Акци за мали бизниси (2008)*, кој поставува нова рамка за делување и конечно им дава приоритет на МСП при креирањето на националните политики. Подетално, се прави оценка на позицијата на Република Македонија во однос на земјите од Западен Балкан. Потоа се анализира најновиот европски документ *Претприемништво 2020 - Акциски план*, бидејќи претставува нова платформа за ослободување на европскиот претприемнички потенцијал, отстранување на постоечките препреки и револуционизирање на претприемничката култура во Европа, преку преземање активности во три области: претприемничко образование и обука, претприемничко окружување и славење на добри примери / поддршка на специфични групи. Понатаму ги обработуваме можностите што ги нудат европските фондови, особено за развој на претприемничката култура и претприемничкото учење, со чија помош Република Македонија би можела полесно да се приспособи кон стандардите на ЕУ. На крај, правиме споредба на

претприемничката култура во Европа со онаа во САД, се анализираат недостатоците и се дебатира колку *новата Стратегија Европа 2020* има капацитет да ги зголеми европските претприемнички активности.

Четвртата глава - Чекорите на Република Македонија на патот кон претприемничко општество посветена е на досегашните резултати постигнати на планот на создавањето претприемничка клима и ширењето на претприемничката култура во Република Македонија. Ги анализираме позитивните и негативни ефекти од донесувањето и спроведувањето на политиките за подобрување на претприемничкиот амбиент. Понатаму, даваме насоки за подобрување на имиџот на претприемачот, подигање на јавната свест, рушење на постоечките бариери и создавање подобра претприемничка клима. Се укажува на неопходноста од воведувањето на претприемничкото учење како составен дел на претприемничката култура, во сите сфери на општественото живеење и се анализира колку Националната стратегија за претприемничко учење на РМ може тоа да го направи реалност. Посебно внимание посветуваме на потребата од медиумско промовирање на претприемничкото учење, на национално и локално ниво. Исто така потенцираме колку е важно правилното едуцирање на претприемничките едукатори, создавањето на нивна мрежа и поголема меѓусебна мобилност и соработка. Предлагаме конкретни мерки за дисеминација на претприемничкото знаење, преку изработка на нови наставни програми, работа на конкретни проекти, развој на современи наставни методи и учење по пат на менторство и преку студии на случаи. Особен акцент ставаме на можностите за искористувањето на европските фондови кои нудат размена на искуства и знаење. Посебна подглава посветуваме на истражувањето и развојот, зголемувањето на капацитетот на претпријатијата и индивидуалците за иновирање и воведувањето на нови технологии во производствените процеси, како критичен фактор за опстанок на Република Македонија на конкурентниот пазар. Исто така, ја отвораме темата за европски стандарди за квалитет и сертификација на претприемничкото образование. И за крај, ги прикажуваме резултатите од спроведената анкета за оцена на состојбата со претприемнички знаења и вештини кај нас, укажуваме на неопходноста од ширење на претприемничката култура преку претприемничко учење и ги елаборираме позитивните ефекти од

претприемничкото учење врз индивидуалецот, институциите, економијата и општеството.

3. Предмет, цели и задачи на истражување

Предмет на истражување на овој докторски труд е анализа на напорите на земјите во светот, Европа и нашата земја за ширење на претприемничката култура како значаен фактор за изградба на претприемничко општество.

Основна цел на истражувањето е да се предложат можни начини и пристапи за ширење на претприемничка култура и градење на претприемничко општество во Република Македонија.

За остварување на основната цел, **главните задачи** на овој труд ќе бидат:

- Да се проучат теоретските димензии на претприемништвото, претприемничка култура и претприемничко општество;
- Да се анализираат претприемничките искуства во светот;
- Да се анализираат напорите на Европа на планот на развој на претприемничко општество;
- Да се предложат насоки и чекори за полесно приспособување на Република Македонија кон европските стандарди преку развојот на претприемничката култура.

4. Методолошка рамка на истражувањето

Следниве методолошки инструменти ќе бидат применети во овој труд:

а) Метод на анализа и синџеза:

Од податоците на економските движења изразени преку различни индикатори по пат на *анализа* ќе бидат извлекувани параметри карактеристични за испитуваните појави. Обратно, со употреба на така извлечените параметри и други познати величини, ќе биде правена *синџеза*, проценка потребна за предвидување на идните промени во набљудуваните појави.

б) Метод на индукција и дедукција:

По пат на поединечни истражувања (за одделни земји) се извлекуваат општи, синтетички констатации за развојот на претприемништвото и претприемничката култура во современите општества и во Република Македонија.

ц) Метод на компаративна анализа:

Врз основа на споредување на искуствата за развојот на претприемничката култура во различни земји во светот, а посебно во високоразвиените земји, ќе се донесуват заклучоци за состојбата, предизвиците и насоките за развој на претприемничката култура во нашата земја.

д) Анкета:

За потребите на овој труд, со цел да се согледа состојбата со претприемничките знаења и вештини во нашата земја, објавивме прелиминарна едногодишна програма за претприемничко учење под назив *Претприемничка академија*. Информации за оваа програма беа објавени на официјалната веб страница на организацијата *Консалтинг и иџреинг центар КЛУЧ: www.key.com.mk*. На насловната страна беше објавен и прашалник составен од 24 прашања, под наслов: *Дали го имате клучот на вашиот успех? Тестирајте ги вашите претприемнички знаења и вештини*. Лица на возраст од 19 до 51 година, кои беа привлечени од огласувањето на претприемничката едукативна програма, доброволно го пополнуваа прашалникот по електронски пат. Беа добиени одговори од 125 лица, со различен степен на образование (средно/високо/магистратура), различно работно искуство (неваботени, студенти без искуство, волонтери во невладин сектор, вработени во приватни фирми, вработени во државни институции, самовработени) и од различен профил (фризери, техничари, референти, економисти, правници, технолошко-технички инженери, инженери по земјоделски науки и храна, студенти по менаџмент во осигурување, фармација, филозофија, дизајн на мебел, туризам и угостителство, биотехнички науки, природно-математички, итн.). Резултатите од оваа анкета даваат определен увид за степенот на развој на претприемничката култура кај нас и за потребата од претприемничко учење.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТСКИ ФУНДАМЕНТИ НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО
- НОВ ФАКТОР НА ПРОИЗВОДСТВО

1.1. ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО КАКО РАЗВОЕН ФАКТОР - ИЗВОРИТЕ НА НЕГОВАТА МОЌ

Претприемништвото има специфична и незаменлива улога во еволуцијата на слободните економски системи. Без оглед дали претприемачите се самовработени или работат во компании поседувани од други, тие се секогаш носители на радикални промени и иновации. Претприемачите се оние кои од идеја покренуваат цела армија на луѓе за таа да стане реалност. Тие креираат нови работни места, креираат компании и постојано придонесуваат за обнова и раздвижување на економиите во светот.

Сведоци сме на се поголемо прифаќање на претприемништвото како социјален и економски феномен. Тоа привлекува сè поголем национален и меѓународен интерес. Професионалците, компаниите и земјите кои постојано се развиваат и иновираат се оние кои практикуваат претприемништво. Па сепак, во денешниот свет на глобални пазари, постојана комуникација и флексибилни производни системи, научната јавност сè уште не може да се сложи околу единствена дефиниција за тоа што е претприемништво.

Пионерскиите чекори, според многу припадници на академската заедница прв ги направил **Richard Cantillon** (1680-1734), кој се смета за „*прв економист и деловен човек кој го употребил терминот претприемач (entrepreneur)*“ (Филип и др. 2007, стр. 1). Во неговото дело: „*Есеј за природата на трговијата воопшто*“, објавено 20 години по неговата смрт (1755), во поглавјето 13, за првпат ја воведува теоријата за претприемништво, а во центарот на вниманието ја поставува претприемничката функција на фармерот. Тој објаснува дека целото производство и размена на добра во Европа се одвива од страна на претприемачите, со преземање определен ризик, кој може да доведе или до голема заработувачка или до банкрот. Тој прави разлика меѓу претприемачите, од една страна, и сопствениците на земја или на капитал, од друга страна. Тоа што фармерот произведува и продава по несигурни цени во иднина е она што го прави претприемач, преземач на ризици, за разлика од земјопоседникот кој обезбедува приход преку давање на земјата под рента или сопственикот на капитал кој позајмува средства за определена камата. Интересно е што Cantillon прави разлика и меѓу претприемачите и вработените. „*Претприемачиите не се на фиксна плата*

додека остiанатиите се на фиксна плата, се додека има работи, иако нивниите обврски и ранг можат да бидат многу нееднакви... “ Во групата со фиксна плата, освен работниците ги вклучува и воените лица, државните службеници и пензионерите. „Сити остiанати се претприемачи, без оглед дали имаат капитал со кој го управуваат своето претпријатие или се претприемачи на својата работна сила без поседување капитал“ (Cantillon, 1755, стр.73).

Beaudeau во 1797 година ја проширува дефиницијата вклучувајќи нови елементи освен ризикот, па така според него: „претприемачот е личност која прифаќа ризици, планирање, надзор, организирање и сопствениство“ (Hisrich, цитирано според Шуклев 2003, стр. 251).

Шкотланѓанецот **Адам Смит** (1723-1790), во своето дело „**Богатство на нациите**“, издадено 1776 година, дава придонес во дефинирањето на она што денес го нарекуваме претприемнички амбиент. Преку поделбата на трудот тој смета дека се создава амбиент на слободна размена на производи и услуги, каде што секоја професија на директен или индиректен начин влијае врз подобрувањето на деловното окружување, а со тоа и зголемување на богатството на нацијата. Тој вели дека мултиплицирањето и диференцирањето на производството во различни видови на умешности, како последица на поделбата на трудот, води кон добро управување на општество (Smith, 1904). Тој верувал во слободната конкуренција и силата на пазарот, при што признава постоење на три основни фактори на производство: земја, труд и капитал, како и три вида учесници во распределбата на доходот: земјосопственици, работници и капиталисти. Сепак тој става знак равенство меѓу капиталистот и претприемачот.

Францускиот економист **Jean Baptiste Say** (1769-1832) го препознава претприемништвото како четврти фактор на производство. Тој уште во 1803 година, во делото „**Расправа за политичката економија**“, ги нафрла поимите „претприемач“ и „претприемниство“, па сепак не дава јасна дефиниција за нив. Неговиот придонес се состои во јасното разграничување на обичниот капиталист од претприемачот, како „личност која врши комбинација на факториите на производство“ (Фиши и др.2007, стр.2). Тој прави разлика меѓу профитот создаден од претприемач, од профитот создаден врз основа на капитал, па вели: „Без оглед дали капиталистот го користи својот капитал или го позајмува на

друг за оваа цел, тој остварува профит, кој се нарекува профит од капитал, кој е различен од оној кој го користи индустријата. Во првиот случај, остварениот профит се состои од приходот од негово капитал помешан со личниот талент и индустријата. Во вториот случај, приходот од капиталот е точно каматот платен за негово користење, при што соственикот што би го остварил профитот со ангажирање на сопствениот капитал го остварува на должнички“ (Say, 1880, стр.182).

Меѓу англиските економисти, поимот претприемништво прв го воведува **John Steward Mill** (1806-1873), кој смета дека „профитот е награда на капиталистот за ризикот, претприемливоста, за контролата и управувањето“ (Фиши и др. 2007, стр.3). Познат по неговото дело „Принципи на политичката економија“ (1848), тој го користи поимот претприемач за лице кое презема ризик и го менаџира бизнисот (Mill, 1909), со што прави јасна разлика меѓу претприемач и сопственик на бизнис, кој зема предвид определен финансиски ризик но не учествува директно во секојдневното работење и менаџирање на фирмата.

Американскиот економист **Francis Walker** (1840-1897), познат по *Теоријата за плати*, во 1876 година го објавува својот став за претприемачот нагласувајќи дека постои „разлика меѓу оние кои нудат фондови и остваруваат камат и оние кои остваруваат профит од менаџерските способности“ (Hisrich, цитирано според Шуклев 2003, стр.251). Тој ја поставува претприемничката теорија според која претприемачкиот профит е плата и награда за неговата успешна работа. Според него добивката на работодавецот не е земена од заработката на работничката класа, туку претставува разликата во производството меѓу вообичаеното или слабо раководење со бизнисот и способното и остроумно раководење (Walker 1888).

Германецот **Karl Marx** (1818-1883), еден од најголемите економисти и филозофи на либералниот капитализам, кој бил голем противник на капитализмот и приватната сопственост, во своето дело „Капитал“ го споменува поимот *претприемничка добивка*: „најголемиот каматот која мора да му ја плати на позајмувачот од бруто-профитот, преостанатиот дел од профитот, што нему му припаѓа нужно добива облик на индустриски односно трговски профит,

или, да го означиме со еден германски израз кој го вклучува и еднојно и другојно, вид претприемничка добивка“ (Marx, цитирано според Фиши и др. 2007, стр.4). Со ова Маркс покажува дека прави разлика меѓу т.н. *периодични капиталисти* и *активни дејствувачки капиталисти*. Првите се сопственици на капитал кои не преземаат ризик за нивно оплодување преку организирање на производствен или прометен процес, туку едноставно им го позајмуваат на оние вторите, кои кога ќе остварат бруто-профит најнапред мора да платат камата на позајмените пари, а остатокот е она што се нарекува претприемничка добивка. Но тој оди и понатаму во разјаснување на системските односи на претприемништвото и претприемничкиот амбиент, кои ги принудуваат капиталистите постојано да се усовршуваат, а за оние кои први ќе воведат определени фактори на производство следува и екстра профит.

Leon Walras (1834-1910) е автор на делото *„Елементи на чиста економија“*, а е особено познат по својата *Теорија за општа рамнотежа*, која има значаен придонес кон идните економски анализи и претставува основа и инспирација за важни аспекти на модерната теорија за претприемништво. Тој сметал дека дефинирањето на претприемачот е пресудно бидејќи: *„претприемачот е централна фигура во економската активност“* и *„шокму претприемачието во услови на совршена конкуренција ја воспоставуваат општата економска рамнотежа“* (Фиши и др. 2007, стр.5). Според него, во моделот на совршена конкуренција индустријата остварува *економски профит*, кој многу често потекнува од иновациите што претприемачите постојано ги воведуваат во економскиот процес. Тој се залага за формирање на рамнотежни цени преку играта на слободна понуда и побарувачка на пазарот, каде што претприемачот не остварува профит ниту загуба, туку на долг рок постигнува оптимално производство при најниски трошоци на производство, т.н. трошочна ефикасност.

Основоположникот на англиската неокласична школа на економисти од Кембриџ, **Alfred Marshall** (1842-1924) и неговото дело *„Принципи на економијата“* има доминантно влијание врз економската мисла во тој период. Тој исто така го третира претприемништвото како посебен производствен фактор, а профитот како доход врзан за услугите на деловните луѓе во доменот на нивните организациски способности, иницијативност и претприемнички дух.

Голем придонес за разјаснување на **претприемништво** како **развоен фактор** дава **Joseph Alois Schumpeter** (1883-1950). Во својата **Динамичка теорија за економски развој**, тој става голем акцент на **иновациите** и смета дека: „**претприемачот е во прв ред иноватор, а иновациите што ги воведува во процесот на производство ја извлекуваат економијата од состојба на економска рамнотежа**“ (Фили и др. 2007, стр. 6). Тој смета дека **претприемачите се иноватори кои носат креативно уништување**, а промени во економиите се можни само со револуција, односно со сосема нов начин на поставеност на работите, нов поредок. Тој во голема мера ја глорифицира улога на претприемачот, сметајќи дека **само индивидуа со капацитет да иновира заслужува да биде наречен претприемач**. Според него, иноваторот имплементира претприемнички промени на 5 начини, преку: 1) воведување нов (подобрен) производ, 2) воведување нов метод на производство, 3) отварање нов пазар, 4) воведување на начин на снабдување и 5) реорганизација на менаџерскиот процес. Исто така, според него „**претприемачот е иноватор кој развива неприменета технологија**“ (Hisrich, цитирано според Шуклев 2003, стр.251). Тој го постоветува претприемништвото со иновациите во бизнисот, преку идентификување на пазарни можности и употреба на иновативни приоди за нивно искористување. Според него, најхрабрите и најкреативните претприемачи се оние кои најпрво ги реализираат иновациите, обезбедувајќи си екстра профит и поттикнувајќи динамичен економски развој. Останатите претприемачи почнуваат да ги имитираат иноваторите сакајќи да зграбат дел од колачот наречен профит. Тоа е време на ширење на иновациите и пораст на економијата. Но кога се воспоставува економска рамнотежа, и иновациите стануваат вообичаени и широко применети, а екстра профитот исчезнува, економијата постепено почнува да влегува во рецесија. И токму во тој момент се јавуваат нови иновации, а оној кој прв ќе ги примени повторно ќе остварува економски профит. Затоа и денес е сè уште големо неговото влијание во студиите за иновации. Тој е комплетен теоретичар кој прв почнал да развива теории за претприемништвото и неговите дела имале големо влијание при изработката на иновативните програми на Европската унија, особено на Лисабонската агенда.

Во *современата економска теорија*, се јавуваат нови обиди за дефинирање на претприемништвото и претприемачот. Важен претставник на современата економска литература е **Peter Drucker** (1909-2005), американец со австриско потекло кој „*претприемачот го сфаќа како личност која ги максимизира можностите*“ (Фиши и др. 2007, стр. 8), а претприемништвото претставува креирање на нова организација. „*Но не секој нов мал бизнис е претприемнички или претставува претприемништво*“. (Drucker 1993, стр. 21). Ова најдобро го објаснува Drucker во неговото дело „*Иновации и претприемништво*“, каде што вели дека не секое отворање на нов мексикански ресторан претставува претприемничка активност само затоа што го вклучува факторот ризик, односно дали неговиот бизнис ќе успее. Се разбира дека секогаш постои *ризикот* дека претприемничкиот потфат нема да успее, но подеднакво постои и можноста за голема заработувачка. Она што е потребно е *систематско и добро менаџирање на бизнисот*, кој ќе биде базиран врз *иновација* со општествено оправдана цел: да го подобри животот на луѓето, да реши некој нивни проблем или да задоволи некоја нивна желба или потреба.

Според Drucker, она што го прави претприемач новиот сопственик на бизнис е иновацијата, која треба да креира ново задоволство и/или нова побарувачка за определен производ. Според него иновацијата е специфична функција на претприемништвото, односно средството со кое претприемачот создава нови вредности. При тоа, добар пример за претприемништво е компанијата *McDonalds*, каде што и покрај тоа што не беше измислен нов производ, сепак беше воведен нов менаџерски концепт и нови менаџерски техники, стандардизирање на производите преку дизајнирање на нови производствени процеси и алатки, како и воведувањето на задолжителна и стандардизирана обука на вработените.

Друга карактеристика, според Drucker која го разликува претприемачот од обичен сопственик на бизнис е што претприемачот гледа на *промените* како нормални и здрави. И уште повеќе, секогаш е во потрага по нови промени, кои лесно ги прифаќа како нови предизвици. Претприемачот постојано истражува нови можности и кога ќе најде на потенцијална бизнис-идеја, лесно ги префрла своите ресурси од област со ниска, во област со висока продуктивност и профит.

Меѓу современите теоретичари, интересен е пристапот на **David McClelland** (1917-1998), според кој „*претприемачот е скромен преземач на ризик*“ (Hisrich, цитирано според Шуклев 2003, стр.251). Тој е познат најмногу по неговата работа за мотивирање на претприемачите како да станат успешни, притоа нагласувајќи дека за да се создадат успешни претприемачи „*треба да се зайочне од луѓето, а не од ресурсите. Да се обезбеди критична маса на компетенции и високо мотивирани претприемачи, кои на сопствена иницијатива ќе развиваат определена област, економично и самите ќе ги обезбедат потребните ресурси за развој*“. (McClelland, 1987, стр.232).

Во овој период значајни се дефинициите на повеќе автори, како онаа на **Albert Shapero** (1925-1986) според кој „*претприемачот превзема иницијатива, организира одделни икономски активности и прифаќа ризик за неуспех*“ (Hisrich, цитирано според Шуклев 2003, стр. 251). Тој во 1983 година го издава делото „**Претприемништво**“, а веќе во 1985 година зборува за сè поголемата актуелност на претприемништвото во глобални размери, како во приватниот така и во јавниот сектор, како одговор на неможноста да се најде решение за проблемите со кои се соочуваат економиите во светот. Според него луѓето се во потрага по нешто што функционира, а претприемништвото е тоа што нуди нешто на кое може да се радуваат (Shapiro, 1985).

Според **Karl H. Vesper** „*претприемачот е разгледуван различно од економистите, психолозите, политичарите и деловните луѓе*“ (Hisrich, цитирано според Шуклев 2003, стр. 251). Па така, според него, претприемачите се индивидуалци ориентирани кон достигнувања, водени кон постојано барање нови предизвици и нови достигнувања. Тој својот работен век го посветува на истражувања во областа на претприемничкото образование и креирањето на нови заеднички вложувања.

Тука е и **Robert Hisrich** кој: „*претприемништво го дефинира низ неколку релевантни присајни: 1) како личности која креира процес, вредност, или пошироко, како личности која креира нешто ново; 2) вложува и жртвува време и напори; 3) прифаќа финансиски, психички и икономски ризик; 4) добива парична и лична satisfакција и независност*“ (Фили и др. 2007, стр. 8). Според него, психолошките карактеристики на претприемачот се сумираат во 6 поглавја: 1) нивната желба и способност за започнување бизнис, 2) фамилијарното

окружување во детството, вклучувајќи го редот на раѓање и професијата на родителите, 3) нивото на образование на претприемачот или спонзорот 4) лични вредности (став кон менаџментот и бизнисот), 5) мрежи на морална и професионална поддршка и 6) полот (мажите наспроти жените) (Hisrich 1990).

Не смее да се заборават и обидите на **Tomas Zimmerer** и **Norman Scarborough** кои претприемачот го дефинираат како личност која креира нови бизниси наспроти ризикот и неизвесноста, за да оствари профит и раст, низ утврдување на значајни можности и низ комбинација и капитализирање на ресурсите. Во нивното дело *„Најважното за претприемништво и менаџмент на малиот бизнис“*, тие велат дека претприемништвото не е мистерија туку практична дисциплина. Тоа не е генетска предодреденост; туку вештина која повеќето луѓе можат да ја научат (Zimmerer & Scarborough, 2005).

На повторна реафирмација на претприемништвото работи **George Gilder**, американски инвеститор, писател, економист, познат по делото *„Богајство и сиромаштија“*, кој во седмата глава од оваа книга ја признава значајната улога на претприемачите, сега и во иднина, особено во развојот и примената на нови технологии, како на пример: употребата на микробиологијата во медицината и екологијата, или употребата на ласерите во медицината, градежништвото и енергетиката. Овој нов тип на претприемачи се обидуваат да решат не само тековни проблеми (невработеност и економски раст) туку и глобални проблеми како што се сиромаштија, глад, болести, енергетска самоодржливост (Gilder, 2012).

Artur Laffer, најзначајниот претставник на *економијата на понуда* и познат по *„Лаферовата крива“* (Laffer, 2004) е заговорник на тезата дека претприемачите не треба да бидат оптоварувани со високи даноци. *„Високите даночни стапки претставуваат меч со две острици. Се собираат повеќе средства, но долар од секој приход, но се осиварува понизок приход“* (Laffer, 2014 str. 11). Тој предлага намалување на маргиналните даноци за да се стимулираат претприемачите да ја зголемат својата економска активност. На тој начин се остварува поголем приход и поголем прилив на средства во буџетот, а се намалува даночната евазија.

Според **S. Shane** и **S. Venkataraman** *„претприемништво се дефинира како област на истражување за што како, од кој и со какви ефекти се откриваат, евалуираат и искористуваат можностите за креирање на идни*

производи и услуги“ (Shane and Venkataraman 2000, *суп.* 218). Претприемништвото е активност која вклучува откривање, оценка и искористување на можностите за воведување на нови производи и услуги, начини на организирање, пазари, процеси и суровини, преку преземање на активности кои предходно не биле направени. Претприемништвото како бизнис област се обидува да дознае од каде произлегуваат или како конкретни личности откриваат и создаваат нови можности (на пример, нови производи или услуги, нови пазари, нови процеси на производство или суровински материјали, нови начини на организирање на постоечката технологија) кои потоа се користат или развиваат на различни начини за постигнување на многу различни ефекти.

Обидите за дефинирање на претприемништвото и претприемачите продолжуваат во 20 век, особено во 70-тите и 80-тите години, кога претприемничката мисла доживува голема реафирмација. Новите технологии понудија нови можности и иновативни предизвици, што отвори потреба од редефинирање на поимот претприемништво, предизвикувајќи **ипреј бран на ипрејиприемничко ипрејипрукјуирање**, термин кој прв го споменува **Alain Toffler** (1970) во неговото дело „Шок на иднината“. Неговата втора книга издадена 10 години подоцна, го носи токму називот: „Третиот бран“ (1980). Тој зборува за новото општество кое се формира како последица на развојот на информатичката технологија и кое се менува многу брзо па затоа се создава поголема потреба од креативно размислување во новонастанатите ситуации. При тоа потенцира дека во иднина моќта ќе биде кај оние што поседуваат **знаење**, а неписмени ќе бидат оние кои не можат да учат и постојано да учат.

William J. Baumol (1922) американски економист, кој го поставил **концепцијата за ипоиенцијална конкуренција (contestable market)**, нашироко познат по промовирање на придонесот на претприемачите кон економскиот развој и општата благосостојба. Во неговото дело „**Микроигоорија за иновативно ипрејиприемништво**“ јавно дебатира дека претприемништвото долго време не било вредно за сериозни економски студии и не го заземало вистинското место во економската теорија. Според него, прва причина за тоа е што највлијателните економски модели се засноваат врз анализа на статистичката рамнотежа, а претприемништвото постојано ја нарушува таа рамнотежа. Втората причина е што пресметките во стандардната теорија за фирми базира врз добро дефинирани

алтернативни решенија за оптимизација на ресурсите, додека во претприемничката и иновативна фирма тие потешко се дефинираат, па некогаш се јавува потреба и од отворање на нова фирма. Тој смета дека во поново време е направен напредок, и претприемништвото е интегрирано во макроекономијата, но на микроекономски план е неопходно инкорпорирање на активностите на претприемачите, иноваторите и менаџерите во стандардните модели на фирмите. Тој прави разлика меѓу **иновативни претприемачи** кои смислуваат идеја и ја спроведуваат во практика, и **претприемачи имплементатори**, односно сите оние кои започнуваат вид на бизнис кој веќе постои. На тој начин ги отвора вратите за воведување на иновативните претприемачи во микроекономијата и нуди вредни видувања и насоки кои можат да се користат за подобрување на политиките за економски раст и развој (Baumol, 2010).

На повторна реafirмација на претприемништвото работи и англискиот економист **Mark Casson** (1945) кој тврди дека не постои воспоставена теорија за претприемачите, а која е неопходна за да ги објасни успехот, неуспехот, формирањето, растот и развојот на фирмата, како и распределбата на приходот. Тој смета дека претприемачот е историски важен бидејќи на нетипичен начин ја менува историјата. Според него не постои добра и општоприфатена дефиниција за претприемачот и претприемништвото (Филипс, 2011). Затоа од многуте предходни нецелосни дефиниции, во својата теорија се обидува да даде свој придонес, па го дефинира претприемачот како некој кој е специјализиран во добро обмислување на одлуките за координација на оскудни ресурси (Casson, 1982). Најзначајниот концепт во теоријата на Casson е **координацијата**, а проценката на ситуацијата од страна на претприемачот е решавачка за тоа кога, каде и како таа координација ќе настапи. Таа ја намалува несигурноста на која е постојано изложен претприемачот. Теоријата на претприемачот е исто така поврзана со **фирма што креира пазар**: претприемачот делува во пазарната економија преку фирма, како основач или сопственик-менаџер. Формирањето на нова фирма е резултат на препознаена можност и верување дека таа ќе биде најдобро искористена со самовработување. Семејството е примарен извор на капитал, работна рака и **информации**. Според него, токму разбирањето на пазарот не како дадена категорија туку како нешто што претприемачот го создава (слично со мислењето на Баумол), една е од причините за запоставување на претприемачот во

економската теорија, подолг временски период. Друга причина, според него, е што конвенционалното разбирање на реалната економија е материјалистичка, и таа во голема мера се одразува и во теоријата на фирмите. Според него поголемо внимание се посветува на материјалните ресурси, како физички продукти, наспроти нематеријалните ресурси, како информацијата. Па така конвенционалната економска теорија не успева да истакне дека координацијата на материјалните текови бара проток на голем број информации кои ќе го поддржат процесот на донесување одлуки (Casson, 1998).

И секако не смееме да го забораваме **David L. Birch**, кој дал голем придонес во истражувањето на претприемништвото и малиот бизнис. Тој е најмногу познат по неговото дело „*Процесот на создавање работни места*“, кој имал големо влијание, како врз научната заедница така и врз креаторите на политики. Многу интересни заклучоци биле изведени од ова истражување: најголем придонес за растот дале независните фирми од областа на трговијата, фармерството и услугите; во просек, 60% од сите работни места во САД се креирани од фирми со помалку од 20 вработени; најголеми создавачи на работни места се младите фирми, стари најмногу 4 години. Тој за првпат го воведува терминот *газели*, за брзорастечките нови компании кои во континуитет остваруваат натпросечен пораст на приходите, надпросечен профит, создаваат нови работни места и се одликуваат со висок степен на креативност и иновативност, а со тоа во голема мера влијаат и врз регионалниот економски развој.

Во својот труд „*Дефинирање на претприемачот*“ (Filion 2011), како дел од „*Енциклопедијата за претприемништво*“ издадена во 2011 година, канадскиот професор **Loius Jacques Filion** исто така укажува на тешкотиите при дефинирање на претприемништвото и претприемачот во економската теорија. Тој го поддржува ставот на Casson дека: „*најтешкиот дел од изучувањето на претприемништво е дефинирањето на тоа кој и што е претприемачот*“ (Casson, 1992). Затоа прави збир на 15 најчесто употребувани термини при дефинирањето на претприемачот и доаѓа до следната листа: 1) **иновација**, 2) **ризик**, 3) **координација на ресурси** (организирање на фактори на производство), 4) **создавање вредност**, 5) визионерско размислување, 6) **преземање акција**, 7) лидерство, 8) генератор на економскиот систем, 9) ново вложување, 10) **препознавање на можност**, 11) креативност, 12) вознемиреност, 13) контрола, 14)

воведување промени и 15) бунт. Сепак според Filion, како главни компоненти кои би требало да влезат во дефиницијата за претприемач ги издвојува елементите: **иновација, ризик, координација на ресурси, создавање вредносѝ, и преземање акција** и **прејознавање на можносѝ**.

За поздравување се обидите за дефинирање на претприемништвото и претприемачот во нашата земја, па така според академик проф.д-р **Таки Фити**, суштинските карактеристики на претприемништвото се: „**иновацијаѝа, ризикоѝ, комбинацијаѝа, рекомбинацијаѝа и суѝсѝиѝуцијаѝа на факѝориѝе на ѝпроизводсѝво и реалокација на ресурсиѝе кон ѝочкиѝе на нивнаѝа најѝродукѝивна уѝоѝреба**“ (Фити и др., 2007). Според него, **иновацијаѝа** влегува во најважниѝе каракѝерисѝици на ѝреѝѝриемниѝивоѝо, бидејќи тоа секогаш се заснова врз некаков вид на промена во која претприемачот гледа можност за успех, а со примена на иновацијата тоа го реализира. Таа е континуиран и организиран процес кој секогаш отвора нови развојни перспективи. **Ризикоѝ**, како втора карактеристика на претприемачот, е нешто на што тој е постојано изложен. „**Преѝѝриемничкиѝе идеи најѝчесѝо се врзани за нов начин на водење на бизнис. Секое ексѝерименѝирање во ѝаа насока ѝреѝсѝавува ризик**“ (Фити и др., 2007). Типичните претприемнички функции: **комбинација, рекомбинација и суѝсѝиѝуција на ѝпроизводниѝе факѝори**, кои посебно доаѓаат до израз на микро план, ја покажуваат умешноста на претприемачот да се справи со секојдневните предизвици. Дали направената комбинација ќе ја победи конкуренцијата на пазарот или ќе овозможи освојување на нови пазари се прашања на кои претприемачот се обидува да најде одговор, не ретко на многу невообичаени, иновативни начини. И се разбира, **реалокацијаѝа на ресурсиѝе**: „**ѝреѝѝриемачиѝе вршаѝ ѝерманенѝно размесѝување на ресурсиѝе кон ѝочкиѝе на нивнаѝа најѝродукѝивна уѝоѝреба**“ (Фити и др. 2007). Притоа, тие се водени како од профитот така и од желбите, вкусовите и потребите на потрошувачите, економската политика на владите, секторски структурни промени, но пред сѝ од својата интуиција.

Според проф. д-р **Бобек Шуклев**, претприемништвото може да се дефинира какао: „**ѝроцес на оѝкривање можносѝи и ѝрезуемање на ризик во соѝласносѝ со расѝоложивиѝе ресурси во ѝреѝѝријаѝиѝеѝо**“ (Шуклев 2003, сѝр. 240), а според

проф. д-р **Дејан Пендев** (2002), претприемништво претставува „*зонење шанса шиио не е во рамките на шеековно конширолираниите ресурси*“.

Со предизвикот за дефинирање на претприемништвото се соочи и Организацијата за економска соработка и развој (*Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD*), кога во 2006 година ја започна *Програмаиша за ипреишириемнички индикайиори (Entrepreneurship Indicators Programme - EIP)*, чија цел била да се креира долгорочна програма која во континуитет ќе обезбедува релевантни статистички информации. За таа цел било неопходно да се развијат стандардни дефиниции и концепти, што ќе овозможат споредливост на претприемничките активности, во сите земји во светот. Со собирање на ваков тип на информации е возможно понатамошно нивно анализирање за да се согледаат факторите кои влијаат врз претприемничките активности, како и влијанието што тие го имаат врз продуктивноста, креирањето на нови работни места и општата благосостојба. Само на тој начин претприемништвото ќе претставува развоен фактор на економиите во светот.

Според **Nadim Ahmad and Richard G. Seymour** (2008), во нивниот труд публикуван од OECD: *Дефинирање на ипреишириемничкиите акшиивносши: Рамка на дефиниции за собирање иодаишоци*, сите обиди за дефинирање на претприемништвото во изминатите 200 години се базираат врз пристапот одгоре-надолу (top-down approach), повеќе од филозофски аспект, без воопшто да се земе предвид како овие дефиниции фактички да се измерат. Овој приод продолжува и денес во многу земји и меѓу самите креатори на политики за поддршка на претприемништвото, без притоа да се направи обид за мерење и користење на дефинирани статистички индикатори. Многу студии прават уште поголема конфузија дефинирајќи го претприемништвото како самовработување, или се потпираат на наједноставните и веќе достапни статистички податоци, притоа не објаснувајќи како тие мерки го мерат претприемништвото. Затоа, тие прелагаат сосема нов начин кој ги вклучува и двата пристапа, *оддолу-нагоре*, за да се обезбеди мерливост на дефинициите и *одгоре-надолу*, за да се осигура релевантност на податоците, и сметаат дека на тој начин се ставаат на едно место сите важни карактеристики со кои се сложува поголемиот дел од академската заедница, креаторите на политики и аналитичарите.

На национално ниво, судејќи според *Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 г.* се прифаќа дефиницијата на Европскиот парламент и Европскиот совет, според кои **претприемништвото** е: „Способноста на поединецот да ги превтори идеите во дела. Тоа офаќа креативност, иновативност и преземање ризици, како и способности за планирање и управување со проекти за постигнување на целите. Таквите компетенции им помагаат на поединците, не само во нивниот секојдневен живот дома и во општеството, туку и на работно место, бидејќи со нив стануваат свесни за своето работно окружување и способни за искористување на можностите. Тие компетенции претставуваат и темел за стекнување на специфични вештини и знаења што им се потребни на сите оние што создаваат или придонесуваат кон општествената и деловната активност. Тие треба да вклучат и свесност за етичките вредности и унапредување на одговорното управување“ (Министерство за образование, 2014, стр. 14).

Од горенаправената анализа може да се заклучи дека сите обиди за дефинирање на претприемништвото се направени бидејќи тоа има значајна улога во стимулирање на економскиот раст и развој. Моќта на претприемништвото доаѓа од неговите основни елементи: **иновација, знаење и делување**. „Особено иновацијата како специфика на претприемништвото која му носи повеќе од просечен профит на претприемачот, ги збогатува останатите ресурси инволвирани во економскиот процес, придонесува за појава на нови производи и услуги, ги зголемува конкурентните способности на фирмите и го стимулира развојниот процес“ (Филип и др. 2014).

Нашите истражувања на теоретските фундаменти на претприемништвото, почнувајќи од пионерите Cantillon, Say и Schumpeter, па преку третманот на претприемачот во современата економска теорија од страна на Drucker, Shapiro, Hisrich, Vesper, и др., како и ставовите на Baumol, Casson, Birch, Filion, и се разбира придонесот на домашни реномирани економисти, доведоа до заклучок дека не постои консензус по прашањето за дефинирање на претприемачот и претприемништвото, па оттаму и непостои јасна и унифицирана претприемничка теорија. Од една група на теоретичари, се инсистира на личните карактеристики на претприемачот, а од друга група се фаворизираат функциите на

претприемачот, односно она што тој го прави во економскиот процес. Според Академик Таки Фити, од методолошки аспект најдобро е да се оди на интеграција на двата пристапа, а не на нивно механичко раздвојување (Фити, 2011). Наш став е дека треба да се направи комбинација на двата пристапа и да се постигне консензус по прашањето на дефинирање на претприемништвото, преку избор на елементи кои го карактеризираат претприемачот, а според нас тоа се: иновација, знаење за креирање нови вредности, искористување на можностите, преземање акција, координација и алокација на ресурси и соочување со ризик и неизвесност.

Добра претприемничка дефиниција е основа за развој на добра *претприемничката теорија*, особено потребна на микро план, која беше долго време запоставувана во економската теорија. Таа треба да даде одговор на прашањата поврзани со функционирањето на фирмите, за нивниот успех и неуспех, формирањето и престанокот, растот и развојот, распределбата на приходот, и многу други предизвици со кои се соочуваат претприемачите. Добра претприемничка дефиниција и добра претприемничка теорија претставува цврста база за креирање политики кои ќе ја развиваат претприемничката култура на национално и глобално ниво.

1.2. ПРЕТПРИЕМНИЧКА КУЛТУРА - НОВА КУЛТУРА НА ЖИВЕЕЊЕ

Според **Edmund S.Phelps**, професор на Универзитетот во Колумбија и добитник на Нобелова награда за економија во 2006 година: „културата е важна за економските резултати на едно општество“ (Phelps, 2007, стр.2). Тој нагласува дека: „некои културни атрибути можат да имаат различен ефект на извршувањето. Вредностите и ставовите се аналогни на институциите: некои сè речуваат, некои оневозможуваат“ (Phelps, 2007, стр.2). Според Phelps, духот на стимулирање, решавање на проблеми, можност за одлучување и креативност, имаат влијание врз динамизмот на земјата и на нејзините економски перформанси. Во оние земји каде што тој дух е слаб, претприемачот кој размислува да започне сопствен бизнис, би бил преплашен од фактот дека луѓето што бараат работа на пазарот на труд имаат мал интерес за ваков вид искуство, како и дека може да има само неколку претприемнички типови со кои може да работи. „Онаму каде што има повеќе претприемнички активности и повеќе иновации, како и соодветни финансиски и менаџерски активности, има повеќе слободни работни места, кои се релативно исполнувачки и ангажирачки. Учесството се зголемува соодветно, а продуктивноста постепено расте“ (Phelps, 2007, стр.2).

Кога зборуваме за **претприемничка култура** мислиме на економската култура на таа земја, во која главни детерминанти се: **економскиот динамизам, иновациите, капацитетот за иновирање и успешно комерцијализирање, сопствената иницијатива и креативност, претприемничкото учење, економскиот претприемнички капитал и високата претприемничка свест.**

Економскиот динамизам на една земја, не се мери преку стапката на раст, туку преку тоа колку земјата е богата со нови идеи и иновации кои можат да бидат профитабилни, како и колку се претприемачите подготвени да пробуваат да произведат нови производи и услуги, со користење на нови методи. Оттаму, претприемничката култура не е апстрактен поим зошто таа може да се мери преку индикаторите за иновации и преземените претприемнички активности за нивна успешна комерцијализација. Претворање на иновацијата во нов производ или услуга може да биде спроведена преку отворање на ново претпријатие или во рамките на веќе постоечко.

На ниво на окружување (развој на економскиот претприемнички капитал)

За подигнување на нивото на претприемничката култура во една земја најнапред е потребно создавање на *претприемнички амбиент* кој подразбира: едноставни административни процедури, отстранување на бирократските бариери, почитување на правните, економски и социјални регулативи, елиминирање на корупцијата и политиката од бизнисот, подобрување на локалната инфраструктура, добра даночна политика, полесен пристап до финансии, како и подобрување на знаењата и вештините за воведување на иновации во приватниот сектор.

Градењето на претприемничката култура, односно создавање на *мрежи на институции* за поддршка на претприемништво, на локално и регионално ниво, како што се: постоењето на мрежи на иновативни фирми, слободни пазари, универзитети и истражувачки центри, како и државни, правни и финансиски институции, кои гарантираат сигурна и поволна претприемничка клима.

Но како да се создаде *висока претприемничка свес*? Што можат националните креатори на јавни политики да направат на овој план? Повеќето досегашни иницијативи за поттикнување на претприемништвото и развојот на претприемничката култура, во светот, во Европа, па и кај нас, не се фокусираат директно на подобрување на ставот и перцепцијата, туку повеќе на подобрување на рамката на услови важни за започнување на бизнис, односно *претприемничката клима*. Тоа е секако добар почеток, иако постоечките програми во светот досега не дадоа научни докази дека политиките и иницијативите што се насочени кон подобрување на деловниот амбиент се решавачки за зголемувањето на бројот на новоформирани бизниси. Постојат премногу голем број на фактори кои влијаат врз крајната одлука да се започне сопствен бизнис, па затоа одговорот на ова прашање не е воопшто едноставен. Сепак, постојат докази дека преку политиките насочени кон промена на перцепцијата, може да се делува на подобрување на ставовите и способностите во однос на претприемништвото.

Претприемничката култура претставува *сеј од оштито иррифајени верувања* дека претприемништвото е паметна и почитувана опција во кариерата на секој професионалец. Во повеќето земји, вклучително и нашата, ваквите

верувања не преовладуваат што е делумно последица на предходниот систем на уредување. За да се подобри состојбата треба да се работи на *промена на јавната свес* за претприемништвото и претприемачот, да се менува ставот и перцепцијата на јавноста, да се менува начинот на гледање на работите. Како што наведува Peter Drucker во неговото дело *Иновации и претприемништво*: „*во математиката не постои разлика помеѓу - чашата е полна до половина или чашата е празна до половина. Но значењето на овие две реченици е сосема различно. Само со промена на перцепцијата од гледање на чашата како половина, во гледање на чашата како полупразна, се јавуваат големи иновативни можности*“ (Drucker 1993, стр.99). За жал, промената на перцепцијата е процес кој се одвива бавно.

Но, зошто е потребна промена на перцепцијата во окружувањето? Зошто му е потребна поддршка на претприемачот за негов раст и развој? Зошто *претприемништво мора да се негува*? Затоа што да се биде претприемач не е едноставно и лесно. Тоа се луѓе кои го гледаат светот различно од другите: тие гледаат можности дури и во услови на криза, имаат визија што им дава можност да ја гледаат иднината каква што ја посакуваат. Тие веруваат во својата идеја кога никој друг не го прави тоа и често работат понапорно од останатите вработени, што ги прави осамени во битката за успех, со чести моменти на сомнеж и самоиспитување. Во вакви моменти е многу тешко претприемачот да остане позитивен и мотивиран, кога поголемиот дел од семејството, пријателите и соработниците им велат дека нема да успеат. Поврзувањето со истомисленици кои го вреднуваат меѓусебниот начин на размислување и делување ги охрабрува претприемачите да истраат на вистинскиот пат. Во исто такво окружување и грешките што се прават не изгледаат така големи и се прифаќаат како дел од процесот на раст и развој.

На ниво на организација (развој на организацискиот претприемнички капитал)

И новоформираните и етаблираните бизниси треба да бидат стимулирани да ја развиваат претприемничката култура во рамките на своите организации преку подобрување на својот *капацитет за иновирање и успешно комерцијализирање* на иновациите. Зајакнувањето на технолошкиот капацитет на претпријатијата, односно капацитетот за учење и инкорпорирање на знаењето, е

важен предуслов за едно претпријатие да има капацитет за иновирање. Иновативното претпријатие се карактеризира со *висока истражувачка свесност* и постојано трага по нови информации, експериментира со нови технологии и создава нови знаења. Тоа мора да ги храни своите вработени со потребните информации, да пронаоѓа нови начини за организирање на производството и да ги обучува своите вработени да стекнуваат нови вештини.

Негувањето на претприемничка култура во компаниите подразбира креирање на работна атмосфера, каде што вработените брзо размислуваат и брзо донесуваат одлуки, каде што постои ентузијазам, посветеност, ***креативност и соопштвена иницијатива***. Оваа претприемничката култура во организацијата влијае врз подобрување на ефективностa и продуктивноста на вработените. Креирањето на успешен тим е најзначајниот фактор при креирањето на претприемничка атмосфера и затоа е потребно е да се вработат вистинските луѓе, креативни и проактивни, а за нив да се обезбеди: соодветна обука, награда за добро завршена работа (бонуси, покачувања и учество во добивката), флексибилно окружување, забавна работна атмосфера, креирање претприемнички единици, меѓусебна доверба и самодоверба, почитување на вработените, грижа за нивното здравје, отвореност за комуникација, делење на информациите, спознавање на големата слика на организацијата (визија, мисија, цели) и тимска работа.

На ниво на индивидуа (развој на индивидуалниот претприемнички капитал)

За развој на претприемничката култура особено е важно зајакнувањето на претприемничкиот капацитет на индивидуата. Во однос на личните карактеристики најважно да се стимулира *самодовербата*, која зависи исклучително од индивидуата, но врз која може позитивно да се влијае со зголемување на нивото на образование и воведување на ***истражувачкото учење*** во сите сфери на општеството. Политиките треба да бидат насочени кон промоцијата на *индивидуалната иницијатива* и подготвеноста за индивидуален ризик, што ја претставуваат суштината на претприемничкото учење, *учење преку делување*, а оваа едукација треба да започне што е можно порано и да биде интегрирана во формалниот и неформалниот едукативни процес. Новата претприемничка култура на живеење го враќа *оптимизмот* и самодовербата во

центарот на вниманието. Таа пред сè се однесува на негување на личните и професионални квалитети што ја сочинуваат основата на претприемништвото: креативноста, сопствената иницијатива, иновативноста, чувството на одговорност, независност, способност за преземање ризик, визија, себе-остварување, создавање вредности, стручно знаење и менаџерски вештини. Вака наоружани со вештините неопходни за денешното претприемничко општество луѓето стекнуваат поголема верба во себе и се впуштаат во потрага по барање шанси и препознавање на можности. Со развојот на претприемничката култура, луѓето од сите возрасти, класи, религии и националности, ги развиваат вештините кои ќе им помогнат не само во нивната професионална кариера, но и во животот воопшто, што ги направи одговорни и активни граѓани на ова општество.

1.3. ПРЕТПРИЕМНИЧКО УЧЕЊЕ - УСЛОВ ЗА РАСТ И НАПРЕДОК

*„Претприемачиите не се раѓаат...иите сѝануваат претприемачи
преку своето живоино искуство“*

Professor Albert Shapiro, Ohio State University

Во претприемничкото општество индивидуалецот е соочен со огромен предизвик: потребата од постојано учење и повторно учење. Во традиционалното општество владееше мислењето дека она што ќе се научи до 21 година од животот е она што индивидуата ќе го употребува како знаење во текот на целиот свој живот. Се разбира дека постоеја и оние кои сметаа дека образованието не застанува на 21 година туку продолжува целиот живот. И тие тоа го правеа, но беа малкумина. Во претприемничкото општество овие исклучоци претставуваат правило, а реалноста е дека индивидуалците ќе треба да учат нови работи повеќе од еднаш и по 21-та година од животот. Она што тие го научиле за 5 до 10 години ќе биде застарено и ќе треба да биде заменето со ново знаење, нови вештини. Индивидуалецот ќе треба да стане одговорен за своето постојано усовршување, заради личен развој и развој на сопствената кариера. Кариерата веќе не е однапред зацртана и загарантирана, туку индивидуалецот ќе треба да најде, определи или развие повеќе кариери во неговиот работен век. Се претпоставува дека во иднина секој индивидуалец ќе го менува своето работно место на 3 - 5 години, па во својот работен век би промениле од 8 до 10 работодавачи. Колку е индивидуата пообразована, толку попретприемничка ќе биде неговата / нејзината кариера, а предизвиците за поголемо знаење ќе растат.

За да се одржи продуктивноста и растот во секоја економија, од особено значење е да се инвестира во претприемничко образование и обука. На светот му се потребни сè повеќе креативни и иновативни претприемачи, како и флексибилна и отпорна работна сила, добро опремена со потребните вештини и клучни компетенции. Затоа е неопходно е да се стимулира претприемничкиот дух меѓу младите луѓе. Голема улога во промовирање на претприемничките ставови и претприемничкото однесување има токму претприемничкото учење.

Според земјите членки на Европската унија, постојат два начина за дефинирање на претприемничкото учење, во потесна и поширока смисла на зборот. **Во поширока смисла, претприемничкиите ставови и вештини се**

однесуваат на обука како да се креира бизнис, а во поширока смисла, предприемничките стилови и вештини се однесуваат на развој на персонални квалитети за предприемништво и не е директно фокусиран на креирањето на нови бизниси. Тој офаќа: креативност, иницијатива, превземање ризик и одговорност (European Commission, 2004, стр.6).

Во суштина, претприемничкото учење треба да биде насочено кон изградба на претприемнички индивидуалци во нашето глобално општество, кои ќе поседуваат позитивен, флексибилен и приспособлив став кон промени, гледајќи на нив повеќе како на предизвик отколку проблем. Современите претприемачи треба да зрачат со самодоверба и лесно да се справуваат со ризикот и непознатото. Треба да имаат способност да иницираат креирање идеи, развој и нивна примена. Ваквите личности доброволно преземаат одговорност, ефективно комуницираат, преговараат, планираат, организираат и се во состојба да влијаат врз другите. Тие се активни, сигурни и насочени кон раст и напредок.

Па така, на прашањето дали претприемничкото учење е важно, еве еден пример како одговор. Доколку како мерило за успешноста на претприемничкото образование се земе бројот на отворени бизниси по дипломирањето, во истражување направено од Babson College (водечка високообразовна институција во оваа област од САД) тогаш стапката од 11% до 15% не е добар показател. Но состојбата е сосема различна после 5 години од дипломирањето, кога стапката на нови претприемнички потфати (основачи, ко-основачи или дел од почетните старт-ап тимови) се искачува на 50%, додека 68% од испитаниците сметаат дека се претприемачи. Зошто? Затоа што на повеќето студенти им е потребно некакво предходно искуство и можност за практикување / тестирање на стекнатите претприемнички вештини и способности (Brush, 2013).

Претприемничките вештини сè повеќе се промовираат во Европа, но сепак се заостанува зад САД по нивото на претприемничка обука. Извештајот објавен од Европската комисија во 2012 година за влијанието и ефективноста на претприемничкото учење во високото образование покажува позитивно и мерливо влијание врз мотивирањето на почетните (старт-ап) бизниси да ги развиваат компетенциите, знаењата и вештините, поврзани со иновациите и вработливоста (European Commission, 2014). Извештајот препорачува

претприемништвото да биде интегрирано во сите високо образовни програми, а студентите да ги стекнуваат своите претприемнички компетенции преку делување.

Оттука произлегува дека на претприемничкото учење треба да се гледа како на постојан процес кој на долг рок носи одлични резултати. Тоа е така бидејќи за време на претприемничкото образование студентите учат: како да идентификуваат или креираат можности, како да обезбедат потребни ресурси, како да изградат тимови за да креираат економски или социјални вредности, истовремено практикувајќи и креативен и рационален пристап. Друга придобивка од претприемничкото учење е што претприемачите влегуваат во претприемништво не само преку започнување на сопствен бизнис, туку и преку купување бизниси, стекнување франшиза, комерцијализирање на нови технологии, заеднички вложувања со семејството во компанијата во која работат или во некое социјално претпријатие. И на крај, она што го добиваат студентите од претприемничкото учење е нов начин на размислување и делување. Се создаваат нови мислителите кои ги користат и креативниот и рационалниот пристап на сите нивни работни места, без оглед дали се сопственици на бизнис или не. Па така, според гореспоменатата американска студија, 80% од дипломираните студенти сметале дека се сигурни во својата способност да размислуваат креативно, додека 66% се сигурни во својата способност да идентификуваат и креираат нови бизнис-можности (*Brush, 2013*).

До 70-тите и 80-тите години од минатиот век постоеле само неколку програми кои го промовирале претприемништвото. Истражувањето на **David Birch (1979)** и неговото постојано привлекување на внимание за влијанието на малите бизниси врз економијата, резултирало со политички и социјален притисок за зголемување на студиите за претприемништво. Според **Emeric Solymossy**, професор на Универзитетот во Западен Илиноис, програмите за претприемништво треба да бидат комбинација од традиционални теоретски предавања во сите функционални области и не-традиционално образовно искуство (*Solymossy, 2008*).

Претприемничкото општество секогаш ќе ги предизвикува навиките и целите на образованието и учењето. Сега, повеќе од кога било, на младите луѓе им е потребно полиберално образование, но тоа значи нешто сосема поразлично од сегашното. Ако овие промени не се направат поскоро ќе се соочиме со ризик да го

сведеме образованието на стручно и специјализирано и да го загубиме образованието како фундамент на општеството воопшто. Исто така сите ќе треба да прифатат дека едукацијата не е само за младите и дека најголемиот предизвик е постојаното учење и повторно учење и кај веќе високо едуцирани возрасни професионалци.

Студентите во центарот на вниманието е метод кој дава одлична можност студентите да земат активно учество во учењето и сами да дојдат до бараното знаење, а не по пат на едноставно меморирање на резултатите. Отворени дебати, дискусии, практични вежби, работа на тимски проекти, посета на компании или менторство од страна на веќе докажани претприемачи се исто така одлични методи на претприемничко учење.

Thinking out of the box е нов концепт на учење кој упатува да се размислува надвор од вообичаените рамки. На учениците им се дозволува да имаат различно мислење, да не се сложуваат со ставот на едукаторот или наставниот материјал, да поставуваат прашања и да имаат критички став кон информациите, сами да извлекуваат заклучоци и самостојно да носат одлуки врз основа на научно засновани факти, но и да бидат храбри во рушењето на бариери, ограничувања и бирократски догми.

1.4. ПРЕТПРИЕМНИЧКИ КАПИТАЛ - СПОСОБНОСТ ЗА ПРЕЗЕМАЊЕ ПРЕТПРИЕМНИЧКИ АКТИВНОСТИ И ОПТИМИЗИРАЊЕ НА МОЖНОСТИТЕ

Во областа на економијата и менаџментот освен знаењето и останатите традиционални фактори на производството (физичкиот и човечкиот капитал), се јавува уште еден значаен фактор за развој на економијата: *ипреиприемничкиот капитал*, како *способност*, односно *капацитет* да се *преземаат* *ипреиприемнички активности*.

Концептот претприемнички капитал е воведен од страна на *Audretsch* и *Keilbach* (2004), кои го дефинираат како: „*оние аспекти од регионот кои се погодни за креирање нови бизниси*“ (*Audretsch & Keilbach, 2004*). Овие автори го гледаат претприемничкиот капитал како регионален и просторен фактор на производство што привлекува поединци кои се подготвени да преземат ризик и да започнат сопствен бизнис. Подоцна тие ја прошируваат својата дефиниција со дополнителни фактори кои произлегуваат од меѓусебната интеракција на индивидуите на различни нивоа.

Според *David Audretsch* и *Erik Monsen* (2007), кога се зборува за претприемнички капитал треба да се земат предвид следниве **четири нивоа**:

- *Регионално / индустриско ниво* - фактори кои ја обликуваат способноста на регионот / индустријата да генерира претприемнички активности;
- *Компаниско ниво* - фактори кои ја градат организацијата на таков начин што ќе биде возможно креирање нови претприемнички бизнис единици (надворешни, заеднички или внатрешни вложувања);
- *Ниво на тим* - интерперсонални фактори кои влијаат врз креирањето на тим на начин што ќе овозможи претприемничко однесување како од страна на менаџерите така и од страна на вработените;
- *Индивидуално ниво* - персонални карактеристики кои ги обликуваат индивидуалните способности за претприемнички активности на: претприемачите, менаџерите и вработените, а се насочени кон откривање, барање и креирањето на нови претприемнички можности.

Оттаму, според *David Audretsch* и *Erik Monsen (2007)*, постојат **три вида** на претприемнички капитал: економски, организациски и личен.

Економскиот претприемнички капитал се однесува на факторите што го промовираат претприемништвото во економскиот регион или индустријата, а кој се состои од многу фирми, пазари и други економски чинители, како и културни и институционални услови и секако елементи на разновидност, конкуренција и селекција.

Организацискиот претприемнички капитал ги опфаќа факторите што промовираат претприемнички активности во рамките на една фирма или една организациска единица, составена од многу индивидуалци, тимови и други корпоративни чинители.

Личниот претприемнички капитал се однесува на факторите што промовираат претприемничко однесување од страна на секој еден индивидуалец, на ниво на основач, менаџер, вработен или тим.

Друг и различен приод во дефинирањето на претприемничкиот капитал забележуваме кај *Patrick Firkin (2001)*. Тој поаѓа од претпоставката дека иако поимот капитал се врзува со материјално богатство што некој го поседува и кое може да биде основа за создавање на поголема и нова вредност, постојат и други важни вештини што претприемачот треба да ги поседува како што се: експертизата, знаењето и искуството. Тој смета дека во претприемничкиот процес се потребни и други видови на капитал, како што се: културен, социјален и човечки. Оттаму тој зборува за **4 вида на капитал**: *економски, човечки, социјален и културен*, што се распределуваат во **три области**: економски, социјален и личен. Сите четири вида на капитал го сочинуваат претприемничкиот капитал.

Економскиот капитал, смета *Firkin*, повикувајќи се на *Bourdieu (1986)*, се однесува на сите парични средства што ги поседува или позајмува од пријатели, членови на семејството, деловни соработници, банки и други финансиски институции, приватни инвеститори, бизнис ангели, акционери или владини агенции, за да почне својот бизнис.

Социјалниот капитал се однесува на сите видови членства во здруженија и деловни мрежи, односот со нивните членови, типот на соработка, и сл. Тука можат

да се споменат и односите со сопружниците / партнерите како и останатите членови на пошироката фамилија.

Човечкиот капитал често се ограничува на формалните квалификации, вештини и работно искуство. Тука можат да бидат вклучени и голем дел на лични карактеристики (напорна работа, висока мотивираност, исполнителност и сл.).

Културниот капитал е долготрајна состојба на телото и умот, односно споделени знаења и вредности, премолчена согласност, заеднички јазик, колективен стил, во рамките на определена социјална група или фамилија.

Според нашето истражување претприемничкиот капитал, како **капацитет да се преземаат претприемнички активности**, претставува комбинација од горенаведените дефиниции. Па така, постојат:

Економскиот капитал кој е збир на фактори во економскиот регион / индустријата, што го детерминираат претприемништвото, а се однесуваат на: постоењето на мрежа на иновативни фирми, слободни пазари, универзитети и истражувачки центри, како и државни, правни и финансиски институции, кои гарантираат сигурна и поволна претприемничка клима.

Социјалниот (организациски) капитал ги опфаќа факторите во рамките на организацијата / институцијата, нивниот капацитет за иновирање, соработката меѓу вработените / партнерите / претпоставените, односите со клиентите и добавувачите, но и можностите што ги носат членствата во деловни мрежи, комори, здруженија. Тука би влегле и карактеристиките на горе споменатиот **културен капитал** како споделени знаења и вредности, заеднички јазик, колективна состојба на умот.

Индивидуален (личен) капитал се однесува на знаењата, вештините и ставовите на секој еден индивидуалец, способноста за иновативно размислување, неговото работно искуство, мотивираност, истрајност и други лични карактеристики кои промовираат претприемничко однесување. Тука би ја спомнале и способноста за штедење, како и способноста за обезбедување средства од пријатели, финансиски институции, бизнис-ангели, инвеститори или акционери за почеток на бизнис.

1.5. ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО ОПШТЕСТВО, ИНОВАЦИИТЕ И ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ

Економскиот раст и развој кој ги има иновациите и претприемништвото во својот корен, може да придонесе за создавање на нови вредности, прераспределба на богатството и нови вработувања. Истовремено, економскиот раст може да влијае врз привлекување на странски директни инвестиции, развој на инфраструктурата во земјата и создавање јака даночна база. Индиректно, може да доведе до развој на уметноста и културата во земјата. *„Сепак, да не се заборава дека иновациите, претприемништво и расстојт го дава само поиненцијално за социјален прогрес, но не е гаранција дека тоа ќе се оствари. Системот на власта, силата и волјата на граѓаните се во голема мера одговорни дали економскиот расст ќе биде прејочен во социјален прогрес“ (Edvard Elgar, 2004, стр. 20).*

Претприемништвото и иновациите се неопходни како за економскиот развој така и за развојот на општеството во целина, колку во јавниот сектор исто толку и во приватниот сектор. Тоа е затоа што иновациите и претприемништвото се процеси што се случуваат чекор по чекор, на различни нивоа. Новите производи и услуги се развиваат на едно место, политиките за подобрување на претприемничкиот амбиент се креираат на друго место, јавните услуги се случуваат на трето место. Тие не се планирани, туку се јавуваат од можности или потреби. Истите се пробни/привремени и ќе исчезнат ако не ги донесат очекуваните или бараните резултати. Тие секогаш имаат тенденција да ги одржуваат општеството, економијата, индустријата, јавниот сектор или бизнисот, флексибилни и самообновливи.

Иновациите бараат интеракција и соработка меѓу мноштво од чинители: иноваторите, претпријатијата, центрите за истражување, агенциите за иновации и развој, канцелариите за трансфер на технологии, институциите за образование и обука, инвеститорите и сл. Силата што ги движи економскиот и технолошкиот развој се крие во напредните технологии какви што се: нанотехнологиите, микро и наноелектрониката, полупроводниците, напредните материјали, биотехнологијата и фотониката.

Според Peter Drucker, „иновацијата е специфична алатка на предприемачието, средство со кое тие ги искористуваат шансите како можности за различен бизнис или различни услуги. Може да се презентира како дисциплина, да се научи и да се практикува. Предприемачието треба да ги бараат извори на иновации, промени и нивните симболи кои укажуваат на можности за успешна иновација. И тие треба да ги знаат и применат принципите на успешна иновација“ (Drucker, 1993 стр. 19).

Иновациите се основа за структурни промени кон одржлива економија. Според извештајот на Европската комисија за **Конкурентноста на иновациите во Унијата - 2013**: „Инвестирањето во истражување и иновации ја поттикнуваат продуктивноста и растот и е клучно за креирање нови работни места“ (European Commission, 2014, стр. 5).

Според Дракер, најпосакувани иновации се оние **базирани врз знаење**, бидејќи носат најмногу пари и публицитет и се најодржливи. Но, според него, „тстои голема временска разлика од моментот кога се јавува новото знаење до моментот кога тоа станува применливо во нова технологија, а исто така долг период додека да се креира во нов производ, процес или услуга на пазарот“ (Drucker, 1993, стр.107).

За да се остане конкурентен и да се одржи раст, а растот да се базира врз иновации, економијата базирана врз знаење мора да создава производи и услуги со висока додадена вредност. Во тој правец Европската комисија предлага:

1. Фокусирање кон глобални социјални предизвици (пазарите на иднината);
2. Зголемена доверба во високорастечките фирми;
3. Поголема поддршка на истражувачите и иноваторите;
4. Иновациите да бидат насочени кон решавање проблеми;
5. Интензивирање на размената на нови знаења, мобилност на научниците, како и отстранување на бариерите за патенти и лиценци;
6. Интернационализирање на иновациите, градење на мрежи и алијанси (European Commission, 2014).

Но, иновирањето не е воопшто едноставно. Тоа се базира врз повеќе различни видови знаења, не само специфични или технолошки, и доколку не се обезбедени сите потребни услови, иновацијата е осудена на неуспех. Знаењето во

форма на човечки ресурси, наука и технологија бара енергичен систем на иновации ако се тежнее да се постигне економски ефект. Во тој систем влегуваат: сопственичките права, ризичниот капитал, заедничките вложувања, претприемништвото, протокот на знаење и апсорбирачкиот капацитет на бизнисот. Според гореспоменатиот извештај, во последните неколку години, во ЕУ се забележува повеќе финансирање на иновациите, пораст на трансфер на технологии и зголемен број активности во областа на истражување и развој кај МСП. Сепак трошоците за патентирање се сè уште многу високи, и сè уште постои низок степен на претприемнички активности, а истражувачките активности во Европа заостануваат зад САД и Азија.

Според Дракер, иновацијата за да стане реалност е неопходно да се исполнат **3 неопходни предуслови**:

1) Да се направи внимателна **анализа на сите потребни фактори**, како што се: знаењето, перцепцијата, социјалните и економските фактори. Анализата треба да ги идентификува кои фактори сè уште не се достапни за да може претприемачот да одлучи дали овие фактори кои недостасуваат можат да бидат произведени или иновацијата да се одложи како сè уште невозможна.

2) Да се има **јасна стратешка позиција**. Тоа значи дека треба да се одбере еден од трите основни начини за нивна комерцијализација, односно: а. да се развие целосен систем кој ќе доминира во определена област; б. да се креира пазар за сопствените производи; в. да се концентрира на основната функција. Не смее да постои двоумење при воведувањето. Иновацијата мора да биде вистинската уште првиот пат.

3) Да се **познава и практикува претприемнички менаџмент**, особено кај иновациите базирани врз специфични научни или технолошки откритија и тоа поради високиот ризик.

Иако претпријатијата се тие што иновираат, креаторите на политики се тие кои можат да создадат стимулативни услови за истражување и иновации, преку ширење на претприемничката култура во сите сегменти на животот. Потребно е преземање на брзи и колективни чекори за соочување со глобалната конкуренција преку мерки за финансирање на иновациите, истражувањето и развојот, како и охрабрување на претпријатијата да влегуваат во вакви проекти. Тое е така

бидејќи, иновациите не водат автоматски до претприемништво. Потребен е развој на претприемничка култура и претприемничко општество каде што иновациите се вообичаени, нормални, постојани и континуирани. Претприемништвото и иновациите треба да станат составен дел на организациите, витален дел на економијата и интегрален дел на општеството. Ова бара од сите раководители на сите институции да овозможат иновациите и претприемништвото да станат нормална, тековна, секојдневна активност, практикувана на работното место и во организацијата.

И додека растечкиот свет на знаење води кон нови можности за решавање на глобалните социјални предизвици, одржливиот економски развој сè повеќе бара постојано и зголемено инвестирање во знаење, како и реформи кои ќе доведат до поефикасни истражувачки и иновативни системи. *„Денес, 70% или повеќе од новото креирано знаење доаѓа од земјите надвор од Европската унија и околу 50% од светските човечки ресурси кои се занимаваат со истражување и иновации живеат надвор од Европската унија (САД, ЕУ и Јапонија)“ (European Commission, 2014).* Новите сили во науката, технологијата и иновациите се: Кина и BRIS земјите (Бразил, Русија, Индија и Јужна Африка). Европската унија се обидува да го одржи својот удел и тоа во моментов го прави подобро од Јапонија и САД, каде што е забележано опаѓање на финансирањето. *„Земјите членки на ЕУ и земјите кандидати за членство во Европа произведуваат повеќе човечки ресурси, наука и технологија од САД“ (European Commission, 2014).*

Квалификуваната работна сила е клучен извор за конкурентна економија. Нивото на знаење и типот на вештини, како и квантитетот и мобилноста на високо обучени лица е значаен фактор за урамнотежување на понудата и побарувачката на знаење во економијата базирана врз знаење. *„Но мобилноста е позитивна ако е балансирана и ако вклучува враќање на истражувачките, збогатени со вишок на знаење, развој на кариера, вмрежување и поголем квалитет на истражување“ (European Commission, 2014).* Во спротивно, постојаниот одлив на мозоци и ограничен прилив на ново знаење во голема мера може да наштети на економијата. *„Во 2010 година, 57 433 студенти ја напуштиле ЕУ за додипломски и докторски студии во САД, додека помалку од половина, 26 782 студенти ги напуштиле САД за студирање во ЕУ ” (European Commission, 2014).* Според овој извештај, дисбалансот е особено изразен во

источно-европските и медитеранските земји, додека Велика Британија и Ирска имаат позитивен баланс на студенти.

Креирањето на ново знаење бара финансирање и инвестирање од страна на државата и од страна на бизнис-секторот. Во периодот после кризата 2008-2011 година, ЕУ бележи позитивен тренд во инвестирање на истражување и развој, намалувајќи го јазот со САД. Па така, по неколкугодишна стагнација на стапката од 1,85% од БДП, во 2011 година тој процент се искачува на 2,02%, што е сè уште далеку од проекциите за 3% до 2020 година. Во исто време стапките на финансирање во САД и Јапонија покажуваат блага тенденција на опаѓање, но не пониско од 2,5%. Она што е значајно е екстремно високиот скок на стапката на финансирање на истражувањето и развојот во Северна Кореја и Кина и тоа како резултат на поддршката од приватниот сектор (*European Commission, 2014*).

И покрај економската криза некои европски земји како што се Словенија, Естонија, Хрватска, Малта и Чешката Република успеале да ги зголемат своите национални фондови за истражување и развој. Освен директната поддршка, некои земји ја зголемиле и индиректната поддршка на бизнисот преку даночни ослободувања. Вкупниот национален трошок во 2011 година во Германија, Велика Британија и Франција изнесува 150 милијарди евра и претставува 60% од вкупните национални инвестиции во истражување и развој на сите земји-членки на Унијата. Тука треба да се потенцира големиот удел на бизнис-секторот, кој од 2007 до 2011 година учествува со 2,3%. Но додека јавните инвестиции во истражување и развој растат во Германија, тие опаќаат во Франција, Велика Британија, Италија и Шпанија. Сепак за поздравување е што повеќе од половина од членките на ЕУ, и покрај кризата успеале да го задржат буџетот за истражување и развој (*European Commission, 2014*).

Националните фондови за истражување и развој и даночните ослободувања не се единствените извори на финансирање на вакви проекти во земјите членки на ЕУ. Тука се и **Сџрукџурниџе фондови** кои им помагаат особено на земјите со ниско ниво на јавни фондови. Тука се опфатени истражувања и активности за технолошки развој на истражувачки центри, инфраструктура за истражувачки центри, трансфер на технологии, помош на МСП при истражување и развој, како и инвестирање во фирми кои се занимаваат директно со истражување и развој.

Европската унија обезбедува директна финансиска помош за иноваторите какви што се претпријатијата и институтите за истражување преку Програмата за конкурентност на претпријатијата и малите и средни претпријатија (*Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises - COSME*), замена за досегашната Рамковна програма за конкурентност и иновации (*Competitiveness and Innovation Framework Programme - CIP*). Оваа програма започна во 2014 година и ќе трае до 2020 година.

Сепак, главен инструмент на ЕУ за финансирање на истражувањето и развојот е програмата ХОРИЗОНТ 2020, поранешна Рамковна програма 7. Со буџет од 80 милијарди фунти, за период од 7 години (2014 - 2020), оваа програма е наменета за комерцијализирање на нови откритија и големи идеи. Овој финансиски инструмент има за цел да осигура конкурентност на Европа во глобални рамки и претставува средство за економски развој и креирање на нови работни места. Финансирањето во истражување е инвестиција во иднината, со ставање акцент на науката, индустриското лидерство и справување со општествените предизвици. Целта е да се отстранат бариерите меѓу иновациите и пазарот, да се стимулира соработка меѓу јавниот и приватниот сектор и да се креира единствен пазар на знаење, истражување и иновации.

Денес, особено во Европа, е сè попопуларно верувањето дека земјата може да има само високотехнолошко претприемништво. Европските земји, Франција, Западна Германија, па дури и Велика Британија, сакаат да го стимулират само високо-технолошкото (high-tech) претприемништвото и ги засноваат своите национални политики на овој став. Но треба да се внимава бидејќи високотехнолошкото претприемништво е само еден дел од иновациите и претприемништвото. Голем дел од иновациите лежи и во другите области. Ниско-технолошкото претприемништво е потребно за да ги снабдува со производи и услуги високотехнолошките фирми, како и да ги ублажи евентуалните загуби и обезбеди капитал кој е неопходен за високотехнолошките бизниси. Многу е неверојатно, дури и невозможно, некоја земја да биде иновативна и претприемничка во високата технологија, без да постои претприемничка економија, затоа што во таквата економија недостасува претприемнички амбиент кој во себе ги вклучува и нискотехнолошките претприемнички активности. Високата технологија е навистина водечкиот тренд, но таа е возможна само во

услови на економија која е веќе претприемничка и иновативна, каде што веќе постојат претприемачи со претприемничка енергија, претприемничко искуство, визија и вредности, со пристап до капитал. Од аспект на креирање нови работни места, нискотехнолошкото претприемништво би го решиле тој проблем на краток рок, додека високотехнолошките бизниси би обезбедиле идни вработувања.

Кога се зборува за јавните политики и владините мерки во претприемничкото општество, планирањето е една од работите што не е компатибилна со претприемничката економија. Иноваторството и претприемништвото, речиси по дефиниција, треба да се: децентрализирани, ad hoc, автономни, специфични и на микро ниво. Најдобро е да се започне со мали чекори, едноставно, пробно и флексибилно. Да не се прават премногу различни работи истовремено. Моќностите треба да се бараат на терен, на микро-ниво, блиску до случувањата. Иновациите треба секогаш да бидат наменети за сегашноста, а не за иднината. Моќностите не треба да се наоѓаат на централизирано ниво, од страна на некој планер кој треба да задоволи некоја потреба, туку од неочекуваното, како одговор на девијации, несогласувања, спротивставени мислења, кај најслабата врска во некој процес. Моментот кога таа ќе стане стратешки важна и видлива за планерот, веќе е доцна.

ГЛАВА 2 :

ГЛОБАЛНО ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОПШТЕСТВО

2.1. ПРЕТПРИЕМНИШТВО ВО МСП, ВО ГОЛЕМИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА, ВО ЕДИНИЦИТЕ НА ЛОКАЛНА САМОУПРАВА И ВО НЕВЛАДИНИОТ СЕКТОР

2.1.1. Претприемништвото во малите и средни претпријатија

Улогата на претприемништвото во последниве 60 години драстично се менувала. После Втората светска војна значењето на претприемништвото опаднало зашто на малите претпријатија се гледало како на неефикасен начин на производство. Поголемата ефикасност и продуктивност била возможна преку производство во голем обем, на индустриски начин. Првиот бран на ревитализирање на малите и средни претпријатија се јавува во 80-те години, особено во САД, со појавата на нови технологии и нови технолошки компании.

Во последниве дваесетина години овој тренд на отворање на МСП е сè поизразен во целиот свет, особено преку отворање на компании базирани врз знаење. Ова се случува од повеќе причини: прво, големите компании што се базираат врз голем обем на стандардизирани производи ја загубија својата компаративна предност, особено во високо развиените земји каде што трошоците за производство станаа превисоки. Второ, постојат докази дека голем број на радикални иновации доаѓаат од МСП, а не од големите компании (*Фийџи и др., 2014*). Трето, малите претприемнички фирми се лесно приспособливи на брзите промени што се случуваат во сè понеизвесното општествено окружување и тие сè повеќе се јавуваат како контрактори на големите фирми. Четврто, иновативните МСП создаваат нови производи, услуги и пазари, создавајќи претприемнички амбиент кој го раздвижува и мотивира целиот регион на дополнителни претприемнички активности. Петто, МСП ја зголемуваат конкуренцијата и ја збогатуваат понудата со нови производи и услуги, а со тоа ја зголемуваат и ефикасноста на економиите (*Фийџи и др., 2014*).

Дека овие промени веќе се случуваат покажуваат и податоците според кои во Европа во 2012 година, 23-те милиони мали и средни претпријатија опфаќаат 98% од претпријатијата, обезбедуваат 67% од работните места и создаваат 85% нови вработувања. Огромен дел (околу 83% односно повеќе од 19 милиони) од МСП се микро-претпријатија кои вработуваат помалку од 10 вработени и чиешто вкупен годишен приход не е поголем од 2 милиони евра. Остатокот се мали

претпријатија (1378 000), средни (219 000) и големи (43 000). Микропретпријатијата во ЕУ вработуваат 38,8% од вработените лица, големите фирми 43,3%, а малите и средни претпријатија заедно вработуваат 48,6%. Заедно микро, малите и средни претпријатија опфаќаат 2/3 од работните места во ЕУ. Малите и средните претпријатија во Европа опфаќаат повеќе од половина од вредноста што ја создава економијата на ЕУ, и изнесува 2 199 милијарди евра, а заедно со микро претпријатијата се искачуваат на 3492 милијарди евра, што е повеќе од додадената вредност создадена само во големите претпријатија (2 486 милијарди). Затоа една од целите на ЕУ во областа индустрија и иновации до 2020 година е помош за отворање на МСП, помош за нивен економски раст и промоција на претприемничката култура (*Евројска комисија, 2013*).

Доминантната улога на МСП во генерирањето на БДП, додадена вредност и вработувањето се гледа и во Република Македонија, каде што бројот на активни фирми во 2012 година изнесувал 74 424 од кои 99,7% се МСП, од кои 90% отпаѓаат на микро фирмите со помалку од 10 вработени. Просечниот број на активни претпријатија на 1000 жители во Република Македонија изнесува 36 во 2012 година, што е релативно солиден податок, но сепак далеку од американскиот и англискиот просек од 50 до 60 МСП на 1000 жители, што би обезбедило добро функционирање на пазарната економија (*Фити и др. 2014*).

Особено значајни за МСП се иновациите и создавањето на ново знаење, што продонесува за поголема додадена вредност на новите производи и услуги. Знаењето како фактор за производство е многу поразличен од традиционалните капитал и работна сила. Најважен, иако не и единствен, извор на знаење е истражувањето и развојот. Но не секое ново знаење е истовремено и иновација. Проблемот настанува кога ова знаење треба да се комерцијализира во нов производ, за што е потребно да се преземе акција. Тука настапуваат претприемачите кои веруваат дека нивниот потфат ќе биде успешен и го вложуваат целиот свој капитал, време и енергија, затоа што се убедени дека исходот ќе биде повеќекратно поголем од можниот неуспех. Претприемништвото е токму тој механизам што овозможува трансфер и комерцијализирање на новата технологија преку креирање ново претпријатие.

Силата што ги движи економскиот и технолошкиот развој се крие во напредните технологии какви што се нанотехнологијата, микро и нано-електрониката, напредните материјали, биотехнологијата и фотониката. Овие напредни технологии адресираат важни општествени предизвици на денешнината. Затоа целите на ЕУ се да го поттикне уделот на индустријата во економскиот раст од сегашното ниво од 15,6% од БДП на 20% до 2020 година. Тоа го прави преку поттикнување на претприемачите во МСП да иновираат и инвестираат во нови технологии, преку подобрување на бизнис-климата и едуцирање на вработените во индустријата да ги стекнат потребните вештини и знаења (*Евројска комисија, 2013*).

2.1.2. Претприемништвото во големите претпријатија

„Претприемничката функција не би требало да исчезнува со расипој на претпријатието. Таа мора да се изразува и поинаку, на повисоко ниво, и мора да биде, на некој начин, делегирана на сите или на повеќето вработени во претпријатијата“. (Фити и др., 1999, стр.183). Предизвикот кој е поставен пред лидерите на големите претпријатија е да се направи креативна комбинација од предностите што ги нуди големината и предностите што ги нудат МСП. Преголемата формалност во организацијата укажува на постоењето на слаба комуникација, поврзаност и интеграција. Креирањето на заедничка мисија, визија и цели, како креирањето на заеднички стандарди на однесување, односно заеднички вредносни системи е основата на концептот на таканареченото внатрешно, корпоративно или интра-претприемништво. Тој вклучува преземање на ризик и воведување иновативни техники, креативност, како и нови приоди за мотивирање на вработените.

Интра-претприемништво е нов пристап до попрофитабилна организација, каде што креативните вработени се стимулираат да размислуваат претприемнички. Овој вид на претприемништво *„често се врзува со Norman Macrae, кој во две статии објавени во списанието The Economist (едната во 1975 година, а другата во 1982) ги изнесе своите погледи за корпоративното претприемништво“* (Фити и др., 2007, стр. 182). Но самиот Macrae му дава признание за името на Gifford Pinchot III, кој ги дефинира интрапретприемачите

како „сонувачи кои делуваат. Оние кои преземаат обврски за креирање на иновација од каков било вид, во рамките на постоечки бизнис“ (Pinchot, 1984).

Во литературата се среќаваат различни дефиниции за интрапретприемништвото: „соѕидба во која сите мислат и работат, децентрализирана децентрализирана и партиципација во управувањето и практикуваат тимска работа“ (Фуада, Вукмировиќ, цитирано според Фиши и др. 2007, стр. 184), или: „разбирање на окружувањето, визионерство и флексибилност, креирање менаџерски одлочки, охрабрување на тимската работа, охрабрување на отворени дискусии, изградба на коалиција на поддржувачи, улогорност“ (Фиши и др., 2007, стр. 183-184).

Интрапретприемништвото е начин за воведување креативност во веќе постоечките компании. Во интерес на секоја компанија е да го охрабрува внатрешното претприемништво, зашто тој е потврден метод за успешно реструктурирање на компанијата и за подобрување на нејзините перформанси. Интрапретприемништвото подразбира подготвеност да се започне и успешно заврши определен проект во рамките на компанијата. Тоа е креативен метод за развој на нови продукти.

2.1.3. Претприемништво во локалната самоуправа

Претприемништвото може да има големо влијание врз економскиот развој, како на национално така и на локално и регионално ниво. Поттикнувањето и стимулирањето на претприемништвото на локално ниво доведува до генерирање на голем број идеи. Пазарот на идеи секогаш ќе овозможи најдобрите да бидат материјализирани во форма на нови претпријатија кои ќе произведуваат нови производи или услуги. Зголениот број на разновидни идеи доведува до подобри економски резултати, а со тоа и до развој на регионот, односно локалната самоуправа.

Тука пресудна улога има економскиот претприемнички капитал, кој се однесува на факторите кои го промовираат претприемништвото во економскиот регион, а го сочинуваат веќе постоечките фирми, пазари, универзитети и истражувачки центри и други економски чинители (банки и судови), како и социјалниот претприемнички капитал (мрежи, здруженија, комори и др. членства), културни и институционални услови, а секако и елементи на

разновидност, конкуренција и селекција во локалната самоуправа, кои создаваат нови можности за развој на нови бизниси.

Напоредно треба да се работи на иновирање на државните и јавни институции на локално и регионално ниво. Тие стануваат сè поважни и понеопходни во развиените земји. Државните и јавните институции ќе мора да научат да бидат иновативни, да се менаџираат претприемнички. За да го постигнат тоа, државните и јавните институции ќе треба да гледаат на социјалните, економските и демографските поместувања како на можности и предизвици. Нивните програми и проекти треба да ги антиципираат идните промени во окружувањето, а во спротивно наместо поддршка на економскиот развој ќе станат негова најголема пречка.

За почеток треба да се воспостави база на податоци за локалните и регионални претприемнички активности кои ќе претставуваат основа за развој на идните планови, програми и проекти. Треба да се слават и поддржуваат сите успешни претприемнички идеи и да се создаваат локални мрежи на претприемачи кои ќе учат едни од други. Неопходно е постоење на тренинг-програми за едукација и надградба на знаењата на претприемачите. Потребна е подготовка на инфраструктурни проекти кои ќе ја подобрат бизнис-климата во регионот. Секако значајна е и соработка на локалните владини институции со бизнис-секторот во форма на приватно-јавно партнерство.

Сепак за ова да функционира пресуден е: *„капацитетите на локалната власт за акција и трансформација...само млади, амбициозни, високо образовани кадри (економисти, правници, инженери, технолози итн.), со неопходно познавање од областа на претприемничкиот и бизнисот и со мотивација да работат и учат, можат да го воведат претприемничкиот процес на локално и регионално ниво“ (Филип и др. 2014, стр. 92).* Само преку намалување на нефункционални трошоци и вработување на вистинските лица на вистинските позиции можат да се направат големи поместувања во внатрешната култура на локалната самоуправа и таа да се трансформира од бирократска во претприемничка. При тоа треба да се нагласи дека селекцијата на нови вработени треба да биде непристрасна и непартиска, туку заснована врз знаењата, вештините и поседувањето на претприемнички став кај младите луѓе.

Од многуте фактори кои влијаат врз политиките за побрзо ширење на претприемничката култура и подобрување на претприемничкиот амбиент на локално и регионално ниво, ќе го споменеме истражувањето на David B. Audretsch и Max Keilbach (2008) кои дошле до следниве интересни сознанија: 1) политиките за интензивирање на *истиражувањето и развојот* повеќе влијаат врз фирмите базирани врз знаење; 2) политиките за стимулирање на отворање на високотехнолошки фирми базирани врз знаење, во региони каде што *невработените* немаат доволна стручност за почетни бизниси базирани врз знаење, па се однапред осудени на пропаст; во овие региони е подобро да се стимулира отворање на нискотехнолошки почетни бизниси; 3) *субвенциите* немаат позитивно влијание врз отворање на нови фирми, туку единствено треба да се гледаат како мерка за намалување на невработеноста; 4) *даночното овозможување* влијае негативно врз ниско-технолошките фирми и информациско-технолошко-комуникациските ИКТ фирми, додека високотехнолошките фирми не се толку чувствителни на овој фактор; 5) *социјалната разновидност* нема некое големо влијание врз претприемничкиот капитал во определен регион, но *индустријската разновидност и концентрираност* во регионот има позитивно влијание врз поголема размена на идеи меѓу фирмите од иста индустрија; 6) *атрактивноста на локацијата*, исто така, нема некое големо влијание врз одлуката да се започне сопствен бизнис.

Од ова истражување може да заклучи дека, стимулирањето на претприемништвото, односно способноста на локалната самоуправа да креира нови бизниси има позитивно влијание врз регионалните економски перформанси. При тоа треба да се внимава: во региони со високо ниво на истражување и развој на нови технологии и ниска стапка на невработеност, политиките треба да бидат насочени кон стимулирање *нови фирми базирани врз знаење*, кои го комерцијализираат новото знаење преку креирање на нови производи и услуги; во регионите каде што има висока невработеност и ниска истражувачка дејност, а мерките треба да бидат насочени кон отворање на *ниско-технолошки фирми*.

2.1.4. Претприемништво во невладиниот сектор (social entrepreneurship)

И додека растечкиот свет на знаење води кон нови можности за решавање на глобални социјални предизвици, во поново време сè повеќе се зборува за

социјални иновации. „Социјални иновации се нови идеи кои работат на решавање на нерешени проблеми и незадоволени социјални потреби и создаваат нови социјални односи на соработка“ (*Open Book of Social Innovation, Murray, Calulier-Grice and Mulgan, March 2010*). Тековната економска и финансиска криза уште повеќе го актуелизира прашањето за социјални иновации, особено во сферата на здравството и животната средина. Социјалните иновации создаваат нови општествени вредности и се насочени кон: општата популација со цел да креира културни промени, кон заедницата - да креира социјални промени, кон бизнис - секторот - да креира економски промени и кон јавниот сектор (владата) - да креира политички промени.

Според Дракер: „Социјалните иновации би требало да зайочнат со преквалификација на голем дел од населението кое останало без работа како технолошки вишок, но не само со нови квалификации туку и со промена на ставови да прифаќаат иновации, а не да им се противставуваат“ (*Drucker, 1993, стр. 257*).

Втора, порадикална и истовремено тешка социјална иновација е да се организира систематско истражување на неопштествени закони и политики и на застарените јавни институции. И ова се само две од многу потребните промени неопходни за масовно реорганизирање на политиките и ставовите во општеството. Треба да се запрашаме за која било предложена владина политика: Дали ги подобрува општествените услови за иновирање? Дали промовира социјална и економска флексибилност? Треба да се оди кон поттикнување на флексибилноста, постојаното учење, прифаќање на промените како нормална работа и како можности и тоа не само за институциите туку и за индивидуалците.

Трета неопходна промена во претприемничкото општество е во областа на даночните политики што треба да охрабруваат создавање на капитал кој ќе биде искористен за нови иновации и нови претприемнички потфати. Даночниот систем треба да овозможува движење на капиталот од неуспешни во успешни претприемнички активности, а не да претставува нивно дополнително оданочување или наплаќање на пенали, во случај кога еден бизнис се продава или ликвидира, при што парите се третираат како приход кој подлежи на оданочување. Во суштина се работи за враќање на капиталот.

Социјалните иновации и социјалното претприемништво не се веќе периферни активности на маргините на економиите. Напротив, тие преку еден нов начин на организирање, соработка и менаџмент се залагаат за креирање на социјални вредности на иновативен начин. Овие невладини, непрофитни и уште наречени *социјални бизниси* ја имаат *скромноста / ѝонизноста* како заедничка карактеристика која произлегува од самото соочување со социјалните промени и предизвици.

Социјалните претприемачи може да не се воопшто инволвирани во бизниси, но социјалните бизнис-лидери се луѓе кои детектираат проблеми и креираат бизнис за нивно решавање и не се луѓе кои само ќе ги дадат парите и ќе чекаат резултатите да дојдат сами по себе. Социјалните претприемачи преку разни форми на социјален бизнис сакаат да допрат до најранливите категории на население и да ги оспособат најмаргинализираните групи.

Социјалните претприемачи идентификуваат и решаваат социјални проблеми, но нивната работа е насочена не само кон мали и брзи проекти за определена група луѓе, туку започнуваат и програми од голем обем, кои траат подолг временски период и носат долгорочни промени. Како што големите претприемачи креираат и трансформираат цели индустрии, така и социјалните претприемачи се јавуваат во улога на агенти кои го менуваат општеството, креирајќи нови социјални вредности наспроти профит. Тие здогледуваат можности кои другите ги пропуштаат. Тие препознаваат кога дел од општеството е парализирано и постојано бараат можности за подобрување на системи, развој на нови пристапи и дисеминација на напредни решенија за одржлив развој.

За решавање на големи социјални проблеми е потребена личност со посветеност и истрајност. Овие луѓе ги движи желбата да дадат свој придонес преку изнаоѓање нови начини за вклучување на маргинализираните и лицата со посебни потреби, да го постигнат својот личен максимум како еднакви граѓани на општеството, да направат социјални промени. Овие претприемачи носат струја, вода, лекови и други ресурси од животна важност на луѓето во неразвиените земји и региони. Тие се пример дека резултати се возможни кога иновативна идеја е комбинирана со стратегија за преземање активности и претприемничка непоколеблива волја.

Последните две декади се случува експлозија од претприемништво и натпревар за здравје и благосостојба во социјалниот сектор. Оваа револуција од корен го менува начинот на кој е организирано општеството и начинот на кој досега се приобаше кон решавање на социјалните проблеми.

2.2. ЗНАЧЕЊЕТО НА ПРЕТПРИЕМНИЧКИОТ АМБИЕНТ

Претприемничкиот дух денес е широко проширен на планетата Земја. Новите бизниси никнуваат во најнеочекуваните делови во светот. Претприемничките програми, капитал и талент патуваат да ги пронајдат најталентираниите тимови и лидери во светот. Национални советници на политиките на владите се во постојан контакт со почетните бизниси и во постојана потрага за олеснување на патот за формирање на нови фирми и нивен раст и развој.

Колку е големо значењето на претприемничкиот амбиент и претприемничката клима говори и *Светскиот извештај за развој - Подобра инвестициона клима за сите*, на Светска банка, од 2005 година, каде што се потенцира дека погодната инвестициона клима ги стимулира домашните и странски фирми да инвестираат продуктивно, да го прошират бизнисот и да го зголемат вработувањето. Најважните сегменти од инвестиционата клима се: постоење на едноставни процедури за отворање и затворање на фирма, регулатива за сопственичките права, владините економски и социјални регулативи, отстранување на административно - бирократските бариери, елиминирање на корупцијата, немешање на политиката во бизнисот, подобрување на локалната инфраструктурата, трансформацијата на јавната администрација во претприемничка, намалување и подобра наплата на даноците, полесен пристап до финансии за раст на МСП, ефикасноста на институциите за привлекување на странски инвестиции, како и подобрување на знаењата и вештините за воведување на иновациите во приватниот сектор. (Фити и др. , 2014).

Освен подобрување на инвестиционата клима, обезбедувањето претприемнички амбиент подразбира и популаризирањето на претприемништвото и менување на ставот на јавноста кон претприемачите, во глобални размети. Иницијативата *Глобалната претприемничка недела*, која започна во 2008 година, веќе седум години игра значајна улога во популаризирање на претприемништвото во глобални рамки и помага да се роди ново движење на креативни претприемачи, оптимистички настроени кон својата иднина. Оваа манифестација е светска прослава за сите национални активности во 140 земји во светот, за сите организации и лидерски тимови кои низ целата година се обидуваат да формираат

формални тела и независни организации кои ќе обезбедат долгогодишна одржливост на почетните бизниси (*Global Entrepreneurship Week – www.gew.co*).

Компании од типот на глобално познатите најголеми бизниси: Barclays (Велика Британија), BASF (Германија), Coca-Cola (САД), Google (САД), Nokia (Финска), Samsung (Јужна Кореја), Toyota (Јапонија), Vodafone (Велика Британија) и многу други се активни во напорот да се демонстрира колку важни почетните бизниси можат да бидат за внес на виталност и иновативност во културите на големите компании. Илјадници нови тимови и млади претприемачи од целиот свет ја препознаваат глобалната недела на претприемништвото како шанса да ги направат своите идеи реалност, учествувајќи во организираниите натпревари за изработка на бизнис-план и добивајќи финансиски средства и конекции кои ќе им помогнат во лансирање на нивниот бизнис.

Оваа глобализација на претприемништвото носи експлозија на програми, формирање старт-ап заедници и инвестиции во нови области каде што постои недостиг од информации, со цел да се дознае што функционира, а што не функционира во поддршката на новите претприемачи и почетните бизниси. Тоа не е само светски најголемата прослава на претприемништвото, туку и платформа која постојано се развива и овозможува соработка и поврзување што им помага на милиони луѓе да ги ослободат своите идеи и да ги претворат во нови вложувања - за решавање на глобални предизвици и зајакнување на економска стабилност во целиот свет.

Во текот на една недела во ноември, секоја година, повеќе од 25 000 настани, активности и натпревари во 140 земји во светот, ги поврзува учесниците со потенцијални соработници, ментори и инвеститори. Милиони кои предходно не ни сонувале да започнат сопствен бизнис остануваат заробени во претприемничката мрежа, инспирирани од успешните приказни на светски познати претприемачи. Илјадници нови бизниси се започнати во тренинг-камповите за време на *сџарџи-ај викендиите* или *ојворениите најџревари за најдобра бизнис-идеја*. Стотици универзитети ги зајакнуваат своите конекции кои им помагаат да ги комерцијализираат истражувањата во нивните лаборатории. Истражувачи и креатори на политики вклучени во дискусии низ целиот свет се обидуваат да најдат нови начини за промовирање на претприемништвото. Искусни

претприемачи ги делат своите искуства и обезбедуваат менторство преку различни видови на програми. Во меѓувреме, светските лидери и локално избраните владини претставници ја прифатија оваа кампања како начин за поддршка на националните и локални кампањи во нивните сопствени земји и заедници (*Global Entrepreneurship Week – www.gew.co*).

Преку учеството на милиони учесници оваа манифестација продолжува да го гради својот успех. Но нејзиното вистинско влијание не може да се измери само преку бројки: 140 земји, 9 925 партнери, 25 621 активности итн. Да се креира долготрајно влијание е голем предизвик, не се случува преку ноќ и е тешко да се измери. Во студијата од 2013 година: *Contagious Entrepreneurship: People Who Know Entrepreneurs Are More Likely to Become Entrepreneurs* на *Kaufman Foundation* се акцентира значењето на поврзаноста меѓу тоа да познаваш претприемач и да бидеш претприемач самиот. Повеќе од еден меѓу три испитаници во истражувањето што одговориле дека познаваат претприемач биле и самите претприемачи. Тоа ја потврдува констатацијата што сè повеќе преовладува дека петприемништвото е однесување кое се учи делумно и по пат на *имитација*. Тоа е основната мисла-водилка при покренувањето на Глобалната недела на претприемништвото (*Global Entrepreneurship Week – www.gew.co*).

Се организираат настани, активности и натпревари со цел да се инспирираат претприемачите почетници да се поврзат со потенцијални партнери за соработка, ментори и инвеститори кои ќе им помогнат да започнат сопствен бизнис. Исто така, се формираат корелации меѓу заедниците на почетни бизниси и владините креатори на политики што помага во креирањето на окружување што пак овозможува претприемнички раст и развој.

Сепак, големиот успех на ова движење поставува и нови предизвици. Претприемничкиот амбиент е нешто на што мора постојано да се работи. Светот сè повеќе ги прифаќа претприемачите и науката за почетни бизниси. Затоа треба да се продолжи во правец на зајакнување на оваа претприемничка глобална заедница. Со цел да се адресираат бројни жешки прашања, во иднина треба да се продолжи со преземање амбициозни програми како да им се помогне на младите претприемачи низ целиот свет, не само да започнат сопствен бизнис, туку и да опстанат во турбулентното окружување. Тоа подразбира:

- Да се зголеми бројот на граѓани кои ќе работат кај претприемачи или ќе започнат сопствен бизнис;
- Да се зголеми поддршката за формирање нова класа на глобални претприемачи базирани врз знаење, преку обезбедување поголем пристап до истражување;
- Да се обезбеди поврзување на новите заедници на национални советници на политиките за почетни бизниси со мрежата на новата генерација на истражувачки институции од светска класа;
- Да се воспостават соработки помеѓу истражувачките институции во светот со цел создавање глобална библиотека за претприемништво која ќе служи како меѓународен портал на знаење и алатка за претприемнички успех;
- Да се зголеми ангажирањето на креативните индустрии во глобалната претприемничка заедница.

2.3. РАЗЛИКИ МЕЃУ ПРЕТПРИЕМНИЧКИТЕ АКТИВНОСТИ КАЈ ЕКОНОМИИТЕ БАЗИРАНИ ВРЗ РАСПОЛОЖЛИВОСТА НА ФАКТОРИТЕ НА ПРОИЗВОДСТВО, ЕФИКАСНОСТ И ИНОВАЦИИ

2.3.1. Петнаесет години анализа на претприемништвото на глобално ниво

Најголемото меѓународно истражување на претприемништвото, иницијатива која ги анализира наклонетоста на возрасната популација на одредена земја да учествува во претприемнички активности и условите кои ги поддржуваат и подобруваат нивните претприемнички активности е познато под името *Глобален мониторинг на претприемништво (GEM)*. До денес GEM е една од ретките академски иницијативи кои ги систематизираат податоците за претприемништвото во светот во меѓународно хармонизирани и споредливи информации.

Сè започнува во 1997 година со едно истражување кое било замислено како мултинационална програма за оцена на претприемништвото во 10 земји во светот, членки на OECD. Првиот GEM извештај (од: Reynolds D. P, Nay M. И Camp M. S.) е објавен во 1999 година. Истражувањето започна во САД од страна на *Babson College*, водечка институција за претприемничко образование, која веќе 18 години по ред е рангирана како број еден во светски размери (според *U. S. News and World Report*). Втората партнерска организација била *London Business School*, од Велика Британија. Во 2004 година *Babson College* и *London Business School* го предаваат интелектуалниот капитал на GEM на *Глобална асоцијација за истражување на претприемништво (GERA)*, непрофитна организација водена од претставници на националните тимови, а надополнета со претставници од двете организации-основачи.

Денес ова истражување се реализира од конзорциум составен од *национални тимови* на истражувачи на претприемништвото низ целиот свет. Извештајот за 2013 година опфаќа повеќе од 197 000 индивидуални учесници, приближно 3 800 национални експерти, од *70 економии во светот*. Примероците во студијата претставуваат 75% од светската популација и 90% од светскиот бруто домашен производ - БДП. Со зголемувањето на бројот на земји-учеснички се направи поделба според географски региони како и според степенот на економски развој:

Табела 1: GEM економии по географски региони и ниво на економски развој

(GEM Report - 2013, сѝр.8)

Региони	Економии базирани врз расположливоста на фактори на производство	Економии базирани врз ефикасност	Економии базирани врз иновации
Латинска Америка и Карибите		Аргентина ²⁾ , Бразил ²⁾ , Барбадос ²⁾ , Чиле ²⁾ , Колумбија, Еквадор, Гватемала, Јамајка Мексико ²⁾ , Панама ²⁾ , Перу, Суринам, Уругвај ²⁾	Тринидад и Тобаго
Среден исток и северна Африка	Алжир ¹⁾ , Иран ¹⁾ , Либија ¹⁾		Израел
Суб-Сахарска Африка	Ангола ¹⁾ , Боцвана ¹⁾ , Гана Малави, Нигерија, Уганда, Замбија	Намибја, Јужна Африка	
Азија на Пацифик и јужна Азија	Индја, Филипини ¹⁾ , Виетнам	Кина, Индонезија, Малезија, Тајланд	Јапонија, Република Кореја, Сингапур, Тајван
Европа - ЕУ 28		Хрватска, Естонија, Унгарија, Латвија, Литванија, Полска, Романија, Словачка Република	Белгија, Република Чешка Финска, Франција, Германија, Грција, Ирска, Италија, Лксембург, Холандија, Португалија, Словенија, Шпанија, Шведска, Велика Британија
Европа - Не ЕУ 28		Босна и Херцеговина, Македонија, Руска Федерација ²⁾ , Турција ²⁾	Норвешка, Швајцарија
Северна Америка			Канада, Порто Рико*, САД

1) Во фаза на транзиција меѓу водени од фактор и водени од ефикасност

2) Во фаза на транзиција меѓу водени од ефикасност и водени од иновации

* Порто Рико се смета за дел од Северна Америка поради нејзиниот статус на земја придружничка, иако оваа економија има многу слични карактеристики со земјите од Латинска Америка и Карибите.

„Клучна цел на GEM е да ѝ помогне во сољедувањето на кој начин ѝреѝѝриемнишиѝвоѝто е ѝоврзано со економскиоѝ развој. Се верува дека ѝреѝѝриемнишиѝвоѝто ѝридонесува за економскиоѝ развој бидејќи ѝреѝѝриемачиѝте креирааѝ нови бизниси, а новиѝте бизниси креирааѝ нови работѝни месѝта, ѝи снабдувааѝ луѓето со различни ѝроизводи и услуѓи, ја инѝензивирааѝ конкуренцијата, ѝреку ѝтехнолошки ѝромени ја зѝолемувааѝ ѝпродукѝвноста и ѝозиѝивно влијааѝ врз индивидуалниѝте животоѝи на многу нивоа“ (Amoros & Bosma 2013, сѝр. 11).

2.3.2. Глобално гледање на претприемништвото во 2013 година

Собирањето и обработката на податоците од GEM истражувањето дава претприемнички профили на економиите од аспект на *ширише значајни димензии: претприемничките ставови, активностии и аспирации*.

Претприемничките СТАВОВИ и перцепции го рефлектираат степенот до кој индивидуалци од различни земји имаат тенденција да го почитуваат претприемништвото и како генерална оцена и како субјективна перцепција.

Претприемничките АКТИВНОСТИ ја мерат вклученоста на индивидуалците во различни фази на претприемнички активности, како и степенот до кој претприемничките активности се резултат на потреба или можност, вклучувајќи го и затворањето на бизнисите и причините поради кои се случува тоа.

Претприемничките АСПИРАЦИИ се клучни за социо-економското влијание на претприемничкото однесување, бидејќи од претприемачите се очекува да отворат нови работни места, да се вклучат во меѓународната трговија и да придонесуваат во општеството преку понуда на нови производи и услуги.

2.3.2.1. Претприемнички ставови и перцепции

Негувањето на позитивен претприемнички став со тек на време може да доведе до преземање на претприемнички активности. Па сепак, перцепцијата за постоењето на можности за стартап бизниси не секогаш е решавачка за да се направи првиот чекор кон претприемнички активности. Постои мешавина од индивидуални, социјални и општествени фактори што влијаат врз индивидуата дали ќе преземе претприемнички активности.

Индивидуални ставови: Според GEM извештајот за 2013 (*Amorós E. J., Bosma N., (2014)*). година: индивидуалците во *економиие базирани врз расположливосиа на фактори на производство* имаат тенденција да пријавуваат *дооозиивен сивав* кон претприемничките мерки како што се: согледани можности за отворање на бизнис, осознаени вештини за започнување бизнис, отколку оние во економиите водени од ефикасност или иновативност.

Индивидуални перцепции: Тука влегуваат можностите, способностите и стравот од неуспех. За сите три мерења индивидуалците во различни земји имаат

различен вид на бизниси во главата и не секогаш високата стапка на можности е поврзана со висока стапка на способности. Овие стапки се *два пати поголеми во економиите базирани врз расположливоста на фактори на производство* (60 - 69%), додека кај иновативните економии процентот е речиси преполовен (33 - 40%), што значи дека со развојот опаѓа перцепцијата за можности и способност за претприемнички активности. Сепак и во рамките на групата на економии базирани врз иновации, варира процентот на способност за почнување бизнис, па така тој е висок во нордиските земји (Финска, Шведска и Норвешка), а низок во јужна Европа (Грција и Шпанија). Нашата земја, која спаѓа во групата на економии базирани врз ефикасност, покажува индекси кои се близу до просекот во групата, па така: можностите се оценети со 37,2 (41,7 просек на групата), способностите со 49,7 (51,8 просек во групата), а стравот од неуспех е малу поголем од просекот на групата (33,8) и изнесува 35,6.

Претприемнички намери: Следното ниво во претприемничкиот процес е кога потенцијален претприемач изразува интерес за отворање на сопствен бизнис во блиска иднина, односно во наредните 3 години. Разликите се големи меѓу економиите на различни нивоа на економска развиеност. *Резултатите се подобри во земјите базирани врз расположливоста на факторите на производство*, каде што постојат малку понуди за добри работни места и каде што може да се очекува претприемништво од потреба. Русија и Јапонија покажуваат најниска стапка на намери, а Колумбија и Чиле се со високи стапки. За Македонија, овој индекс изнесува 29,1, што е над просекот во групата (24,8).

Национални ставови: избор на кариера, статус и покриеност на медиумите. Последните три мерки го мерат општественото влијание врз претприемништвото, оценувајќи ја видливоста и атрактивноста на претприемништвото. Позитивното гледање на овие мерки може да придонесе за поголема подготвеност на индивидуалците да станат претприемачи и да бидат сигурни дека ќе бидат поддржани во нивната намера, од страна на инвеститори, доставувачи, советници и клиенти.

Што се однесува до верувањата за атрактивноста да се биде претприемач (добар избор за кариера), резултатите се разликуваат поради два фактора, односно: дали општеството ги цени претприемачите на највисоко ниво и колку медиумите прикажуваат успешни приказни на претприемачи. Според ова,

економиие базирани врз расположливоста на факториите на производство и ефикасноста покажуваат повисока стапка отколку економиите базирани врз иновации.

Избор на кариера: Оваа стапка е пониска кај иновативните економии, со исклучок на Јапонија, Сингапур, Финска, Норвешка, Луксембург, Швајцарија и Ирска, како и некои брзорастечки земји како Малезија и Порто Рико. Во Македонија оваа стапка е 69,5 над просекот во групата (67,8).

Статус: Оваа стапка е средна во економиите базирани врз ефикасност и иновативните економии, а е повисока во економиите базирани врз расположливоста на факторите на производство (водечки се Северна Африка и Суб-Сахарска Африка). Во Македонија оваа стапка е 67,9 над просекот од 67,0 во групата.

Медиумска покриеност: На прашањето дали веруваат дека има многу извештаи за нови и растечки фирми во вестите и во другите медиуми за комуникација, највисоки оценки имаат Бразил и Уганда (економии базирани врз ефикасност), Тајван, Финска и Канада (економии базирани врз иновации). Најниско се рангирани Грција и Луксембург (економии базирани врз иновации), Унгарија (економии базирани врз ефикасност) и Либија (економии базирани врз расположливоста на факторите на производство). За Македонија оваа стапка 66,8 над просекот во групата (61,4).

Европа, генерално, покажува ниски стапки во сите три категории иако дури и за време на економската криза некои земји успеале да постигнат висок економски развој, за што во голема мера не биле заслужни претприемничките активности туку други алтернативи за вработување.

2.3.2.2. Претприемнички активности

Ниво на економски развој. Според GEM истражувањето од 2013 година (Amorós E. J., Bosma N., 2014), овие активности имаат тенденција да бидат *повисоки во економиие базирани врз расположливоста на факториите на производство*, а да се намалуваат со растот на БДП, бидејќи тоа носи повеќе и подобро платени работни места. Сепак, постојат и економии кои имаат висок БДП, а сепак покажуваат висока стапка на претприемнички активности.

Регионални разлики. Географските обрасци се исто така видливи: лица во економиите во Суб-Сахарска Африка често гледаат добри услови за почнување на бизнис во регионот: во просек 69% од сите одговори. Ова оди заедно со високата доверба во нивните вештини и знаење потребни да започнат бизнис (74% од испитаниците) и ограничен страв од неуспех (24%). Суб-Сахарските економии исто така покажуваат дека многу лица имаат намера да отпочнат сопствен бизнис (47%). Наспроти тоа, економиите во ЕУ покажуваат пониски проценти на овие прашања. ЕУ е седиште главно на економии движени од иновации и оттука разликите во сфаќањата на условите кои се потребни за започнување на сопствен бизнис во однос на економиите водени од расположиви фактори на производство.

GEM гледа на претприемништвото како на постојан процес кој вклучува:

1. Претприемачи кои почнуваат бизниси;
2. Претприемачи сопственици на веќе етаблирани бизниси и
3. Претприемачи кои затвораат бизниси (стапката и причините).

1. Претприемачи кои почнуваат бизниси. Најголемо внимание во GEM студијата се посветува на *вкупнајќа сјајка на почетни претприемнички активности*, која се состои од процентот на индивидуалци од 18 до 64 години, работоспособни лица кои се активно вклучени во почетни бизниси или во фазата на самото нивно раѓање (до 3 месеци) како *нови претприемачи (nascent entrepreneurs)* или во фазата непосредно после отворањето, односно кога се *сопственици/менаџери на нови бизниси сјајри до 42 недели (owners - managers of new firms)*.

Во Република Македонија оваа стапка на претприемачи во зародиш изнесува 3,4, што е далеку од просекот на групата на економии водени од ефикасност (8,4). Стапката на сопственици на нови бизниси изнесува 3,5 што е исто така под просекот на групата (6,4). Па така вкупната стапка на почетни претприемнички активности (TEA index-Total Early-stage Entrepreneurial Activities) изнесува 6,6, а просекот на групата е 14, 4.

Оваа група на претприемачи се испитува од аспект на *мотивација*, односно што ги мотивира луѓето да започнуваат сопствени бизниси. Мотивацијата за преземање претприемнички активности варира во целиот свет и таа може да биде *попреба* доколку нема друга опција за вработување, подобра *можност* које

е препознаена и искористена или **иновации** како резултат на новите иновативни технологии.

Според студијата GEM од 2013 година (*Amorós E. J., Bosma N., 2014*), економиие базирани врз расположивосиа на факториие на производство бележати највисоко ниво на претприемачи мотивирани од потреба. На сè повисоко ниво на економски развој, потребата како мотивација се намалува, а можноста за подобрување како мотивација се зголемува. Па така, економиие базирани врз иновации имаат најголем ситеен на претприемачи водени од можности. Во овие економии претприемачите ги препознаваат и гонат можностите кои ќе им обезбедат поголем приход и поголема независност. Меѓу овие земји се: Канада, Финска, Холандија, Сингапур, Швајцарија, каде што 2 од 3 претприемачи се водени од иновации. Од друга страна, во Малави, Индија и Јамајка 40% отпаѓаат на претприемачи водени од потреба. Во Македонија стапката претприемнички активности мотивирани од потреба е далеку над просекот на групата (28,8) и изнесува 61,0 додека кај мотивираните од можност стапката е многу под просекот на групата (42) и изнесува 22,9.

Мотивиие од потреба можат да бидат под влијание на економските услови додека *мотивиие од можности* се повеќе водени од внатрешната природа на некои индивидуалци да гонат некоја можност за која се верува дека ќе ја зголеми нивната независност и заработувачка. Овде може да се постави прашањето дали ова може да се стимулира преку поголема изложеност на претприемнички можности кај определено лице во неговото окружување.

2. Претприемачи, сопственици на веќе воспоставени бизниси. Додека почетните претприемачи придонесуваат кон динамизмот и иновативноста во економијата, воспоставените бизниси и нивните сопственици-менаџери често нудат стабилни вработувања. Воспоставените бизниси се исто така значаен извор за нови бизниси. Сопственик-менаџер на постоечки бизнис може во голема мера да придонесе за општеството, дури и ако се работи за мал бизнис со неколку вработени или со само еден вработен.

Што се однесува до претприемачите на воспоставени бизниси тие имаат тенденција да бидат застапени со пониска ситајка во економиие базирани врз расположливосиа на факториие на производство, иако во тие земји

претприемничките активности покажуваат високи проценти. Тоа е голем проблем на кој треба да се обрне големо внимание или да се искористат позитивите примери од некои земји во оваа група кои сепак успеале да одржат повисока стапка на етаблирани бизниси од почетните претприемнички активности, како што се: Гана, Уганда, Тајланд и Индија.

Постојат големи регионални разлики во стапката на воспоставени бизниси, особено во споредба со вкупната стапка на претприемнички активности. Овие стапки имаат тенденција да бидат повисоки во брзорастечките економии, иако истите имаат ниска стапка на воспоставени бизниси. Кај економиите базирани врз иновација оваа тенденција е обратна. Два фактора можат да придонесат за ова: **Прво**, во развените земји повеќе лица ќе изберат вработување наспроти претприемништво, што резултира со ниска стапка на претприемнички активности. **Второ**, онаму каде што има добра бизнис-клима, лицата кои започнуваат сопствен бизнис имаат повеќе шанси да го одржат поради подобрите услови, како: пристап до финансии, високо едуцирана работна сила, владеење на правото, итн.

Европските *економии базирани врз ефикасности*, надвор од Европската унија и регионот на Средно источни и северно африкански - СИСА земји (Middle East and North Africa region- **MENA**), имаат *ниски стапки и на рани активности и на воспоставени бизниси*. Додека, во Африка кај *економиите базирани врз расположливоста на факториите на производство има високи стапки кај двете*. Во Азија и Европската унија овие две стапки се речиси идентични во секоја фаза. Во многу латино-американски *земји базирани врз ефикасности*, како Панама, Перу и Мексико, етаблираните бизниси се помалку од една третина од почетните бизниси. Тоа потврдува дека иако претприемништвото е популарно, активностите се тешко одржливи на долг рок.

3. Претприемачи кои затвораат бизниси. Нови бизниси се појавуваат, а стари се затвораат. Тие лица кои го продаваат или затвораат нивниот бизнис може и во овој случај да придонесат во нивните општества преку повторно влегување во нов претприемнички процес. Препознавајќи ја важноста на оваа мерка, GEM го следи бројот на претприемачи кои го затвориле својот бизнис во последниве 12 месеци. Овие активности заедно со раните активности и воспоставените бизниси може да се сметаат за компоненти на претприемничкиот динамизам во една

економија. При тоа се прави обид да се регистрираат и причините за прекинување на бизнисот. Затворањето на бизнисите генерално се намалува со зголемување на економскиот развој.

Она што изненадува во резултатите на студијата е фактот што, многу земји кои бележат висока стапка на почетни претприемнички активности исто така бележат и затворања и напуштања на бизнисите. Овие показатели се *најголеми кај економиите базирани врз расположливоста на факториите на производство*, како во земјите од Суб-Сахарска Африка, а главни причини за тоа се непрофитабилноста и недоволните финансии, но секако и други лични мотиви. Во Европа и северна Америка, како причина за прекинување на бизнисот ги наведуваат другите можности за вработување или започнување на нов бизнис. Во економиите базирани врз иновации затворањето на бизниси не секогаш значи и лошо искуство. Напротив многу претприемачи успеале да ги продадат своите бизниси или да добијат добро платена работа каде што ќе продолжат со претприемничките активности, што претставува позитивно искуство и подобрување на нивната лична ситуација. За Македонија оваа стапка изнесува 3,3 под просекот од 4,2 во групата.

Претприемнички активности меѓу вработените. Сè до 2011 година GEM се фокусираше главно на различни аспекти поврзани со независните претприемачи, особено во фазата на почетни активности, иако уште во 2008 година беше спроведен пилот проект со кој во истражувањето беа вклучени и претприемничките активности на вработени индивидуалци. Се покажа дека постои голема разлика меѓу независното претприемништво и интра-претприемништвото. Овој вид на претприемништво сè повеќе се смета за релевантен во смисла што тој цели кон нови бизниси и воведување на нови производи и услуги. Според GEM овој вид на активности подразбира: вработените да развиваат нови производи и услуги, или да постават нова бизнис единица, но ги исклучува активностите на вработените кои се насочени кон оптимизирање на внатрешните работни процеси. Во просек овие активности покажуваат *повисока стапка кај економиите базирани врз иновации*.

Претприемништво кај млади и кај постари лица. Општеството може да почувствува придобивки од претприемнички активности во секоја возраст.

Младиџе имаат релативно посвежи идеи, растејќи во дигиталната ера и во некои економии имаат добиено повисоко образование од своите родители, не се оптоварени со хипотеки и семејства, фактори кои вообичаено ги прават повнимателни и свесни за ризикот. *Посџарийџе лица* се можеби помалку отворени кон нови искуства и промени, но имаат значајно претходно искуство, контакти и финансиски средства стекнати за време на долгата кариера. Дотолку повеќе, популацијата со *повеќе од 50 години* во повеќето економии се веќе информатички и комуникациски писмени, што го прави започнувањето на бизнис во домашни услови □ поатрактивно. Според студијата GEM, најголеми претприемнички активности се бележат во двете категории од 25 до 34 и 35 до 44 години возраст. *Младинскојо претприемништво* бележи *повисоки стапки* во Европа и северна Америка, но во Суб-Сахарска Африка *сениорскојо претприемништво* бележи *најголеми стапки*.

Женско претприемништво. GEM во континуитет покажува дека вклученоста на жените во раните претприемнички активности варира во голема мера на глобално ниво. Овие разлики се резултат на разликите во културата и обичаите во однос на ова прашање во општеството, односно како се гледата на жената и нејзината улога во работната сила во општеството и во бизнисот. Во некои земји водени од расположиви фактори на производство (Гана, Нигерија и Замбија) вклученоста на жената во рани претприемнички активности е поголема во однос на мажот. Економиите како Бразил, Индонезија, Филипини, Тајланд, Русија и Швајцарија, кои се од различни региони во светот и на различни нивоа на развој, имаат еднаков сооднос на мажи и жени претприемачи. Во останатите земји поголема е стапката на мажи претприемачи. Најниска е стапката во земјите од Средниот Исток и северна Африка, како и некои европски земји, каде што стапката е под 50%.

Од аспект на мотивацијата, мажите во Латинска Америка и Суб-Сахарска Африка се повеќе мотивирани од можност, додека жените од потреба. Наспроти тоа, жените во MENA земјите се повеќе мотивирани од можности. Заедно со ниското ниво на рани претприемнички активности во овој регион може да се заклучи дека тоа претставува голем предизвик за жените со ограничен пристап до средства и соодветна работна сила. Интересно е што, иако во повеќето економии бројот на мажи претприемачи е поголем, *жените генерално се задоволни како*

претприемачи и успеваат да направат баланс меѓу работата и животот. Оттука може да се извлече заклучок дека зголемувањето на бројот на жени претприемачи може да доведе до подобар баланс меѓу работата и животот во општеството.

Во случајот на Македонија, стапката на мажи во вкупните рани претприемнички активности изнесува исто како и просекот од 9%, карактеристичен за групата на земји кои не се членки во ЕУ (БиХ, Норвешка, Русија и Швајцарија). Кај жените стапката е помала од просекот (6) и изнесува 4. Повеќе се мотивирани од можноста мажите со 36%, наспроти жените со 31%, но далеку од просекот 64% односно 59% за жени. Интересно е што кога мотивот е потреба стапките во Македонија се идентични 61% и се далеку над машкиот просек од 33%, односно женскиот од 34%.

2.3.2.3. Претприемнички аспирации

За да се добие идеја за економското влијание на претприемачите во светски размери, GEM ги мери очекувањата за порастот на *работниите места, иновациите и интернационализацијата на профилиите на претприемачи.* Овие форми на претприемнички аспирации се во позитивна корелација со економскиот развој.

Ориентација кон раст и развој. Аспирациите кон раст и развој се најјасната манифестација на претприемништвото кое може директно да биде поврзано со креирањето на нови работни места. Оваа мерка е во корелација со очекувањата на претприемачите за потенцијалите на нивниот бизнис. Кажано поинаку, претприемачите можат да имаат солидни причини да веруваат дека нивниот бизнис има големи шанси за раст или тие едноставно настојуваат да го спроведуваат растот. Во исто време, добро е познато дека реализирањето на развојот е ретко остварливо без очекувања или амбиции за раст. Оттука, може да се заклучи дека, варијациите во степенот на високи очекувања за работни места можат да бидат претпоставка за приближни варијации во креирањето на нови работни места.

GEM ги прашува раните претприемачи колку вработени (освен сопственикот) имаат во моментот и колку очекуваат да имаат во следните 5 години. Резултатите покажуваат дека Суб-Сахарска Африка генерално

покажуваат ограничени аспирации за раст, каде што повеќе од 89% од претприемачите очекуваат помалку од 5 нови вработени за наредните 5 години, а само 4% проектирале повеќе од 20 лица. Затоа анализата на овој показател е значајна бидејќи иако во овој регион стапката на претприемнички активности е највисока, тоа не значи истовремено и отворање на голем број работни места или перспект за опстанок и развој. Но треба да се биде внимателен, бидејќи и во економиите кои покажуваат високи стапки на рани претприемнички активности, вработувањето на најмалку 5 вработени за 5 години е нереално очекување.

Од друга страна економиите во Европската унија и северна Америка, и покрај ниското ниво на претприемнички активности, имаат повеќе од 10% во проекции дека нивниот раст ќе придонесе за вработување на повеќе од 20 лица. Тука се поставува прашањето кој тип на претприемнички активности треба да биде приоритет за поддршка во владините политики.

Во однос на Република Македонија стапката за очекувано отворање на нови работни места (0-5) изнесува 2,9 што е под просекот од 3,6. Кај очекувани вработувања од 6 до 19 лица, стапката е 1,1 многу блиску до просекот (1,3). Но најголемо е изненадувањето кај вработувањата над 20 лица, каде што стапката оди и над просекот (0,7) и изнесува 0,9.

Ориентираност кон иновации. Додека очекувањата за раст и нивната реализација го претставуваат најзначајното влијание на претприемништвото на среден рок, на долг рок тоа е ориентацијата кон иновативноста. Иновацијата е разгледувана од страна на пазарот и индустријата, во линија со Шумпетеровиот поглед на иновативното претприемништво како комбинација од нов продукт и нов пазар, каде што новите производи и услуги се нови за некои или за сите клиенти и каде што неколку или ниеден бизнис не ги нудат истите. Кога се споредуваат економиите, мора да се има предвид дека она што може да се чини ново за некои клиенти во една економија може веќе да постои за други клиенти во друга економија.

При мерењето на *иновативноста* кај раните претприемнички активности податоците варираат по региони. *Просечната стапка кога раните претприемачи сметаат дека се иновативни за регионот, расте со степенот на развој.* Раните претприемачи во Азија, пацифичките земји и јужна Азија, како најиновативни

земји заедно со Јапонија, Кореја и Кина, следени од северна Америка и Европската унија, бележат дека нивните производи и услуги се нови. Истото се забележува и кај брзорастечките економии како: Колумбија, Чиле, Тајван и Јужна Африка. Од друга страна, Суб-Сахарска Африка и земјите во ЕУ зоната имаат ниска ориентираност кон иновирање на нови производи и услуги.

Меѓународна ориентација. Во однос на *интернационализацијата* на производите односно услугите, *економиие базирани врз расположливоста на факториите на производство имаат најниски стапки на меѓународни клиенти.* Најголеми стапки на интернационализација покажуваат земјите од Европска унија, кои имаат голема традиција на меѓународна трговија и се географски поврзани, покажуваат висока стапка на странски клиенти (25%). Четири клучни опсервации поврзани со групи што отскокнуваат и од двата краја на низата на интернационализација се: *прво*, економиите со големо население и голема територија, а ниска интернационализација, како Кина, Индија, Индонезија, Тајланд, Бразил, Мексико и Русија; *второ*, САД како најголем пазар на светот, кој покажува среден степен на интернационализација, иако тој е сè уште висок во споредба со големите економии водени од ефикасност. Претприемачите во САД имаат разновиден пазар со релативно висок приход, но исто така и висока конкуренција; *трето*, земји како Сингапур, Луксембург и Израел кои имаат мал локален пазар но висок степен на интернационализација на услугите и техничките производи. *И на крај*, економии од Европската унија, како, Хрватска, Словенија и Ирска, кои имаат висок степен на интернационализација на нивните производи/услуги/пазар, бидејќи се релативно мали економии, но со голема потреба да учествуваат во меѓународната размена, а и историски имаат традиција во надворешната трговија.

2.3.2.4. Рамковни претприемнички индикатори

Уште од самиот почеток на проектот GEM беше кажано дека претприемничките активности во економиите се обликувани од цел сет на фактори познати како *Рамковни претприемнички индикатори*. За собирање на овие информации во секоја земја, дел од GEM методологијата беше и *Оцена на националните експерти*. Оваа оцена беше неопходна бидејќи не постоеше хармонизација на националните мерки кои би можеле да се користат како

индикатори за специчните претприемнички услови. Националните и регионалните експерти се селектирани врз база на репутација и експертиза, што е случај со многу други слични истражувања што имаат за цел да ги забележат ставовите за одредени специфични национални услови. Секоја година барем 36 експерти се лично интервјуирани во секоја GEM економија на прашања од **9 области**:

1. Претприемнички финансии;
2. Политики на владата;
3. Претприемнички програми на владата;
4. Претприемничко образование;
5. Трансфер на истражување и развој;
6. Комерцијална и правна инфраструктура;
7. Отвореност на пазарот;
8. Физичка инфраструктура и
9. Културни и социјани норми

Генерално, експертите во иновативните економии (земјите од ЕУ и Северна Америка) дале високи оценки за овие категории во нивните земји. Експертите во Суб-Сахарска Африка дале ниски оценки за окружувањето, особено за делот на трансфер на истражувањата и развојот. Некои од брзорастечките економии како Бразил и Аргентина во Латинска Америка, имаат впечаток дека е мала помошта на владата во однос на регулативите. Во однос на другите категории, подобри оценки во повеќето земји добиле физичката, комерцијалната и правната инфраструктура. Образованието и обуката во основните и средните училишта, како и регулативите што се однесуваат на новоформирани растечки претпријатија се меѓу најниско оценетите категории.

2.3.2.5. Претприемништво и благосостојба

Економскиот развој традиционално се мери со користење на финансиски-ориентирани индикатори, како БДП. Сепак, оваа материјална компонента на економскиот развој укажува на само една димензија. Како општествена наука, изненадувачки е што една општествена компонента до скоро не се земаше предвид како клучен фактор меѓу научниците и креаторите на политики. Таа компонента е **благосостојбата**. Оваа тема е сè повеќе присутна во општествените науки и економијата. Промоцијата на фактори кои можат да ја

подобрат благосостојбата на населението, колку се луѓето задоволни од животот и нивната работа, сè повеќе претставува цел на политиките на владите во светот.

Откако Кралството Бутан го вовеле концептот „**бруто национална среќа**“, многу дополнителни мерки беа додадени на традиционалните економски-ориентирани мерки за развој. „Среќата“ сега може да се измери меѓу економиите во светот, што може да се види и од извештатите: *Извештај за светската среќа* (Helliwell et al., 2013) изработен под покровителство на ОН како и *Индикации на ОЕЦД за субјективна благосостојба - OECD measures of subjective well-being* (OECD, 2013).

Некои истражувања кај мал број на испитаници покажуваат дека претприемачите навистина се позадоволни од работата од оние кои што работат за други. Ова е затоа што тие ја ценат самостојноста и флексибилниот животен стил кој им го овозможува водењето на сопствен бизнис. Исто така, претпримничкото искуство обезбедува задоволство поголемо од материјалниот успех. Па сепак, овие иницијални факти сè уште се базирани врз примероци во ограничен број на економии. Затоа и целта на GEM истражувањето е да мери различни аспекти на благосостојбата на индивидуалците кои се вклучени во ова истражување и да се направи корелација на овие мерки со претприемничкиот динамизам низ економиите. Ова е единствен обид досега на голем примерок на индивидуалци и еден од првите обиди да се истражува односот помеѓу благосостојбата и претприемништвото. Испитаниците одговараа на специјален сет на прашања кои понудија информации за претприемничките активности и мотивациите во однос на *субјективната благосостојба (животно задоволство), рамноотежа меѓу работата и живото и задоволство од работата*.

Субјективна благосостојба (животно задоволство). Оваа состојба е поврзана со начинот на кој луѓето го доживуваат квалитетот на нивниот живот и се состои од емоционални реакции и когнитивно расудување. Едно интересно откритие е тоа што *во сите региони, просекот на рани претприемачи и естаблирани претприемачи покажуваат високи стапки на задоволство, во споредба со оние што не се претприемачи*. Тука треба да се додаде дека претприемачите со воспоставен бизнис покажуваат поголемо задоволство од раните претприемачи, што е резултат на бројните пречки додека да го разработат

бизнисот. *Економиие базирани врз расположливосиа на факториите на производсиво* во Суб-Сахарска Африка покажуваат *најниски стапки*, додека оние *базирани врз ефикасност и иновации* во Латинска и Северна Америка, *највисоки*. Традиционално познатите економии по благосостојба како: Норвешка, Холандија, Швајцарија и Сингапур исто така имаат висока стапка на задоволство.

Од аспект на мотивираноста, претприемачите мотивирани од потреба имаат најниски стапки на сите три нивоа на развој. Интересно е што во економиите базирани на иновации жените покажуваат повисока стапка на благосостојба. Споредено меѓу земји, во Порто Рико мажите имаат повисоки стапки на задоволство од жените, додека во Замбија жените се најнезадоволни. Сепак, може да се заклучи дека *жените генерално се задоволни во улогата на претприемачи*.

Рамнотежа помеѓу работата и животот. Дополнителни прашања поврзани со условите за работа и постигнување рамнотежа работа-живот биле поставени во 54 земји. Прашањата биле дизајнирани со цел да се идентификуваат сличностите и разликите во сегашните работни услови меѓу вработените и самовработените. Задоволството од работа се дефинира како: „целосно задоволство кое резултира од степенот на успех во усогласување на работата и фамилијарните обврски“.

Генерално, на сите три нивоа на развој е сознанието дека *претприемачиие покажуваат поголемо ниво на задоволсиво* од оние кои не се претприемачи и воспоставуваат *подобар баланс помеѓу работата и животот*. Највисоки стапки меѓу земјите во развој се забележани во: Малави, Филипини, Алжир и Еквадор, додека кај развиените земји во Италија и Порто Рико. Најниски стапки имаат Уганда и Мексико. Некои развиени економии како Белгија и Кореа бележат ниски стапки кај рамнотежата помеѓу работата и животот. Жените претприемачи се позадоволни од мажите со нивниот баланс работа-живот. Највисоки резултати имаат Еквадор и Тринидад и Тобаго, а најлоши Уганда и Мексико. Во просек, економиите движени од фактор покажуваат повисок степен на рамнотежа.

Задоволство од работа. Кај иновативните економии се забележува поголемо задоволство од работа кај претприемачите од оние што не се претприемачи. Според истражување на Универзитетот МИТ, она што го мотивира претприемачот се всушност три работи: *автономија* (самонасочување кон нови предизвици), *совладување на нови вештини* (постојано учење) и *повисока цел*

(наместо профит). Во овие економии претприемачите движени од можност покажуваат поголемо задоволство од работата од непретприемачите, додека пак претприемачите од потреба имаат најниска стапка на задоволство. Претприемачите во економиите движени од расположивите фактори на производство се најнезадоволни од работата.

Заклучок. Истражувањето GEM е добар *пример за истражување на социјално претприемништво*. Тоа е најголемата организација за истражување на претприемништвото во светот. Сигурно е и најголем мултинационален истражувачки проект во економските и социјалните науки, што го прави придонесот на оваа студија кон глобалното знаење и разбирање на претприемничките процеси, исклучително важен и единствен.

Како што GEM и други студии покажуваат изминатите 15 години, *претприемничките активности се разликуваат* дури и меѓу економиите со сличен степен на економски развој. Исто така, не сите претприемнички активности имаат еднакво влијание врз економскиот развој. Оттука е и големото значење на ова истражување во глобални рамки, затоа што нуди можност за споредба на широка база на податоци во различни економии и региони, како и споредување на различни типови на претприемништво.

Податоците од студијата GEM претставуваат одлична основа за дискусии околу имплементирање на соодветни *претприемнички политики*. Владите имаат важна улога во охрабрување на претприемничките активности во нивните земји, но оваа улога варира во зависност од нивото на економски развој. Владите, во сите земји во светот, имаат целосна одговорност за обезбедување на институционалното окружување кое ќе ги диктира претприемничките активности. Поради разновидноста на претприемништвото не постои единствен одговор која претприемничка политика е најдобра. Ефикасна политика е онаа што е моделирана според локалните потреби и планови на земјата.

Резултатите од GEM студијата даваат јасна слика дека постојат *различни видови на претприемништво*. Иако GEM на почетокот беше фокусирана на стапката на раните претприемнички активности како клучен индикатор, подоцна беа земени предвид и останатите фази: препознавање на можностите, ставовите, и перцепциите пред започнување на бизнис и престанок на бизнисот.

Претприемничките аспирации се исто така критични за оцена на потенцијалното влијание на претприемништвото. Дополнително, GEM покажа дека неговата примена и од страна на вработените е значајна придобивка, така што и тоа треба да се земе предвид. Станува сè појасно дека зголемувањето на бројот на новоотворени фирми или самовработувањето не треба да биде единствен фокус на претприемништвото, туку дека тоа треба да се прошири во сите сфери на општественото живеење.

2.4. НОВИ ОБИДИ ЗА ДЕФИНИРАЊЕ НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО НА ГЛОБАЛНО НИВО

2.4.1. Глобално претприемништво

Секој е свесен за актуелноста на глобалното претприемништво. Но ако се започне потрага по дефиниција за овој поим тешко се наоѓа одговор. Што е всушност глобално претприемништво? Дали е тоа трговија/размена на производи и услуги на глобално ниво? Одговорот е едноставен: да, но и многу повеќе. Додека претприемништво вообичаено подразбира креирање нов бизнис, опсегот на напорите на многу глобални лидери ги надминува овие граници.

Глобалните претприемачи истражуваат и наоѓаат нови и иновативни бизнис-активности надвор од националните граници. Тоа се професионалци кои го користат своето глобално знаење и познанства за да идентификуваат транснационални и меѓукултурни можности и да ги претворат во нови иницијативи за креирање на нови вредности. Терминот глобален претприемач сè повеќе подразбира дека нови вредности се креираат не само во рамките на бизнисите. И непрофитните организации се јавуваат како креатори на нови вредности, формирајќи меѓународни социјални претпријатија.

Глобалните претприемачи креираат нови вредности на три начини:

- *Поддржувајќи ги **сличносџиџе** меѓу **џазариџе** и **кулџуриџе*** - организации кои се обидуваат да донесат веќе потврден стандарден бренд во нови култури (Nike, McDonald's, Intel)

- *Поддржувајќи ги **различносџиџи** меѓу **реџиониџе*** - со цел да се постигне компаративна предност. На пример, некои производи на ИКЕА се дизајнирани во Шведска, но се склопуваат во Кина, користејќи африкански памук и полска иверица.

- *Градејќи **џлаџџформџи** кои овозможуваат **џлобална размена*** - компанијата Global Sources сместена во Хонг Конг користи стандардна платформа за тргување што овозможува размена на стоки меѓу снабдувачи од Азија и клиенти од целиот свет.

Живееме во свет каде што сите бизнис-функции во синџирот на вредности се високо глобализирани и длабоко интегрирани. Глобалното претприемништво е

мултинационално вложување инкорпорирано во една земја, со активности во една или повеќе други земји. На пример: продуктот лап-топ. Најверојатно е составен во Мексико, со делови произведени во Кина, користејќи чипови дизајнирани во САД, а изработени во Малезија и преинсталирани со софтверски апликации развиени во Индија и Ирска. Според Светскиот извештај за инвестиции на Обединетите нации, постојат околу 40 000 мултинационални корпорации во светот со приближно 300 000 странски филијали (*Global Entrepreneurship Institute, 2014*).

Извршен директор со глобален начин на размислување има моќ да гледа преку многу територии, фокусирајќи се на многу различни луѓе и на многу различни пазари. Да се има глобален начин на размислување значи да се скенира светот од поширока перспектива, секогаш да се гледа на неочекувани трендови и можности што можат да претставуваат закана или можност за постигнување на лични, професионални или организациски цели. Глобалното проширување е во корист на малите компании. Им дава можност да допрат до капитал, технологија, талент и пазар кој порано можеа да го имаат само малите компании.

Придобивките од глобалното претприемништво може да се групираат во три категории: стратешки, финансиски и придобивки поврзани со продуктите:

1. Стратешки придобивки: зголемување на домашната конкуренција, намалување на зависноста од постоечките пазари, потенцијал за развој во нови и соседни земји, заштита на странските пазари, проширување на маркетинг-можностите, градење глобален бренд, изнаоѓање нови таленти.

2. Финансиски придобивки: изнаоѓање нови клиенти, зголемување на профитот и продажбата, поголема заработка од клучни компетенции, зголемен број на потенцијални инвеститори, заработка поради даночни ослободувања, минимизирање на сезонското влијание на домашниот пазар.

3. Придобивки поврзани со продуктите: загарантирано снабдување со репроматеријали, стекнување технолошки и истражувачки способности, скратување на трошоците преку аутсорсинг, унапредување на куповната моќ на клиентите да купуваат локално, продолжување на животниот циклус на производите или услугите, продажба на вишокот производни капацитети.

Позитивен пример за глобално претприемништво е компанијата **Сџарбакс**. Howard Schultz, кој во 1987 година ја купил компанијата од Сиетл, Starbucks Coffee,

за 250 000 долари, рекол дека Старбакс ќе биде глобален бренд во истиот ранг како *Кока Кола* и *Дизни*. Компанијата започнала со 15 продавници и 100 вработени, а веќе во 2003 година броела 65 000 вработени кои опслужуваат 22 милиони клиенти во светот, секоја недела. Тој прераснал во водечки бренд за продажба на специјално кафе во светот, заработувајќи повеќе од 3,3 милијарди во приход од 6 200 продажни места во 30 земји во светот. Денес овој бренд е еден од најпрепознатливите и најпочитуваните во светот. Тој е дел од секојдневниот живот на многу клиенти во целиот свет.

А се започнало со една посета на основачот на Старбак во Милано, каде што бил импресиониран од популарноста на еспресо баровите во Италија. Тој препознал потенцијал за развој на ваков бизнис и во Сиетл и неколку години подоцна го основал *Il Giornale*, локал кој нудел кафе и еспресо од кафето Старбак. Во 1987 година, со помош на локални бизнис ангели, го стекнал потребниот капитал и се преименувал во *Starbucks Corporation*. Во 1995 година е формирана *Starbucks Coffee International* и со заедничко вложување со *SAZABY Inc.* биле отворени продавници Старбак и во Јапонија. Неколку години подоцна е основана *Seattle Coffee Company* во Велика Британија со повеќе од 60 продажни места. Само десетина години по купувањето на компанијата, Старбак достигнува глобална продажба од една милијарда долари.

Но водењето на бизнис во светски рамки не е едноставно. Тоа подразбира да се контролира бизнисот од една земја во други земји во светот. За тоа е потребно добар план на потребите, обврските и целите, но пред сè желба и посветеност да се успее на глобалниот пазар. Потоа е потребно истражување на странскиот пазар, изборот на начини на дистрибуција на производите, поволна патна инфраструктура, почитување на законите во земјите на новите пазари, разбирање на новата култура, кои производи ќе бидат прифатени, утврдување различна цена за различни производи, како и многу други детали.

Глобалното претприемништво е повеќе начин на постоење отколку збир на вештини. Тоа е ориентација и состојба на умот способен да разбере соодветен продукт, бизнис, индустриски сектор или соодветен пазар и тоа на глобално ниво.

2.4.2. Глобалното претприемништвото, среќата и етиката

Присуството на среќа на работното место е корисно затоа што продуцира продуктивност, креативност и соработка. Постојат повеќе причини за тоа. Позитивното расположение придонесува луѓето да сакаат да успеат и да бидат упорни во остварувањето на целите. Посреќните луѓе се истовремено и поздрави, и попродуктивни. Тие луѓе се поотворени кон нови идеи, што води кон креативност и иновативност. И на крај, посреќните луѓе имаат подобар социјален живот, што води кон подобри односи и соработка меѓу вработените и клиентите.

Желбата за подобрување на благосостојбата води до сè поголемо нејзино користење при креирање на политиките. Секој нов пример ги поместува границите на возможното. Таков е случајот со **бруто национална среќа**, голема идеја од мала земја која е на пат да го промени светот. **Буџан** е земја која уште од 1971 година одбива да го користи бруто домашниот производ како единствена мерка за мерење на прогресот во земјата. Наместо БДП, развиен е нов пристап за развој, кој го мери просперитетот преку принципите на бруто национална среќа и духовното, физичкото, социјалното здравје на жителите како и зачувувањето на природата и човековата средина. Веќе три декади ова верување дека благосостојбата треба да има предност пред материјалниот раст сè повеќе прераснува во глобално движење.

Особено во услови на економска криза, кога глобалната нееднаквост и уништувањето на животната средина зема преголеми размери, овој период на малата држава Бутан привлекува сè поголем интерес. Нивните принципи преточени во политки преку **бруто националниот индекс на среќа**, се базираат врз: правичен социјален развој, зачувување на културата, зачувување на животната средина и промовирање на доброто раководење. Според нив, образованието не подразбира само добивање добри оценки, туку *подготовка на учениците да бидат добри луѓе, кои ќе можат да излезат на крај со тешките предизвици на денешницата*, вклучувајќи ги уништувањето на животната средина и зголемените социјални немири во светот, со што ќе го пробиваат патот кон самоодржливо и праведно општество, аспирација која води кон формирање на нација на среќни луѓе.

Во јуни 2013 година, *Генералното собрание на Обединетите нации* ги покани сите земји-членки да го мерат нивото на среќа на нивните граѓани и да ги користат тие резултати при креирање на развојните политики. Во исто време беше објавен и првиот *Извештај за светската среќа* (Helliwell et al., 2013). Неколку месеци подоцна OECD ги објави *Индикаторите на ОЕЦД за субјективна благосостојба* (OECD, 2013) со кои се поставија стандардите за мерење на благосостојбата. Основата на овие два документа е *мерењето на задоволството од животот* или *колку сме среќни со нашиот живот*. При тоа треба да се земат предвид и дополнителни категории како: индивидуални вредности, социјални норми поврзани со чесност, доверба, сочувство, конsumerизам, демографија, материјални услови, квалитет на живот, психолошки мерки. Нивното подобро разбирање ќе доведе до нов пристап кон глобален консензус и среќа.

Извештајот за среќа од 2013 година (Helliwell et al., 2013) дава слика за состојбата на светската среќа или задоволството од животот во светот. Резултатите се базираат врз податоците од спроведената анкета на *Gallup World Poll* (2012). Извештајот забележува прогрес во изедначување на регионалната дистрибуција на благосостојбата што се објаснува со постојаниот раст на поддршката за подобар живот во Суб-Сахарска Африка, како и постојаното подобрување на социјалниот аспект во земјите во Европа. Подобрувања на квалитетот на живот се забележани и во земјите на Латинска Америка и Карибите, додека опаѓањето на среќата е најзабележително во Западна Европа како резултат на кризата и во средниот Исток и северна Африка, како комбинација од политичка и социјална нестабилност. Во јужна Азија, пак, се забележува опаѓање на просекот на оцена на животот. Иако овие земји бележат економски раст сепак жешки прашања остануваат намалената социјална помош и слободата на избор, како и неправедната распределба на среќа.

И додека во Бутан моралот и *еџикајта* се високо почитувани категории, во Европската унија изгледа не е така. Националните статистички податоци на Велика Британија, објавени во мај 2014 година, укажуваат на тоа дека приходите добиени од проституција и дрога го зголемуваат БДП за 16,7 милијарди долари, кои британската влада ги вклучува во официјалниот БДП на земјата. Причината за направените промени во начинот на формирање на БДП е поради

хармонизирање на економското известување меѓу земјите членки на Европската унија. Холандија, каде што некои дроги се легализирани, го вклучуваат овој приход во официјалните владини статистики. Но приказната не застанува тука. Италија веќе се подготвува да го вклучи приходот од наркотици и проституција во нивниот БДП, а на тоа се приклучуваат и: Естонија, Австрија, Словенија, Финска, Шведска и Норвешка. Истото се случува и во САД.

Во време кога светот во БДП ги вклучува нелегалните активности во државата, повеќе од јасна е потребата за враќање кон доблесните етички вредности кои се чини современиот начин на живот и трката по материјалното ги стави во втор план. Одредени основни етички вредности се заеднички за сите вери и токму тие можат да претставуваат основа за креирање на заедничка етичка рамка. Некои иницијативи се веќе започнати (*Global Economic Ethic 2009*), но итно е потребно подетално истражување што ќе биде земено предвид во новата агенда за заеднички одржлив развој.

○ Во основа на етичката рамка е *принципот на хуманост*, што подразбира: *обезбедување на основни човекови потреби за сите луѓе во светот и почитување на златното правило на реципроцитет* („*Не го прави она што не сакаш некој тебе да ти го направи*“).

Така, новата **етичка агенда** би имала 5 компоненти:

1. Да се продолжи со напорите за изнаоѓање на заеднички прифатливи етички вредности во општеството;
2. Да се унапреди јавното образование со воведување на темата Етика, со што ќе им се помогне на индивидуалците, компаниите и владите да дебатираат и усвојуваат етички правила;
3. Јавните политики да промовираат волонтерски, про-социјални активности како што се национални и интернационални услуги;
4. Да се охрабрат граѓанските организации да креираат нови алатки за надгледување на бизнисите и владите во однос на нивното етичко однесување, и
5. Да се применува нов пристап за разбирање и елаборирање на модерните врски меѓу етиката и среќата.

Уште една нова матрица за мерење на економското работење и успехот на земјата е т.н. **Висински индекс за прогрес**. Пред две години, **Вермонт** стана прва

држава во САД, која го усвои законот за користење на оваа нова матрица. која нуди алтернатива на БДП. Преку пошироко мерење на благосостојбата на вработените, компаниите можат да го подобрат своето работење и да остварат поголем профит, бидејќи задоволните вработени повеќе придонесуваат за продажбата, приходот и развојот на компанијата. Вистинскиот индекс за прогрес дава можност преку мерење на благосостојбата да се оцени дали прогресот навистина се случил. И обратно, оценувањето на човечкиот развој може да помогне во оценката дали тоа навистина довело и до подобрување на благосостојбата.

Но ова се само почетоци и овие техники треба постојано да се усовршуваат. Меѓународните организации можат да го помогнат овој процес преку усогласување на начините на мерење на благосостојбата и објавување на резултатите. Овие институции кои го оценуваат развојот низ целиот свет, како што се на пример: Обединетите нации, Светска банка, Меѓународниот монетарен фонд, и др. би постигнале подобри резултати доколку го поместат фокусот од БДП на подобри и пошироки мерки за одржлив прогрес. *Индикаџорџе на OECD за субјекџивна блаџососџојба (OECD, 2013)* се еден таков обид за усогласување на критериумите за оцена на среќата, задоволството од работа и благосостојбата. Аналитичката заедница треба да помогне да разбереме кои политики ќе ја зголемат благосостојбата на одржлив начин. Исто така, треба да се едуцира јавноста за поврзаноста меѓу благосостојбата и политиките на владата. Еволуцијата од ера на БДП во ера на благосостојба е веќе започната.

2.5. ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУКА

Сегашниот систем на образование е конципиран да ги подготвува младите луѓе да бараат работа кај некој друг (работодавач), а не да создаваат работни места, односно да работат за себе. Учењето е сконцентрирано на меморирање на податоци и информации од определена област кои ученикот треба да ги совлада на определена возраст. Висината на оцената зависи од успешноста да се измеморираат овие податоци и потоа да се даде одговор на прашања вообичаено поставени во писмена форма. Тука нема ама баш ништо претприемничко!

Се чини образованието во ваква форма го убива претприемништвото! Потврда за тоа се и бројните примери на успешни претприемачи кои го напуштиле високото образование, поради некоја добра идеја од која успеале да направат своја креативна империја, со што направиле добро и за себе и за светот.

Претприемништвото се однесува на способноста на индивидуалецот да ги претвори своите идеи во акција. Но сегашното образование не стимулира размислување во правец на креирање нови идеи. Претприемништвото подразбира креативност, иновативност, размислување надвор од вообичаеното и препознавање можности, но сегашното образование нема простор за импровизирање: одговорот треба да биде точно онаков каков што го бара едукаторот. Различни погледи на свет и размислување со своја глава не се дозволени! Претприемништвото значи да се има способност да се планира и менаџира определен проект, за да се остварат поставените цели. Но сегашното образование не дозволува оценување на учениците и студентите преку изработка на проекти и практична работа, преку учество на дебати и дискусии, туку преку вообичаените тестови и писмени испити, кои подразбираат заокружување на понудените опции.

Кога ги учиме нашите деца само да меморираат за да го положат тестот, им даваме пристап само до една страна на образованието. Теоријата не е единственото што треба да го знаат. Тие мора да доаѓаат до одговори преку љубопитност и поставување на прашања, многу прашања. Тие треба да бидат навикнати да учат од различни области, да си играат со концепти, да научат да ги поставуваат вистинските хипотези за да дојдат до потребното знаење.

Самиот процес на учење е многу поважен и затоа треба да се тргнеме од меморирањето и да се посветиме на откривање нови начини за разбирање на работите. Претприемничките програми и модули им нудат на учениците алатки да размислуваат креативно, да бидат насочени кон решавање на проблеми, да анализираат некоја бизнис-идеја објективно, да комуницираат, да се вмрежуваат, и да можат да оценат даден проект. Индивидуалецот се чувствува посигурен да започне сопствен бизнис доколку има можност да ја тестира својата идеја во едукативно и поддржувачко окружување. Сепак придобивките од претприемничкото образование и претприемничкото учење не се ограничени само на креирање нови бизниси, иновативни здружувања и нови работни места. Да биде претприемач може секој доколку размислува креативно и има самодоверба да го реализира својот проект од почеток до крај, во која било област.

Што е разлика меѓу поимите **претприемничкото образование** и **претприемничкото учење**? Зошто многу експерти сè уште не прават јасна разлика меѓу овие два поима, и во литературата и во практиката?

Според Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 година (*Министерство за образование и наука на Република Македонија, 2014*): „Пренесувањето на знаењето од општеството на поединецот преку настава е всушност **претприемничко образование**“. Тоа настанува во формалниот образовен процес, од предучилишната возраст, основното и средното образование, до високото образование, каде што преку теоретска настава се обработуваат наставни единици од оваа област. Според истиот извор (Стратегијата): „**Претприемничкото учење** е процес на стекнување на компетенции, истото така преку настава, но дојдовниотелно и преку искуство и самоиницијативи на лицето што сака да научи нешто“.

Според земјите членки на Европската унија, **претприемничкото учење**, во потесна смисла на зборот, се дефинира како: „Концепт за градење на претприемничките стилови и вештини кои се однесуваат на обука како да се креира бизнис“. Но во поширока смисла на зборот, **претприемничкото учење** е „Концепт за совладување на претприемничките стилови и вештини кои се однесуваат на развој на персонални квалитети за претприемништво и не е директно фокусиран на креирање нови бизниси“.

Според земјите членки на *Центарот за истражувачко учење во Југоисточна Европа (SEECEL)*, **истражувачкото учење** е: „Концепт од образование и обука кој го поддржува истражувачкиот начин на размислување и се базира врз развој на индивидуалци, вклучувајќи основни принципи на ефикасност во секојдневниот живот без особен фокус на нови бизниси - сејко што придонесува за истражувачка истражувачност на општеството во целина“ (Министерство за образование и наука на Република Македонија, 2014, Стратегија за истражувачко учење на Република Македонија 2014-2020, стр. 15).

Тука треба да се спомене и дефиницијата на *Европската тренинг фондација (ETF)*, според која **истражувачкото учење** ги опфаќа: „Сите облици на образование и обука (формални и неформални) што придонесуваат кон развој на истражувачкиот дух и однесување со или без комерцијална цел“. Ова е истовремено најприфатлива дефиниција и од страна на креаторите на Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020.

Експертите од земјите членки на SEECEL направија и чекор повеќе па го дефинираа и терминот **истражувачка истражувачност**: „Концепт на образование и обука што го поддржува истражувачкиот начин на размислување (и делување) и се заснова врз развојот на поединците, вклучувајќи ги основните начела за ефикасност во секојдневниот живот без посебен фокус на истражувачкиот“ (Министерство за образование и наука на Република Македонија, 2014, Стратегија за истражувачко учење на Република Македонија 2014-2020, стр. 15).

Од гор наведените дефиниции може да се заклучи дека претприемничко учење е учење преку правење, а не учење преку меморирање и заокружување! Претприемничките вештини би требало да им помогнат на луѓето во секојдневниот живот, дома и во општеството, да водат попродуктивен и поисполнет живот, станувајќи свесни за предизвиците, препознавајќи ги и искористувајќи ги можностите. Претприемничкото учење треба да ги инспирира младите луѓе да веруваат дека можат да го променат светот. Дека тие се идните креатори на политики, идните чувари на природата, идните двигатели на економијата, идните создавачи на нови вредности, нови производи и услуги, нови работни места, на нова и подобра средина за живеење. Претприемничкото учење

треба да им даде на индивидуалците храброст да преземат одговорност за својот живот и да бидат активни граѓани на ова современо општество.

Само така се гради еден нов, претприемнички начин на размислување кај новите генерации, како основа за нивен емотивен и интелектуален развој. Претприемничкото учење ги стимулира индивидуите да соработуваат меѓусебе, да комуницираат и заедно да градат концепти. На тој начин стануваат целосни, сочувствителни, отпорни, креативни и среќни граѓани, кои ќе го направат светот подобро место за живеење.

Во 21-иот век ни се потребни индивидуалци кои размислуваат пошироко и умеат да решаваат проблеми ефикасно користејќи ги ресурсите. Традиционалните академски вештини: читање, повторување и пресметување треба да се заменат со креативност, љубопитност, критичко размислување, решавање на проблеми, вештини на соработка и комуникација, со цел соочување со комплексни предизвици во иднина. Претприемничкото учење мора да ги научи идните генерации како да се оспособат за нивната иднина која е турбулентна и во постојано менување.

Но, претприемничкото учење не треба да се поистоветува само со општи студии за бизнис или економија, чија цел е креативност, иновативност и самовработување. Претприемничкото учење може да помогне за подигање на свеста за самовработување како можна опција за кариера и да го оспособи лицето со специфични вештини и знаења како да се започне и води сопствен бизнис, коешто овозможува и развој на лични карактеристики и генерално применливи вештини кои го креираат претприемничкиот начин на размислување и однесување во сите сфери на живеење, не само професионално.

И покрај бројните иницијативи и проекти за трансформирање на образованието во претприемничко, се чини дека формалното образование сè уште се држи цврсто за зацртаниот начин на создавање идни граѓани на ова општество подготвени да се приклучат на армијата барачи на работа, а не идни претприемачи. Оваа состојба треба најитно да се менува.

ГЛАВА 3

ЕВРОПСКО ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОПШТЕСТВО

3.1. ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО ЕВРОПА

Во Европа имиџот претприемач не бил никогаш така популарен како во САД. Долго време преовладуваше мислењето дека да се биде претприемач е многу ризично и несигурно. Младите луѓе во минатото имаа цел да го завршат школувањето и да најдат работа во големите компании или во државниот сектор. Европскиот образовен систем долго време не ја нудеше можноста оние кои се едуцираат да започнат сопствен бизнис, да создадат нови работни места.

Во последниве две декади, расте свеста за значењето на претприемништвото во Европа и потребата од стимулирање на креативноста и иновативноста, како и промовирање на претприемничката култура и создавање на претприемнички амбиент кој ќе го поддржи растот на МСП. На претприемништвото конечно се гледа како на решавачки фактор за економски развој.

Напорите на Европската унија на ова поле започнуват во *март 2000* година, на состанокот на Европската комисија одржан во Лисабон, каде што е донесена т.н. *Лисабонска стратегија* (European Commission, 2000).

Во *јуни 2000 година* од Комисијата за генерални праашања е усвоена *Повелбата за мали и средни претпријатија* (European Commission, 2001), а истата е одобрена од страна на европските лидери, на состанокот на Европскиот совет, одржан во Феира, Португалија. Норвешка го поддржува овој проект од самиот почеток иако не е членка на Европската Унија.

Лисабонската стратегија, а особено Европската повелба за МСП претставува обврска за земјите членки и кандидати за членство да работат на подучување претприемништво и бизнис на сите нивоа на образование и развој на шеми за обука на менаџери.

Во *октомври 2000 година*, на Универзитетот Ница Софија Антиполис во Ница, Франција одржан е форум за *Обука за претприемништво*, каде што е усвоен *Проектот за најдобри практики* (Best practice project), изработен од Европската комисија и земјите членки заедно со Норвешка. Од оваа иницијатива произлегува публикацијата: *Прирачник за примери на добра практика за промовирање на претприемничкиот сѐав и веешини преку образованието*.

Во **февруари 2001** година, **Образовниот совет** на Европската Комисија го усвојува извештајот за идните **основни цели** на образовниот систем:

- *Зажакнување на врската меѓу образовните институции и бизнисот;*
- *Развој на предприемнички дух преку системот на образование и обука.*

Во **2003** година Европската Комисија изработува т.н. **Зелена карта на предприемништво во Европa** (*European Commission, 2003*), каде што акцентот е ставен на можностите за раст и развој преку знаење и иновации.

Во таа насока е и **Предприемничкиот акциски план** (*European Commission, 2004*), донесен во **февруари 2004** година, кој предлага хоризонтални мерки за креирање на рамка за политиките за поддршка на претприемништвото.

Промовирањето на претприемништвото меѓу младите луѓе е клучен елемент на **Европскиот младински пакт** (*European Commission, 2005, European Youth Pact*), усвоен од Европската комисија во **март 2005** година.

3.1.1. Лисабонска стратегија (агенда)

На состанок во Лисабон, во март 2000 година, е дефинирана **стратешката цел** на Европската унија, а тоа е: „ ... **до 2010** година **Европска унија да биде најконкурентна и најдинамична базирана врз знаење економија во светот, која може да креира самоодржлив економски развој и подобро место за работа и поголема социјална еднаквост и почин кон окружувањето**“.

Лисабонската стратегија, позната и како Лисабонска агенда, е **ревизирана во 2005** година, преку концентрирање на активностите во правец на обезбедување силен и континуиран раст, како и нови и подобри работни места. Стратегијата била дизајнирана да ѝ помогне на Европа да се соочи со предизвиците што ги носи стареењето на популацијата, потребата да се зголеми продуктивноста, а истовремено била одговор на трендот на глобализација и обид да се направи Европа поатрактивно место за инвестирање и работа, како и подобро место за образованието и иновации.

Во срцето на стратегијата е економската модернизација за поголем раст и нови работни места, како клуч да се одржи европскиот социјален модел и покрај зголемениот глобален пазар, технолошките промени, еколошките предизвици и демографските притисоци. За да се ослободи потенцијалот на Европа и да се

осигура општество со висока вработеност, социјална заштита и здраво окружување, биле наметнати итни активности во клучниве области:

- **Инвестирање во човечки ресурси** - развој на претприемничка, флексибилна и високо-квалификувана работна сила преку доживотно учење со цел приспособување на промените на пазарот на труд;

- **Повеќе истражување, развој и иновации** - зајакнување на врската меѓу истражувачке институции, универзитетите и бизнисот;

- **Подинамично бизнис окружување** - подобра инфраструктура, помали препреки и поголем пристап до кредити, како и отворање на нови пазари;

- **Позелена економја** - борба против глобалните промени, заштеда на енергија и промоција на нови еколошки технологии.

Новото **Партнерство за раст и вработувања** само повеќе ја нагласува потребата за промовирање на претприемничката култура и креирање пријателско окружување за МСП. **Извештајот за имплементација на Лисабонската стратегија од 2006** (European Commission, 2006) година укажува на „... постојат позитивна корелација меѓу претприемничкото и економското раст, особено во земјите со висок приход, иако БДП е под влијание и на други фактори“. При тоа, се нагласува дека одржлив раст и развој, базиран врз иновации и извонредност, може да се постигне само со зголемување на бројот на МСП, кои ќе создадат нови работни места. Според овој извештај, земјите кои покажуваат зголемување во претприемнички активности, истовремено бележат и зголемување на стапката на вработеност.

Но, освен во високодоходовните земји, според овој извештај, претприемништвото, може да придонесе за социјална кохезија и во помалку развиените земји, со што ќе им помогне на невработените да најдат работа. Приоритетите кои ги предлага овој извештај се поголема вклученост на жените и подобрување на социјалната клима за претприемништво. Исто така се нагласува потребата од **културна поддршка** (преку едукативни програми и промотивни кампањи), бидејќи Европјаните тешко се решаваат да ги искористат можностите за само-вработување или за какви било претприемнички активности.

Веќе 10 години подоцна, Европската комисија изработува **Извештај за оценка на Лисабонската стратегија 2010**. (European Commission, 2010)

Извештајот покажува дека имплементацијата на Лисабонската стратегија се соочи со предизвици кои аналитичарите, креаторите на политики и политичарите не беа во состојба да ги предвидат во моментите на нејзиното креирање. Она на што беше посветено најголемо внимание беше влијанието на стратегијата врз растот и вработувањето. Но имплементацијата на стратегијата не се случуваше во изолација. Во меѓувреме Европската унија го зголеми своето членство од 15 во 2000 година на 27 земји-членки во 2010 година. Еврото стана национална валута во 16 земји и се покажа како добра алатка за макроекономска стабилност, особено за време на кризата. Па сепак, кризата остави тешки последици кои сè уште се чувствуваат во Европа и во останатите земји во светот.

Основните согледувања во овој извештај се дека: „ *Лисабонската стратегија имала позитивно влијание во Европската унија, иако нејзините основни цели нема да бидат постигнати (стапка на вработување 70% и 3% од БДП да бидат инвестирани во истражување и развој)*“. Стапката на вработување достигнала 66% во 2008 година (од 62% во 2000 година). И токму кога растот и стратегијата за вработување го зела својот замав и почна да ги покажува посакуваните резултати, бројките повторно покажуваат надолен тренд како резултат на кризата. Европската унија потфрли во затварањето на јазот во растот на продуктивноста во однос на останатите лидерски индустриски земји: трошоците за истражување и развој во ЕУ се зголемиле од 1,82% во 2000 година на 1,9% во 2008 година, што е далеку од посакуваните 3%. И покрај неуспехот да се остварат поставените цели, заклучокот на Европската комисија е дека се направени многу *позитивни ефекти*:

- „*Лисабонската стратегија помогнала да се изгради заеднички консензус околу реформите кои и се потребни на Европската унија*“. Стратегијата се покажала флексибилна и можела да се приспособи на новите предизвици како што се кризата, новите членови, новите извори на енергија и ги натерала земјите членки да изградат став околу актуелните прашања како што се: иновациите и истражувањето, инвестирањето во човечки ресурси, промовирањето на претприемништвото и климатските промени.

- „*Лисабонската стратегија дала конкретни придобивки за граѓаниите и бизнисите во Европската унија*“. Пред кризата стапката на вработување

почнала да се зголемува, а биле надминати многу административни оптоварувања за подобар претприемнички амбиент.

- **„Структурните реформи ја направиле ЕУ поопортна во тешки услови“.** Реформите на пазарот на труд и политиките за активен пазар на труд помогнале да се зачуваат работните места, а еврото се покажало како добар инструмент за одржување на макроекономската стабилност.

- **„Резервирањето на структурните фондови помогнало да се мобилизираат значајни инвестиции за раст и вработувања“.** Големи средства (228 милијарди евра за период од 2007 до 2013 година) биле резервирани за инвестиции во истражување, иновации и поддршка на бизнисот.

- **„Партнерството на земјите членки генерално е позитивно искуство“.** Партнерскиот концепт воведен 2005 година имал позитивен ефект врз градењето на соработка и поделба на одговорностите меѓу земјите членки и Европската комисија, кој од дијалог прераснал во конструктивна размена на идеи.

- **„Меѓусебно учење за политиките и размена на добри практики се засилило“.** Земјите членки покажувале особен интерес за искуството на другите во областите како: пензиски и здравствени реформи, обезбедување флексибилност, менаџирање буџети, подобрување на бизнис клима, иновации, социјална вклученост и борба против сиромаштијата.

Сепак Лисабонската стратегија покажала и одредени **слабости**:

- ❖ **„Не била доволно оштремена да ги адресира некои од причините за кризата“.** Стратегијата требало да биде организирана подобро за да може да ги надгледува критичните елементи кои доведоа до кризата: робусна супервизија, постојани ризици на финансиските пазари, спекулативни пазари на недвижности, потрошувачка базирана врз кредити и неоправданото зголемување на платите.

- ❖ **„Зголемувањето на вработеноста не секогаш успеало да ги спаси луѓето од сиромаштија“.** Сиромаштијата меѓу децата е сè уште висока, а некои луѓе сè уште имаат лош пристап до обука за совладување на основни вештини, или воопшто немаат.

- ❖ **„Целото темпо на имплементирање на реформите било бавно и нееднакво“.** Додека едни економии напредувале со брзи чекори, други заостанувале со своите проекти.

❖ *„Појребна е поголема поврзаност меѓу Лисабонската стратегија и останатите инструменти, мерки и политики на ЕУ заради поголема ефективност“*. Лисабонската стратегија требала да биде во постојана корелација со останатите европски иницијативи како: Пактот за стабилност и раст, стратегијата за одржлив развој и социјалната агенда.

❖ *„Имплементацијата била отежната од различна соодветност и слаба управувачка структура“*. Европската комисија често не оставала просторот за сугестии од страна на владите на националните економии. Различната стартна позиција на земјите членки е уште еден фактор кој требало да се земе предвид.

❖ *„Влијанието на препораките специфични за секоја земја даваат различен резултат“*. Потребно е да постои некоја рамка на специфични препораки отколку генерална ориентација.

❖ *„Комуникацијата прејсвивава ахилова пета на стратегијата“*. Недостасувала комуникација и поддршка на граѓаните за целите на Лисабонската стратегија, што е последица на недоволна координираност на ниво на ЕУ и националните економии, како и на недоволното претставување на Лисабонската агенда како дел на Европската стратегија.

❖ *„Повеќе можело да биде направено за појака евро-зона“*. Кризата покажала дека постојат разлики во еврозоната во поглед на напредокот во структурните реформи на земјите членки.

❖ *„Надворешната димензија требало да биде појака“*. Лисабонската стратегија била премногу насочена кон внатрешните потреби на ЕУ, отколку повеќе да се приспособи на глобализацијата. Од кризата наваму, Европа е активно вклучена во процесот Г-20 (*Twenty industrialized and emerging market economies - G20*) кој работи на робусна архитектура за отстранување на недостатоци и спречување да се направат истите грешки. Врската меѓу ЕУ и останатите глобални играчи како САД, Јапонија и Бразил, Русија, Индија и Кина - БРИК земјите исто така треба да биде зајакната.

3.1.2.Европската повелба за МСП

Европската повелба за мали и средни е многу значаен инструмент за создавање подобра бизнис-клима во земјите членки и земјите кандидати за членство во Европската унија. Усвоена на **13 јуни 2000** година, од страна на

Комисијата за генерални праашања, овој документ е подоцна одобрен и од европските лидери на состанокот на европскиот Совет одржан во Феира, Португалија во периодот **19-20 јуни, 2000** година. Иако не е членка на Европската унија, Норвешка ја поддржува оваа повелбата уште од самиот почеток.

Со чинот на потпишување на *Мариборската декларација* (*European Commission, 2002*), во Марибор, Словенија, во **април 2002** година, министрите и државните секретари на 13 земји-кандидати за членство во Европската унија, исто така ја прифаќаат оваа Повелба како основа за преземање активности за поддршка на МСП. Земјите на Западен Балкан ја прифатија Повелбата на самитот во Солун, Грција, во **јуни 2003** година.

Активностите и прогресот во сите области беше документиран сè до 2005 година, во годишни извештаи на повелбата. Во 2006 година известувањето за повелбата беше составен дел на Лисабонскиот извештај, но размената на добри практики за политиките за МСП под закрилата на оваа повелба продолжија и понатаму, вклучувајќи сè повеќе земји учеснички.

Главниот инструмент за дискутирање на добрите практики беа годишните конференции, организирани од страна на Европската комисија. Со цел да се стимулира размената на добри искуства, во **јуни 2004 год.**, во Даблин, била организирана првата *Конференција на Европската повелба за МСП* на која присуствувале 250 учесници од 34 земји. Наредната година (**2005 година**) нова Конференција била одржана во Луксембург, со присуство на 250 учесници од 38 земји. Веќе во **2006 година**, на конференцијата во Виена, бројот на учесници се искачува на 320 (47 земји), а **2007 година** во Берлин, на Конференцијата присуствуваат 350 лица, од 43 земји.

Конференција на Европската повелба за МСП за последен пат под ова име се оджува **јуни 2008** година во Блед, Словенија. Кон крајот на истиот месец (јуни 2008 година) е донесен и *Акциониот план за мали бизниси* (*European Commission, 2008*), со кој преку 10 принципи за промовирање на пријателскиот свест се премина од илои-програми кон ишегрирање на пријателскиот учење во образовниот процес.

Во октомври 2009 година, во Стокхолм, Шведска, под изменето име се одржува конференцијата: *Од Евројска повелба за МСП до Акцијата за мали претпријатија*. Наредната конференција е одржана во мај 2010 година, во Мадрид, Шпанија под наслов: *МСП на акцијата за креирање*, со акцент на локални и регионални решенија за предизвиците со кои се соочуваат МСП, како и прогресот на имплементацијата на Актот за мали претпријатија. Последната конференција од овој тип се одржува во Будимпешта, Унгарија, под наслов: *Мобилизирање на МСП за иднината на Евроја*.

Повелбата ги обврзува земјите членки и Европската Комисијата да преземаат активности за поддршка и охрабрување на малите претпријатија во 10 области:

1. Едукација и обука за претприемништво;
2. Поефикасно и побрзо вработување;
3. Подобра легислатива и регулатива;
4. Достапност на вештини;
5. Подобрување на on-line претпријатија;
6. Погледо искористување на придобивките од единствениот пазар;
7. Оданочување и финансиски прашања;
8. Зајакнување на технолошките капацитети на МСП;
9. Успешни модели на e-бизнис и врвна поддршка на малиите бизниси и
10. Посилно и поефикасно претставување на интересите на малиите претпријатија.

Преку овој документ се покажа решеноста на Европската унија да ги оспособи малите бизниси да станат клучен извор на нови работни места и да обезбедат побрз раст на економиите. За таа цел започнаа активности за стимулирање на претприемништвото и креирање нова претприемничка култура.

3.2. ОСЛО АГЕНДА ЗА ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОБРАЗОВАНИЕ

На *26 и 27 октомври 2006 година*, во Осло, во организација на Европската комисија и Владата на Норвешка е одржана најзначајната европска конференција за развој на претприемничкото образование во Европа. Оваа конференција беше резултат на комисиската комуникација од февруари 2006 година под наслов: *Негување на претприемничкото размислување преку едукација и учење*. Оттаму и насловот на оваа конференција: ***Претприемничко образование во Европа: Негување на претприемничкото размислување преку едукација и учење***, чија цел била развивање дискусии за изнаоѓање начин за промовирање на претприемничкото учење и размена на искуства и добра практика меѓу земјите учеснички.

Конференцијата ги опфатила политиките и практиката за ширење на претприемничкото учење на сите нивоа на образование, како и можностите за финансирање на едукативни претприемнички проекти. Дискусиите на конференцијата биле насочени кон давање конкретни предлози од страна на сите инволвирани страни: Европската комисија, националните и локални влади, невладините организации, бизнисот и студентите.

Еве некои од нив:

- Било советувано поголемо вклучување на претприемништвото во наставните планови и програми: како хоризонтално во сите предмети (основно и средно образование) така и вертикално (како посебен предмет на факултет);
- Уште еднаш било нагласено дека претприемничкото учење не подразбира само обука како да се започне сопствен бизнис, туку подразбира и развој на личен став, квалитет, иницијатива, самодоверба;
- Била нагласена потребата од формирање на заедничка европска платформа за постоечките проекти и наставниот материјал, со цел стекнатото знаење да се подели и дисеминира. Европската унија треба да поддржи реформи во наставните програми и да ја охрабрува мобилноста на едукаторите;
- Било препорачано менторство од страна на веќе докажани претприемачи, како уште еден начин за јавно-приватно партнерство, каде што учениците треба да бидат директно инволвирани во проектите за претприемништво;

- Било предложено формирање на наднационална комисија за евалуација на програмите и активностите, и за таа цел било предложено формирање на европска опсервација.

Врз основа на сите тие дискусии и размена на мислења и искуства е изработен документ познат под името: **Осло аџенда за претприемничко образование** (*European Commission, 2006*), чија цел е да го засили прогресот на промовирање на претприемничка култура во општеството, систематски и преку ефективни активности. Овој документ претставува своевиден **капитал на иницијативи**, базиран врз успешни примери, што би можеле да бидат применети во земјите членки и земјите кандидати за членство во Европската унија. Иницијативите се поделени во 6 основни групи:

- 1) Рамка за развој на политиките;
- 2) Поддршка на образовните установи;
- 3) Поддршка на наставниците и едукаторите;
- 4) Претприемнички активности во училиштата и високото образование;
- 5) Градење на врски и отворање на образованието кон надворешниот свет;
- 6) Комуникациски активности.

Во продолжение ќе ги разгледаме иницијативите во повеќе детали.

3.2.1. Развој на политиките

Во рамките на првата група за **развој на политиките** постојат 9 иницијативи:

A1 - Обезбедување политичка поддршка на претприемничкото образование од страна на локалната, регионалната и националната власт;

A2 - Подобро интегрирање на претприемничкото образование во Лисабонскиот мониторинг процес за оцена на напредокот на земјите членки;

A3 - Поставување на широка европска рамка за тоа што треба да се направи и како да се оцени влијанието на преземените мерки;

A4 - Лансирање на национални стратегии за претприемничко образование вклучувајќи ги сите нивоа;

A5 - Креирање на управни одбори составени од претставници на јавната администрација, бизнисот, образовните институции, учениците итн, кои ќе имаат за цел да постават цели на претприемничкото образование;

A6 - Промовирање на претприемничкото образование на регионално ниво, преку соработка на локалните засегнати страни, користејќи разни инструменти за реализирање на конкретни програми;

A7 - Овозможување на развој на претприемничкото образование во рамките на Болоњскиот процес преку: мобилност на наставниците, признавање на едукатори-практичари, промовирање на претприемништвото како кариерна опција во додипломското високо образование;

A8 - Зголемување на поврзаноста меѓу европските фондови (Програмата за доживотно учење - Lifelong Learning Programme), Европските структурни фондови (European Structural Funds), Европските фондови за истражување и развој (European Research & Development Funds);

A9 - Да се обезбеди координација на програмите и активностите на европско ниво и да направи споредба на индикаторите и резултатите.

3.2.2. Поддршка на образовните институции

Втората група ги содржи 9 мерките за *поддршка на образовните институции*:

B1 - Подобрено интегрирање на претприемничките програми и активности во постоечките наставни програми на сите нивоа на образование (основно, средно, стручно);

B2 - Вклучување на претприемништвото во сите сегменти на образованието како клучна компетенција која нема да ги направи сите бизнисмени, но ќе им овозможи стекнување вештини како креативност, иновативност, автономност, иницијатива, тимска работа;

B3 - Поддршка на национални реформи во образованието за имплементирање на Лисабонската стратегија и размена на искуства;

B4 - Поддршка на педагошки инструменти базирани врз практична работа (како учество во мини компании);

B5 - Стимулирање на пилот-програми во училиштата, финансирани преку јавни фондови, за различни начини на претприемничко образование;

B6 - Обезбедување на одржлив начин на поддршка / финансирање на претприемничкото образование и конкретни програми во училиштата;

B7 - Користење јавни фондови за основање на претприемнички центри на универзитетите и креирање мрежа меѓу нив;

Б8 - Градење на заедничка национална и европска платформа за постоечки проекти, програми и тренинг материјали, со цел делење и дисеминација;

Б9 - Развој на истражувањето за оцена на влијанието на програмите врз индивидуалците, заедницата, општеството и економијата.

3.2.3. Поддршка на наставниците и едукаторите

В1 - Обезбедување единствена обука на наставниците во областа на претприемништвото и промена на наставните програми;

В2 - Усвојување иновативни методи за обука на наставниците за претприемништво;

В3 - Воведување систем на наградување на наставниците за иновативни педагошки пристапи при предавање претприемништво;

В4 - Лансирање на иновативни активности за едуцирање на наставниците за претприемништво (преку програмата за доживотно учење);

В5 - Поддршка на мобилноста на едукаторите во Европа.

3.2.4. Претприемнички активности во училиштата и високото образование

Г1 - Вградување елементи на претприемничко однесување (љубопитност, креативност, автономија, иницијатива, тимска работа);

Г2 - Подигање на свеста кај најмладите во основното образование, за улогата на претпријатието и претприемачите во општеството;

Г3 - Дисеминација на книги во училиштата за успех на млади претприемачи;

Г4 - Воведување на нови иновативни педагошки мерки за градење на претприемничкиот дух;

Г5 - Тестирање на претприемничките компетенции и доделување сертификати (претприемничка возачка дозвола);

Г6 - Поврзување на студентите со реални компании и реални бизнисмени;

Г7 - Овозможување спонтани студентски иницијативи и здружувања за креирање на бизнис-мрежи и нивно вклучување во претприемнички проекти;

Г8 - Вклучување на веќе завршени студенти кои веќе станале претприемачи во заеднички училишни / факултетски проекти;

Г9 - Понуда на претприемничко образование на обесправените млади луѓе (сиромашни, деликвенти, бегалци, луѓе што не завршиле училиште, невработени);

Г10 - Во високото образование, институциите треба да го интегрираат претприемничкото образование во различни предмети од нивните наставни програми и да им нудат можности на студентите да се здобијат со претприемничко искуство на сите нивоа;

Г11 - Во високото образование да се донесе претприемништвото во училиниците и директно да се вклучат студентите во претприемнички проекти;

Г12 - Во високото образование, да се зголеми креирањето на европски студии на случаи (не да се увезуваат од САД) кои ќе бидат користени на часовите преку барање решенија на реални проблеми;

Г13 - Да се покаже поголема академска почит кон претприемништвото (преку работа на добри истражувачки проекти да се создаде критична маса на претприемнички едуктори);

Г14 - Да се охрабруваат студентите, дипломците и истражувачите, кои имаат комерцијално остварливи идеи, истите да ги развиваат во бизниси (преку инкубатори, финансирање, менторство);

Г15 - Да се вградат системи за оцена на сите програми (најдобро преку компаративна евалуација од страна на независни евалуатори).

3.2.5. Градење на врски/отворање на образованието кон надворешниот свет

Д1 - Креирање на заедници за поттикнување на претприемничко размислување (преку поврзување на јавниот и приватниот сектор со училиштата и универзитетите, невладиниот сектор);

Д2 - Поттикнување на приватниот сектор да се вклучи во претприемничкото образование, партнерски, на долг рок, како социјално одговорен субјект;

Д3 - Бизнисите треба да донираат барем дел од времето на нивните вработени да учествуваат во училишни или универзитетски проекти (менторства, тренери, едукатори со бизнис-искуство);

Д4 - Креирање или поддршка на истражување како вработените да бидат вклучени во училишни / универзитетски проекти;

Д5 - Да се помогне да се развијат педагошки способности кај претприемачите и бизнисмените со цел да се направи нивното учество во класовите поефективно (преку невладините организации);

Д6 - Креирање и промовирање на обележје „*претприемнички училишта*“ и „*претприемнички универзитети*“ (да се користи од страна на образовните институции на доброволна база);

Д7 - Давање шанса на млади луѓе да ги развиваат нивните претприемнички вештини преку создавање можност да креираат „*лејни вработувања*“ и да заработат пари користејќи нивни сопствени идеи и иницијативи;

Д8 - Градење претприемнички центри на локално ниво, со мисија да помагаат на училиштата и наставниците, преку нивно поврзување со бизнисмени.

3.2.6. Комуникациски активности

Ѓ1 - Лансирање на кампања за зголемување на свеста, на европско и национално ниво, за да се разбере претприемништвото во поширока смисла на зборот (не само како водење бизнис - иницијативи како ден / недела / година на претприемништвото);

Ѓ2 - Славење на претприемничките образовни активности и програми кои работат добро, преку награди и кампањи;

Ѓ3 - Воспоставување на награди, на европско и национално ниво, за давање признание на оние претпријатија кои посветуваат дел од своите фондови и дел од работното време на нивните вработени, за учество во претприемнички проекти во училиштата и универзитетите.

Овој каталог на предлози за ширење на претприемничкото учење во сите сфери на општеството, преку развој на политиките, поддршка на едукаторите, градење претприемнички образовни институции и нивно поврзување со бизнисот, претставува почеток на една успешна платформа за размена на добри практики за воведување на претприемничкото учење во формалото образование, од основното, средното до високото образование. Овие иницијативи исто така претставуваат и основа за креирање на понатамошните политики на ЕУ во правец на развој на претприемничката култура.

3.3. АКТ ЗА МАЛИ БИЗНИСИ И ДРУГИ ПОЛИТИКИ ЗА ПОДДРШКА НА МСП

Акѝоѝ за мали бизниси (European Commission, 2008) е политика на Европската унија за малите и средни претпријатија, донесена во **јуни 2008 година**. Принципот **ѝрво малиѝе** е основата на Актот. Тој им дава приоритет на малите и на средните претпријатија при формулирањето на политиките и овозможува законите да не претставуваат дополнителен товар за нив.

Во основата на амбициозната агенда на Актот за мали бизниси лежи уверувањето дека креирањето на најдобри можни услови за развој на МСП зависи најмногу од односот на општеството кон претприемачите. Генералната клима во општеството треба да биде таква што ќе ги охрабрува индивидуалците да размислуваат да започнат сопствен бизнис како атрактивна и високо исплатлива опција и дека МСП придонесуваат во голема мера за раст на вработеноста и економски просперитет.

За да се креира попријателски претприемнички амбиент ќе треба да се промени перепцијата за улогата на претприемачите и односот кон преземањето ризик во ЕУ. Политичките лидери и медиумите треба да ги поздравуваат претприемничките активности и да ги слават успехите на најдобрите како охрабрување и добар пример за останатите да тргнат по истиот пат.

Да се биде пријателски расположен кон МСП треба да биде примарна политика на секоја влада. Политиките кои се креираат треба да ги почитуваат поголемиот дел од оние кои ќе ги користат. Токму Актот за мали претпријатија има за цел да обезбеди примена на предложените принципи во процесот на создавање политики од страна на сите земји-членки. Овој документ ја поставува новата рамка за политиките која ги содржи постоечките инструменти на политиките за претпријатијата, а се засноваат на Европската повелба за мали претпријатија и модерните политики за МСП.

3.3.1. Десет нови принципи за развој на претприемничката свест меѓу младите луѓе

Симболичното име „*Акѝоѝ*“ кое го доби оваа иницијатива ја нагласува политичката воља на ЕУ да се препознае и признае важноста на МСП во земјите

на Европската унија и за првпат да се поставува сеопфатна рамка за политиките на земјите членки и земјите со статус кандидат за членство. Тоа се реализира преку сет од 10 принципи што ги водат земјите-членки и кандидати за членство низ процесот на имплементација. Овие принципи се клучни за креирање додадена вредност на ниво на Европската унија, подготовка на терен за фер игра на МСП и подобрување на административно окружување во ЕУ.

Тие **принципи** се:

1. Креирање на окружување каде што претприемачите и семејните бизниси можат да напредуваат и каде што претприемништвото се наградува;
2. Сигурност дека чесните претприемачи кои се соочиле со банкрот набргу ќе добијат втора шанса;
3. Креирање на правила во согласност со принципите на Актот;
4. Јавната администрација да одговара на барањата на МСП;
5. Усвојување на алатки на јавните политики според потребите на МСП: овозможување МСП да учествуваат на тендери за јавни набавки и подобра искористеност на државната помош за МСП;
6. Помош во пристапот до финансии и развој на законско и бизнис-окружување кое го поддржува навременото плаќање;
7. Помош на МСП да остварат придобивка од можностите што ги нуди единствениот пазар на ЕУ;
8. Промовирање на надградувањето на вештини кај МСП и сите видови иновации;
9. Овозможување на МСП да ги претворат предизвиците од окружувањето во можност;
10. Охрабрување и поддршка на МСП да ги искористат придобивките од порастот на пазарите.

3.3.2. Сет од нови предлози за подобрување на легислативата

Освен споменатите десет принципи, Актот содржи и неколку предлози за подобрување на регулативата за МСП:

- **Блокирање на исклученоста на МСП од државна помош (General Block Exemption Regulation on State Aids - GBER)**

Оваа регулатива дава можност за подобро искористување на предходно споменатите категории на државна помош за поддршка на МСП за обука, вработување и регионална помош, а најверојатно и други нови можни категории на помош. Новите регулативи ќе ги поедностават и хармонизираат постоечките правила за МСП и ќе го зголемат интензитетот на помошта за инвестирање во МСП.

- **Регулатива за обезбедување на статут на Европско приватно претпријатие (European Private Company - SPE)**

Оваа регулатива обезбедува статут за европските приватни компании кои можат да бидат креирани и да работат во согласност со заедничките интереси во сите земји-членки. Комисијата исто така ќе истапи со неопходни предлози со цел да осигура дека оваа нова компаниска форма може да има придобивки од постоечките даночни директиви.

- **Директива за намалени ДДВ-стапки (Directive on reduced VAT rates)**

Оваа Директива им нуди на земјите членки опција за примена на намалени ДДВ-стапки, пред сè за локални снабдувачки на услуги, кои главно ги нудат МСП.

Како дел од Актот за мали претпријатија се планирани и следниве предлози:

- Предлог-легислатива за понатамошно модернизирање, поедноставување и хармонизирање на фактурирањето на ДДВ со цел да го ублажи оптоварувањето на претпријатијата.

- Амандман на Директивата 2000/35/ЕС за задоцнето плаќање, кој ќе обезбеди МСП да бидат платени на време за секоја направена трансакција.

3.3.3. Сет од нови политики кои ќе ги имплементираат 10-те принципи во согласност со потребите на МСП, како на ниво на заедницата така и на ниво на земјите членки

За имплементирање на горе спомнатите принципи сите чинители во овој процес имаа своја улога во креирањето на новите политики во согласност со потребите на МСП, како на ниво на ЕУ така и на ниво на националните економии. Во продолжение следи детално разгледување на сите планирани активности и кој е надлежен за нивно спроведување:

1. Креирање на окружување каде што иррејприемачиите и семејниите бизниси можат да најредуваат и каде што иррејприемништво се наградува

Ниската свест за претприемништвото, потврдена од *Flash Eurobarometer 2007* (European Commission, 2007) за испитување на претприемничкиот начин на размислување, според кое само 45% од Европјаните би сакале да бидат самовработени, наспроти 61% во САД, недоволното претприемничко образование и малата застапеност на жените претприемачи го иницираа првиот принцип на кој се заснова Актот за мали бизниси.

За да се примени овој принцип во практика *Комисијата иреба*: да ја промовира претприемничката култура, да ја овозможува размената на добри практики во претприемничкото образование и да ја организира манифестацијата *Недела на иррејприемништво* - чадор под кој се случуваат многу настани / кампањи низ цела Европа, да ја иницира програмата Еразмус за млади претприемачи (*Erasmus for Young Entrepreneurs*) која има за цел да промовира размена на искуства и обука на млади претприемачи, како и можност да учат од искусни претприемачи, да формира мрежата на жени претприемачи-амбасадори, да промовира менторски шеми кои инспирираат нови жени да започнат сопствен бизнис и да промовираат претприемништво меѓу дипломираните жени.

Од друга страна, *земјите членки* се повикани: - да го стимулираат претприемништвото и иновативноста меѓу младите луѓе преку негово вклучување во клучните компетенции во наставните програми во средните училишта; - да ги обучуваат наставниците да предаваат претприемништво; - да развиваат соработка со бизнис секторот за развивање на систематска стратегија за претприемничко образование на сите нивоа; - да се осигура дека данокот на подарок, на дивиденда и на имот, прекумерно не го отежнува трансферот на бизнисите; - да се воспостават механизми за спојување на преносливи бизниси со нови потенцијални сопственици; - да се овозможи менторство и поддршка за трансфер на бизниси, женско претприемништво и имигранти.

2. Сиѓурност дека чесните иррејприемачи кои се соочиле со банкрот набргу ќе добијат второ шанса

Додека во САД веќе еднаш банкротирани претприемачи полесно добиваат кредит за повторно рестартирање на својот бизнис, во Европа ова е

сèуште табу тема. Честите банкротства кои во 2007 година зафаќале цели 15% од вкупниот број на компании е загрижувачки факт за ЕУ само за себе. Ако на тоа се додаде и фактот дека на оние претприемачи кои чесно банкротирале им треба време од 6 месеци до 9 години да го затворат бизнисот, уште повеќе се влошува перцепцијата на луѓето кон банкротирани претприемачи. Дури 47% од Европјаните се изјасниле дека не би набавувале од банкротирани бизнисмен. Реалноста е дека на сите треба да им се даде втора шанса, зашто искуството ги научило каде да внимаваат во иднина. За да се примени овој принцип во практика *Комисијата* е задолжена да продолжи да ја промовира промената на политиките кои се однесуваат на затворање на претпријатие, преку размена на добри практики меѓу земјите членки. *Земјите членки* се повикани: - да промовираат позитивен став во општеството преку јавна информативна кампања да им се даде шанса за втор почеток на претприемачите; - да ги комплетираат сите легални процедури кои ќе ги завршат сите формалности за некриминално банкротство во рамките на една година; - да ги третираат рестартираните бизниси на ист начин како и новите бизниси.

3. Креирање законски и административни норми во согласност со принципите на Акџои, земајќи ги во предвид МСП

Третиот принцип произлегол од нееднаквиот третман на малите и големите претпријатија во сферата на законската регулатива и административните оптоварувања. Затоа во врска со ова прашање *Комисијата* е задолжена: 1. да ги зајакнува оцените почитувајќи го протоколот за примена на принципите (неизмамнички и пропорционално) во новите закони и административни иницијативи; 2. да предлага заеднички почетен датум за регулативи и одлуки кои го засегаат бизнисот и изработка на годишен извештај за такви регулативи кои треба да влезат на сила; 3. да предлага намалување на административните оптоварувања за 25% до 2012 година.

Од друга страна од *земјите членки* се бара:

- Да ја разгледаат корисноста од воведување заеднички почетен датум и годишен извештај за закони кои влегуваат во сила;
- Да се користат флексибилни провизии за МСП кога се применува легислативата на ЕУ;

- Да се усвојат цели за намалување на административните оптоварувања до 25% до 2012 година.

Заедно, *земјите членки* и *Комисијата* се повикани:

- Да осигураат дека резултатите од политиките ќе бидат со минимални трошоци и оптеретувања за бизнисот;
- Да се оценува влијанието на предложените нови регулативи и релевантните резултати;
- Да се консултираат МСП и останатите засегнати страни, барем 8 недели пред донесувањето на предлози за нови регулативи;
- Да се користат специфични мерки за МСП, како: дерогација, период на транзиција и ослободувања, каде што е можно.

4. Јавната администрација да одговара на барањата на МСП

За успехот и растот на МСП, преку заштеда на време, пари и ресурси за иновирање и креирање нови работни места е неопходна модерна и одговорна администрација. За подобрување на ефикасноста на администрацијата во правец на олеснување на работата на МСП *земјите членки* биле повикани: 1) Да ги намалат чекорите за регистрирање на бизнис, преку размена на најдобри практики; 2) Да се намали времето за започнување на бизнис на една недела; 3) Да се олеснат процедурите за добивање лиценци и дозволи за почнување на бизнис (до еден месец); 4) Да се разменуваат информации меѓу институциите во администрацијата; 5) Да се формира едно место од каде што бизнис секторот ќе може да ги добие сите информации и да ги заврши сите процедури и формалности по електронски пат.

5. Усвојување на алатки на јавните политики според потребите на МСП и овозможување на МСП да учествуваат на тендери за јавни набавки и подобро да ја искористуваат државната помош

МСП немаат капацитет да учествуваат во програмите за државната помош бидејќи, вообичаено процедурата вообичаено е комплицирана, не ја добиваат навреме информацијата за достапност на помошта и јавната власт не секогаш води грижа за давање поддршка за МСП. Од друга страна кога МСП учествуваат на тендери, тие вообичаено се доделуваат на поголемите фирми. За да се примени овој принцип во практика *Комисијата* е задолжена:

- Да презентира волонтерски *Код за најдобра практика* за тоа како да се намали бирократијата, да се подобри транспарентноста и да се зголемат информациите за МСП при учество во тендерски постапки под еднакви услови;

- Да се направат подостапни информациите за учество во јавни набавки на интернет-страниците на ЕУ;

- Да се испечати *Vade mecum* за државна помош за МСП да ја зголемат свесноста за постоечките можности за поддршка;

Од *земјините членки* се бара: да постават електронски портали за проширување на пристапот до информации за јавни набавки, да ги охрабри владините органи да ги поделат договорите онаму каде што е можно и да направат можности за повидливи поддоговори, да ги потсетат нивните владини органи на обврската да избегнуваат како диспропорционална квалификација така и финансиски барања, да охрабруваат конструктивни дијалози и заедничко разбирање меѓу МСП и големи купувачи преку активности како што се: информации, обука, мониторинг и размена на добра практика, да направат рефокусирање на политиките за јавни набавки, односно тие подобро да ги адресираат потребите на МСП, вклучувајќи и подобри мерки за таргетирање.

6. Помош во пристап до финанси и развој на законско и бизнис окружување кое го поддржува навременото плаќање

Собирањето на потребниот капитал е втора по ред препрека на нивната листа на забелешки, по административните бариери. Инвеститорите и финансиските институции се сè уште премногу внимателни при финансирање на почетни бизниси. Затоа потребен е понатамошен развој на Европскиот пазар на ризичен капитал и обука на претприемачите за придобивките и недостатоците на различни форми на финансирање и начинот како најдобро да се презентираат нивните инвестициски проекти на потенцијалните инвеститори.

Уште еден проблем со кој се соочуваат МСП е што тие долго чекаат за наплата на нивните побарувања (од 20 до 100 денови), што во голема мера ја отежнува нивната ликвидност. За да се отстранат овие препреки *Комисијата* треба да ги оцени можностите за воведување на приватни режими за поттикнување на меѓуграничното инвестирање за да се зајакне европскиот пазар на капитал и да понуди помош на земјите членки да развијат високо квалитетни програми за инвестирање.

Од друга страна, *земјите членки* се повикани на:

- Развој на програми за финансирање кои го адресираат јазот меѓу финансирањето од 100 000 до 1 000 000 евра;

- Справување со законските и даночни препреки кои ја спречуваат работата на фондовите за заеднички вложувања на слободниот пазар под исти услови како и за домашните фондови;

- Осигурување дека оданочувањето на корпоративниот профит го охрабрува инвестирањето;

- Целосно искористување на фондовите достапни преку програмите за поддршка на МСП.

7. Помош на МСП да остварат придобивка од можностите што ги нуди единствениот пазар

Поради достапност до информации многу од МСП не се свесни за можностите што ги нудат претпријатијата во другите држави. Единствениот пазар на ЕУ треба да гарантира пристап на претпријатијата до широк опсег на купувачи, работејќи според однапред договорени правила на игра. Ваквиот пазар им отвора врати на МСП за искористување на предностите од глобализацијата, нови можности за знаење и иновации. МСП треба исто така да бидат вклучени во развојот на стандарди и да имаат адекватен пристап до нив, вклучувајќи го и процесот на сертификација. И на крај, од големо значење за МСП е регулирањето на интелектуалната сопственост, преку изработка на ефикасен, ефективен, висококвалитетен и законски осигуран патент систем на европско ниво. За да се примени овој принцип во практика *Комисијата* треба: - да осигура дека МСП имаат придобивки од единствениот пазар; - да промовира користење на електронски потпис и електронска автентичност и да овозможи МСП да партиципираат во локалниот синџир на набавка; - да ги промовира и брани интересите на МСП во стандардизацијата и информирањето преку зголемување на европската финансиска помош; - да го направи системот на заедничката трговска марка поприфатлив, преку значајно намалување на провизијата; - да работи на отстранување на административните оптобарувања со цел да се направи прекуграничната трговија полесна за МСП.

Европските тела за сертификација се поканети:

- Да ги преиспитаат нивните бизнис-модел, заедно со земјите членки и Комисијата, со цел да ги намалат трошоците за пристап до стандардите, почнувајќи со оние развилни во соработка со законите и политиките на ЕУ;

- Да постават една или повеќе служби за помош на МСП, координирани од претставници на МСП;

- Да објавуваат систематски информации (апстракти) за европските стандарди, вклучувајќи листа на нормативни референци, со нерестриктивен пристап и на различни јазици;

Земјите членки од своја страна треба да придонесат: за правилна примена на принципот на взаемно признавање; - за повторно ставање во сила на системот за решавање на проблеми (SOLVIT) за да се обезбеди неформално, брзо и прагматично решавање на проблемите со нееднаквите права на постоечкиот единствен пазар; - за охрабрување на националните тела за стандардизација да започнат промотивни и информативни кампањи со цел да се охрабрат МСП подобро да ги користат стандардите и да дадат повратна информација за нивната содржина; - за снабдување на МСП со советодавни услуги со цел да се бранат од нееднаквата трговија.

8. Промовирање на надградувањето на вештини кај МСП и сите видови на иновации

Потребно е постојано надградување на вештините на младите луѓе со основни вештини, но и да им се дозволи да бидат креативни, особено во развојот на нови технологии, бидејќи дури 60% од претпријатијата сметаат дека образованието не ја дава соодветната наобразба на претприемачите и вработените. Потребата од развој на нови вештини се огледа и во фактот што 3 од 10 МСП во ЕУ во 2007 година пријавиле развој на нови производи / услуги. Исто така неопходно е охрабрување за подобро менаџирање на интелектуалната сопственост од страна на претпријатијата.

За да се примени овој принцип во практика *Комисијата* е задолжена:

- Да ги прошири шемите за промовирање на мобилноста на приправниците како дел од програмата Leonardo Da Vinci за 2010 година;

- Да го поддржи развојот на *Порталот за е-вештини и кариера* во 2008 година, кој ќе им помогне на МСП да направат проценка кои е-вештини им се потребни и како да ги развиваат кариерите и квалификациите на нивниот

персонал, како и да направат е-бизнис дијагноза преку он-лајн прирачникот за е-бизнис;

- Да се продолжи поддршката за оптимално искористување на средствата од Рамковната програма 7 (сега заменета со HORIZONT 2020) за истражување и развој;

- Да се поедностави државната помош за земјите членки, за поддршка на истражување, развој и иновации;

- Да ги стимулира брзо растечките МСП преку зголемување на капацитетите за истражување и развој, особено преку национални програми и иницијативи;

- Да развие транснационална кластерска стратегија во консултација со земјите членки;

- Да обезбеди трансферот на технологија меѓу земјите членки, преку лансирањето на пилот-проекти за финансирање на комерцијализација на интелектуалната сопственост;

- Да охрабрува активно учество на МСП во активностите на Европскиот институт за иновации и технологија (European Institute of Innovation and Technology - EIT), со цел да ги искористат придобивките од трансферот на технологии.

Земјите членки се задолжени: 1) Да ги охрабруваат напорите на МСП за нивна интернационализација и да станат високо растечки претпријатија, вклучувајќи се во иновативни кластери; 2) Да го промовираат развојот на компетенциите на МСП во полето на истражување и иновации, преку користење на јавната истражувачка инфраструктура, користење на услугите за истражување и развој, вработување на вешти вработени и нивна обука; 3) Да ги отворат националните програми за истражување кои се од заеднички интерес на МСП од земјите членки и кои придонесуваат МСП да имаат пристап до транснационалните истражувачки активности, преку заеднички програми; 4) Да осигураат лесен пристап до финансии поврзани со претприемништвото, иновациите и знаењето; 5) Да го поддржат развојот на електронски идентитет во бизнисот, да овозможат е-фактурирање и електронски владини трансакции; 6) Да го охрабри бизнисот, особено МСП и останатите чинители, вклучително и органите за јавни набавки, за брза примена на Иницијативата за водечки пазар (Lead Market Initiative).

9. Овозможување на МСП да ги претворат предизвиците од окружувањето во можности, како нови зелени пазари и зголемена енергетска ефикасност, преку примена на систем за менаџирање на окружувањето

Климатските промени, недостигот на извори на енергија и самоодржлив развој се клучни предизвици на МСП, кон кои мора да ги приспособат своето производство и целот бизнис модел. Додека 46% од големите претпријатија тврдат дека направиле заштеда во енергија и сировини, од МСП тоа го направиле само 29%. Само 4% од МСП имаат спфатен систем за енергетска ефикасност, наспроти 19% од големите компании. МСП се особено ранливи и зависни од цената на енергенсите и репроматеријалите, како и од климатските промени. Затоа тие треба да ја приспособат својата ефикасност, а и да ги приспособат своите капацитети за да можат да се адаптираат на предизвиците и да ги претворат во нови можности за бизнис. Побарувачката за продукти и услуги што се еколошки исто така отвара пат за нови бизнис-можности.

За да се примени овој принцип во практика Комисијата е надлежна за:

- Поддршка на пристапот до финансии на МСП преку полесни процедури за окружувањето, редуцирани стапки и опција за регистрирање во кластер за еко-ревизија и менаџмент - ЕМЕ (Eco-Audit and Management Scheme - EMAS);

- Финансирање на мрежа на експерти (Enterprise Europe Network) за окружување и енергетска ефикасност кои ќе им даваат совети за еко-ефикасни активности, пазарни потенцијали и можности за финансирање за поефикасен бизнис на МСП;

- Развивање на нови форми на поддршка за иновативни почетни бизниси и МСП во сферата на екоиновациите, преку пристап до пазари, трансфер на технологии, употреба на стандарди и пристап до финансии, во согласност со државната помош.

Од своја страна земјите членки се задолжени: да обезбедат паричен поттик за екоефикасни бизниси и продукти (даночни олеснувања и државни субвенции) и да се искористат 2,5 милијарди евра алоцирани во програмата за поддршка на еколошките продукти и процеси кај МСП (Cohesion Policy programmes).

10. Охрабрување и поддршка на МСП да ги искористат придобивките од проширувањето на пазарите надвор од ЕУ, преку специфична помош и обука

Последниот принцип се однесува на приспособувањето на МСП кон глобалниот пазар. За да добијат пристап до другите пазари МСП треба да ги имаат потребните информации за потенцијални клиенти и партнери кои работат на овие пазари. Тие исто така имаат потреба да ги надминат културните бариери и за различните законски окружувања. Со цел да имаат што поголема корист од глобализацијата, МСП треба да имаат пристап до пазарите за јавни набавки, спроведување на интелектуалните права и фер натпревар. Само 8% од МСП известуваат за обрт од извоз, додека големите компании 28%. Брзорастечките пазари претставуваат неискористен потенцијал за многу МСП. Особено зачленувањето на нови членки во ЕУ создадоа важни нови бизнис-можности за МСП, како за новите така и за стари членки. Бариерите во трговијата ги погодуваат повеќе МСП од големите компании, поради лимитираните ресурси и немање капацитет да ги апсорбираат ризиците, особено во услови на конкурентен пазар.

За да се подобри оваа состојба во практиката *Комисијата* е задолжена:

- Да формира тимови за пристап до пазарите во главните извозни пазари со цел да ги поврзат советниците на земјите членки и ЕУ бизнис-организациите за да обезбедуваат побрзи бизнис информации за трговските бариери надвор од ЕУ;

- Да бара отворање на пазари од трети земји, особено од развиените и високо развиените земји, преку преговори со Светската трговска организација и билатерални договори;

- Да бара отворање на пазари на не-ЕУ земји, преку билатерални и мултилатерални преговори, особено со брзорастечките економии;

- Да промовира пристап на пазарите на земјите кандидати за членство и соседните земји, преку мрежата на европски претпријатија (*Enterprise Europe Network*) и преку промовирање на принципот прво размислувај на мало (*Think Small First*), како и размена на добри практики преку чартерот за МСП и Актот за мали претпријатија (*European Charter for Small Enterprises and the Small Business Act*);

- Да формира Европски бизнис центар во 2009 година во селектирани пазари, започнувајќи со Индија и Кина;

- Да лансира нова шема - Портал кон Кина (Gateway to China), која ќе биде посветена на воспоставување на Програма за обука на извршни менаџери во Кина која ќе им овозможи на МСП од Европа да бидат поконкурентни на кинеските пазари до 2010 година.

Во овој дел земјите членки се повикани да охрабруваат подучување на МСП од страна на големи претпријатија како да ги донесат на меѓународен пазар.

Акциите за мали бизниси претставува управувачки механизам на Комисијата за следење на имплементацијата на политиките за конкурентност и индустрија. *Основен инструмент кој дава рамка за оценка на националните политики за МСП во рамките на 10 принципи на Акциите за мали бизниси е Индексот за полиитичките на МСП (SME Policy Index).* Базиран врз 108 индикатори, овој индекс ги идентификува слабите и јаки страни во дизајнирање на политиките и нивната имплементација, давајќи препораки за приоритетните активности.

3.3.4. Индексот за политиките на МСП

Индексот за полиитичките на МСП (The SME Policy Index) е најзначајната карактеристика на новата фаза на имплементација на **Европска повелба за МСП за Западен Балкан**. Ова повелба започнува како иницијатива на 20-ти јуни 2003 година, во Солун, Грција на самитот на Европската унија за Западен Балкан, каде е усвоена од страна на сите земји учеснички: Албанија, Босна и Херцеговина, Хрватска, Република Македонија, Србија и Црна Гора и УМНИК/Косово. Повелбата претставува европски документ, усвоен во рамките на Лисабонската агенда за унапредување на соработката меѓу земјите членки и земјите кандидати од областите на политиките за претпријатија во рамките на Европската унија.

За таа цел секоја земја назначила свој Национален координатор и воспоставила механизам за систематско мониторирање на имплементацијата под покровителство на *Европската комисија* и помош од страна на *Делегацијата на Европската комисија* во земјите во регионот. *Европската иренинг фондација - ETF* е уште една институција involвирана во овој процес како дополнителен извор на експертиза и совет за надгледување на областите 1 и 4 од Повелбата кои се однесуваат на **образование, обуки и вештини**.

Во исто време, *OECD* во соработка со *Европската банка за обновa и развој* - EBRD, води периодична, независна евалуација на политиките за претпријатија на

владите на овие земји (Enterprise Policy Performance Assessments-EPPAs) кои ги покриваат повеќето од областите на Повелбата.

Процесот на мониторинг резултираше со три групи на извештаи изработени од националните координатори на секоја земја, како и три регионални извештаи со наслов *„Имплементација на европската повелба за мали претпријатија за западен Балкан“*, усвоени како работни документи на Комисијата во **2004, 2005 и 2006 година**.

Соочени со опасноста на дисконтинуитет, на 26-ти октомври 2005 година, на регионалниот состанок во Белград, Србија, земјите од Западен Балкан ја потпишаа *„Белградската декларација“* до Комисијата, за продолжување на прогресот на Повелбата во регионот. Како одговор на тоа, Комисијата искажа спремност да го продолжи овој процес за уште три години, од **2006 до 2008 година** преку два документи:

- Комисиска комуникација: *„Западниот Балкан на пати до европската Унија - Консолидирање на стабилноста и зголемување на просперитетот“*;
- Комисиски работен документ: *„Извештај за имплементација на Европската повелба за мали претпријатија во Молдавија и во земјите од западен Балкан“*.

Во **2006 година** напредокот на Повелбата беше зајакнат со *Лисабонската агенда*. Најзначајната карактеристика на новата фаза на имплементација на Повелбата е воведувањето на *Индексот за солидарност на МСП (The SME Policy Index)*. **Цели** на овој индекс на МСП се:

- Структурирана евалуација;
- Поддршка за имплементација;
- Регионална соработка и оценка од еднаквите;
- Учество на јавниот и приватниот сектор;
- Планирање и алоцирање на ресурси.

Десетте димензии останаа исти како и во првата фаза и тие се усогласени со 10-те принципи на Актот за мали претпријатија. Тие понатаму се делат на под-димензии, а овие на индикатори. Индикаторите се структурирани околу 5 нивоа, каде што 1 е најниско, а 5 највисоко ниво.

Идексот за поплиќиќе на МСП во 2012 година продолжува да го надгледува прогресот на осумте земји од Западен Балкан (Македонија, Хрватска, Србија, Црна Гора, Босна и Херцеговина, Албанија, Косово и Турција) во десетте димензии. Покрај тоа што овие земји се разликуваат меѓу себе според големината, остварениот приход и економските перформанси, сите тие се наоѓаат и на различен степен во процесот на пристапување во членството на Европската унија (освен Хрватска која е веќе членка). И покрај економската криза, земјите во регионот не застануваат во напорите да ги спроведат краткорочните и долгорочните реформи, со цел да го ослободат потенцијалот на МСП да создаваат раст и нови работни места.

Клучни наоди на овој извештај од 2012 се дека: „... *регионот најредувал во подобрување на условите во кои работат МСП и (земјите) се приближуваат се повеќе до европските стандарди*“.

Бизнис-окружувањето е подобро најмногу во делот на:

- Поедноставување на постапката за регистрација на бизнис;
- Зајакнување на институциите кои ги поддржуваат МСП;
- Зголемување на меѓу-агенциската соработка;
- Подобрување на пристапот до финансии преку реформите на законската рамка;
- Поддршката на претприемничкото учење;
- Развој на вештини и промоција на извозот (постигнат е најголем напредок).

Сепак, **прогресот е нееднаков** во регионот и темпото на реформите се намалува од следниве причини:

- Различното ниво на економски развој и степен на преговори за членство во ЕУ влијаело врз капацитетот на економиите да се развиваат и ефективно да ги имплементираат политиките на МСП на усогласен и координиран начин;
- Глобалната криза го отргнала вниманието на Владите од структурните реформи на политиките на МСП кон краткорочни мерки на поддршка.

Резултатите варираат меѓу економиите, па така земјите се поделени на **3 групи**: *групата на предводници, групата која покажува прогрес и групата која заостанува под просекот.*

- **Хрватска, Србија и Турција - групата на предводници**

Според извештајот, Хрватска покажала најдобри резултати и највисоко ниво на усогласеност на политиките со ЕУ. Србија покажала делумен напредок во широк опсег на области, реструктуирање на политиките за МСП и редизајнирање на алатките. Турција, која за првпат се вклучува во оценката во овој извештај, имала развиено здрава и добро структуирана легислатива за МСП, иако сè уште постои простор за подобрување на општата бизнис клима.

- **Македонија, Албанија и Црна Гора - група која покажува прогрес**

Во оваа група, во сите три економии се имплементирани хоризонтални политики што обезбедуваат поволна бизнис-клима, иако мерките за поддршка на МСП сè уште се на почеток. Албанија има напреден систем за регистрација на компаниите, едно-шалтерски систем за регистрација, лиценци и дозволи, таа е во процес на реорганизација на активностите за поддршка на МСП и услугите остануваат ограничени. Македонија го подобрила системот за регистрација и вовела анализа за оцена на влијанието на новата легислатива, но доцни со подготовка на стратегија за иновации, а активностите за поддршка во главо се насочени кон почетните бизниси. Црна Гора исто така напредува во регистрација на фирмите и во регулаторните реформи, но претприемничкото образование е недоволно и сè уште недостасуваат политики за иновации и услуги за поддршка на МСП.

- **Босна и Херцеговина и Косово групата која заостанува под просекот**

Во Босна и Херцеговина недостасува законска рамка која ги поврзува државното ниво и политичките ентитети. Позитивните искуства од политиките не се преведуваат и применуваат од локално на национално ниво. Косово има направено прогрес со законската рамка за поддршка на МСП и со развој на вештини, но сè уште се премногу зависни од странска донаторска помош.

Според *Извештајот за Индексот на полиптикиите за МСП од 2012 година, Македонија* во голема мера го подобрила бизнис-окружувањето, особено во

областа на даночна администрација, регистрација на фирма и поедноставување на регулативата. Воспоставено е партнерство и подобрена е координацијата на политиките кои се однесуваат на човечкиот капитал. Министерствата за образование и економија работат заедно на претприемничкото образование. Законските обврски за информирање на МСП и давање услуги се ограничени и главно насочени кон тоа невработените да започнат сопствен бизнис. Пристапот до финансии останува сè уште слаб.

На крај Извештајот дава конкретни **пореки** за преземање **приоритетни активности**:

- Да се прошири обемот на услуги за поддршка на МСП да ги одразуваат барањата на најдинамичните и извозно-ориентирани МСП;
- Да се поддржат напорите за формирање на мрежа на бизнис ангели за проширување на можностите за финансирање;
- Да се интегрира оценка на потребите за обука во стратегијата за МСП за да се определи колку добро тренинг мрежата ги задоволува потребите на малите бизниси. Специфично внимание треба да им се даде на компаниите со потенцијал за раст поврзани со европската трговија.

3.3.5. Претприемништво 2020 - Акциски план

Со оглед на фактот дека малите и средни претпријатија опфаќаат 98% од претпријатијата и 67% од работните места во Европа, тие се клучниот двигател на економскиот раст, иновациите, вработувањето и социјалната интеграција во ЕУ. Затоа, Европската комисија и понатаму продолжува да го поддржува успешното претприемништво и да ја подобрува бизнис-климата за малите и средни претпријатија преку најновата стратегија **Претприемништво 2020 - Акциски план**. Овој план е донесен во 2013 година и претставува план за одлучна акција кон ослободување на европскиот претприемнички потенцијал, отстранување на постоечките препреки и револуционизирање на претприемничката култура во Европа. Инвестициите за промена на јавното мислење за претприемачите, како и инвестициите во претприемничкото образование и во поддршка на незастапени групи меѓу претприемачите, се приоритетните мерки во овој план неопходни доколку сакаме да креираме трајни промени.

Акцискиот план - Претприемништво 2020 е изграден на **3 столбови**:

1. Претприемничко образование и обука;
2. Креирање на окружување каде што претприемачите можат да процветаат и да растат;
3. Славење на добри примери и поддршка на специфични групи чиј претприемнички потенцијал не е доволно деловно поддржан.

Акцискиот план и неговите клучни активности ќе бидат следени од страна на Комисијата преку политиките за конкурентност и индустрија, како и преку управувачкиот механизам наречен *Акт за мали претпријатија*. На ниво на Европската унија, Комисијата ќе им помогне на земјите членки во имплементирање на овој план преку сопствена платформа на знаења (know-how) и преку меѓусебно учење и размена на добри практики со останатите земји-членки. На национално ниво, претставниците на мали и средни претпријатија, назначени од страна на националната власт, ќе бидат одговорни за имплементација на акцискиот план.

3.3.6. Зелен акциски план за МСП

Уште еден значаен инструмент на европската Комисија за подобрување на конкурентноста на МСП е *Зелениот акциски план за МСП (European Commission, 2014)*, донесен во **јули 2014 година**. Овој документ нуди алтернативи за подобрување на ефикасното искористување на ресурсите кај МСП, преку поддршка на зеленото претприемништво, истражувањето на можностите на зелениот синџир на вредности и олеснувањето на пристапот на зелените МСП до пазарите. Овој план содржи серија активности кои ќе помогнат МСП да ги претворат предизвиците во окружувањето во бизнис можности, кои ги нуди транзицијата во зелени економии. Поставени се **цели и активности** групирани во **пет дела**:

1. Зазеленување на МСП за поголема конкурентност и одржливост

Подобрувањето на ефикасноста во искористувањето на ресурсите ги намалува трошоците, а ја зголемува продуктивноста. Според Европската комисија, на овој начин европската индустрија може да заштеди 630 милијарди евра на годишно ниво.

2. Зелено претприемништво за компанииите на иднината

Спречувањето на штети во окружувањето и движењето кон ниско-јаглеродни економии е социјален предизвик кој исто така нуди нови бизнис-можности за МСП кои ќе креираат нови производи и услуги на пазарот. МСП имаат потреба од бизнис-клима која ќе ги поттикнува еколошките идеи лесно да се развиваат, финансираат и донесат на пазарот.

3. Можности за МСП во зелениот синџир на вредности

МСП имаат потреба од помош за да функционираат во кружни економии, каде што рециклирањето, поправките и екодизајнот имаат голем потенцијал и може да бидат двигател за економски раст и нови работни места, а во исто време да придонесуваат за совладување на предизвиците од климатските промени.

4. Приспај до пазарите за зелениот МСП

Околу 87% од европските МСП ги продаваат своите еколошки производи на пазарите во својата земја. Потребна е подобра рамка за експертска помош и меѓународна соработка за да им се помогне на МСП успешно да се интегрираат во глобалниот синџир на вредности.

5. Управување

Овој план е широко прифатен од страна на земјите членки на ЕУ, нивните влади и останатите засегнати страни, преку консултации за идните политики за МСП и преку мрежата на бизнис-претставници.

Според извори на европската Комисија, европските компании од своите пари трошат 40% на репроматеријали, дополнително 10% на енергија и вода и само 20% на работна сила. Затоа, преку овој план се нагласи потребата од креирање на силна и конкурентна индустриска база и од аспект на производството и од аспект на инвестициите, како клучен двигател за економски раст и креирање на нови работни места. Овој план има за цел да придонесе за ре-индустријализација на Европа преку поддршка на зелените претпријатија да ги претвараат полесно предизвиците од климатските промени во бизнис можности.

3.4. ЕВРОПСКИ ФОНДОВИ ЗА ПОДДРШКА НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО

Постојат неколку инструменти на ЕУ за поддршка на претприемништвото, кои им овозможуваат на МСП: да се справат со административните и регулаторните барања и формалности, да обезбедат пристап до финансии, како и да ја добијат поддршката на нивните прекугранични активности и други деловни можности.

Во глобализираниот свет, малите и средни претпријатија треба сè повеќе да бидат подготвени да се натпреваруваат со претпријатијата од развиените земји или од земјите во развој. Постои голема поврзаност помеѓу интернационализацијата и растот на малите и средни претпријатија. Стратегијата на Комисијата *Мал бизнис, голем свет* е насочена кон инјектирање нов динамизам во европската економија преку обезбедување помош за малите и средни претпријатија за тие да ги прошират своите бизниси надвор од ЕУ. Комисијата ја поддржува интернационализацијата на малите и средни претпријатија преку организација на повеќе мисии за економски расцв. Таквите мисии ќе помогнат да се олесни склучувањето на договори меѓу претпријатијата и организирање собири меѓу земјите членки на Европската платформа за соработка на кластери и партнерските организации во земјите како Јапонија, Бразил, Индија и Тунис.

Олеснувањето на пристапот до финансиски средства за малите и средни претпријатија, исто така е еден од приоритетите. Европа обезбедува избалансирана мешавина на финансиски средства за малите и за средните претпријатија преку:

- Структурните фондови (Европски социјален фонд - European Social Fund - ESF како еден од најголемите структурни фондови);
- Европскиот инструмент за напредок во микрофинансирањето (European Progress Microfinance Facility - EPMF);
- Кредити преку Европската инвестициска банка;
- Програмата за истражување и иновации.

Европскиот социјален фонд (ESF) - како еден од најголемите структурни фондови на ЕУ - беше формиран во 1957 година со цел да се намалат разликите во

напредокот и животниот стандард на земјите членки и регионите на ЕУ. Преку илјадници програми финансирани низ целата Унија, во периодот од 2007 до 2013 година, речиси 10 милиони луѓе биле корисници на мерките на EFS.

Европскиот инструмент за напредок во микрофинансирањето (ERMF) исто така ја зголемува достапноста на микрокредитите, т.е. заемите пониски од 25 000 евра, за оние кои сакаат да основаат мало претпријатие со помалку од 10 вработени.

Во периодот од 2008 до 2011 година **Европската инвестициска банка** обезбедила кредити во износ од околу 40 милијарди евра, кои ги искористиле повеќе од 210 000 мали и средни претпријатија.

До средината на 2012 година повеќе од 175 000 мали и средни претпријатија добиле помош преку финансиските инструменти во рамките на **Рамковната програма за конкурентност и иновации (Competitiveness and Innovation Framework Programme - CIP)**. Од 2014 година програмата **Конкурентност на претпријатијата и на малите и средни претпријатија (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises - COSME)** обезбедува дополнителна помош за малите и средни претпријатија. Оваа програма ќе трае до 2020 година со планиран буџет од 2,3 милијарди евра, а ќе ги поддржува МСП во 4 области: пристап до финансии, пристап до пазари, поддршка на претприемачите и подобрување на условите за конкурентност.

Особено е значајна **поддршката за претприемачите** каде што особено се фокусира политиката на ЕУ, затоа што иако во моментот **само 10% од европските граѓани се претприемачи**, 45% би сакале да бидат сопственици на свои претпријатија. За да го ослободи овој голем потенцијал на работни места, Комисијата започна неколку иницијативи:

- **Мрежи за класиери и претпријатија:** Кластерите се групи составени од специјализирани претпријатија и други придружни актери што се наоѓаат на иста локација и соработуваат меѓу себе, како на пример организации, регионални иницијативи и други претприемнички мрежи.

- **Поголем број жени-претприемачи:** Европа генерално нема доволен број претприемачи, а процентот на жени меѓу нив е уште помал, во 2013 година само

30% од претприемачите биле жени. Со цел да се поттикне претприемништвото меѓу жените, Комисијата формираше Европска мрежа на жени-претприемачи-амбасадорки. Вкупно 270 жени претприемачи од оваа група служат како пример за инспирација на други жени.

- **Претприемничко образование:** Во повеќето европски земји сè повеќе се промовира образованието за претприемништво. Како дополнителен поттик, Комисијата ја започна иницијативата за организирање *Недела на малиите и средни претпријатија*, што претставува кампања за промоција на претприемништвото низ цела Европа и можност да се информираат претприемачите за расположивата помош.

- Друга конкретна помош е **ЕРАЗМУС за младите претприемачи**, програма за меѓугранична размена на искуства која им дава можност на млади идни претприемачи кои сакаат да започнат сопствен бизнис, да научат повеќе од искусни претприемачи во други земји, преку престој во нивното претпријатие. Домаќинот исто така има придобивка од новиот начин на размислување на гостинот, како и можност за соработка со странски партнери или да научи нешто за нови пазари. Престојот во траење од 1 до 6 месеци е финансиран од европската Унија.

Досега најголемата европска програма за финансирање на истражувањето и иновациите, **Хоризонт 2020 (Horizon 2020)**, со буџет од речиси 80 милијарди фунти, за период од 7 години (2014 - 2020) е наменета за комерцијализирање на нови откритија и големи идеи. Овој финансиски инструмент има за цел да осигура конкурентност на Европа во глобални рамки и претставува средство за економски развој и креирање на нови работни места. Финансирањето во истражување е инвестиција во иднината, со ставање акцент на науката, индустриското лидерство и справување со општествените предизвици. Целта е да се отстранат бариерите меѓу иновациите и пазарот, да се стимулира соработка меѓу јавниот и приватниот сектор и да се креира единствен пазар на знаење, истражување и иновации.

3.5. ЕВРОПСКАТА ПРЕТПРИЕМНИЧКА КУЛТУРА vis a vis САД

На што се должи успехот на САД? **Alexis de Tosqueville**, во своето дело *Американска демократија* (1838) укажува на тоа дека во основата на успехот на САД лежи **храбросќа на иррејџуријатијата**. Ретко кој од познавачите на американската економијата и бизнисот не би се сложил со оваа констатација направена уште во 1830 година. Под *храбросќа на иррејџуријатијата* Tosqueville подразбира „**иррејџуриемништво, процес на иновирање, кој во услови на ризик и неизвесност води кон нов ризик**“ (Gray & Knopetzki 2006, стр. 1).

Малите фирми во САД успеваат поради **иррејџуриемничката култура на нацијата**. Претприемништвото е високо почитуван концепт кој е длабоко навлезен во многу области. Малите бизниси и претприемачи напредуваат одлично и се подготвени да се борат и да бидат конкурентни и успешни во денешната глобална економија. Америка има релативно слободен пазар и високо продуктивна работна сила. Овие претпријатија успеваат бидејќи регулативата и бариерите за преземање на ризик во САД се ниски. Капиталот е достапен и американскиот пазар ги наградува оние кои преземаат ризик и работат профитабилно.

Разумно е да се каже дека економските системи во Европа не се добро структурирани за остварување на високи резултати. Според **Edmund S. Phelps**, професор на Универзитетот во Колумбија и добитник на Нобелова награда за економија во 2006 година: „*Европскиите економии почнаа да покажуваат незадоволнителни резултати уште во повоениот период и осигана иака, со превземање на некои корективни акции, но и погрешни чекори, низ децатиот до денес*“ (Phelps, Wall Street Journal 2007).

Според неговите тези, основата на проблемите кај Европските земји лежи во **недостигот на економски динамизам** што покажува колку е богата земјата со нови идеи и иновации кои можат да бидат профитабилни, како **и стипката на уштешино комерцијализирани иновации**, односно колку е земјата подготвена да процени и проба да произведе нови производи со нови методи кои ќе бидат лансирани на пазарот.

Според *Phelps* причината за непостоењето на динамизам лежи во **евројскиот економски модел** кој се применува во поголемиот дел од земјите во Европа. „Економскиот модел на земјата го детерминира нивоот на динамизам, кој е решавачки за детерминирање на економските резултати на земјата: онаму каде што има повеќе претприемнички активности и повеќе иновации, како и соодветни финансиски и менаџерски активности, има повеќе слободни работни места, кои се релативно исполнувачки и ангажирачки. Учесивоот се зголемува соодветно, а продуктивноста постепено расте“ (*Phelps, Wall Street Journal 2007*).

Според него, постојат **два елемента** на економскиот модел на европските земји: економските институции и економската култура на земјата.

Според *Phelps*, **економските институции на земјата**: „се најнепогодни за динамизам. Тие покажуваат типично балканизиран / сегментиран финансиски сектор кој ги фаворизира внатрешните играчи-банките, кои поставуваат пречки и најлакаат казни на надворешните играчи - претприемачите, непрошувачки сектор кој не е многу заинтересиран за нови производи поради недоволна едукација, гласање на синдикалното (не само давање совети) пред да се донесат одлуки и интервенција на државата“ (*Phelps, Wall Street Journal 2007*).

Во однос на **економската култура на земјата**, тој вели дека културните атрибути можат да имаат различен ефект на извршувањето. „Вредностите и ставовите се аналогни на институциите: некои сурчуваат, некои оневозможуваат.“ (*Phelps, Wall Street Journal 2007*). Според *Phelps*, духот на стимулирање, решавање на проблеми, можност за одлучување и креативност, имаат влијание врз динамизмот на земјата и на нејзините економски перформанси.

Според **Carl Schramm**, претседател и извршен директор на Фондацијата *Ewing Marion Kauffman*, водечка институција во областа на претприемништвото, една од причините зошто САД креирале 30 милиони нови работни места во предходните две декади, а Европа не, делумно е затоа што „Евројаниите не зайочнуваат соствен бизнис масовно како што праат Американците“ (*Schramm, цитирано според Gray & Knopetzki 2006*).

Според *Phelps*: „Земјите во Западна Европа преку реформите што ги праат со намера да го зголемаат економскиот развој, ќе потврдат дека

културата е важна за економските резултати на едно општество“ (Phelps, Wall Street Journal 2007).

Дека националната култура на една земја има големо влијание врз националните економски показатели: продуктивноста, просперитетот и личниот развој, покажуваат и напорите на Европа не само за реформирање на институциите туку и за целосно културно поместување. Дали е на повидок нова индустриска револуција во Европа?

Закрепнувањето на Европа од економската криза е релативно болно и чувствително. Од самиот почеток фокусот е ставен на подобрувањето на јавните финансии и јакнењето на финансискиот систем на Европа. Иако тоа се многу важни прашања, сепак зајакнувањето на реалната економија, индустриските претпријатија и другите претприемачи што испорачуваат конкретни производи и услуги е клучно за економското закрепнување. Во рамките на глобализацијата и на сè посилната конкуренција од земјите во развој, долгорочниот економски напредок на Европа ќе зависи од моќта на европската индустриска основа, а не исклучиво на од моќта на услужните дејности и на банките. Европската унија смета дека е глобален лидер во ефикасното користење на енергијата и во странските инвестиции, меѓутоа индустриското производство не се развива еднакво во сите земји во Европа. За среќа, индустријата на Европската унија е лидер во технологијата во многу области и има потенцијал да го обнови растот на европската економија. Тоа всушност е целта на индустриската политика на ЕУ во наредните две декади.

3.5.1. Стратегија Европа 2020

Започнувањето на новата индустриска револуција е една од главните цели на Европа 2020, стратегија на ЕУ за мудар, одржлив и инклузивен економски раст. Две од водечките иницијативи на Европа 2020 се однесуваат на индустрискиот сектор:

- *Индустриската политика за ерата на глобализацијата - за подобрување на бизнис-климата за малии и средни претпријатија;*
- *Иновативна унија - за подобрување на пристапот до финансии за истражување и иновации.*

Целите на ЕУ во областа на индустријата и иновациите за 2020 година се:

1. Зајакнување на индустриската основа на Европа по пат на зголемување на нејзината конкурентност;
2. Поддршка на транзицијата кон нискојаглеродни емисии;
3. Поттикнување на иновациите како начин за создавање нови извори на економски раст и реализирање на општествените потреби;
4. Помош за отворање и економски раст на малите и средни претпријатија и *промоција на претприемничка култура*;
5. Обезбедување отворен внатрешен пазар на стоки.

3.5.2. Со економски раст во борба против невработеноста и сиромаштијата

Една од клучните цели на стратегијата Европа 2020 е 75% од активното население (на возраст од 20 до 64 години) да се вработи до крајот на оваа деценија, а најмалку 20 милиони луѓе да се спасат од сиромаштија. Освен преку 26 милиони невработени во Европа (во 2012 година) во моментот, низ целата Унија има и околу 116 милиони луѓе што живеат под прагот на сиромаштијата или се изложени на ризик од сиромаштија и социјална исклученост, што е еднакво на 23% од вкупното население. Околу 10% од работоспособното европско население живеат во домаќинства каде што не работи ниту еден член.

Повеќе од 8% од Европејците живеат во услови на тешка материјална немаштина и не можат да си дозволат работи за кои многумина од нас сметаат дека се основни за да се има пристоен живот, како на пример: соодветно затоплување, покривање на неочекувани трошоци, машина за алишта, телефон или автомобил. Во најсиромашните земји оваа стапка достигнува повеќе од 30%. Со економската криза оваа состојба несомнено се влоши.

Како носители на економскиот раст стратегијата ги посочува **малите и средни претпријатија**. 23-те милиони мали и средни претпријатија во Европа опфаќаат 98% од претпријатијата, обезбедуваат 67% од работните места и создаваат 85% нови вработувања. Затоа *помошта за малиите и средни претпријатија и поддршката на претприемнишвиото се клучоци за економското закрепнување*.

Затоа Европската комисија ги смета МСП и претприемништвото клуч за постигнување економски раст, иновации, креирање работни места и социјална интеграција во рамките на Европската унија. Но само 37% од Европејците би сакале да бидат само-вработени, во споредба со 51% од луѓето во Соединетите Американски Држави. Што прави Европската Унија за малите и средни претпријатија?

Европската Унија работи на многу полиња:

1. Креирање на пријателско бизнис-окружување - преку промовирање на принципите на Актот за мали претпријатија и политиките кои ја промовираат претприемничката култура;

2. Промовирање на претприемништвото - преку Акцискиот план за претприемништво 2020, преку претприемничко образование и славење на претприемачите;

3. Подобар пристап до финансии - тука забележуваме дека во овој дел ЕУ слабо успева, бидејќи банките сè повеќе заинтересирани да ги пласираат своите средства во сигурни инструменти, по пониска камата, отколку да ги доверат на МСП; банките не се веќе во служба на претпријатијата, туку претпријатијата се заложници на банките;

4. Подобрување на пристапот до нови пазари и интернационализација - преку иницирање на заеднички бизнис-соработки меѓу претпријатија од различни земји членки и земји надвор од Европската унија;

5. Подобрување на финасиското окружување - преку делење информации за фондови и подобрување на постапката за навремено плаќање;

6. Поддршка на конкурентноста и иновативноста на МСП - преку промовирање и имплементирање на овие два главни аспекти во политиките на Европската унија за МСП;

7. Обезбедување на мрежа за поддршка и информирање на МСП преку бројни портали (*Бизнис-портал Твоја Европа - Your Europe Business Portal, Портал за Мрежа за бизнис можности - Enterprise Europe Network, Портал - Интернационализација на МСП - СМЕ Интернационалисациски портал, Портал за пристап до финансии - portal on Access to Finance*).

Според извештајот на ЕУ: *МСП - Клуч за поголем раси и вработување - Осврќи на постојатите за МСП (2007)* во периодот од 2005 до 2007 година е забележан прогрес и кај Европската унија и кај земјите членки, во креирањето на подобра бизнис-клима за МСП. Комисијата направила вистински напор за свртување на вниманието кон МСП, како и давање предност во европските програми за поддршка од 2007 до 2013 година. Земјите членки го подобриле окружувањето за МСП, земајќи инспирација од размената на добри практики во контекст на Европската повелба за МСП и преку имплементирање на заклучоците на Европската комисија - Пролет 2006, преку воведување едношалтерски систем за регистрација на нови претпријатија, смалувајќи го времето и трошоците за започнување бизнис. Стратегијата за подобри регулативи за МСП е амбициозна програма на ЕУ за намалување на административните оптоварувањата на претпријатијата за 25% до 2012 година.

И покрај охрабрувачкиот прогрес, ЕУ сè уште треба да преземе значајни чекори за да го ослободи целосниот потенцијал на МСП. Генерално земено, МСП сè уште имаат ниска продуктивност, а и растот е понизок во споредба со другите водечки економии во светот. Во САД, претпријатијата што успеваат да опстанат, го зголемуваат бројот на вработени до 60% до 7 година, додека во Европа овој процент се движи од 10 до 20%. МСП сè уште се соочуваат со неуспех кој е поткопан од условите во кои работат, бидејќи се натпреваруваат со веќе етаблирани компании и во пристап до финансии, истражување, иновации и окружување. На пример, 21% од МСП го наведуваат пристапот до финансии како проблем, кој за микропретпријатијата е уште поголем. Исто така, многу малку МСП иновираат во споредба со големите претпријатија. Ситуацијата е уште полоша поради структурни потешкотии како недостаток на менаџерски и технички вештини, како и поради ригидноста на пазарот на труд на национално ниво.

Улогата на МСП во европската економија е признаена од највисоките политички структури. Тоа беше потврдено и во 2008 година со донесувањето на Актот за мали и средни претпријатија. Извештајот за единствениот пазар (Single Market Review) исто така ја нагласи потребата од преземање на понатамошни иницијативи за подобро моделирање на единствениот пазар според потребите на денешните МСП, со цел да се остварат подобри резултати и реализираат повеќе

придобивки. Ова е уште понеопходно по економската криза, која најмногу ја погоди Европа, каде што ситот направен напредок беше повторно вратен назад. Затоа е крајно време, во ЕУ не само да се креираат туку и да се имплементираат политики кои ќе направат голем пресврт во економијата, во спротивно Европа ќе продолжи со сè позабрзано темпо да заостанува зад САД.

ГЛАВА 4

ЧЕКОРИТЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА НА ПАТОТ КОН ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОПШТЕСТВО

4.1. РАЗВОЈ НА ПРЕТПРИЕМНИЧКА КУЛТУРА НА НАЦИЈАТА КАКО ПОЧИТУВАН КОНЦЕПТ ВО СИТЕ СФЕРИ НА ЖИВЕЕЊЕ

Осамостојувањето на Република Македонија започнува на 8 септември, **1991 година**, со референдумско изјаснување на граѓаните за независност. Со Уставот на Република Македонија станува загарантирана слободата на пазарот и на претприемништвото. Со Уставот на Република Македонија сите форми на сопственост: државната, приватната и задружната, стануваат рамноправни. Тоа овозможи во раните транзициски години да се појави силен развој на претприемништвото и формирање на голем број нови МСП.

Но развојот на претприемништвото и МСП во почетокот одеше спонтано, без постоење на осмислени мерки на владина поддршка. Прва вистинска поддршка претприемништвото во Република Македонија го добива во **1994 година**, преку *Проектот за социјални реформи и техничка помош (Social Reforms and Technical Assistance Project)*, организиран од македонската Владата и Светска банка. Проектот е раководен од *Агенцијата на Република Македонија за трансформација на приватизацијата со општински капацитет*, која исто така ги спроведува и штотуку донесените: *Закон за приватизација* и *Закон за реструктурирање*. Во **1996 година** е донесен *Законот за трговски друштва*, а во **1997 година**, во рамките на Интегрираната програма за развој на МСП на европската Комисија, преку програмата ФАРЕ (PHARE), со одлука на Владата на Република Македонија, е формирана *Националната агенција за развој на МСП (NEPA-National Enterprise Promotional Agency)*. Во почетокот оваа агенција работи како независен ентитет, во рамките на Агенцијата за приватизација. Во согласност со обврските преземени од договорот со Европската комисија, на 23 март, 1999 година, со одлука на Владата на Република Македонија, НЕПА станува самостоен правен ентитет. Цели на оваа агенција се: давање совети за водење на бизнис и изработка на бизнис-планови, обезбедување на микрокредитни линии, обука на претприемачи, меѓународна промоција, соработка со потенцијални бизнис-партнери и воспоставување и развој на мрежа за центри за поддршка на МСП.

Во **1998 година** е донесен Законот за занаетчи и Стратегијата за привлекување на странски инвестиции, БДП бележи стапка од 3,4%, извозот за прв пат го надминува увозот, а СДИ бележат највисоко ниво од осамостојувањето.

Истата година, врз основа на Студијата за определување на локации за регионални центри за поддршка на МСП, беа регистрирани 5 *Регионални центри за поддршка на предпријатијата* во: Куманово, Скопје, Велес, Битола и Струмица. Истата година, со поддршка на британскиот know-how фонд, се отворени уште три регионални агенции во Охрид, Тетово и Гостивар, познати како *ЕСА центри*. Во **1999 година** е донесен *Законот за банки и хартии од вредност*, а во **2000 година** е изгласан *Законот за додадена вредност* и постигнат пораст на БДП за 4,6%.

Периодот од осамостојувањет до 2001 година е проследен со голем број проблеми и предизвици. „*Остриите монетарни и буџетски рестрикции во периодот на дезинфлација (1993-1995), од една страна, и силното дејство на некономските фактори (ембаргото на ОН кон СР Југославија од пролетта 1992 до есента 1995 година, грчкото еднострано ембарго од февруари 1994 до септември 1995, косовската криза од 1999 година и шестмесечниот интерен конфликт од 2001 година), од друга страна, се дел од причините за лошите перформанси на македонската економија*“ (Фили и др., 2007, стр. 234).

Во вакви исклучително тешки услови за развој на економијата, претприемништвото во Република Македонија, како и во повеќето земји во транзиција, „*доби карактеристика на сионијатно предприемништво*“ (Фили и др. 2007, стр. 224). Се формираат голем број МСП од *потреба* зошто граѓаните се обидуваат да ја решат својата незавидна економска положба со започнување на сопствен бизнис. Па така, ако на крајот од 1990 година бројот на претпријатија во Република Македонија изнесува 7 234, веќе на крајот од 1992 година тој број се искачува на 37 232, во 1995 година е двојно зголемена на 79 497, а на крајот од декадата достигнува 109 378 (Фили и др. 2007, стр. 225). Сепак, иако вкупниот број на претпријатија во 2004 година изнесува 172 297, треба да се напомене дека само 49 678 претпријатија се водат како активни (*Опсерваторија за МСП во Република Македонија - Извештај за 2004, АППРМ, стр. 34-35*).

Поради кризата во **2001 година** БДП паѓа на -4,5%, но веќе **2002 година** тој почнува пополека да расте со стапка од 0,9%. Во 2002 година се одржани парламентарни избори и спроведен попис на населението, но најзначајно за развојот на претприемништвото е донесувањето на *Националната стратегија за МСП*. Истата година, со прастанокот на поддршката на програмата ФАРЕ, престанува со работа Агенцијата НЕПА. Таа година започнува да се изработува

Обсерваторијата за МСП на РМ, како составен дел на Проектот за поддршка на политиките на Министерството за економија за МСП, финансиран од ЕУ (авторот на овој труд беше дел од проектот во 2004 година). Изработени се 3 извештаи за 2002, 2003 и 2004 година.

Во **2003 година**, Република Македонија станува членка на Европската повелба за мали и средни претпријатија. Во рамките на горе споменатиот проект финансиран од ЕУ, изработени се 3 извештаи за 2002, 2003 и 2004 година. Во оваа година Република Македонија станува членка на Светската трговска организација (СТО) и е потпишан стенд-бај аранжман со ММФ. Усвоен е Законот за подобрување на вработувањето, а на МСП им се овозможува консултантска помош и обуки за подобрување на нивното работење преку Законот за државна помош. ДДВ се намалува од 19% на 18%, а БДП расте со стапка од 2,8%.

Во мај **2004 година** е формирана Агенцијата за поддршка на претприемништво на РМ (АППРМ), која е задолжена да ја реализира Програмата на мери и активности за поддршка на претприемништво и создавање на конкурентност на малото ситнобизнис во РМ, како и да ја координира целокупната домашна и странска поддршка на претприемништвото. Агенцијата е носител на бројни активности меѓу кои и изработката на Обсервацијата за МСП и Европската повелба за МСП. Во оваа година се формира Евро-инфо центар, како дел од мрежата на преку 300 центри во ЕУ, кој ги информира МСП за генерални ЕУ бизнис-политики, пристап до ЕУ пазари, ЕУ тендери и ЕУ фондови. Донесени се нови закони за: трговски друштва, занаетчиска дејност и трговија, а целосно е имплементиран Законот за перење на пари.

Во **2005 година** Република Македонија станува земја-кандидат за членство во Европската унија. Оваа година започнува со реализација Ваучерскиот систем за консултантски услуги во Скопје и Струмица, а се формира и Форум за МСП, двонасочен канал за размена на информации меѓу Министерството за економија и претприемачите. БДП бележи пораст со стапка од 3,8%. Усвоена е правна рамка за формирање на Гарантен фонд, а направени се и преговори за нов аранжман со ММФ.

Во **2006 година** е воспоставен едношалтерски систем за регистрација на нови бизниси. Намалена е стапката за данок на добивка и за персонален данок на доход на 12% (рамен данок). Формиран е Совет за странски инвестиции.

Во **2007 година** *Националната стратегија за развој на МСП 2002-2012* е ревидирана и проширена до 2013 година, за да се усогласи со претпристапните фондови (IPA) и Рамковната програма за конкурентност и иновативност (CIP 2007-2013). Ова стратегија има за цел да го зголеми бројот на МСП, да го зголеми вработувањето и да го зголеми придонесот на МСП во БДП. Исто така, усвоена е и нова *Програма за развој на претприемништво, конкурентност и иновативност на МСП (2007-2010)*. Оваа година БДП расте за 5,1% и Македонија е рангирана на 4 место во спроведувањето на реформите, во конкуренција на 175 земји во светот, според *Извештајот на Свешка банка за 2008 (Doing Business 2008)*. Рамниот данок е намален на 10%.

Во **2008 година** БДП расте за 4,9%, а СДИ изнесуваат 582 милиони евра, и бележат пад од 2007 година кога тие изнесуваат 691 милион евра. Стапката на невработеност опаѓа на 33, 8%. Кон крајот на годината започнува светската економска криза. Македонија за прв пат се приклучува кон *Глобалната оцена на претприемништво (GEM)*.

Во **2009 година** како последица на глобалната финансиска и економска криза, БДП бележи опаѓање за -0,8%. Владата воведува 4 анти-кризни мерки и го намалува данокт на добивка на 0%. И покрај кризата невработеноста продолжува да се намалува на 32,2%, но се намалуваат и СДИ на 201 милион евра. Донесена е *Индустријска политика на РМ 2009-2020*. Македонија станува членка на *Централниот претприемничко учење на Југоисточна Европа (SEECEL)*.

Во **2010 година** Република Македонија излегува од рецесија со пораст на БДП од 2,6% и бележи трет најголем раст во Европа. Вкупниот депозитен потенцијал на банките се зголемува за 15%, а расте е кредитирањето на приватниот сектор. Сепак СДИ сè сеуште на ниско ниво од 212 милиони евра.

Во **2011 година** БДП се зголемува за 2,8%, а невработеноста се намалува на 31,4%. Пуштен е системот за електронска регистрација на нови бизниси, а СДИ се двојно зголемени во однос на 2010 година на 478 милиони евра. Формирани се *Националниот комитет за иновации и претприемништво* и *Национална мрежа на едукатори за претприемништво*.

Во **2012 година** БДП бележи пад од -0,4%, СДИ изнесуваат 143 милиони евра. Според *Извештајот на Светска банка за 2012 (Doing Business 2012)* Република Македонија е рангирана како трет топ реформатор во светот. Донесена е *Стратегија за иновации во РМ 2012-2020, Национална програма за научно истражување и развој 2012-2016* и *Програма за иновативно истражување и поддршка на технолошкиот развој 2012-2015*.

Во **2013 година** Македонија бележи закрепнување на економијата и повторен пораст на БДП за 2,9% и останува во групата на 10 најдобри реформатори во светот. Основан е *Фонд за иновации и технолошки развој*. Стапката на вработување во бизнис-секторот се намалува на 29%. Вкупниот број на вработени изнесува 375 087 лица. Од нив 62% се вработени во микро и мали претпријатија, 15% во средни, а само 23% во големите претпријатија. Од овие податоци може да се види големото значење на секторот на МСП кој во Република Македонија вработува 77% од работоспособното население, а опфаќа 98,8% од бројот на активни претпријатија кој изнесува 71 290.

Во **2014 година** е усвоена *Стратегијата за иновативно истражување на РМ 2014-2020*. Според *Извештајот на Светска банка за 2014 (Doing Business 2014)* Република Македонија е рангирана на 25-то место во конкуренција од 189 земји во светот. Стапката на вработеност иако бележи постојан пад и во последното тромесечие изнесува 27,6%, сеуште е висока во споредба со европскиот просек. БДП изнесува 3,8% што е највисо во регионот. Според Извештајот за самовработување 2008-2014, за мерката финансиска помош од 7 000 евра за млади до 29 годишна возраст, во тој период се формирани 2 747 нови бизниси од кои сеуште активни се 2 153 (78,3%).

Според *проекциите за 2015* година во *Извештај на Европската Комисија за напредокот на Република Македонија* се предвидува раст од 3,5%. Иста стапка на раст предвидува и Светска банка во извештајот *Global Economic Prospect Report*, односно 3,5% за 2015, 3,8% за 2016 и 4,0% за 2017 година. Според извештајот за оценка на националната конкурентност на 144 земји во светот (*The Global Competitiveness Index 2014-2015, Klaus Schwab, World Economic Forum 2014*) кој се однесува на институциите, политиките и факторите кои ја детерминираат продуктивноста, Македонија е рангирана на 73 место, пред земјите во регионот како Хрватска (75), Грција (91), Албанија (95) и Србија (101). Иако постои

тенденција на постојан раст на јавниот долг од 25,8% од БДП во 2007 до 40,5% во 2014 година, Македонија останува во групата на умерено задолжени земји со кредитен рејтинг ББ-/Б стабилен. Според угледното списание *ФОРБС* Македонија е рангирана на 31 место во светот на листата на најдобри земји за водење бизнис. *Wall Street Journal* заедно со *Фондацијата Херетиџ*, според *Индексот на економски слободи за 2015 година* ја рангира Македонија на 53 место, додека Албанија го зазема 63, Црна Гора 66, Хрватска 81 место, Словенија 88, Србија 90, а Босна и Херцеговина 97 место. Според *Извештајот на Свешка банка за 2015 (Doing Business 2015)* Република Македонија е рангирана на 30-то место во конкуренција од 189 земји во светот. Но и покрај бројните показатели за напредокот на нашата земја кои несомнено помагаат за подобрување на имиџот на македонската економија во светот, неодамна и странските инвеститори во земјата ја објавија првата *Бела книга за инвестирање*, која ги содржи предностите и недостатоците за водење бизнис во Република Македонија. Како главни пречки ги наведуваат корупцијата, неефикасната администрација и законите кои често се менуваат.

Дека Република Македонија има уште многу работа за обезбедување поволна претприемничка клима говорат и *препораките* на *Советот за економски и финансиски праашања*, од дијалогот одржан на 12 мај, 2015 година, помеѓу Европската унија, Западен Балкан и Турција, според кои нашата земја треба:

- Да го подобри управувањето на јавните финансии со строго придржување до среднорочните фискални цели и зацртаниот буџетски дефицит од 2,9% од БДП; строго да го контролира развојот на трансферни исплати, пензии и плати во јавниот сектор; да информира за големината на државната администрација и нејзиниот платен список;
- Да го подобри составот на трошењето преку инвестициски проекти со продуктивен потенцијал и да ја зголеми транспарентноста на буџетските расходи;
- Да ја подобри транспарентноста за долговите на јавните компании, државните претпријатија и општините;
- Да ги подобри можностите за вработување и подобра усогласеност на вештините со барањата и потребите на пазарот, особено преку развој на образовниот систем;

- Да ги зајакне напорите за воспоставување врски на соработка меѓу странските и домашните компании во поглед на зајакнување на продуктивноста и вработувањата во домашната економија;
- Да ги зајакне напорите за отстранување на нефункционалните заеми од страна на банките како и отстранување на потенцијалните пречки за кредитно проширување;
- Да се ревидира транспортната стратегија за да се усогласи со регионалната агенда за поврзување;
- Да се подобри деловната средина преку спроведување на планот за конкурентност и други владини акциски планови во правец на попредвидлива правна и регулативна средина, спроведување на договори и почитување на правата за интелектуална сопственост, подобра платежна дисциплина, трудово законодавство, квалитет и интегритет на инспекциските служби, да се обезбеди редовен дијалог со социјалните партнери и да се продолжи со борбата против корупцијата и неформалноста во економијата;
- Да го подобри пристапот кон финансии за МСП и да ги забрза постапките за стечај; да продолжи со спроведување на Стратегијата за иновации и да ја забрза употребата на инструментите предвидени со Фондот за инвестиции (*European Union, 2015*).

4.1.1 Подобрување на имиџот претприемач

Еден од чекорите за зголемување на претприемничките активности во Република Македонија е организирањето на кампањи за промовирање на претприемништвото. Да се биде претприемач сè повеќе станува почитуван имиџ во нашето општество, за што говорат и бројни успешни приказни објавени во електронските и пишаните медиуми. Кампањите да се започне бизнис, да се направи првиот чекор, да се биде креативен и сл. имаат позитивно влијание особено врз младите генерации. Уште еден чекор напред е и доделувањето на национални награди на најуспешните претприемачи во изминатата година, што дополнително дава признание на успешните и е мотив за соочување со идни предизвици. Финансиската поддршка за млади претприемачи е мерка која што во овој период повеќе треба да се сфати како социјална, но ја потврдува посветеноста

на институциите во промовирање на претприемачот, како позитивна опција во кариерата. Нашето истажување покажа дека како најпроблематично останува менувањето на менталитетот за *претприемничкиот неуспех*. Недостатоци сè уште се забележуваат во односот кон чесно банкротирани претприемачи. И додека во САД банките многу полесно ќе одобрат кредит на лице кое еднаш веќе банкротирало, кај нас искуствата се сосема спротивни. Затоа е потребно спроведување национални кампањи за давање втора шанса на чесните претприемачи кои се соочиле со банкрот.

4.1.2 Подигање на јавната свест

Ова е еден од најголемите предизвици во развојот на претприемничката култура, бидејќи менувањето на свеста е долгорочен процес и ефектите не можат да се видат во краток временски период. Освен националните кампањи и славењето на успешните приказни, претприемничкото учење, развојот на деловните вештини и воведувањето на иновативните политики за МСП се најзначајни за подигање на јавната свест и за создавање погодна претприемничка клима во земјата.

Според *Индексот за МСП 2012 (European Commission, 2013)*, во **димензијата 1. Претприемничко учење и женско претприемништво**, направен е голем прогрес, благодарение на поставувањето институционални, регулаторни и консултативни рамки. Во однос на претприемничкото учење, секако придонесува и неодамна донесената Стратегија за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 (*Министерството за образование и наука на Република Македонија, 2014*), во која се предлагаат и конкретни мерки кои треба да бидат имплементирани во наредниот период. Во однос на *индексот за застапеноста на жените во водење сопствен бизнис*, според Студијата ГЕМ од 2013 година, тој во Македонија изнесува само 4% и е под просекот од 6% во групата. При тоа треба да се нагласи дека 61% од жените кои започнуваат сопствен бизнис се мотивирани од потреба, а 31% од можности, што е карактеристично за пониско развиените земји.

Во однос на **димензија 8а. Деловни вештини**, според *извешајот за постојателноста за МСП од 2012 година (European Commission, 2012)*, економиите во регионот веќе имаат добро разработена мрежа на провајдери на обуки, како за

менаџмент така и за продажни вештини и системи за обезбедување квалитет, но потребно е да се стави поголем акцент на знаењата и вештините барани од секторите во ЕУ со кои имаат трговска размена. И овој индекс треба да се земе со резерва зашто не ја одразува во целост реалната состојба. Треба дополнително да се работи на едуцирање на професионалците за важноста од професионално усовршување и доживотно учење. При тоа треба да се нагласи дека во Македонија провајдерите на обуки од областа на претприемништво и менаџмент (неформалното образование) се главно донаторски финансирани проекти кои немаат самоодржлив карактер и доведуваат до рушење на цените на пазарот на услуги, па поради тоа многу професионалци не се подготвени сопствената дообразба да ја платат од сопствениот џеб. Овие обуки можат да бидат финансирани и од страна на работодавачите и компаниите но сè уште недостасува сеопфатна статистика за потребите од обуки и вештини од страна на МСП, иако некои обиди се прават како од стопанските комори така и од регионалните развојни агенции. Подетална анализа за оваа димензија следува во под-главата 4.3.

Кај *димензија 8б. Политики за иновации во МСП* заклучокот е дека Македонија има направено најмногу за почитување на правата на интелектуална сопственост и усогласување на таа легислатива со онаа на ЕУ, но реалноста покажува дека формално регулатива постои но таа тешко се спроведува во практика. Во меѓувреме е донесена *Стратегија за иновации* на Република Македонија 2012 - 2020 (Влада на Република Македонија, 2011) и е формиран *Национален фонд за иновации* кој би ги финансирал проектите за комерцијализација на иновативни бизнис-идеи и решенија. Подетална анализа за оваа димензија следува во под-главата 4.7.

4.1.3 Рушење на постоечките бариери

Според *Извештајот за Индексот на политиките за МСП од 2012 (European Commission 2012)*, Македонија покажува натпросечен напредок во регионот во однос на *димензија 2. Банкрот и давање виџора шанса*. Ова се однесува на времето потребно за затворање на одредена фирма, неопходните трошоци и стапката на оптоварување. Сепак нашата анализа покажува дека стечајните постапки траат сеуште долго, а на лицата кои банкротирале се гледа

како на непожелен деловен партнер, како од страна на доставувачи клиентите, така и од страна на банките.

Димензија 7. Стандарди и технички барања. Оваа димензија се однесува на елиминирање на трговските бариери во индустријата и кај земјоделските производи. Главно во регионот, па и во Македонија, се применуваат стандардите и законските барања од оваа област. Легислативата, инфраструктурата и акредитациите се подобруваат во согласност со барањата на ЕУ, но економиите треба да продолжат во правец на нивно постојано унапредување.

Сепак нашето истражување покажува дека имплементирањето на меѓународните стандарди и системи (на пр. системот за квалитет и безбедност на храна - Анализа на опасности и критични контролни точки (Hazard Analysis and Critical Control Points - HACCP) често се прави формално, без навистина да се води грижа за одржување на истите. Тука одговорност паѓа на сопствениците на бизнисите кои се одговорни за квалитетот и безбедноста на нивните производи и за заштита не само на странските потрошувачи каде што се јавуваат како извозници, туку првенствено на домашните потрошувачи. Но не помала е одговорноста и на инспекциските служби кои треба да имаат поголем квалитет и интегритет.

Во оваа димензија влегува и *Зајакнување на технолошките капацитети на МСП*, која се однесува на дисеминацијата на нови технологии, меѓусебното поврзување на МСП, формирање на центри за истражување, развој на кластери и релативно солидно спроведување на правата на интелектуална сопственост, каде што Македонија иако покажува најдобри резултати во регионот (според извештајот) во реалност е на самиот почеток.

4.1.4 Создавање погодна претприемничка клима

За создавањето на погодна претприемничка клима влијаат повеќе фактори: соодветна легислатива за МСП, побрзо регистрирање на фирма и полесен пристап до on-line услуги, обезбедување услуги за поддршка на почетните бизниси, пристап до финансии, интернационализацијата и еколошки перспективи.

Според *Извештајот за Индексот на поплиќиќиќе за МСП од 2007 (European Commission 2007)*, за *Димензија 3. Регулаторна рамка при*

донесувањето на полициските за МСП, земјата ја задоволува основната рамка за мали и средни претпријатија, но неопходна е подобра имплементацијата на релевантните политики. Веќе според извештајот во 2012 година, Македонија ги поедноставува или елиминира големиот број на застарените закони. Сепак нашето истражување покажа дека постои простор за подобрување, односно за поголемо вклучување на МСП во процесот на донесување нови закони, уште во најраните фази. Тие треба да им дадат приоритет на МСП и да не претставуваат дополнителен товар за нив. Исто така, неопходно е постојано следење на програмите што се спроведуваат, преку примената на Анализа на регулаторното влијание - APB (Regulatory Impact Analysis - RIA) и нивното влијание врз секторот на МСП. Тука треба да се нагласи потребата од поголема одговорност од страна на власта при носење на законите. Имено, честото менување на законите, што во некои случаи може да биде и повеќе од еднаш во една календарска година, ги доведува во заблуда оние кои што треба да го спроведуваат законот, затоа што додека тие прават приспособување кон новата верзија на законот, тој е повторно променет. Ова беше и една од забелешките во Белата книга на инвестиции. Вклучувањето на МСП и останатите засегнати страни во донесувањето на нови закони или подзаконски акти претставува приоритет.

Исто така, комисиите кои работат на изготвување на законите треба да бидат ослободени од партиски влијанија и составени од најдобрите експерти во областа во земјата, за законите да бидат донесени квалитетно и да бидат реално применливи во практиката. Во реалноста не ретко се случува да се инсистира на имплементација на закони кои во реалност не функционираат (*упр: Законот за влијание и придонеси на надоместоциите по договор за дело*). Тоа ја нарушува добрата клима за водење бизнис во земјата и ги става претприемачите во состојба непотребно да се занимаваат со административни работи, па дури и претрпуваат загуба во време и ресурси.

И на крај, потребна е експертиза во комисиите за изработка на нови закони бидејќи постојат бројни случаи со започнување на примената на некој нов закон кој во меѓувреме Уставниот суд, постапувајќи по определена тужба, го прогласува истиот за неуставен.

Димензија 4. Оперативно окружување за МСП. Според Извештајот за Индексот на поплиќиќиќе за МСП од 2012 (*European Commission 2012*), Македонија имплементирала ефикасен систем на регистрација на нови фирми преку воведување на едно-шалтерскиот систем. Сепак, нашето истражување покажува дека администрацијата е сепште недоволно ефикасна и е потребно проширување на улогата на државните институции во агенции што ќе им помагаат на бизнис заедниците со разни видови на консултантски услуги.

И димензија 5. **Подобрување на on-line прислїајот** од Извештајот за Индексот на поплиќиќиќе за МСП од 2007 (*European Commission 2007*) е вклучена во оваа нова димензија, а се однесува на потреба од е-владини услуги за МСП. Во Македонија веќе се воведени голем број е-владини услуги, особено во комуникацијата на претпријатијата со Управата за јавни приходи, Централниот регистар и Фондовите за здравствено и пензиско осигурување, Катастар за недвижности, како и нивно меѓусебно поврзување.

Димензија 5. Услуги за поддршка на МСП, почетниќе бизниси и јавниќе набавки. Оваа димензија се состои од две поддимензии:

5а. Услуги за поддршка на МСП и почетниќе бизниси. Во Извештајот за Индексот на поплиќиќиќе за МСП од 2007 (*European Commission 2007*) била нагласена потребата од организирање на форуми каде што барањата на МСП ќе бидат застапувани и земени предвид при изработка на политиките. Македонија е посочена како земја што е понапред во активностите за подобро застапување на интересите на МСП преку јавни и приватни консултантски канали. Според Извештајот за Индексот на поплиќиќиќе за МСП од 2012 (*European Commission 2012*), ситуацијата не е многу различна на ова поле. Речиси во целиот регион, квалитетот и разновидноста не се големи, а услугите се даваат повремено и главно преку донаторски финансирани проекти. Информациите за започнување и водење бизнис се делумни, а порталите каде што тие постојат не се одржуваат редовно. Поддршката што постои се состои од бизнис-инкубатори, ваучерски системи, грантови и заеми под поволни услови, но во повеќето економии овие шеми се од мали размери и неможат да направат големо влијание. Нашите препораки се однесуваат во правец на оцена за потребите од обука и јакнење на приватните и јавните провајдери на обуки, кои ќе ги задоволуваат потребите на МСП.

Истовремено е неопходна едукација на вработените и работодавачите за значењето на постојаното усовршување и популаризација на концептот на доживотно учење.

5б. Јавните набавки - Според *Извештајот за Индексот на политиките за МСП од 2012 (European Commission 2012)*, повеќето економии прават напори за подобрување на законските рамки за јавните набавки, преку нивно делење на помали делови. Во повеќето случаи информациите се јавни и достапни, а некои влади имаат служби за помош и обуки. Сите економии имаат легислатива која овозможува и странски компании да учествуваат на тендерите, под еднакви услови со домашните. Особено се истакнува прогресот на Македонија и Албанија, каде што тендерите се спроведуваат исклучително електронски. Препораките се насочени кон креирање на специјални политики за борба против задоцнето плаќање, каде што лидер е Хрватска, бидејќи тоа е и услов за членство во ЕУ. Исто така, се препорачува финансиските барања и нивоата на квалификации да не ги дискриминираат МСП.

Сепак, според наше согледување, треба да се нагласи дека МСП во Република Македонија немаат еднаков пристап и третман на тендерите како големите претпријатија. Исто така, постоењето на корупција и партиското делење на тендери ја оневозможува слободната конкуренција каде што победува најдобриот и најквалитетниот понудувач. Дополнителен проблем е нивото на квалитет на јавните набавки. Имено не ретко се случува на електронските јавни надавања единствен критериум да биде најниската цена што не е секојпат најдобар начин за трошење на парите на граѓаните. Да биде парадоксот уште поголем, наддавањето, односно намалувањето на цената на услугата во некои случаи оди и до цена на чинење од 0 денари, што се коси со секаква економска логика. Затоа е итно потреба корекција на овој систем, кој треба да биде заштитен од секакви лични и партиски коруптивни влијанија и интереси, и каде што освен цената, значаен критериум ќе биде квалитетот на понудените производи/услуги.

Димензија 6. Приспај до финанси за МСП. Според *Извештајот за Индексот на политиките за МСП од 2007 год. (European Commission 2007)*, во регионот и во Македонија е направен прогрес кај оданочувањето, преку намалувањето на даноците кај претпријатијата. Во однос на финансиските

прашања, оценката се однесува на достапноста до кредити и видовите продукти за МСП. Реструктурирањето на банкарскиот сектор покажува позитивни ефекти и подобрување на условите за добивање на кредит. Сепак, законското и кредитно окружување треба да биде понатака развивано.

Според Извештајот во *2012 година*, по банкарството, микрофинансирањето и лизингот се најмногу застапени **начини на финансирање** на бизнисите во регионот. Присуството на приватен капитал и заеднички вложувања е сè уште ограничен. Јавната поддршка на МСП е ограничена, а во некои земји и намалена, како последица на економската криза во 2009 година. Законската регулатива во Македонија во овој дел е значително подобрена, особено кај Катастарот на недвижности и системите за регистрација на движни добра. Но банките сè уште остануваат самозаштитени од ризик преку високи хипотеки. Кредитниот информативен систем е подобрен, но финансиската писменост е сè уште на ниско ниво. Затоа нашите препораки се насочени кон обезбедување таргетирани јавни програми за финансирање, намалување на барањата за пристап до капитал, спроведување на правата на кредиторите и подобрување на нивото на финансиска писменост.

Во однос на **оданочувањето**, во Република Македонија даноците се со најниски стапки во регионот, што делува стимулативно на странските инвеститори, особено во технолошките зони, каде што постојат и дополнителни даночни олеснувања. Од 2014 година и домашните компании добија можност да градат нови капацитети во индустриските зони и да ги користат поволностите кои беа ексклузивитет за странските инвеститори. Новиот *Закон за љерсонален данок од љриходи осљварени љо дољовор за дело* внесе големи проблеми во стопанството, како поради нелогичноста на одлуката, така и поради недобро промислениот начин на имплементација. Промените на Законот беа многу лошо прифатени од целата јавност, но имплементацијата на истиот не беше одложена. Брзо по почетокот на имплементацијата (1 јануари, 2015 година), во два наврата беа предложени измени по итна постапка, но генералното мислење е дека и во оваа форма законот е на штета на претприемничкиот амбиент во земјата и ги обесхрабрува оние што сакаат да заработат дополнителен приход со хонорарна работа. Во светот се познати многу успешни бизниси кои се започнати како хонорарна или дополнителна работа, па затоа оние кои сакаат да создаваат

дополнителна вредност на кој било начин треба да бидат охрабрани, а не казнети со дополнителни финансиски оптоварувања. За среќа во август 2015 година овој закон беше целосно укинат.

Димензија 9. МСП во зелена економија покажува како Владата ги промовира еко-инвестициите и еко-ефикасните бизнис модели и дали МСП се свесни за можностите за зелен развој. Во повеќето земји од регионот како и во Македонија, МСП покажуваат ниска свест за тоа како да го подобрат својот однос кон окружувањето преку еко-менаџмент системи и стандарди. Пристапот до информации варира меѓу економиите, а повеќето влади не даваат специфична поддршка за сертифицирање на еколошки бизниси (ISO 14001). Нашето истражување покажа дека за да се надмине оваа состојба е потребно креирање на законски рамки за зелен развој и еко-иновации, како приоритет; подобрување на пристапот кон информации во однос на законодавството, еколошкиот менаџмент и можности за финансирање на зелени идеи; давање поддршка за имплементација на еколошки менаџмент системи и стандарди и нивна сертификација.

Димензија 10. Интернационализација на МСП - Според *Извештајот за Индексот на постојателност за МСП од 2007 (European Commission 2007)* гледано генерално во регионот, програмите за промовирање на извозот и политиките за зајакнување на конкурентноста на МСП, заради подобро искористување на придобивките од единствениот пазар, биле реткост. Уште тогаш се укажало дека е-бизнис решенијата можат во голема мера да ја подобрат ефикасноста и конкурентноста на МСП, преку обезбедување поефективен пристап за набавка или продажба на европскиот пазар. Финансирањето од страна на донатори е важно за развој на услуги за поддршка и обезбедување информациона услуги, но тоа не е доволно. Постои голема потреба од воспоставување стандарди за квалитет во однос на обезбедување на услуги, како и подобро координирање на стратегиите за поддршка на МСП. Сепак, Македонија покажува напредок преку добро финансирани програми за промоција на извозот, како и преку постоење на голем број програми за подобрување на конкуренцијата.

Пет години подоцна состојбата е во голема мера променета и во регионот. Сите економии имаат политики за промовирање на извозот. Она што се разликува е степенот на имплементација и буџетот за планираните активности. Македонија,

Србија и Турција имаат најдобри програми кои нудат голем опсег на услуги и активности за промоција на извозот. Нашата анализа покажа дека е потребно: подобрување на протокот на информации за меѓународните пазари, изнаоѓање партнери за истражување и развој, поддршка на имплементацијата на меѓународни системи и стандарди, подобра координација на активностите за промоција на извозот и нивно следење и оцена на ефикасноста.

Освен горенаведените области во кои треба да се продолжи со сериозни активности за подобрување на целокупната претприемничка клима во земјата во правец на зголемување на претприемничките активности, критични остануваат прашањата за: *подобрување на локалната инфраструктура, трансформирање на јавната администрација во претприемничка, подобрување на знаењата и вештините за воведување иновации во МСП, и елиминирање на политиката од бизнисот* (Фиџи и др. 2015). Тука би ги додале и: поголемо етичко однесување меѓу фирмите, спроведување на договори и почитување на правата за интелектуална сопственост, подобра платежна дисциплина, функционирање на трудовото законодавство, поголем квалитет и интегритет на инспекциските служби, борба против корупција, зголемена транспарентност и квалитет на јавните набавки, зголемена транспарентност на буџетските расходи, и др.

4.2. КРЕИРАЊЕ НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЈА ЗА ПРЕТПРИЕМНИЧКО УЧЕЊЕ (2014 - 2020)

На 19 ноември 2014 година, беше усвоена *Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020* (Министерство за образование и наука на Република Македонија, 2014), изработена со поддршка од страна на *Европската фондација за обука (ETF)*, од Торино, Италија. Оваа тренинг-фондација е агенција на Европската унија, која им помага на земјите во транзиција и развој да го искористат потенцијалот на човечкиот капитал, преку реформи во системите на образование, обука и пазарот на труд, во контекст на надворешните политики на ЕУ. Значителен придонес кон изработката на овој значаен документ дал и *Центарот за претприемничко учење на Југоисточна Европа* (*South East European Center for Entrepreneurial Learning - SEECEL*) чија членка е и Република Македонија.

Оваа стратегија претставува дел од напорите на нашата земја за интегрирање во ЕУ, како и поддршка за исполнување на критериумите (од Копенхаген) за пристап кон европското семејство. Интересно е да се каже дека најголемиот број земји-членки на ЕУ сè уште немаат донесено стратегии за претприемничко учење. Со донесувањето на стратегијата нашата земја се приклучува на друштвото на Норвешка, Финска, Данска и др., кои веќе извесен период спроведуваат бројни успешни политики во согласност со јасни стратегии за претприемничко учење, особено преку негово вклучувањето во формалното образование.

За сеопфатноста на овој документ и консензусот на национално ниво за неопходноста од негово донесување сведочи и фактот што во изработката на оваа стратегија учествувале бројни национални релевантни институции, организации и индивидуалци, како: Министерството за образование и наука, Министерството за труд и социјална политика, Кабинетот на заменик премиерот за економски прашања, Стопанската комора на Република Македонија, Сојузот на стопански комори на Македонија, Комората на северо-западна Македонија, организации на работодавачи, основни и средни училишта, универзитети, Бирото за развој на образованието, Центарот за образование на возрасни, Центарот за средно стручно образование, Агенцијата за вработување на Република Македонија, Агенцијата за

промоција на претприемништвото на Република Македонија, општини, претприемачи, донатори и др.

Овој стратешки документ има за ЦЕЛ: „ ... **да ја зголеми самодовербата за ирејиприемачките поифаџи на сџие граѓани при што ќе ги ослободи да имаат целосна и ефективна улога во идниот развој на економијата и заедницата**“ (Министерство за образование и наука, 2014 - Стратегија за ирејиприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020).

Главните начела, според овој документ, се засноваат врз спроведено сеопфатно теоретско и практично истражување, во периодот од март до септември 2013 година, како и на користење на меродавна литература за претприемничко учење. Во истражувањето е направена анализа на најдобрите искуства од имплементација на стратегии за претприемничко учење, како и анализа на врвни научни трудови поврзани со претприемничкото образование, разговори со сите засегнати страни, прашалници, on-line форуми и заедницата на социјални мрежи.

Тие **начела** се:

- *Градење силна свесност кај сџие граѓани, без оглед на нивната возраст или национална припадност, дека ирејиприемашиовојо може „да се научи“ и дека ирејиприемачките може „да се создадат“;*
- *Поддршка за креирање на иновативно ошџесџво со личности кои се високо креативни и поиковани со знаење;*
- *Практично ориентирани програми за олеснување на ирејиприемничкото учење во формалното образование - бидејќи учењето за ирејиприемнишџво и иновации во формалното образование е посложено во споредба со останатите предметџ;*
- *Успешното спроведување на оваа стратегија ќе обезбеди окружување кое ќе пошџикнува соработка помеѓу клучните засеѓнати страни;*
- *Спроведувањето на најдобрите практики за ирејиприемничко учење бара развој на соодветни / усогласени алатџи за следење, мерење и добивање поврајни информации;*
- *Наставниците по ирејиприемнишџво се клучни за ефективната стратегија за ирејиприемничко учење.*

Овој документ е во корелација со релевантни документи на Европската унија, елаборирани во главата 3 од овој труд, како што се:

- *Агендата од Осло за ипрејприемничкото образование на Евроја (2006);*
- *Акциски план за развој на ипрејприемништво во ЕУ 2020;*
- *Акт за мали ипрејпријатија како составен дел на Стратегијата на Евроја 2020 за иамешен, одржлив и инклузивен раси, како и Стратегијата на Југоисточна Евроја 2020* чија потписничка е и Република Македонија.

Всушност *Стратегијата за ипрејприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020* е документ кој ќе придонесе кон спроведување на *Стратегијата на Југоисточна Евроја (ЈИЕ) 2020* во Република Македонија. Основната цел на Стратегијата на ЈИЕ 2020 на Регионалниот совет за соработка, е да се подобрат условите за живот во регионот и да се врати конкурентноста и развојот во фокусот на вниманието, во согласност со визијата на *Стратегијата на Евроја 2020*. Таа ја нагласува визијата на земјите членки за отворање 1 милион нови работни места до 2020 година, пораст на вработувањето од 39% на 44%, двојно зголемување на вкупната размена на регионот, подигање на регионалниот БДП од сегашните 36% на 44%, како и дополнителни 300 000 илјади високо квалификувани луѓе на пазарот на трудот.

Стратегијата за ипрејприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 ги користи веќе развиените резултати на *Цениарои за ипрејприемничко учење за земјите од Југоисточна Евроја (SEECCEL)*, во 4 основни СТРАТЕШКИ СТОЛБА:

- Развој на клучни претприемнички компетенции (ISCED ниво 2);
- Промовирање на претприемништвото во образованието на трето ниво (ISCED ниво 5/6) во рамките на неделовните дисциплини;
- Анализа на потребите за обука поттикната од реалните потреби за вештини на претпријатијата;
- Ширење и промовирање добрите политики и добрите практики.

4.2.1. Визија, мисија и основни цели

Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 ја има следнава ВИЗИЈА: „Република **Македонија** ќе жее да сстане земја со високо развиена претприемничка култура и дух кои не се поврзани со возрастта и кои ќе ги инспирираат сите лица во општеството преку креативност, иновации, иницијативност и конкурентен став кон учењето да успеат“.

МИСИЈА-та се состои од следниве точки:

- Ќе ги подобри вештините за вработливост на младите луѓе во земјата;
- Ќе создаде можности за сите граѓани во земјата да бидат особени со потребните претприемнички компетенции;
- Ќе креира систем за доживотно претприемничко учење;
- Ќе го зајакне претприемничкиот дух, претприемничкиот начин на размислување и постопување, иновативното размислување, креативноста, ставовите за преземање ризици и одговорноста кон промените.

ОСНОВНИТЕ ЦЕЛИ на овој документ се поделени во три групи: долгорочни (4 - 6 години), среднорочни (2 - 4 години) и краткорочни цели (за 2 години).

Како ДОЛГОРОЧНИ се наведени следниве цели:

1. Ќе го зголеми нивото на свесноста помеѓу сите граѓани за значењето и важноста на претприемничкото учење на сите нивоа во земјата;
2. Ќе ги подобри компетенциите на наставниците за претприемничко учење во сите нивоа на образование - за да овозможи секој наставник да поседува претприемничка писменост со претприемничкото учење како клучна компетенција;
3. Ќе креира околина за соработка меѓу сите институции за претприемничко образование, локалната заедница, претпријатјата и семејствата, каде што ќе биде овозможена поддршка на активностите за претприемничко учење на сите нивоа во земјата;
4. Ќе ги опреми сите образовни институции со најмодерните технологии за активностите за претприемничко учење на сите нивоа на образование низ целата земја.

Под СРЕДНОРОЧНИ цели Република Македонија ќе треба да:

1. Развие и сїроведе образовна насїавна п̄ро̀рама шї̀о п̄одобро ги п̄одго̀вјува п̄реп̄риемачиџе да о̀вораат̄ МСП шї̀о се сїособни да конкурираат̄ на п̄оширокиот̄ п̄азар на ЕУ;

2. Креира п̄овеќе бизнис сїарп̄-ап̄ п̄реп̄ријат̄ија п̄реку образовниџе инсїиџуџии секаде во земјат̄а;

3. Осигура дека се развиваат̄ силни мрежи за п̄оддршка на младит̄е п̄реп̄риемачи.

КРАТКОРОЧНИТЕ цели на оваа стратегија се:

1. Инїѐрирање на резултат̄ит̄е од п̄реп̄риемничко̀о учење - како клучна комїешенџија - во националнат̄а насїавна п̄ро̀рама на сит̄е нивоа на образование;

2. Подиг̀нување на свесїта за важносїта на п̄реп̄риемничко̀о учење п̄омѐу цело̀о население.

4.2.2. Клучни партнери и одговорности

Главната одговорност за имплементација на оваа стратегија ја има Министерството за образование и наука на Република Македонија (МОН). Од аспект на имплементација, стратегијата ќе ја води **Меѓуресорна г̀рупа за п̄реп̄риемничко учење**, координирана од Министерството за образование и наука - МОН, а составена од претставници на релевантни засегнати страни, како: 1) Министерство за образование и наука, 2) Министерство за економија, 3) Министерство за труд и социјална политика, 4) Кабинетот на заменикот на претседателот на владата на Република Македонија задолжен за економски прашања, 5) Биро за развој на образование, 6) Центар за образование на возрасни, 7) Центар за стручно образование и обука, 8) Агенџија за поддршка на претприемништвото, 9) Агенџија за вработување на Република Македонија, 10) претставници на бизнис-секторот (стопанските комори, организацијата на работодавачи и бизнис-конфедерација, претприемачи итн), 11) претставници од универзитетите и 12) претставници од невладиниот сектор.

Како **други национални засега̀нат̄и сїарани** во имплементацијата на оваа стратегија, се наведени институџиите: 1) Министерство за финансии, 2) Национален комитет за иновации и претприемништво, 3) Националната агенџија

за европски образовни програми и мобилност, 4) Национална мрежа на едукатори за претприемништво, 5) студентски организации.

Секако значајно место во имплементација на дел од активностите на Стратегијата имаат и меѓународните партнери и експерти, како: Европската тренинг фондација, Делегацијата на ЕУ, главни европски тела во Брисел, Центарот за претприемничко образование во Југоисточна Европа - ЈИЕ, Агенцијата на САД за меѓународен развој (United States Agency for International Development - USAID), Германско друштво за меѓународна соработка (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit - GIZ), Австриската агенција за развој (Austrian Development Agency - ADA), Швајцарската агенција за развој и соработка (Swiss Agency for Development and Cooperation - SDC), Шведската организација за меѓународен развој и соработка (Swedish International Development Cooperation - SIDA), амбасадата на Обединетото Кралство, амбасадата на Норвешка, амбасадата на Турција и многу други земји со кои Македонија има билатерални спогодби.

Со цел поефикасно спроведување на стратегијата ќе се формираат три подгрупи, составени од претставници на институциите и организациите споменати погоре, и тоа подгрупи за: 1) Развој на наставници и најдобри практики, 2) Реформи во наставна програма и подобрувања и 3) Градење свесност и технологија.

4.2.3. Предизвици

Значајно е да се нагласи дека спроведувањето на стратегијата ќе биде соочена со бројни проблеми / предизвици кои можат да ја забават или оневозможат имплементацијата на сите или дел од испланираните активности. Затоа за поздравување е обидот во стратегијата да се предвидат можните причини за неуспех за да се преземат навремени мерки за нивно спречување или ублажување. Затоа е потребно:

- Координирање и поддршка од сите засегнати страни, одговорни за спроведување на стратегијата;
- Обезбедување финансиски ресурси, човечки ресурси и време;
- Креирање флексибилни наставни програми;

- Градење на високо ниво на свест на учениците / студентите, родителите и наставниот кадар;
- Креирање програми за обука на наставниците според вистинските потреби на пазарот на трудот;
- Вклучување и заложба на претријатијата да учествуваат во имплементацијата на стратегијата.

4.2.4. Приоритетни области и дополнителни двигатели

Во Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија се наведени *5 приоритетни области* кои ги претставуваат темелите и ја даваат рамката за спроведување на активностите и *5 дојдлните двигатели*, кои ќе го поддржат спроведувањето и континуираното подобрување на целиот процес на претприемничко учење во земјава.

Во групата на *дојдлните двигатели* влегуваат: 1) Креирањето на силна свест; 2) Континуираното професионално усовршување на наставниците; 3) Технологијата; 4) Добрите практики и 5) Меѓународната соработка.

Приоритетните области се:

- ***Основно и предучилишно образование***

Основното образование, како прва фаза на формалното образование е идеално место каде што започнува подигањето на свеста кај младите за претприемничкото учење. На ова ниво се учат вештини како: работа во тим, креативност, решавање проблеми, истражување, експериментирање, нов начин на размислување и сл. Тоа се прави преку интегрирање на претприемничкото учење во рамките на постоечките предмети и наставни програми. Во пониските одделенија децата можат преку игра и забава, постепено да се воведуваат во светот на возрасните преку запознавање со различни професии, сопственици на бизниси и нивната улога во заедницата. Во погорните одделенија учениците можат да почнат да ги совладуваат вештините, како што се: планирање на своето време и своите активности, донесување на одлуки, генерирање на идеи, решавање проблеми, работа на проекти корисни за училиштето и заедницата. Во оваа фаза претприемничкото учење треба да помогне кај учениците да се развие: самодовербата, одговорноста, истрајноста, флексибилноста, соработка,

комуникација и други социјални вештини, користење современа технологија и свест за локалната заедница.

- ***Средно образование***

Средното образование ги опфаќа средните училишта и гимназиите. Во овој период учениците можат да ги продлабочат и надградат своите претприемнички вештини преку учество во претприемнички потфати, од генерирање на идеи до целосно спроведување на претприемнички проекти. Проектите можат да бидат насочени кон решавање на конкретни проблеми во училиштето или заедницата, а истите да бидат реализирани во соработка со домашни или меѓународни невладини организации. Целта во овој период е да се стекне практично искуство и вештини како: развој на концепти, вмрежување, откривање на можности и иновативност. Исто така, во овој период учениците би почнале да стекнуваат знаења од областа на економијата, претприемништвото, финансиската писменост, маркетинг и продажба, планирање и други бизнис-вештини.

- ***Универзитетите***

Трета приоритетна област во овој документ е високото образование. Универзитетите имаат важна улога во полето на истражување и развој. Тие треба да претставуваат расадник за трансфер на нови технологии и развој на иновативни идеи. Затоа студентите, од сите области, на ова ниво треба да се здобијат со претприемнички знаења и вештини кои ќе им помогнат нивните идеи да ги реализираат во комерцијални проекти. Постоенето на технолошки паркови и инкубатори во рамките на универзитетите е добра поддршка за почетните бизниси. Во овој дел стратегијата е поддржана и од активностите планирани со *Стратегија за иновации 2012 - 2020 (Влада на Република Македонија, 2012)* и *Фондоџ за иновации и технолошки развој*. Дополнително се планира зајакнување на студентските организации, како погодна средина за ширење на претприемничката култура.

Во овој период студентите треба да се здобијат со следниве дополнителни знаења: за националните и глобалните трендови, индустријата, окружувањето, искористување на ресурсите, продуктивноста, идентификација и евалуација на деловни можности, развивање и тестирање на бизнис-модел, подготовка на бизнис-планови, започнување и развој на сопствен бизнис.

- **Неформално и неофицијално образование**

Неформалното и неофицијалното образование се добар начин за преквалификација, проширување на професионалните и животни знаења и вештини, како и исполнување на своето слободно време. На овој начин се обезбедува: доживотно учење, здобивање посебни технички компетенции, вмрежување, искорисување на ресурси, препознавање нови можности во кариерата, самовработување и економска независност.

Важно е да се каже дека во некои земји целиот сектор на образование на возрастни спаѓа во неформалното образование, додека кај други образованието за возрастни е формално. Кај нас оваа проблематика ја регулира Законот за образование за возрастни (*Влада на Република Македонија, 2008*), според кој:

Образованието за возрастни офаќа формално и неформално учење:

- **Формално образование** на возрастниите означува дејности која се изведува согласно законите кои ја регулираат дејноста во основно, средно и високо образование, доколку со овој закон не е инаку уредено.

- **Неформално образование** на возрастниите означува организирани процеси на учење насочени за оспособување на возрастниите за работа, за различни социјални активности или личен развој (член 3).

Нашиот став е дека овој сектор останува најнејасен во усвоената стратегијата и ќе треба да биде дополнително разработен.

- **Претприемачи**

Овој приоритет особено се однесува на младите претприемачи и подобрувањето на условите и окружувањето за нивен раст и развој. Тука би се работело на подобрување на капацитетите за: проширување на стекнатите вештини, барање можности и преземање иницијатива, следење на нови технологии, иновирање и развој на нови производи, истрајност, подобрување на квалитетот и ефикасноста, пресметано преземање на ризик, планирање и мониторинг над исполнување на целите, вештини на убедување, вмрежување, независност и самодоверба, прибавување на финансиски средства, интернационализација на бизнисот.

4.2.5. Мерење на резултатите од претприемничкото учење

Со цел да се создаде одржливост на претприемничкото учење во земјата, Стратегијата предвидува **годишно мерење на резултатите** од спроведувањето на акцискиот план. Напредокот ќе се мери во согласност со клучните показатели дадени во овој документ. Како методологии ќе се користат:

- Анкети на студенти и наставници, анкети на школи за менаџмент, анкети на неформално образование;
- Бази на податоци на: Централен регистар, АППРМ, АВРМ;
- Извештајот за глобална конкуренција;
- Извештајот за глобален мониторинг на претприемништвото;
- Алатка за мерење на постигањата на наставници за претприемничкото учење.

Стратегијата ќе биде подложна на **оцена и проверки**, што ќе придонесе системот постојано да се подобрува во рамките на процесот.

Финансирањето на реализацијата на стратегијата ќе се врши од разни извори: национален буџет, локален буџет, фондови на училиштата и универзитетите, донатори, локален бизнис-сектор, невладини организации.

Извештување. Секоја работна група ќе биде одговорна за изготвување извештај врз основа на годишно прибраните податоци, со заклучоци и давање предлози за идни мерки. Овие извештаи ќе бидат доставени до креаторите на политики и засегнатите страни.

Ревизија. Меѓусекторската група ќе треба да обезбеди и независна оцена за напредокот на стратегијата дадена од страна на надворешна организација.

4.3. ПРОМОВИРАЊЕ НА ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО УЧЕЊЕ НА РЕГИОНАЛНО НИВО

4.3.1 Претприемничкото учење во регионот според Европска повелба за МСП за западен Балкан 2007 и Индексот за политиките на МСП од 2012

Во периодот до 2007 година претприемничкото образование е на ниско ниво во регионот, што го потврдува и Европската повелба за МСП за западен Балкан: „Резултатите кај двете димензии кои се однесуваат на човечките ресурси, претприемничко образование и обуки (димензија 1) и достапноста на вештини (димензија 4) се ниски. За да се постигне напредок во овие две димензии, потребни се комплексни структурни реформи во образованието и пазарот на трудот. Овие реформи би покажале резултати само на среден или долг рок“ (Report on the implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2007).

Во продолжение ќе разгледаме каков конкретен прогрес е направен во регионот и во Македонија во периодот од 5 години, правејќи споредба меѓу извештаите од 2007 и 2012 година, особено за димензиите што се однесуваат на претприемничкото учење:

Димензија 1. Претприемничко учење и женско претприемништво

По донесувањето на Актот за мали бизниси (European Commission, 2008), димензиите од Индексот за МСП беа усогласени со 10-те принципи на Актот. Па така димензијата 1, која првобитно беше со наслов *Едукација и обука за претприемништво*, сега доби назив *претприемничко учење*, а дополнително беше вклучено и *женското претприемништво*. Според извештајот од 2007 година, едукацијата и обуката за претприемништво се наоѓале на многу ниско ниво и постоело потреба од дополнителен и брз развој во регионот. Препораката во однос на Република Македонија била дека треба да се поработи повеќе токму на двете димензии што се однесуваат на претприемничкото учење: *Претприемничкото образование (димензија 1)* и *Деловни вештини (димензија 8)*, поради непостоење на планирани тековни активности кои би го имплементирале претприемништвото во формалното образование.

Во *Извештајот од 2012 година* се тврди дека состојбата е драстично променета. Регионот, според извештајот, покажува високи резултати во оваа димензија благодарение на поставувањето институционални, регулаторни и консултативни рамки во повеќето економии. Тука треба да се забележи дека ова е поле на кое допрва треба да се работи особено поради фактот што Стратегијата за претприемничко учење е донесена дури во 2014 година.

Димензија 8. Деловни вештини и иновативни политики за МСП

Оваа димензија ја опфаќа димензијата 4 - *Доступност на вештини*, но е проширена со уште еден сегмент - *иновациите*.

Димензија 8а. Деловни вештини

Во извештајот од 2007 година, кај оваа димензија е забележан најмал раст, затоа што земјите од Западен Балкан немаат воспоставено ефикасен систем за следење на потребите за обука според барањата на пазарот. Во оваа област, во Република Македонија, постои потреба за подобрување на достапноста на вештини за МСП поради ограничениот пристап до бизнис-обуки, а програмите за обезбедување на квалитет, како и програмите за анализа за потребите од обука се во почетна фаза (*Report on the implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans 2007*).

Во 2012 година, според Европската повелба за МСП за Западен Балкан, економиите во регионот и во Македонија веќе имаат добро разработена мрежа на провајдери на обуки, како за менаџмент така и за продажни вештини и системи за обезбедување квалитет, но потребно е да се стави поголем акцент на знаењата и вештините барани од секторите во ЕУ со кои имаат трговска размена. Критиките се однесуваат на давање поддршка за обука само на бизнисите кои имаат потенцијал за раст, а и таа поддршка е финансирана главно од странски донаторски проекти. Кај повеќето земји сè уште недостасува сеопфатна статистика за потребите од обуки и вештини од страна на МСП, иако некои обиди се направени како од стопанските комори така и од регионалните развојни агенции.

Тука треба да се потенцира дека обуките од областа на претприемништво и менаџмент (во рамките на неформалното образование за возрасни) во Македонија

немаат самоодржлив карактер, туку провајдерите се главно финансирани од донаторски проекти. Ова од една страна ја руши цената на пазарот за овие услуги, а од друга страна создава навика дека професионалното усовршување и доживотно учење не треба да бидат финансирани од сопствениот џеб, туку треба да се добијат бесплатно. Потребна е дополнителна едукација и кампања за значењето на постојаното учење, кое може да биде финасирано и од страна на работодавачите што кај нас го има, но е ретка појава и особено е карактеристична за големите компании. Исто така сè уште недостасува сеопфатна статистика за потребите од обуки и вештини од страна на МСП, иако некои обиди се прават како од стопанските комори така и од регионалните развојни агенции. Центарот за образование на возрасни е исто така надлежен за верификација на обуки и изработка на регистар на провајдери и видови на обуки, но на нивната веб-страница обуките од областите менаџмент и претприемништво недостасуваат. И за крај, со цел да се стимулира претприемничкото учење, авторот на овој докторат предлага провајдерите на овие услуги кои тоа го прават на комерцијална база, да имаат повластена ДДВ стапка од 5% како знак на поддршка на овој сектор.

Прејоракитие според Извештајот од 2012 година за во иднина се:

- Да се подобри системот на собирање информации за видовите на услуги кои им се потребни на МСП со цел да се подобрат политиките и реалокацијата на ресурси. Ова треба да се направи од страна на владата во соработка со бизнис-заедницата.

- Да се формира или возобнови комитет за секторски вештини, особено оние што се потребни за трговска размена со ЕУ.

- Да се разменуваат доби практики меѓу економиите во области од заеднички интерес, како што е земјоделството - најприоритетен сектор во регионот.

Димензија 8б. Политики за иновации во МСП

Според извештајот од 2012 година, политиките за иновации се во почетната фаза на развој во регионот и во повеќето земји тие се ограничени на случајни иницијативи од мал обем со мали буџети и немаат општа иновативна стратегија. Во однос на стратегијата за иновации Македонија во 2013 година прави голем чекор напред со носење на истата. Постојат некои програми за поддршка на

иновативноста, како технолошки центри и поврзани претпријатија за истражување, но информациите за услуги се ограничени, освен во Хрватска и Турција. Повеќето економии обезбедуваат средства за финансирање на иновациите како што е примерот во Македонија, преку Фондот за иновации. Хрватска, Македонија и Србија имаат направено најмногу за почитување на правата на интелектуална сопственост и усогласување на таа легислатива со онаа на ЕУ.

Прејоракитије за идниите активностии се да се зајакне мониторингот и евалуацијата на јавните програми за да се осигура дека алатките на политиките се ефективни и решаваат одредени пазарни недостатоци, а не да создаваат нови нарушувања.

4.3.2. Центар за претприемничко учење во Југоисточна Европа

Оваа организација е формирана во 2008 година на иницијатива на *Министерството за економија, труд и претприемништво* на Хрватска, а почнува да функционира во октомври 2009 година. Целта на овој центар е да промовира поразвиени *економии на знаење (learning economies)* и да воспостави структурирана соработка меѓу земјите од Југоисточна Европа во полето на *доживојно претприемничко учење*. Ова е единствен центар од ваков вид и претставува добар пример како 8 земји се здружиле со цел да остварат развој преку заедничка работа во претприемничкото учење. Тие земји се: Македонија, Албанија, Босна и Херцеговина, Хрватска, Косово, Црна Гора, Србија и Турција. Оваа иницијатива е директно поддржана од Европската комисија, преку ИПА фондовите од 2009 до 2010 година и од владата на Хрватска.

Центарот е раководен од страна на *Управен одбор* сочинет од следните претставници:

- Национален координатор за Југоисточна Европа за Актот за мали бизниси во Европа;
- Претставници на националните министерства задолжени за димензијата на човечки ресурси во Актот за мали претпријатија;
- Европската комисија (Генерален директорат за проширување и Генералниот Директорат за претпријатија и индустрија);
- Претставник на Европската тренинг фондација (ETF);

- Претставник на Организацијата за економска соработка и развој OECD;
- Претставник на Советот за регионална соработка (RCC).

Друго тело што дава советодавна поддршка на Центарот е *Тимот за поддршка на менаџментот*, составен од претставници на 3 национални координатори, на принципот на 6 месечна ротација. Од ноември 2014 година, тимот го сочинуваат претставниците на: Албанија, Турција и Хрватска.

Од 2014 година, Центарот стана и официјален петти партнер на *Оцената на Активитетот за мали претприемништва*, заедно со Европската тренинг фондација, Европската банка за реконструкција и развој и OECD. Во соработка со ETF е изработен **План во 4 точки 2014 - 2017** со цел да се помогне на регионот, во пред-пристапната фаза, во имплементирањето на *Оцената на претприемничките вештини во Активитетот за мали претприемништва*, но исто така и за зајакнување на политиките за женското претприемништво.

Мисијата на оваа институција е да работи на системски развој на доживотно претприемничко учење како клучна компетенција, во согласност со политиките и практиките на Европската унија, а имплементирано преку структурна регионална соработка. **Визијата** е да создава претприемнички окружувања и да ги зајакнува условите за градење на остварлива со претприемничка исменост кои водат кон одржлив економски раст и развој.

Во рамките на *Стратешката рамка и целите за 2013 - 2016 година (SEECCEL, 2012)*, **главна цел** на овој центар е: *Понамошен развој на претприемнички исмени остварлива во регионот и поддршка на националните економии во присособување на своето законодавство кон она на ЕУ во делот за доживотно претприемничко учење.*

Стратешки цели за 2013 - 2016 година се:

1. Понатамошна поддршка на земјите учеснички во напорите за примена на европските препораки за промоција на претприемништвото, како клучна компетенција, преку негово воведување во основното образование (ISCED 1 and ISCED 2 level);

2. Понатамошна поддршка на земјите учеснички во напорите за примена на европските препораки за промоција на претприемништвото, како клучна компетенција, преку негово воведување во средното образование (ISCED 3 level);

3. Континуирано зајакнување на придонесот на третото ниво на образование преку зголемување на свеста и разбирањето меѓу естаблишментот на високото образование во претприемничкото учење, особено во не-бизнис вештините (ISCED 5&6);

4. Континуирано зајакнување и одржлив развој на рамките за Анализите на потребите за обука, засновано на барањата на претпријатијата, како генерални така и фокусирани на жените;

5. Поддршка на земјите во Оцената на Актот за мали претпријатија преку методологија на меѓусебно-учење (за принципите од 1 до 8);

6. Активно вклучување на националните авторитети за обука на наставниците за развој на доживотно претприемничко учење како клучна компетенција, и негово воведување во образовниот систем на национално ниво;

7. Поддржување на развој на политиките и промовирање на најдобри практики за женско претприемништво во согласност со Актот за мали претпријатија и јакнење на капацитетите на националните и регионалните мрежи и асоцијации на женско претприемништво;

8. Понатамошна работа на развој и подобрување на *Заедницата за практика* (Community of Practise - CoP), како релеватна алатка за размена на информации и добра практика и како корисна платформа за работа на експерти.

4.3.3. Македонија и претприемничкото учење во Југоисточна Европа

Република Македонија е активно вклучена во работата на *Центарот за претприемничко учење на Југоисточна Европа - SEECEL*. Како редовна членка и потписничка на *Стратегијата за претприемничко учење на ЈИЕ 2020 (SEECEL, 2013)*, таа веќе учествува во проектот **База на знаење**, во соработка со национални експерти на осумте земји членки. Овие експерти работат на развој и креирање на едукативни цели за претприемничко учење како клучна компетенција, во согласност со политиките на ЕУ кои ја регулираат оваа област. Овие инструменти се предмет на проверка преку пилот-проекти во осумте земји-членки во рамките на мрежата на претприемнички училишта. Проектите се започнати во 2013 година и ќе траат до 2016 година. Повеќе информации за овој проект следуваат во подглавата 4.5.1. Развој на нови наставни програми.

4.4. КРЕИРАЊЕ МРЕЖА НА ПРЕТПРИЕМНИЧКИ ЕДУКАТОРИ И НИВНА МОБИЛНОСТ

Дека Европа посветува големо внимание на едукаторите и нивната важност за дисеминација на претприемничкото учење последниве две декади докажува и документот **Осло агенда за претприемничко образование во Европа 2006**, (European Commission, 2006) каде што се препорачуваат: *Претприемнички активности во училишната и високо образование*. Во посебна мерка (Г11) - „ ... во високо образование, да се донесе претприемничкото во училишните и директно да се вклучат студентите во претприемнички проекти“, посебен акцент се става на **едукаторите** „ ... кои мора да бидат способни да креираат окружување во кое студентите ќе учат преку своите емоции и чувства, развивајќи самодоверба да се соочуваат со сите предизвици што ги носи бизнисот“.

Истовремено, цела една област е посветена на **Поддршката на наставниците и едукаторите**, каде што се нагласува потребата од:

V1 - Обезбедување единствена обука на наставниците во областа на претприемничкото и промена на наставните програми;

V2 - Усвојување иновативни методи за обука на наставниците за претприемничтво;

V3 - Воведување на систем на наградување на наставниците за иновативни педагошки пристапи при предавање претприемничтво;

V4 - Лансирање на иновативни активности за едуцирање на наставниците за претприемничтво (преку програмата за доживотно учење);

V5 - Поддршка на мобилноста на едукаторите во Европа.

Стратегијата за претприемничко образование на РМ 2014- 2020 исто така ја потврдува важноста на претприемничките едукатори, на сите нивоа на образование, и формално и неформално. Фокусот треба да се стави на подобрување на нивните компетенции како во совладување на претприемничките знаења и вештини, така и во совладување и воведување нови наставни техники за овозможување на континуирано претприемничко учење.

4.4.1. Претприемнички едукатори

„Наставничките ио претприемачите се клучни за ефективната стратегија за претприемачко учење“

(Национална стратегија за претприемничко учење на РМ - стр. 5).

Што се тоа претприемнички едукатори? Претприемнички едукатори се оние кои чувствуваат страст кон својата професија и почит кон своите ученици / студенти. Тие разбираат дека училищата полна со индивидуи е богатство од знаење и искуство, кое треба да биде скротено и поделено за да овозможи учење на сите присутни. Тие исто така веруваат дека нивните дисциплини се професионално знаење, но да се биде едукатор е професионална вештина која треба постојано да се надградува. Ако се направи напор да се размислува и да се научи, тие може постојано да се развиваат како професионални едукатори.

Претприемничките едукатори треба да бидат оние кои им помагаат на учениците да се развиваат и критички да ги оценуваат (реалните или бизнис) процесите што одговараат на потребите и проблемите во различни организациски, стопански и национални околности. Прво, преку овој пристап учениците се *инспирираат* и стануваат заразени од темата која ја истражуваат. Второ, учениците се *ангажирани* да учествуваат во целиот процес на учење преку директно вклучување во реалноста (и/или бизнисот), затоа што се ставени во ситуација да истражуваат, поставуваат прашања и решаваат реални проблеми во реални ситуации / проекти / претпријатија. Трето, овој пристап овозможува *системско размислување*, а тоа значи дека ништо не егзистира во изолација и не постои еден и единствен правилен или погрешен пристап - тоа зависи од многу меѓусебно поврзани фактори. Учениците се ставаат во улога на креатори на системи но и во улога да бидат дел од тие системи. Тие мора да размислуваат систематски и динамично, за да го разберат односот меѓу: решенијата, проблемите и нивните причинители.

Иновативните едукатори треба да се јавуваат во улога на насочувачи / олеснувачи на дискусиите во училищата. Тие постојано треба да ги обмислуваат и приспособуваат наставните содржини и наставните материјали да одговараат на потребите на слушателите и општеството. Нивната улога е да постават цели кои треба да се реализираат на секој час, но секој час треба да претставува патување

до тоа знаење, преку различна енергија, ангажман и размислување на сите учесници за совладување на материјата.

Претприемачките едукатори имаат страст за предавање. Тие се инспиративни, отворени и сигурни, флексибилни и одговорни, но исто така - од време на време - кршачи на правила. Таквите едукатори слушаат добро, знаат да развиваат и продадат идеја и можат да работат на начин кој го става ученикот и активноста во центарот. Тие се тимски играчи и имаат голема мрежа на соработници. Се обидуваат да ја пополнат празнината меѓу образованието и економијата и вклучуваат надворешни експерти на предавањата да зборуваат за свое реално искуство. Тие секогаш се осврнуваат на економскиот аспект на темата. Истите користат флексибилен и адаптивен наставен план, но повеќе преферираат интердисциплинарно учење базирано врз проект, користејќи повеќе тренинг-материјали отколку учебници. Тие ставаат акцент на групни процеси и интеракции, и даваат предност на разновидни ставови, свесност и решенија. Претприемничкиот едукатор е повеќе тренер одколу предавач. Ги поддржуваат индивидуалните начини на учење и развојот на личните вештини.

4.4.2. Обука на претприемничките едукатори

Едукацијата на претприемничките едукатори е исто така многу важен сегмент во претприемничкото образование. Едукаторите не можат да предаваат претприемништво ако и самите не станат претприемчиви. Тренерите на претприемничките едукатори треба да развијат претприемнички пристап кон подучувањето и учењето. Тие треба да креираат окружување кое дава можност за иновации, како во обуката на едукаторите, така и во наставната практика. Самите тренери треба да го надминат негативниот став кон претприемачите, а тоа може да се направи преку воведување на социјалното претприемништво, кое дава можност да се придонесе за заедницата и оштеството преку проекти кои главно се наменети за ранливите категории на граѓани.

Едукаторите и училиштата нема да бидат во можност да ги реализираат нивните амбиции без партнерство со факултетите, бизнисите и другите засегнати страни. Тие треба да имаат свои мрежи на партнери и соработници, а агендата за претприемничко учење треба да се промовира и пошироко од образовните институции, како што се бизнисот и пошироката заедница.

Едукаторите треба да развиваат конкретни и практични материјали кои ќе им помогнат во имплементација на претприемничкото учење. Тие, исто така, треба да се организираат во мрежа на едукатори, каде што ќе практикуваат размена на искуства и лобирање за промени во политиките на владата. Претприемничките вештини можат да бидат подучувани во сите предмети или како посебен предмет. Претприемничките компетенции бараат активни методи на ангажирање на едукаторите за реализирање на нивната креативност и иновативност. Претприемничките компетенции и вештини можат да се здобијат или надградат само со практично, реално, лично претприемничко едукативно искуство.

Претприемничкото образование треба да биде насочено не само кон претприемачите туку и кон интрапретприемачите, во рамките на компании или јавни институции. Но, претприемничкото образование е повеќе од подготовка како да се раководи сопствен бизнис. Се работи за развој на претприемнички ставови, вештини и знаење, кои би овозможиле учениците да ги претворат своите идеи во реалност.

Треба да се определат резултати од учењето и методи за оценка поврзани со претприемништвото, како и процедури за обезбедување на квалитет на сите нивоа на образование. Ова ќе им помогне на едукаторите да напредуваат во стекнувањето на претприемничките знаења, вештини и ставови. Исто така, треба да се воведат методи за оценка на ефектите од претприемничкото учење и постојано да се собираат повратни информации од учениците / студентите заради одржување на ентузијазмот за учење, кој е најважен двигател за имплементација на претприемничкото образование.

Сите овие компоненти се меѓусебно поврзани. За да се постигне одржливост и долговечност потребно е преземање активности во сите области. Лидерство, визија и иницијативи се потребни на сите нивоа. Иако се работи за генерални принципи, тие треба да бидат приспособени во секоја институција. Владите, институциите, училиштата и сите засегнати страни во Македонија се на почетно ниво на развој, во однос на претприемничкото образование и учење, а особено во обуката на претприемнички едукатори. Но треба да се запомни дека: ниту еден проект или активност не е премногу мал. Многу проекти биле

започнати како мали, но откако се покажале успешни биле проширени како на национално ниво така и на меѓународно ниво.

Во суштина соработката на национално и меѓународно ниво е исто така значајна за размена на добри практики и меѓусебно учење. Претприемничките едукатори треба да имаат своја мрежа на колеги од земјата и од светот, која ќе претставува платформа за меѓусебна соработка, мобилност, учество на заеднички проекти, лобирање за промена на политиките од заеднички интерес. Во образовните институции треба да се создадат услови за мобилност на претприемничките едукатори, како во рамките на училиштето (реализирање на заеднички часови меѓу двата предмета), така и во рамките на локалната заедница (размена на едукатори меѓу училиштата во една општина или меѓу општините), државата (мобилност на едукаторите во различни градови), како и размена на едукаторите меѓу земјите во Европа и светот.

Единствено што е потребно е да се биде храбар, да се преземе ризик, да се биде креативен и иновативен, да се развиваат идеи и да се преземат активности - со други зборови - да се биде претприемчив. Не се работи за идејата, туку како таа да стане реалност!

4.4.3. Национална мрежа на едукатори за претприемаштво во РМ

Во ноември 2011 година, *Националниот центар за иновации и претприемничко учење*, ја формираше *Национална мрежа на едукатори за претприемаштво (НМЕП)*. Според Стратегијата за претприемничко учење 2014 - 2020, во оваа мрежа учествуваат професори и асистенти од универзитети и наставници кои го предаваат предметот *Бизнис и претприемништво*, како и други економски предмети во средните училишта. Главна цел на мрежата е да овозможи алатки за вмрежување меѓу едукаторите и за споделување на нивните најдобри практики поврзани со претприемничкото учење, овозможувајќи развој на наставниците и постојано подобрување на наставната програма на сите образовни нивоа. Тука авторот на овој труд забележува дека не постојат доволно информации за тоа кои се активностите на оваа мрежа во изминатите 3 години бидејќи веб-страницата на мрежата е неактивна.

4.5. ДИСЕМИНАЦИЈА НА ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО УЧЕЊЕ

Претприемничко учење значи развој на претприемничка култура. За да се изврши дисеминација на претприемничкото образование во Македонија и да се направи соодветна обука на претприемничките едукатори потребно е да постојат претприемнички образовни институции со визија и стратегија, кои ќе го дисеминираат претприемничкото знаење до сите категории на граѓани во општеството.

Тие институции треба:

- Да имаат јасен едукативен концепт кој ќе ги обучува идните генерации на едукатори да подучуваат за предизвиците што ќе се појавуваат во иднина;
- Да го имаат вградено претприемништвото во мисијата и културата на образовната институција;
- Да имаат јасен концепт како претприемничкото образование се вклопува во наставните планови и плановите за развој;
- Да ги вработат вистинските луѓе и да им обезбедат простор за развој на нивните идеи;
- Да создаваат простор за експериментирање, каде што ќе се охрабрува и поддржува користењето на нови наставни методи и иновативни проекти, да се дозволува експериментирање, со можност за грешка;
- Да промовираат јака практична компонента во учењето, поддржано со солидна теоретска база;
- Да го интегрираат претприемничкото образование како хоризонтален пристап и низ сите предмети низ целата програма, а не само како посебен предмет;
- Да го направат задолжително, а не избор на студентот изучувањето на претприемничките предмети и вклучувањето во претприемничките активности;
- Да ги подобруваат и постојано приспособуваат предметите според барањата на пазарот на трудот;
- Да поседуваат јака мрежа на соработници;
- Да наоѓаат начини како да ги наградуваат иновативните едукатори;
- Да ги поддржуваат едукаторите во нивните напори за дисеминација на претприемничкото учење.

4.5.1. Развој на нови наставни програми

Претприемничките компетенции најдобро се стекнуваат преку истражувања на можности водени од наставниците и доаѓање до откритија што им овозможуваат на учениците / студентите идеите да ги претворат во акција. Но треба да се има предвид дека тоа е тешко да се предава преку теоретска настава и начин на учење каде што ученикот е пасивен слушател. Тука е потребен активен метод на учење, каде што ученикот е во центарот на вниманието и на кого му се нудат практични можности за учење од реалниот живот.

Бидејќи претприемништвото е клучна компетенција, таа треба да биде достапна до сите ученици и да се изучува на сите нивоа на образование, но како тема во повеќе предмети, а не само како посебен предмет. Имплементацијата на овие промени во наставните програми на формалното образование е најважна. Тоа значи дека наставниците добиваат сосема нова улога, улога на мотиватори, насочувачи, олеснувачи како самите ученици да дојдат до решенијата, одговорите на прашањата, знаењето во методските единици.

За таа цел е многу важна соработката меѓу наставниците во креирањето на новите наставни планови и програми и постојаното делење на добрите искуства со цел заедничко учење и надградување. Дobar пример за тоа е т.н. **База на знаење**, креирана од страна на SEECEL, а во соработка со национални експерти од осумте земји-членки (Македонија, Албанија, Хрватска, БиХ, Србија, Црна Гора, Турција и Косово). Овие експерти работат на развој и креирање на едукативни цели за претприемничко учење како клучна компетенција, во согласност со политиките на ЕУ кои ја регулираат оваа област. Овие инструменти се предмет на проверка преку пилот-проекти во осумте земји членки во рамките на мрежата на претприемнички училишта. Проектите се започнати во 2013 година и ќе траат до 2016 година. Целта на овие проекти е да се изработат што е можно повеќе нови наставни програми кои ќе го вклучуваат претприемништвото како клучна компетенција и истите да се постават на веб-страницата на SEECEL, заради нивната поголема достапност до наставниците/професорите од сите 8 земји. Ова е добар пример за соработка во регионот и начин за постепено прилагодување на македонското образование кон современите европски и светски текови.

Ова е исто така добар пример и за унапредувањето на работата на Националната мрежа на едукатори за претприемништво и Бирото за развој на образованието, како институции задолжени за тренинг на претприемнички едукатори во нашава земја. Но да не се заборави, потребно е и континуирано следење на резултатите од применетите инструменти и алатки за да се направи оценка дали тие ги даваат поставените резултати и ги постигнуват саканите цели.

4.5.2. Иницирање на конкретни проекти

Едукативните институции со претприемничкото образование во Македонија треба да добијат сосема нова улога. Тие треба да бидат поодговорни за поврзување на учениците / студентите со пазарот на трудот. Нивната цел не треба да се сведе само на стекнување на потребните теоретски знаења и вештини, туку да се оди чекор понапред, стекнување со потребното работно искуство за вработување или самовработување. Образовните институции треба да формираат претприемничка заедница за размена на знаење и нови технологии преку создавање партнерства со бизнис-заедницата, локалната самоуправа, невладиниот сектор и креативните индустрии.

Преку иницирање на заеднички проекти со деловниот сектор образовните институции стануваат расадник за идниот кадар на веќе постоечките компании, според нивните барања и потреби. Преку проекти кои ја стимулираат конкуренцијата и ги охрабруваат/едуцираат младите како да ја претворат нивната идеја во реалност, се креираат нови претприемачи. Со учеството во проекти кои решаваат социјални проблеми во локалната заедница се формира нов кадар за невладиниот сектор или социјалното претприемништво.

Претприемничкото образование ги обучува и наставниците / професорите на кој начин да воспостават поврзување на едукативните институции со бизнис-заедницата и останатите засегнати страни. Претставниците на бизнисот можат да го поддржат претприемничкото подучување и учење на многу начини. Тие можат да се јават во улога на експерти, ментори, па дури и инвеститори на конкретни проекти. Едукативните институции можат да учат од креативните индустрии и независните уметници како се спроведува еден креативен процес - од идеја до финален производ (филм, уметничко дело, културен настан, итн). Партнерствата со училиштата / факултетите се исто така корисни и за тестирање на определени

идеи, проекти и материјали на самите компании. Преку истражувачки проекти бизнис-заедницата би го добила трансферот на нови знаења и технологии во нивните компании, би се запознавала со најновите трендови во науката, како и со процесите на развој на нови производи или освојување на нови пазари.

4.5.3. Развој на современи наставни методи

Современите едукативни институции треба да им дадат поголема слобода на едукаторите во Македонија да станат претприемнички. Тие треба да ги мотивираат едукаторите да развиваат наставни методи кои содржат претприемнички компоненти. Но за да се случи тоа, претприемничките едукатори треба најнапред да ги развиваат своите претприемнички знаења, вештини и ставови. Тие се повикани да креираат свои лични мисии во наставата и свое, *сојсџвено њорџфолџо*: Што тие сакаат да постигнат на секој час?

Сѐ повеќе треба да се поддржува активното учење, практичното искуство и учењето преку правење/делување од страна на учениците. Претприемничките едукатори треба да бидат слободни сами да си постават цели, да го дефинираат методот на работа, кои материјали ќе ги користат и да делуваат во тој правец. Едукаторите треба меѓусебе да дискутираат, да ги *оценуваат* и *анализираат* новите методи и како тие влијаат врз учењето. Теоретските методи не треба да бидат целосно заменети затоа што тие ја даваат основата на претприемничкото знаење. Но значајно е да се прифати новата улога на едукаторите како поддршка и олеснување на процесот на учење, кој не се сведува на едноставно сервирање на одговорите на учениците, туку да се овозможи тие самите да дојдат до знаењето. Претприемничкото учење дозволува *време за размислување* и *дискусии*, во текот и по завршувањето на процесот на учење. Размислувањето треба да се фокусира како на процесот на учење, така и на процесот на пронаоѓање решенија.

Поддршката за современи методи треба да доаѓа и од институциите кои се одговорни за развој на формалното образование, како што се Министерството за образование и наука и Бирото за развој на образование. Сите реформи, а особено оние во правец на воведување на претприемничкото образование треба да бидат предходно разбрани и прифатени од оние кои треба да ги спроведат. Воведувањето на државни испити / екстерни тестирања ја ограничуваат слободата во начините на здобивање со знаење и оценка на наученото. Не секое знаење

може да се оцени по пат на заокружување одговори на тестови. Проектната работа, дискусиите, иновативноста, истражувањето, различните ставови, тимската работа, иницијативата, трудољубивоста, секогаш ќе останат надвор од дофатот на тестирањето.

4.5.4. Проучување на примери на добра практика

Претприемничкото образование е главната алатка за остварување на *Европската стратегија 2020, Вработување и раси*. Затоа е многу важно и надлежните институции во Република Македонија постојано да собираат информации, знаења и искуства од проекти кои се реализираат на терен, како и да се прави постојана анализа дали преземените активности даваат резултати. Неодамна објавената студија од страна на Европската комисија: *Претприемничко образование: Пати до успехот* (European Commission, 2015), претставува збир на докази кои го потврдуваат позитивното влијание на стратегиите и мерките за имплементација на претприемничкото учење.

Еве неколку такви примери:

• Влијание врз индивидуалците

Според оваа студија, претприемничкото образование *ги појинкнува амбициите* на идивидуалците. Така на пример: 1) Во Шведска, висок процент од учениците кои учествувале во програмата за претприемничко образование во средно училиште одлучиле да го продолжат своето образование и на факултет. 2) Во Англија, истражувањата покажале дека програмата за претприемништво влијаела врз зголемување на самодовербата и подобрување на вештините, како и врз развојот на поголеми цели во животот. 3) Анализата спроведена во САД покажала дека учениците кои учествувале во програмата на Националната фондација за претприемничко учење се поамбициозни и поподготвени да преземат иницијатива и лидерска улога. 4) Во Словенија, учениците кои ја посетувале програмата за креативност и иновативност во основните училишта, покажале поголеми амбиции при избор на средно училиште. 5) Долгогодишно истражување во Данска за влијанието на претприемничкото образование утврдило дека оние кои ја посетувале програмата станале поамбициозни за нивните идни опции во кариерата (работа или дообразование).

Исто така, претприемничкото учење води кон **поголема способност за вработување**: 1. Студија за програмата за *Претприемнички предизвици* во Ирска укажува на значително подобрување на вештините за составување на лична биографија (CV) како и на вештините што работодавачите ги бараат на интервју за работа. 2. Во Канада, студијата *Да се даде придонес* открива дека учениците кои ја посетувале програмата се три пати повеќе подготвени да имаат менаџерски позиции во иднина, а можноста да останат невработени речиси и непостои. 3. Истражување во САД покажува дека студентите на претприемништво на Универзитетот во Аризона имале поголеми шанси за вработување од нивните врстници, надвор од програмата. 4. Завршените студенти во програмата за претприемништво во Норвешка имале поголема шанса за постојано вработување. 5. Во Данска, луѓето кои посетувале програма за претприемништво остварувале поголеми приходи. Повеќе од 80% од студентите одговориле дека научиле повеќе работејќи на проекти отколку на предавања во училишта.

Претприемничкото образование исто така **ги подобрува вештините и ставовите** на индивидуалецот. 1) Во веќе споменатата студија во Данска, преку програмата се постигнало повисоко ниво на самоефикасност, преку подобрување на менаџерските вештини (планирање и финансиска писменост) како и здобивање со вештини за минимизирање на бариерите (менаџирање на несигурноста и ресурсите). 2) Учениците кои учествувале во програмата *E-витамина* во Шпанија, покажувале подобри резултати од нивните врстници надвор од програмата, во поголема самоефикасност, проактивност, самоконтрола и преземање ризик. 3) Студијата *50 години млади претприемништво* во Англија, покажува дека оваа програма ја подобрува способноста за остварување на цели, справување со проблеми, соочување со промени, бизнис-планирање, започнување на бизнис, градење на бизнис мрежи и релации, иновативност, препознавање на можности и оценка на идеи. 4) Во Шведска, во *Студијата за влијанието на претприемничкото образование врз човечкиот капитал во средно училиште (високо ниво)*, покажува дека програмата позитивно влијаела врз: искористување на можностите, развој на бизнис-план, моќ на убедување, лидерство, тимска работа, упорност за делегирање на задачи, почитување на рокови, справување со проблеми и наоѓање решенија. 5) Во Холандија, 40% од учениците во средните

училишта покажале поголемо претприемничко однесување по посетата на програмата за претприемништво.

Претприемничкото образование води кон **промени во однесувањето и повисока претприемничка институција**. 1. Во Холандија, бројот на ученици кои сакаат да започнат сопствен бизнис по дипломирањето се зголемува од 13% во 2007 на 21% во 2012 година. 2. Во Велс, лицата помлади од 25 години покажале намера да започнат сопствен бизнис или да бидат самовработени. 3. Во Израел, студијата за претприемништво *Теорија и практика*, покажала дека МБА студентите покажуваат сè поголем интерес за претприемнички активности во иднина.

И на крај, претприемничкото образование **ги зајакнува намериите за почнување сопствен бизнис** уште во средно училиште. Во Данска, учениците од 3 и 4 година средно образование, по програмата ја промениле својата перцепција околу тоа колку вообичаените бариери би претставувале пречка за почнување на бизнис, како: немање доволно финансии, преголем напор, превисок ризик, итн. Во Белгија, половина од учесниците во претприемничка програма сметале дека да се има своја компанија е многу привлечна опција, а 33% од нив би можеле да ја реализираат таа желба.

• Влијание врз институциите

Институциите што имплементираат претприемничко образование развиваат **појака претприемничка култура**. Дobar пример за тоа е Словенија, каде што преку *проектот за креативност и иновативност* се создава креативна клима во основното образование. Директорите и наставниците сметаат дека претприемничкото образование има позитивно влијание врз флексибилноста, иновативноста, менаџментот и креативноста на учениците и наставниците. Студијата во Белгија за влијанието на *Програмота за претприемнички дух* потврдува дека програмата придонела за менување на ставот и го зголемила интересот на наставниците за претприемништвото.

Претприемничките институции забележуваат **поголема ангажираност на наставниците**. Истражувањата во Белгија, југоисточна Европа и Англија докажуваат дека подигањето на свеста кај наставниците во рамките на претприемничките училишта придонесува за нивно поактивно вклучување во

претприемничките активности. Во Израел исто така, влијанието на програмата што се спроведува во претприемничките училишта е голема затоа што дава можност на персоналот да биде иновативен.

Институциите што применуваат претприемничко образование ги интензивираат соработките со засегнатите страни. Тесната врска на Универзитетот MIT во САД со технолошки-базираните индустрии дава можност за развој на неколку spin-off компании водени токму од студенти или од персоналот на MIT. Овие врски овозможуваат персоналот на MIT да биде постојано поврзан со релевантниот бизнис-сектор и се постојано во тек со технолошките иновации. Во Израел, кога основното училиште *Масџав* било трансформирано во претприемничко, засегнатите страни земале поголема улога преку помош во имплементација на бизнис идеи креирани во одделенија.

• *Влијание врз економијата*

Претприемничкото образование придонесува за *поголем број на start-up бизниси и креирање успешни вложувања*. Дипломираните ученици на бизнис училиштата во Норвешка со главен предмет претприемништво, имаат два-три пати поголема можност да започнат сопствен бизнис. Во Велс, *Националниот Акциски План YES*, поврзан со започнување сопствен бизнис меѓу 18 - 24 години возраст, покажува поголема стапка од просекот на Велика Британија (9,5% наспроти 8,3%). Истражувањето за искуствата на студентите кои учествувале во програмата *JA-YE Company Programmes* во: Белгија, Данска, Естонија, Финска, Романија, Норвешка и Словачка, покажуваат дека до нивната 25-та година процентот на млади претприемачи е три пати поголем (15%) од европскиот просек (5 - 6%). Во Анлија, 42% започнале сопствен бизнис како резултат на програмата *Impact. 50 Years of Young Enterprise*. Во САД на Универзитетот во Аризона студентите кои ја посетувале претприемничката програма отвориле бизнис три пати повеќе, од оние кои не биле во таа програма. Во Данска, во 2012 година, процентот на оние кои отвориле бизниси, а посетувале претприемничко образование бил 50% и нивните бизниси биле поодржливи.

Претприемничкото образование има *влијание врз економскиите показатели*. Во Шведска, Англија и САД е дојдено до следните показатели: фирмите креирани од студенти на претприемнички програми имаат: повисока

стапка на обрт, вработуваат повеќе луѓе, поголем годишен приход, се поинновативни, користат најмодерна технологија итн.

• *Влијание врз ојшџесџвојџо*

Претприемничкото образование може да помогне во заштита на социјалната вклученост. Во Англија претприемничка програма помогнала во подигањето на самодовербата и самоефикасност кај ранливите категории на млади. До исти заклучоци доаѓаат и истражувањата на оценката на програмата ENTRANCE, во: Англија, Израел, Унгарија и Шпанија.

4.5.5. Учење по пат на менторство и студии на случаи

Студиите на случаи создаваат интеракција меѓу студентите. Овој метод креира атмосфера на дискусии каде што студентите можат да го поделат своето размислување за темата која се проучува. На тој начин студентите стануваат инволвирани во анализираната ситуација до точка каде што апстрактните идеи добиваат перспектива на реалност. Особено во претприемничкото образование студиите на случај ја зајакнуваат способноста на студентите да анализираат реални ситуации на реални организации и да најдат решение за нивен развој. Тие се ставаат во улогата на вистински професионалци кои треба да донесат соодветни одлуки, а тие да значат успех или неуспех на компанијата.

Доколку едукаторот може да се однесува како медијатор на дебатата, а не како наставник, шансите се многу поголеми студентот да ги развие своите претприемнички вештини. Студиите на случаи претставуваат добар извор на информации за предностите, заканите, можностите и ограничувањата на претприемачот, што дополнително ги мотивира и инспирира младите студенти да посакаат да бидат претприемачи. Разговори со веќе успешни претприемачи / ментори помага за демистификација на позивот претприемач. Од уште поголема помош е доколку студиите на случај се базираат врз искуства на домашни компании со кои студентите лесно можат да се поистоветат.

Практичарите се сложуваат во едно, а тоа е дека во претприемничкото образование е многу важно предавачот да има големо знаење, но исто така да има и искуство во областа која ја предава. Ако тоа не може да се предава од едукатор кој истовремено нема претприемничко искуство, тогаш нема пречка да се вклучат два

професионалца во претприемничкото образование, односно и теоретичар и практичар. Уште една причина зошто претприемачите треба да бидат вклучени во претприемничкото образование е можноста да се создаваат деловни контакти и мрежи, затоа што крајната цел е да им се даде претприемничко искуство, но и да се направи поврзување на студентите со реалниот свет.

Користењето на методи како: работилници, симулации, реални ситуации и работа со вистински претприемачи може да создаде креативна атмосфера, но важно е програмите да бидат креирани според потребите на групата, односно дали се работи за претприемачи или лица кои сакаат да станат претприемачи.

4.6. ИСКОРИСТУВАЊЕ НА ЕВРОПСКИТЕ ФОНДОВИ КОИ ГО ПОДДРЖУВААТ ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО УЧЕЊЕ

Како земја-кандидат за членство во Европската унија, Македонија има можност да ги користи европските средства преку разни видови програми за финансирање. Достапни **инструменти** во Европската унија за поддршка на проектите за претприемничко учење се:

- 1. Програма за доживотно учење и програмата ЕРАЗМУС+ (The new Lifelong Learning Programme & ERASMUS+)*
- 2. Европскиот социјален фонд (European Social Fund-ESF)*
- 3. Инструментите на политиките за кохезија и претприемничкото образование (Cohesion policy instruments and entrepreneurship education)*

4.6.1. Програма за доживотно учење и ЕРАЗМУС+

Новата програма за доживотно учење, ефективна од 2007 година, беше главна алатка за имплементирање на програмата *Едукација и обука 2010*. Оваа програма имаше за задача да негува размена, соработка и мобилност меѓу едукативните и тренинг-системи во рамките на Европската унија.

Во оваа програма постојат 4 под-програми како:

- Comenius – за основни училишта,
- Erasmus – за средни училишта,
- Leonardo da Vinci – за стручно образование и обука;
- Grundvig – за образование на возрасни.
- Jean Monnet – за едукација и дебати за Европската интеграција.

Во програмата Grundvig, на пример, сите постоечки активности понатаму беа финансирани, како:

- Партнерство за учење (Learning Partnership);
- Мултилатерална соработка (Multilateral Cooperation) ;
- Проекти (Projects);
- Индивидуални грантови за образование за возрасни (Individual Training Grants for adult education staff);
- Мрежи (Networks).

Дополнително беа финансирани нови активности, како што се:

- Мобилност на индивидуални возрасни ученици (Individual adult learner mobility);
- Асистирање (Assistantships);
- Иновативни проекти (Innovation projects).

Можности за финансирање на претприемничко образование постоеја како за формирање мрежи во специфични тематски области или сектори, така и за клучни прашања или проекти како што се: развој, промоција или дисеминација на нови пристапи на претприемничко учење.

Програмата за доживотно учење беше дизајнирана да овозможи луѓето на која било возраст во животот, да имаат можност за едукативно искуство, како и да развиваат образование и обуки низ Европа. Со буџет од 7 милијарди евра, програмата која траеше од 2007 до 2013 година, финансираше бројни размени, студиски посети и активности за вмрежување.

Од 2014 до 2020 година овие активности продолжуваат под новата програма **ЕРАЗМУС+**. Оваа нова програма има за цел да ги развие вештините и способноста за вработување, како и да го модернизира образованието, обуката и младинската работа. Наредните 7 години програмата ќе има на располагање 14,6 милијарди евра што ќе даде можност 4 милиони европејци да студираат, посетуваат обуки, да стекнат работно искуство и да волонтираат надвор од својата земја. На овој начин младите луѓе ќе можат да ги развиваат своите вештини кои им се потребни лично и професионално. Овие клучни вештини се мерливи и мораат да бидат интегрирани во наставата на сите нивоа. Токму ова е приоритет на програмата ЕРАЗМУС+, како за лицата кои учат или се на обука во странство, така и за оние кои се јавуваат како партнери во заеднички проекти. Оваа програма ќе ги поддржува транснационалните партнерста меѓу образовните, тренинг и младински институции и организации, со цел да поттикнат соработка и да ги зближат световите на образование и работа за да се надмине јазот кој во моментот е присутен во Европа. Исто така преку воведување на претприемничко учење на сите нивоа на образование, ќе бидат поддржани националните напори за модернизирање на образованието, обуките и младинските системи. Повеќе за

учество во оваа програма може да се дознае во Националната агенцијата за европски образовни програми и мобилност.

4.6.2. Европски социјален фонд

Европскиот социјален фонд е главен инструмент за поддршка на креирање нови и фер услови за вработувањата за сите жители на Европа. Со буџет од 10 милијарди евра годишно се подобруваат можностите за работа на милиони европејци, особено оние на кои им е најтешко да најдат работа. Оваа програма е посветена на создавање нови и подобри работни места и социјална вклученост. Овие цели се основата на Стратегијата Европа 2020 (*European Commission, 2015*) за генерирање на паметен и одржлив развој во ЕУ. Актуелната економска криза го прави ова уште поголем предизвик. Европскиот социјален фонд игра важна улога во остварување на целите на Европската унија за ублажување на последиците од економската криза, особено порастот на сиромаштијата и невработеноста.

Во периодот од 2007 до 2013 година, Европскиот социјален фонд го поддржуваше образовниот и тренинг-систем.

Две основни цели на фондот беа:

- Спојување: и
- Конкурентност и вработување.

Во рамките на овие две цели Фондот финансираше поддршка во 4 клучни области:

1. Зголемена адаптабилност на вработените и претпријатијата;
2. Овозможен пристап до вработување и учество на пазарот на труд;
3. Вклучување на младите со посебни потреби на пазарот на труд;
4. Промовирање партнерство за реформи во областа на вработувања и вклученост.

За жал Република Македонија сè уште не може да ги користи овие средства. Замена претставуваат средствата за претпристапна поддршка (IPA фондовите) преку кои 33,5 милини евра европски пари се потрошени во развој на човечки ресурси во земјата во период од 2007 до 2011 година. Од нив 41% се потрошени за подобрување на високата невработеност, а 30% за подобрување на образованието.

4.6.3. Политика за кохезија и претприемничко образование

Новата политика за кохезија на ЕУ таргетира 4 клучни области за економски развој и креирање на нови работни места:

- Истражување и развој;
- Информатичко-комуникациска технологија - ИКТ;
- Зајакнување на конкурентноста на МСП;
- Поддршка кон економии со ниска емисија на гасови.

Во периодот од 2007 до 2013 година инвестициите на кохезивната политика поддржале повеќе од 73 500 почетни бизниси и креирале 263 000 работни места во МСП. Близу 70 милијарди евра биле искористени за поддршка на МСП да станат по иновативни, да го зголемат користењето на ИКТ, поголем пристап до вештини, или модернизирање на работниот процес.

Во наредниот период од 2014 до 2020 година Фондот на кохезивна политика ќе го промовира претприемништвото и ќе го поддржува развојот на МСП со двојно повеќе средства. Буџетот од 140 милијарди евра ќе биде искористен за:

- Подобар пристап до финансии, преку грантови, заеми, заеднички вложувања;
- Меѓугранична соработка;
- Пристап до глобалниот пазар;
- Зелени економии, одржлив туризам, здравство и социјални услуги;
- Обука на претприемачи, менаџери и вработени за приспособување кон нови предизвици;
- Инвестирање во човечки капитал и во организации кои даваат практично ориентирана обука и образование;
- Воспоставување на врски меѓу истражувачките центри и универзитетите за промовирање на иновациите.

За жал и овој инструмент на ЕУ е сè уште недостапен за Република Македонија.

4.7. ИСТРАЖУВАЊЕ И РАЗВОЈ - ВИЗА ЗА ОПСТАНОК

Зајакнувањето на технолошкиот капацитет на МСП, односно капацитетот за учење и инкорпорирање на знаењето, е важен предуслов за едно претпријатие да има капацитет за иновирање. Иновативното претпријатие мора да трага по нови информации, да експериментира со нови технологии и да создава нови знаења. Тоа мора да ги храни своите вработени со потребните информации, да пронаоѓа нови начини за организирање на производството и да ги обучува своите вработени да стекнуваат нови вештини. Потребно е да им се дозволи на вработените да бидат креативни, со оглед на фактот што само 3 од 10 МСП во ЕУ во 2007 година пријавиле развој на нови производи / услуги (*European Commission 2007*).

Инвестирањето на компаниите во истражување и развој во Република Македонија е многу ниско. Според *истражувањето на GfK*, само 20% од фирмите се сметаат за многу / екстремно иновативни, 23% воопшто не иновирале, а 23% вовеле иновативен производ / услуга во последните 3 години. Повеќе од 1/2 македонски фирми сметаат дека најголеми препреки за иновирање претставуваат: трошоците за иновирање, недостаток на средства во фирмата и недоволен пристап до надворешни извори на средства.

Според податоците на *Државниот завод за статистика* во документот *Иновативни деловни субјекти во периодот од 2010 до 2012 (Соопштение бр. 2.1.14.25 од 27.06.2015 година)*, учеството на иновативните деловни субјекти во испитуваниот период изнесува **42,8%**. Тоа се деловни субјекти кои во периодот на набљудување имаат воведено иновација на производ, процес, организациска или маркетинг иновација. Од вкупниот број на иновативни претпријатија 24,7% имаат воведено иновација на производ и процес, 46,4% организациски и маркетинг иновации, а 18,2% истовремено имаат воведено нов производ, процес, организациски и маркетинг-иновации. Од вкупниот број на иновативни деловни субјекти (4.818), 3 964 се мали, 719 се средни, а 132 големи. Сепак *најголема иновативност покажуваат покомунитетите претпријатија*, и тоа особено во *финансискиот сектор* каде што стапката е **89,1%** и *информациско-комуникацискиот* сектор со **69,5%**. Во однос на трошоците за иновативни активности најголемиот дел (59,5%) се направени за набавка на опрема, машини,

софтвер и зграда, додека за **експерно истражување и развој 21,4%**, а за **инженерно истражување и развој 6,4%**. Други трошоци се направени за стекнување на знаење од други претпријатија 0,8% и 11,9% за останати трошоци. Токму поради ниските вложувања на претпријатијата во истражување и развој, *Светскиот економски форум* ја позиционира нашата земја на 111 место од вкупно 132 земји. Тука ситуацијата е уште позагрижувачка бидејќи процентот на **високо иновативни фирми** во Република Македонија е исклучително низок и изнесува само **2%**, наспроти 10% во земјите на OECD. Исто така, учеството на вработеноста во секторот со висока и средна технологија во однос на вкупната вработеност е 2,25%, наспроти 6,69% во ЕУ, а учеството на вработените во услужните дејности базирани врз знаење во однос на вкупната вработеност изнесува 19%, што е далеку од 33% во Европската Унија (*OECD 2011*).

Во Република Македонија формално се донесени неопходните закони за регулирање на **интелектуалната сопственост**, но во реалноста е потребно подобро менаџирање на иновациите и поголема нивна комерцијализација од страна на претпријатијата. Во периодот од 2006 до 2010 година *Државниот Завод за индустриска сопственост* има примено само **1 796 барања за патенции** од кои поголемиот дел се од меѓународни претпријатија, особено од ЕУ. Динамиката на пријавување на патенти е нестабилна и варира од година во година. Според користењето на патенти, Република Македонија, во извештајот на *Светскиот економски форум* е рангирана на 90 место од 132 земји.

Но ваквиот процес на иновирање не ги опфаќа само претпријатијата туку и сите други фирми и институции со кои се во меѓусебна интеракција. Иновативните претпријатија не можат да учат во изолација туку се поврзуваат меѓусебе, формираат центри и кластери за истражување и развој на нови производи и услуги, и вршат дисеминација на новите технологии преку универзитети и други организации кои создаваат знаење. Тие се тесно поврзани и со локалната самоуправа која има за цел да им помогне во развојот на нивниот бизнис. Само овој начин на заедничка соработка води кон зголемен број иновации, нивно комерцијализирање и создавање нови производи и услуги, што им дава на фирмите компаративна предност на домашниот и странскиот пазар и допонителен приход, а тоа придонесува за економски раст на земјата и создавање нови работни места.

Затоа е исклучително важно да се негуваат *врскиите меѓу бизнисот и науката*. Загрижува фактот што само **5% од македонските фирми имаат некаква поврзаност со истражувачките институции во земјата**, најчесто во облик на консултантски услуги (43%), додека тренингот и едукацијата се на второ место со 26%. Водечка институција за истражување и развој во Република Македонија е Академијата на науките и уметностите (МАНУ), составена од 5 департмани и 5 истражувачки центри. Исто така постојат 5 државни универзитети и 18 приватни универзитети, како и 7 јавни истражувачки центри. **Истражувачката заедница брои 2 394 истражувачи**, од кои само 79 во бизнис секторот, 668 во владиниот сектор и 1 647 во универзитетите. Она што загрижува во последните години во Република Македонија е тенденцијата на намалување на бројот на истражувачи со полно работно време (full time equivalents), како резултат на миграција, кое во периодот од 1995 до 2000 година достигнува и до 70% .

Во однос на научните и иновативни перформанси според базата SCOPUS, за период од 2003 до 2010 година, Македонија е рангирана на 4-то место во регионот според објавени научни и стручни трудови, но се наоѓа на дното од листата споредено со земјите од Европа. Во овој период публикациите се зголемуваат од 146 на 465, но публикациите на 1000 жители се намалува од 14 на 4. Во однос на квалитетот на влијание на истражувањето, во однос на останатите земји од Западен Балкан, Македонија се наоѓа на 3 место со индекс 0,70, кој сепак е далеку од европскиот просек 1,3 (*Western Balkan Regional R&D Strategy for Innovation, 2013*).

Научната работа во Република Македонија е претежно концентрирана во областите: хемија, математика, физика и астрономија. Медицината има најдобри резултати, со објавени 13 труда од неврологија. Повеќе од 70% од објавените трудови доаѓаат од високо образовните институции, а на јавните институции отпаѓаат само 10%. Водечка истражувачка институција во земјата според број на објавени трудови е Универзитетот Св.Кирил и Методиј со 1.650 документи во споменатиот период. Потоа следи МАНУ со 184, и Државната клиника со 105 публикации. Македонската академија на науките и уметностите покажува најголема стапка на соработка со ко-автори и институции од други земји.

Нашето истражување покажува дека бројот на објавени научно-истражувачки документи не се директно поврзани со зголемувањето на бројот на

иновации во претпријатијата. За таа цел е потребно истражувањата да бидат апликативни и направени според потребите и барањата на МСП. На тој начин ќе се зголеми и интересот на бизнис-секторот за поголема соработка со научно-истражувачките институции.

Дека се неопходни промени во истражувачката заедница во нашата земја потврдува и *Извештајот од 2013 на ERAWATCH* според кој: *системот за истражување и негово раководење во Република Македонија е високо централизирано на државно ниво, со доминација на јавниот сектор и во два дела: и во финансирање и во реализација на истражувањата.* Република Македонија е окарактеризирана како *скромно иновативна земја, со ниски просечни перформанси, и со индекс од 0,238* што е далеку пониско од европскиот просек од 0,544. Структурните предизвици со кои Република Македонија треба да се соочи во блиска иднина се:

- Неэффективно раководење со иновативниот систем (преголемо трошење средства за непродуктивни проекти);
- Недостаток на квалитетни човечки ресурси;
- Слаба поврзаност на науката со индустријата;
- Слаби капацитети за иновирање кај фирмите (само 9% од компаниите имаат соработки со универзитетите, од кои само 5% со истражувачки институции);
- Недостаток на национална мапа за градење квалитетна истражувачка инфраструктура (*European Commission, 2013*).

И *Извештајот на ОЕЦД за националниот иновативен систем на Република Македонија* од 2011 година, укажува на тоа дека *учесноста на високо-технолошки индустриски производи во вкупниот извоз изнесува незначителни 3,1%*, наспроти 11% во Хрватска, 8,2% во Бугарија, односно 17% во Европската Унија (*OECD, 2011*). Затоа се предлага насочување на политиките во правец на надминување на 4 конкретни предизвици: 1) слаби капацитети на истражувачките центри, 2) слаба наклонетост кон иновации во бизнис секторот, 3) слаба рамка за трансфер на знаење и 4) недостаток на координација на економските политики.

Особено значајна е точката за **зголемување на наклонетоста на бизнис-секторот кон иновации** зошто тие се главните носители на иновациите, и веднаш се предлагаат конкретни мерки:

1. Да се зголеми свесноста кај МСП за придобивките од иновативни активности (семинари, тркалезни маси, конференции, медиумски кампањи итн);
2. Да се зголеми побарувачката на владата за иновативни производи (преку јавните набавки) и зголемување на побарувачката за производи кои ги задоволуваат иновациските стандарди;
3. Да се воведат даночни ослободувања за фирмите кои инвестираат во нови технологии, иновации, истражување и развој;
4. Да се воведат владини грантови за финансирање на важни истражувачки проекти за определени претпријатија;
5. Да се подобри пристапот на МСП до формални и неформални извори на финансирање;
6. Да се обезбеди пристап до високо квалитетни консултантски услуги и информации, односно развој на претприемнички вештини (обуки од претприемачи) и постојано инвестирање во човечки ресурси.

Иако претпријатијата се тие што иновираат, оние што ги креираат политиките можат да создадат стимулирачки услови за истражувања и иновации. Потребни се брзи колективни чекори за соочување со глобалната конкуренција, а тоа е возможно како со поголемо финансирање на иновациите, истражувањето и развојот, така и со креирање подобра претприемничката култура преку пазари отворени за иновации, зголемена структурна мобилност и менување на ставот кон претприемништвото и ризикот. Итно е неопходна хармонизирана правна регулатива која стимулира иновации, стандарди кои бараат висока техничка изведба, користење на јавните набавки за зголемување на побарувачката на иновативни добра и развој на претприемничка култура која високо ги респектира иновациите.

За таа цел **Националната програма за научно истражување и развој (2012 - 2016)** во Република Македонија предвидува зголемување **на трошоците за истражување и развој** на 1% од БДП од **сегашните 0,22%**, а за наредните 5 години, и до 1,8% до 2020 година. За потсетување во 2007 година овој процент бил

само 0,18% од БДП, а просекот во земјите од Југоисточна Европа бил 0,46% (UNESCO, 2011). Исто така, се предвидува учеството на бизнис-секторот да достигне 50% во вкупните трошоци за истражување и развој, кој во 2007 година изнесувало 23% (според Erawatch 2010) во споредба со 55% во ЕУ (според Еуростат 2011а). Уште позагрижувачки е фактот што од сегашните 0,22% **само 0,04% потекнуваат од бизнис секторот**, 0,09% отпаѓаат на Владата и 0,09% на универзитетите. Зголемувањето на инвестициите за истражување и развој би придонело за зајакнување на капацитетите за истражување и развој на домашните научни установи, интензивирање на нивната соработка со странски научници и истражувачки институци, како и зголемување на соработката со бизнис-секторот. Добрите политики во овој правец им даваат можност на претпријатијата да ги добијат технологијата, знаењето и финансиите кои им се потребни. Тоа ги охрабрува напорите на бизнисмените да идентификуваат и развиваат нови можности на пазарот.

Повеќето од клучните компетенции кои се однесуваат на политиките за иновации се применуваат во земјите членки, како на регионално така и на локално ниво. Европската комисијата ги надополнува и поддржува нивните напори, обезбедувајќи подобро разбирање на потребите на оние кои иницираат иновации, стимулирајќи осознавање на политиките, градејќи мрежи и трансфер на технологија, подобрувајќи ја координацијата и соработката меѓу националните политики, јавноста и приватните инвестиции.

И Стратегијата за иновации - Истражување и развој во регионот на Западен Балкан од 2013 година, укажува на зголемената свесност на глобален план за критичната улога на иновациите во економскиот развој. Препораките од овој извештај во однос на Република Македонија укажуваат дека треба да се направат **промени во политиките за истражување и иновации**, и тоа:

1. Земјата треба да ја подобри истражувачката инфраструктура, да го зголеми бројот на млади истражувачи, да развие механизам за трансфер на знаење и истражување во бизнис-секторот, да обезбеди подобра дистрибуција на високо едуциран човечки капитал според сектори;

2. За да го поттикне истражувањето мора да се направат промени во образованието кои ќе бидат во согласност со меѓународните стандарди за наука и образование (преку грантови и надоместоци за истражувачки придонес).

3. За да го зголеми инвестирањето на компаниите во истражување и развој треба да се воспоставуваат соработки меѓу индустријата и науката;

4. Да се воспостави соработка со домашните научници во странство преку програми за размена, како и проекти за заедничко вложување; да се воспостави регионална соработка во истражување и развој и иновации меѓу земјите од Западен Балкан.

Политиките за иновации, истражување и развој се решавачки за создавање *окружување кое иницира креативност*. Во Република Македонија овие политики се во голема мера формално усогласени со политиките на ЕУ и Стратегијата Европа 2020, но во иднина ќе треба да се работи на нивна примена во практика. Во продолжение се наведени најважните национални документи и тела/институции кои ја регулираат проблематиката истражување и развој во земјата:

- **Национална програма за научно истражување и развој (2012 - 2016)**

Оваа програма е стратешки документ, кој го усвојува Собранието на Република Македонија, по предлог на Владата на Република Македонија. Основната цел е насочена кон креирање на општество базирано врз знаење. Националната програма ги дефинира целите, содржината и опсегот на научните истражувања. Особен акцент се става на координација, имплементација и финансирање на научно-истражувачки достигнувања, меѓународна соработка и синергија со бизнис секторот.

- **Програма за поттикнување и помагање на технолошкиот развој (2012 - 2015)**

Оваа програма е насочена кон имплементација на стратегијата Европа 2020, која промовира паметен, оржлив и вклучувачки развој, преку зајакнување на индустријата и создавање предуслови за раст и развој, базирани врз знаење и иновации. Програмата ги промовира: истражувањето, креирањето на знаење и дифузија на технологии.

- **Индустриска политика на Република Македонија (2009 - 2020)**

Оваа политика е стратешки документ на РМ за зајакнување на конкурентноста на македонската индустрија и економијата воопшто. Политиката се фокусира на знаења, иновации и истражување како средство за индустриски развој, стимулативна претприемничка клима и нови инвестиции. Документот се фокусира на 5 области: 1. Меѓународна соработка и поттикнување на СДИ, 2. Применети истражувања, развој и иновации, 3. Еколошки производи и услуги за одржлив раст, 4. Развој на МСП и претприемништво и 5. Соработка со кластери и мрежи.

- **Стратегија за иновации на Република Македонија 2012 -2020**

Стратегијата за иновации е заснована врз визијата да ги движи конкурентноста и економскиот развој врз основа на знаења и иновации, со цел да создава вработувања со висока вредност и просперитет на македонските граѓани. До 2020 година Македонија треба да има ефективен систем за национални инвестиции. За таа цел се дефинирани 4 стратешки цели:

- Зајакнување на склоноста на бизнис-секторот за внесување иновации;
- Зајакнување на човечките ресурси за иновации;
- Создавање на регулаторно окружување за поддршка на иновациите;
- Зголемување на тековното знаење помеѓу актерите во иновациите.

- **Национален комитет за иновации и претприемништво**

Овој комитет е основан во **2011** година од страна на премиерот на Република Македонија. Главниот фокус на ова тело е поголема комерцијализација на иновациите и зголемување на нивото на иновативни активности во бизнисот и општеството. Ова тело е одговорно за координирање на владините политики и мерки за промоција на иновациите и конкурентноста, надгледување на работата на Фондот за иновации и технолошки развој, координирање на распределбата на буџетот, одобрување на програмата за работа на фондот, следење на најновите трендови во ЕУ, давање предлози до Владата за нови активности, итн.

- **Фонд за иновации и технолошки развој**

Фондот ја започна својата активност во јануари **2014** година. Мисијата на фондот е да обезбедува финансиска помош на истражувачки и иновативни комерцијални проекти, како и техничка помош и консултантски услуги на почетни

бизниси и постоечки претпријатија. За почеток фондот ќе биде финансиран од државниот буџет, но постои интерес и од Светската банка да се вклучи во финансиската поддршка. Фондот би требало да им помогне на оние компании кои имаат иновации што можат да бидат комерцијализирани, а со тоа ќе го отворат патот кон нови вработувања. За првите 3 години се резервирани средства во износ од 8 милиони евра, од кои поголемиот дел ќе бидат директни инвестиции на компаниите за нивните иновации.

Нашето истражување покажа дека јакнењето на капацитетите на МСП претпријатија да иновираат, да вложуваат во истражување и развој, како и да ги комерцијализираат иновациите во нови производи и услуги, веќе не претставува само потреба туку виза за опстанок. Затоа ги предлагаме следните конкретни мерки кои треба да се преземат во оваа област:

1. Зајакнување на истражувачките центри и децентрализација на системот на истражување;
2. Координација на политиките кои ќе го поддржуваат иновирањето;
3. Зголемување на бројот на истражувачи преку промени во системот на образование кој ќе стимулира креативност и иновативност;
4. Вработување на креативни и иновативни лица во МСП;
5. Подобрување на соработката меѓу науката и бизнисот преку апликативни истражувањата според потребите и барањата на МСП;
6. Стимулирање на бизнис-секторот да инвестираат повеќе во истражување и развој преку фондови за поддршка на конкретни иновативни проекти и даночни олеснувања;
7. Воспоставување соработка на домашни и странски истражувачи преку учество на конференции и конгреси, работа на заеднички европски проекти (Хоризонт 2020) и дисеминација/трансфер на нови технологии;
8. Осигурување лесен пристап до финансии поврзани со претприемништвото, иновациите и знаењето, како и стимулирање на неформалниот (бизнис-ангели) и формалниот (официјални ризични фондови) ризичен капитал.

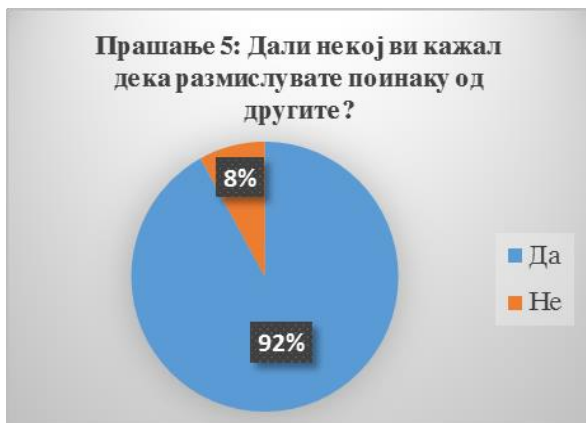
4.8. СТАНДАРДИ ЗА КВАЛИТЕТ, СЕРТИФИКАЦИЈА И ОЦЕНА НА ВЛИЈАНИЕТО НА ПРОГРАМИТЕ И АКТИВНОСТИТЕ ЗА ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОБРАЗОВАНИЕ

4.8.1. Анкета за очека на состојбата со претприемнички знаења и вештини

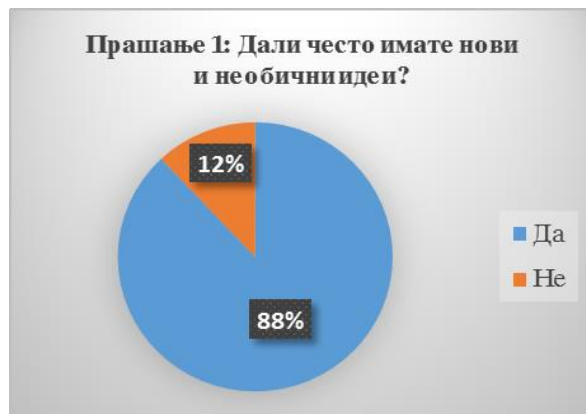
За потребите на овој труд, со цел да се согледа состојбата со претприемничките знаења и вештини во нашата земја, беше подготвена и објавена прелиминарна едногодишна програма за претприемничко учење под назив *Претприемничка академија*. Информации за оваа програма беа објавени на официјалната веб-страницата на организацијата *Консалтинг и тренинг центар КЛУЧ: www.key.com.mk*. На насловната страна беше објавен и прашалник составен од 24 прашања, под наслов: *Дали го имате клучот на вашите успех? Тестирајте ги вашите претприемнички знаења и вештини*. Лица на возраст од 19 до 51 година, кои беа привлечени од огласувањето на претприемничката едукативна програма, доброволно го пополнуваа прашалникот по електронски пат. Беа добиени одговори од 125 лица, со различен степен на образование (средно/високо/магистратура), различно работно искуство (неваботени, студенти без искуство, волонтери во невладин сектор, вработени во приватни фирми, вработени во државни институции, самовработени) и од различен профил (фризери, техничари, референти, економисти, правници, технолошко-технички инженери, инженери по земјоделски науки и храна, студенти по менаџмент во осигурување, фармација, филозофија, дизајн на мебел, туризам и угостителство, биотехнички науки, природно-математички, итн.).

Според резултатите од анкетата на прашањето број 5 - *Дали некој ви кажал дека размислувате поинаку од другите?*, 92 % одговориле потврдно. На прашањето број 1 - *Дали често имате нови и необични идеи?*, дури 88 % одговориле со ДА, што укажува на постоење на висок степен на креативност кај испитаниците, барем според нивните убедувања (Слика 3 и 4).

Авторот на овој докторски труд ја застапува тезата дека креативноста е во голема мера присутна во Република Македонија, но како таа креативност да се насочи во правец на создавање дополнителни вредности, нови бизниси и поголем број вработувања треба да биде една од целите на владините политики за подобрување на претприемничката култура во земјата.

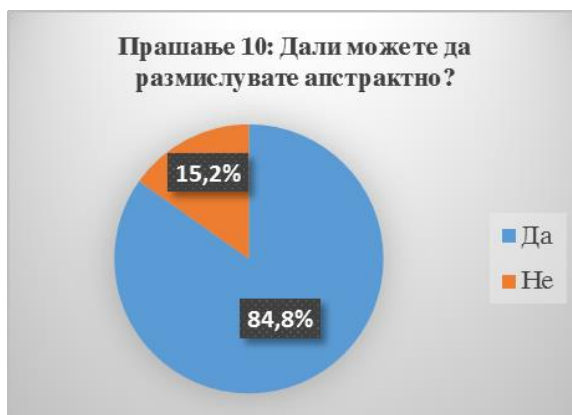


Слика 3



Слика 4

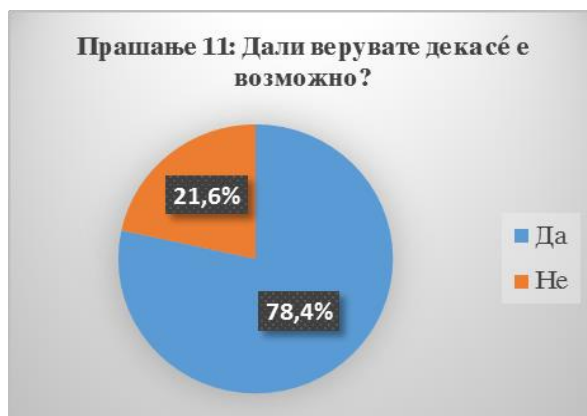
Високи 84,8 % одговориле позитивно и на *прашањето број 10 - Дали можете да размислувате апстрактно?*, што повторно ја потврдува тезата за постоење на креативен начин на размислување меѓу испитаниците. Па сепак, иако 91,2 % се *оптимисти* (прашање број 12), само 78,4 % сметаат дека *сè е возможно* (прашање број 11), а останатите остануваат во сферата на умерени оптимисти (Слика 5, 6 и 7).



Слика 5



Слика 6



Слика 7

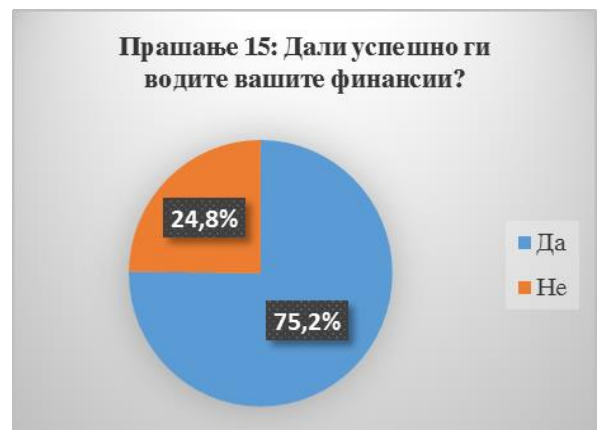
Табела 2. Прашалник

Бр.	Прашање	Одговор			
		Да		Не	
		Апсо. број	%	Апсо. број	%
1	Дали често имате нови и необични идеи?	110	88	15	12
2	Дали сте енергични и постојано активни?	114	91,2	11	8,8
3	Дали работите подобро под притисок?	74	59,2	51	40,8
4	Дали сте упорни и решителни?	113	90,4	12	9,6
5	Дали некој ви кажал дека размислувате поинаку од другите?	115	92	10	8
6	Дали ја следите својата интуиција?	117	93,6	8	6,4
7	Дали си се допаѓате и почитувате себеси?	120	96	5	4
8	Дали ви е потребна пофалба од другите за да продолжите понатаму?	57	45,6	68	54,4
9	Дали имате обичај да се самотивирате?	113	90,4	12	9,6
10	Дали можете да размислувате апстрактно?	106	84,8	19	15,2
11	Дали верувате дека сè е возможно?	98	78,4	27	21,6
12	Дали сте оптимист?	114	91,2	11	8,8
13	Дали ги сакате парите?	110	88	15	12
14	Дали имате деловни идоли или ментори?	78	62,4	47	37,6
15	Дали успешно ги водите вашите финансии?	94	75,2	31	24,8
16	Дали сакате да се дружите?	119	95,2	6	4,8
17	Дали лесно ги убедувате луѓето?	119	95,2	6	4,8
18	Дали сметате дека професијата продавач не е за вас?	53	42,4	72	57,6
19	Дали читате стручна литература?	103	82,4	22	17,6
20	Дали се грижите за вашето здравје?	109	87,2	16	12,8
21	Дали постојано работите на ваше усовршување?	122	97,6	3	2,4
22	Кои вештини / знаења најмногу ви недостасуваат во овој момент?	Апсо. број	%	Апсо. број	%
	а) Личен успех и ефикасност	26	20,8	99	79,2
	б) Вештини за учење и себеподобрување	28	22,4	97	77,6
	в) Избор на вистинскиот тим	30	24	95	76
	г) ИТ во вашиот бизнис	35	28	90	72
	д) Продажни вештини	38	30,4	87	69,6
	ѓ) Имиџ во јавност	37	29,6	88	70,4
	е) Управување со процеси	35	28	90	72
	ж) Претприемнички ентузијазам	38	30,4	87	69,6
	з) Маркетинг техники	46	36,8	79	63,2
	с) Комуникација и презентирање	46	36,8	79	63,2
	и) Водење проекти	46	36,8	79	63,2
	ј) Деловен англиски јазик	51	40,8	74	59,2
	к) Финансиска интелигенција	56	44,8	69	55,2
23	Дали би посетувале претприемничка академија?	39	31,2	86	68,8
24	Дали би платиле од сопствени средства?	0	0	125	100

На прашањето број 13 - *Дали ги сакаат парите?*, високи 88 % одговориле потврдно, но по прашањето број 15 - *Дали успешно ги водат вашите финансии?*, процентот за потврден одговор опаѓа на 75,2 %, што говори дека цела 1/4 од испитаниците признаваат дека имаат потешкотии при раководење на своите финансии. Дека тој процент може да биде и поголем покажува податокот што најголемиот дел од испитаниците, цели 44,8% се изјасниле дека им недостасуваат знаења од областа на *финансиска интелегенција* (Слика 8 и 9 и Графикон 1).



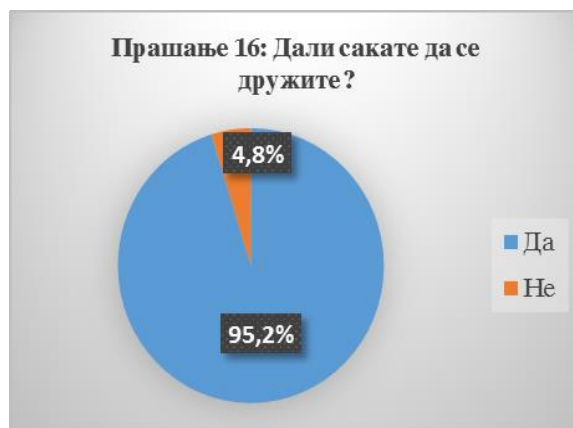
Слика 8



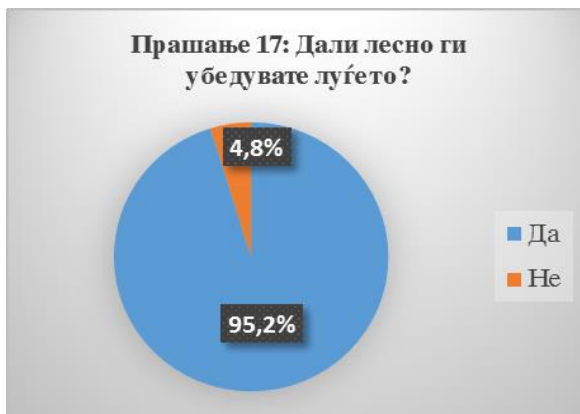
Слика 9

Тука треба да се нагласи дека под изразот сакање на парите, не зборуваме за алчност и акумулирање пари по секоја цена и на каков било начин (па дури и криминален), но градење на еден здрав однос кон процесот на создавање на приход и навиките за систематско штедење и правилно распределување / инвестирање на заработените пари. Грижата за финансии во едно домаќинство е во многу елементи слично со грижата за финансии во бизнисот. Една од причините за затворање на голем број бизниси е токму ликвидноста, односно способноста за обезбедување доволен обем на средства за покривање на расходите и сервисирање на долговите. Авторот на овој труд смета дека *финансиската писменост* е една од клучните области каде што недостасува знаење и од каде што произлегува големата несигурност за преземање на претприемнички активности. Финансиската писменост е особено значајна да се воведат уште во основното и средното образование, а во високото образование особено кај неекономистите. Но интересен е податокот што и некои студенти на економските факултети во Македонија побараа обука за финансиска писменост.

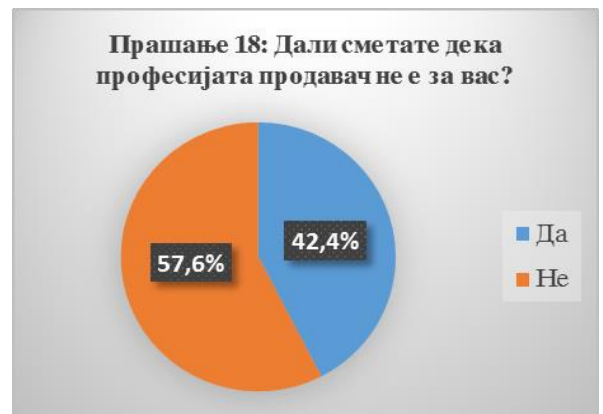
Кога станува збор за *продажба*, најпрофитабилната професија на светот, иако 95,2 % *сакаат да се дружат* (прашање бр.16), што би требало да укажува на нивната позитивна социјална страна и способност за комуникација, и ист процент 95,2 % тврдат дека *лесно ги убедуваат останатите* (прашање бр. 17), што укажува на умешност за придобивање на нови клиенти, само 42,4 % сметаат дека *професијата продавач е за нив* (прашање бр.18). Ова е една од најважните вештини на денешницата, на која треба да работи секој поединец, иако само 30,4 % се изјасниле дека им е потребна таква вештина (Слика 10, 11 и 12, и Графикон 1).



Слика 10



Слика 11



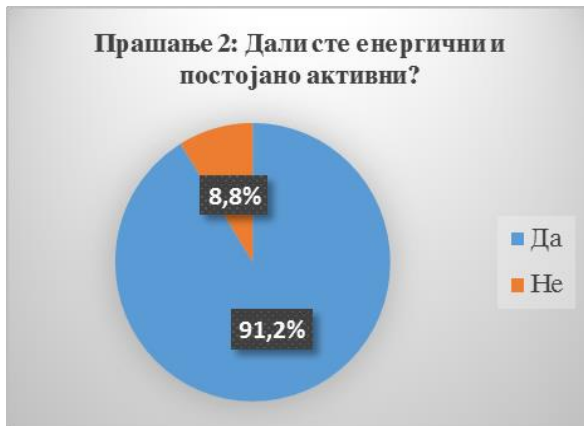
Слика 12

Авторот забележува дека продажните вештини се едни од основните претприемнички вештини, зошто ако претприемачот не успее да го продаде својот, производ / услуга нема приход, ако не успее да ја продаде својата идеја, тогаш нема финансии од банки или инвеститори. Неуспехот да се продаде она што се произведува е втора најчеста причина за пропаѓање на голем број бизниси.

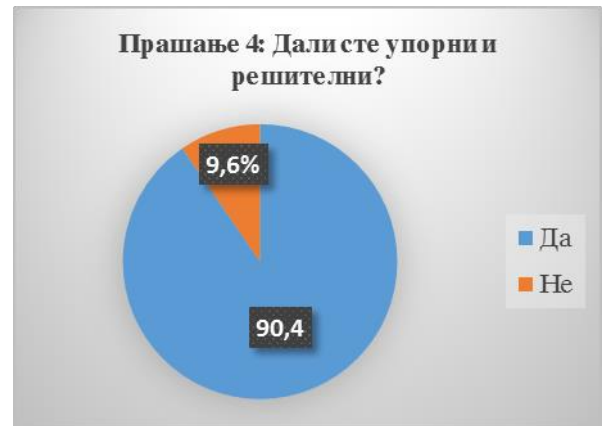
Кога станува збор за нивните лични квалитети и предиспозиции за успешен претприемач, најголемиот број испитаници имаат високо мислење за себе. Така, 91,2% сметаат дека се **енерџични и постојано активни** - прашање бр.2, а 90,4% дека се **упорни и решителни** - прашање бр. 4 (слика 13 и 14).

На прашањето бр. 6 - *Дали ја следите својата интуиција?* потврден одговор дале 93,6 %, а високи 96 % **си се допаѓаат и се почитуваат себеси** - прашање бр.7 (Слика 15 и 16).

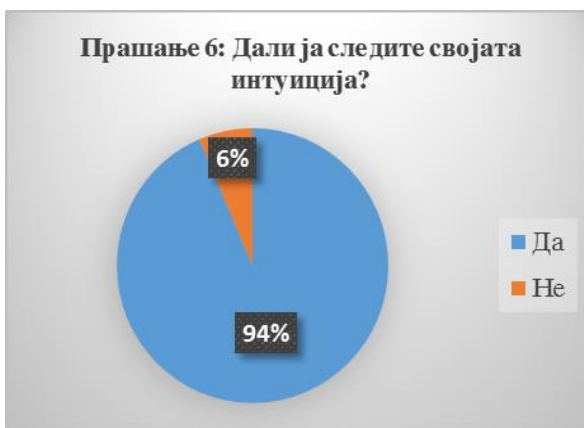
Овие одговори говорат за постоење висок степен на активност, упорност и решителност во спроведувањето на личните цели.



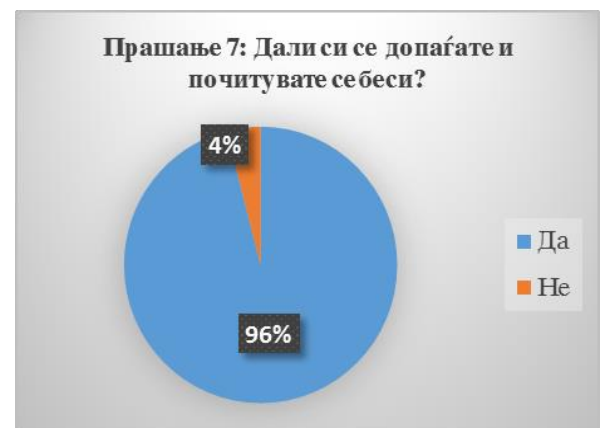
Слика 13



Слика 14



Слика 15

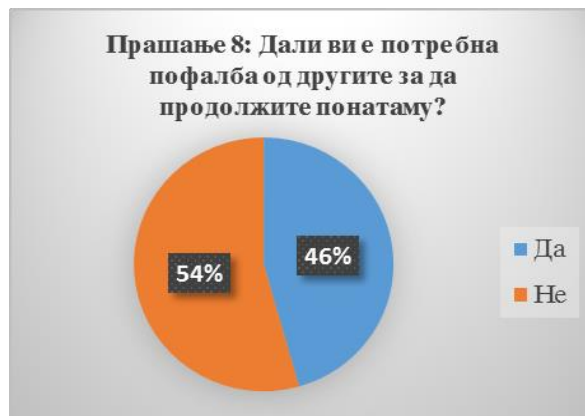


Слика 16

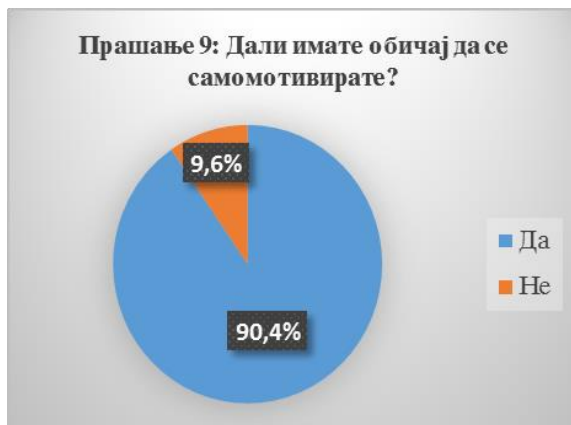
Па сепак, иако голем процент има добро мислење за себе, кај дел од нив постои несигурност во однос на нивната самоверба, што е клучен фактор за успех. Така на прашањето број 8 - *Дали ви е потребна пофалба да продолжите понатаму?*, високи 45,6 % одговориле потврдно. Ова е разбирливо зошто стравот од критика е глобално на прво место од сите 6 основни става кај човекот: 1) Критика, 2) Лошо здравје, 3) Сиромаштија, 4) Старост, 5) Губење нечија љубов и 6) Смрт (Слика 17).

Во услови на недостаток на пофалби, решението е само-мотивирање што секако може да помогне со оглед на високите резултати (90,4%) на прашањето број 9 - *Дали имате обичај да се самотивирате?* (Слика 18).

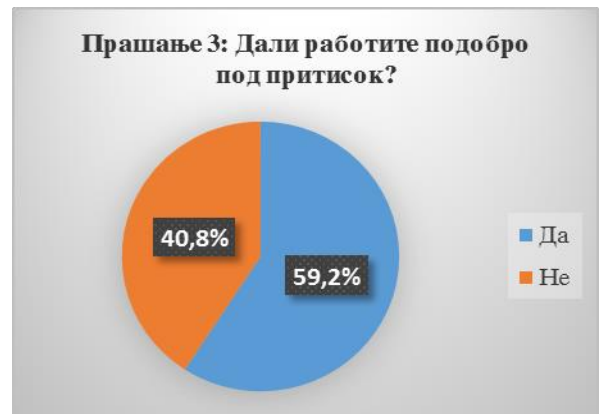
И на крај, само 59,2% од испитаниците *работат подобро под притисок*, атмосфера која е многу често карактеристика на претприемничкиот животен стил (Слика 19).



Слика 17



Слика 18



Слика 19

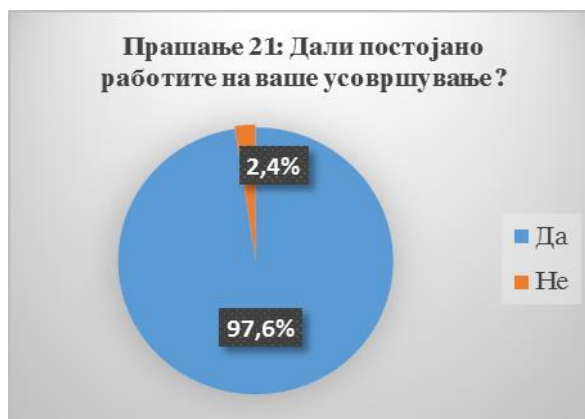
На прашањето број 20 - *Дали се грижите за вашето здравје?*, високи 12,8% одговориле негативно (Слика 20). Иако ова прашање навидум изгледа неповрзано со останатите, многу автори кои се занимаваат со проучување на претприемништвото и личниот успех се согласни дека никој неможе многу долго да биде интензивно активен ако нема добро здравје. Тоа подразбира водење грижа за исхраната, свеж воздух, соодветно вежбање и правилно размислување.



Слика 20

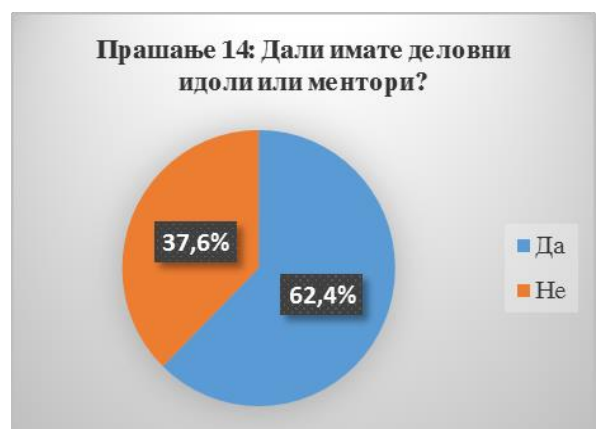
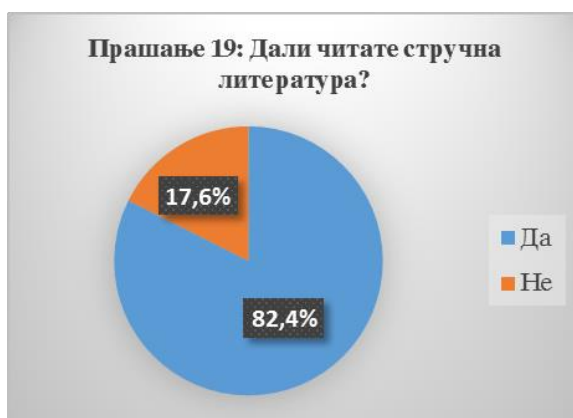
Уште едно интересно сознание е тоа дека иако 97,6 % од испитаниците одговориле позитивно на прашањето број 21 - *Дали постојано работите на ваше усовршување?*, сепак на прашањето број 19 - *Дали читате стручна литература?* тој процент опаѓа на 82,4 %, а само 62,4 % од нив имаат свои деловни идоли или ментори - прашање број 14 (Слика 21, 22 и 23).

Слика 21



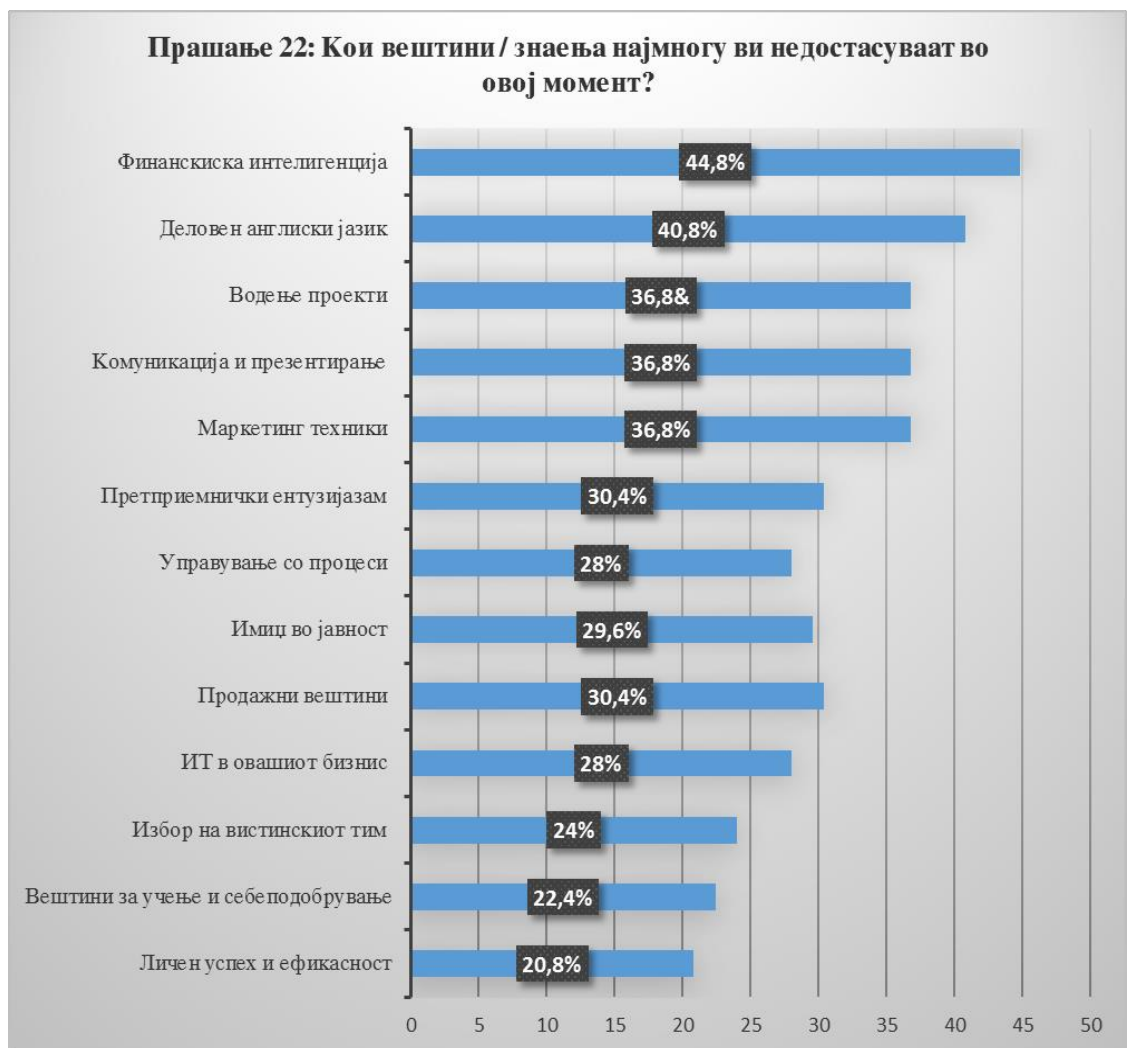
Слика 22

Слика 23



Во однос на прашањето број 22 - **Кои вештини и знаења најмногу ви недостасуваат во овој момент?**, 1/5 имаат потреба од вештини за личен развој, ефикасност, учење и самоподобрување, 1/4 тимска работа и информатички вештини, 30,4 % продажни вештини и претприемнички ентузијазам, повеќе од 1/3 маркетинг, комуникациски и презентерски вештини и проектен менаџмент и 40,8% деловен англиски јазик, а речиси половина од испитаниците им недостасува финансиска писменост.

Графикон 1

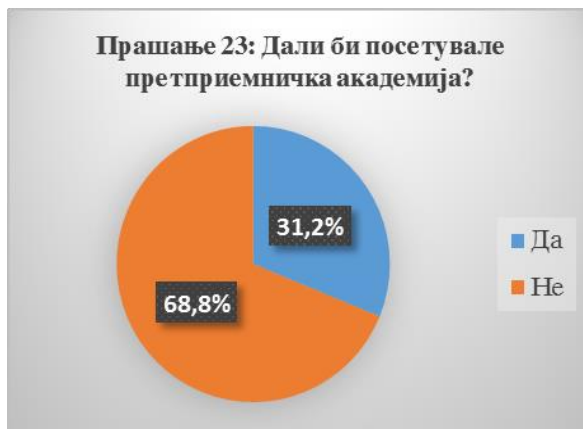


На прашање дали би сакале да посетувате едногодишна програма за стекнување на претприемнички вештини и знаења, од анкетираниите 125 потврден одговор дадоа само 31,2 % (Слика 24).

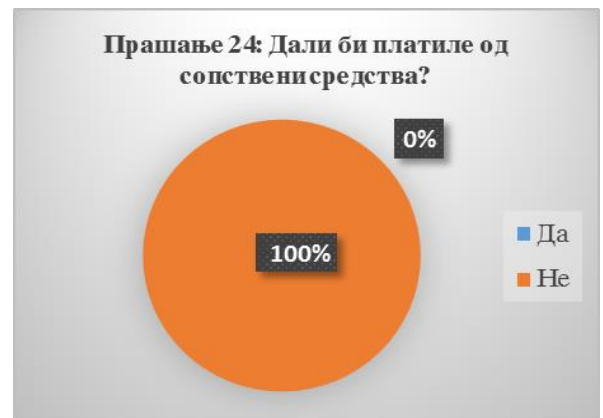
На прашањето бр. 24 - *Дали би илашле од сојствени средства?*, одговорот беше 100% негативен, односно ниту еден не беше подготвен да плати за

таа услуга ниту делумно, ниту целосно. Академијата би ја посетувале **само ако некој друг им ги покрие трошоците преку стипендија.**

Слика 24



Слика 25



Загрижува фактот што во *зрупаа од 19 до 29 години*, од 26 лица **10 имаа постојано вработување**, но немаа волја да издвојат пари за дополнително усовршување. Од останатите 16 во оваа група, 7 се невработени, а 9 студенти, па оттаму е и разбирлив нивниот статус дека не можат да платат. Оттука произлегува и нашиот сомнеж за премногу високата стапка на позитивни одговори (97,2%) на *прашањето број 21 - Дали постојано работите на ваше усовршување?*, бидејќи е многу полесно тоа да се каже отколку да се направи. Во *зрупаа од 30 до 39 години* состојбата беше следна: од 12 пријавени да ја посетуваат претприемничката програма, 3 беа невработени и разбирливо без средства и **8 вработени** со постојан приход и голем работен стаж, кои повторно не беа подготвени да платат.

Разочарува фактот што сè уште **не постои висшнска и реална потреба** кај луѓето за едуцирање во областа на претприемништвото, особено кај онаа популација која работи, на возраст од 19 до 39 години (18 лица, односно **46%** од пријавените) и која има сопствени приходи на средства и желба да направи промени во својот живот, но не и решеност да преземе акција и подготвеност да плати за здобивање на знаењата и вештини кои им недостасуваат. Само за потсетување, според студијата GEM, демографските карактеристики на светско ниво покажуваат дека **во сите фази од економскиот развој, највисок степен на претприемнички активности покажува популација од 25 до 34 години.**

Основна цел на ова истражување беше да се добијат одговори на следните прашања:

- Дали испитаниците имаат претприемнички способности?
- Дали испитаниците ги поседуваат потребни знаења и вештини?
- Дали им е потребно претприемничко учење?

Истражувањето покажа дека испитаниците имаат позитивна индивидуална перцепција за сопствените способности (креативност, нови и необични идеи, способност за астрактно размислување и оптимизам), но ги немаат потребните знаења и вештини, ниту се подготвени да илашаат за доволниелна наобразба. Оттаму и заклучокот дека во Република Македонија е неопходно воведување на претприемничкото учење преку формалното образование уште од најраната возраст, па сè до високо образование, но и паралелно во сите сфери на економскиот и општествениот живот, преку неформално образование, што е осигурено, на долг рок, ќе ја менува свеста кај сите и ќе придонесе за ширење на претприемничката култура на национално ниво.

Уште позбунувачко беше сознанието што многу од пријавените да учествуваат во програмата побараа диплома, признаена и акредитирана од Министерството за образование, која понатаму ќе им послужи за вработување во јавната администрација. Ние ја поддржуваме идејата за развој на претприемнички вештини и знаења и кај вработените во јавната администрација, која по дефиниција е бирократска, па дури и развој на внатрешното претприемништво во големите компании, како начин за подобрување на конкурентноста и продуктивноста, но претприемничкото учење е пред сè насочено кон себеоспособување за себеангажирање и создавање на нов, одговорен и проактивен начин на размислување, со цел креирање нови вредности и иновативни производи и услуги. Оттука и нашиот заклучок дека традиционалното сфаќање да се земе диплома за да се најде работа, по можност во јавната администрација, по дефиниција најнекреативна работна средина, сè уште останува една од најпосакуваните опции за вработување во нашата земја.

4.8.2. Стандарди за квалитет и сертификација

Прашањето за поставување стандарди за квалитет и сертификација, дури и во областа на неформалното образование, не е новина. Во согласност со *Осло агендата за претприемничко образование од 2006 година (European Commission 2006)*, и заложбите во областа: **Претприемнички активности во училишната и високо образование**, препорачана е иницијатива *G5 - Тестирање на претприемничките компетенции и доделување на сертификации (претприемничка возачка дозвола)*, се обративме до надлежното Министерство за образование и наука, а оттаму нè препратија до **Центарот за образование на возрасни**, бидејќи горе предложената едногодишна програма за претприемничко учење е во сферата на неформално образование.

За потсетување, во Република Македонија областа на неформалното образование е регулирана со **Законот за образование на возрасни**, донесен во 2008 година. Со донесувањето на овој закон се најавуваше стандардизирање на квалитетот на посебните програми за образование на возрасни.

Но дали по 7 години се чувствуваат саканите промени?

Според овој закон: „**Образование** за возрасни офаќа формално и неформално учење:

- **Формално образование** на возрасните означува дејност која се изведува согласно законите кои ја регулираат дејноста основно, средно и високо образование, доколку со овој закон не е инаку уредено.

- **Неформално образование** на возрасните означува организирани процеси на учење насочени за оспособување на возрасните за работа, за различни социјални активности или личен развој (член 3).

Како **понудувачи на овие услуги за образование на возрасни** можат да се јават: *јавните и приватните установи за образование на возрасните, институциите за образование на возрасните, центрите за усовршување, работодавачите и социјалните партнери, здруженијата на граѓани или индивидуалните обучувачи, кои ги исполнуваат условите прописани со овој закон (член 5)“.*

Иако **Министерството за образование** е надлежно за сите видови на образование во земјата, **Центарот за образование на возрасни** е главната јавна установа овластена за регулирање на овој секторот и за својата работа одговара пред Министерството. Оваа установа има бројни овластувања, но за потребите на овој труд ќе ги издвоиме следните:

- „Изготвува стандарди на занимања за програмите за образование на возрасните;
- Изготвува модел на јавноважечки програми за образование на возрасните;
- Врши **верификација на програми** за образование на возрасните;
- Издава **каџалог на донесени програми** за образование на возрасните и го објавува на официјалната интернет-страница на Министерството;
- Дава **мислење за исполнеоста на условите** на установите и институциите кои бараат верификација за реализирање на јавно признајните програми за образование на возрасните;
- Изработува **стандарди за простор и опрема** на установите и институциите за образование на возрасните;
- Издава **каџалог на верифицирани и лиценцирани установи и институции** за образование на возрасните и го објавува на официјалната интернет-страница на Министерството“.

Она што може да се забележи на веб-страницата на **Центарот за образование на возрасни (www.cov.gov.mk)**, е дека центарот ги има изработено сите потребни правилници за начинот на аплицирање за верификација на програма и лиценцирање на установата за неформално образование. До сега меѓу верифицираните програми се оние за: болничар, шминкер, козметичар, монтажер, фасадер, готвач, заварувач, молзач, фризер, молер, келнер, продавач и други стручни занимања, кои би влегле во делот за **квалификација и преквалификација**. Програми кои барем малку отскокнуваа се: англиски јазик за возрасни и професионален обучувач на обучувачи за возрасни.

Според Законот за образование на возрасни: „**йосебни програми за образование на возрасни се:**

- **Описменување на населението;**

- *Мајчин јазик и странски јазици;*
- *Преквалификација;*
- *Доквалификација;*
- ***Претприемништво и менаџмент;***
- *Информациско-комуникациски технологии;*
- *Креативно изразување и учество во културни и уметнички настани;*
- *Зачувување и заштита на околината;*
- *Посебни социјални вештини;*
- *Активно граѓанство;*
- *Основни познавања од науката и технологијата; и*
- *Други знаења, вештини и способности (член 18)“.*

Но, како што може да се забележи на нивната веб-страницата во јануари 2015 година, во регистрот на програми, сè уште **нема** верифицирани програми од областа **претприемништво и менаџмент**.

Кога во 2012 година се обртивме до Центарот за образование на возрасни за совет при верифицирање на нашата програма - *Претприемничка академија*, иако според *Заколот за образование на возрасни (Член 18) претприемништво и менаџмент* се една од 11 посебните програми за образование за возрасни, тие ни објаснија дека во нивната програма за работа се дава приоритет на стручното образование и неговото стандардизирање. Кај овој вид на обуки (областа претприемништвото) не можат лесно да се измерат резултатите од обуката, а со тоа и не можат лесно да се стандардизираат и затоа оваа област не е проритет во нивната агенда. Понудата заедно да работиме, со домашни и со странски експерти на креирање на наставна програма од оваа област беше исто така одбиена. Остана неодговорено и прашањето кога овој тип на обуки ќе влезат во групата на јавно признати програми и кога ќе може за оваа област, да се добие јавно признаен сертификат, зошто според ***Заколот за образование на возрасни*** „... за знаења, вештини, способности и компетенции се добива сертификацијата. Називот, содржината и формата на сертификацијата од став 1 од овој член го проишчува министерот надлежен за образование, доколку со друг закон не е поинаку определено“. Во јануари 2015 година повторно се обидовме да стапиме во контакт со овај центар, но не успеавме да реализираме средба.

И додека во Македонија доцни спроведувањето на Законот за неформално образование, а Законите за формално образование се фокусираат на ставање на знаењето и компетенциите во институционални рамки (државен испит / матура), светот и Европа размислуваат во сосема друг правец. *Thinking out of the box* е нов концепт на учење кој упатува да се размислува надвор од вообичаените рамки. На учениците им се дозволува да имаат различно мислење, да не се сложуваат со ставот на едукаторот или наставниот материјал, да поставуваат прашања и да имаат критички став кон информациите, сами да извлекуваат заклучоци и самостојно да носат одлуки врз основа на научно засновани факти, но и да бидат храбри во рушење на бариери, ограничувања, бирократски догми.

Исто така се воведува нов термин *Неофицијално (informal) учење*, кое се разликува од неформалното. „Додека **формално учење** секогаш е организирано и структурирано и има свои цели, **неофицијално (informal) учење** ретко е така структурирано, нема поставени цели во поглед на исходите на учењето и често не е намерно од гледна точка на ученикот“ (Стратегија за истраживачко учење на Република Македонија).

Некаде меѓу овие две се наоѓа и **неформално образование**, но поради големиот број на различни дефиниции и непостоењето консензус, тешко е да се наведе единствена дефиниција. Според новите обиди за дефинирање: „Се чини е јасно дека неформално учење е исто така организирано и има цели на учење, како и формално. Тоа може да се случи на иницијатива на поединецот, но исто така може да биде резултат на повеќе активности кои сами за себе имаат или немаат цели на учење“ (Стратегија за истраживачко учење на Република Македонија).

Важно е да се каже дека во некои земји целиот сектор на образование на возрастна скала во неформалното образование, додека кај други образованието за возрастна е формално. Како и да е, неформалното и неофицијалното образование се добар начин за проширување на знаењата, преквалификација, или едноставно исполнување на слободното време. На овој начин се обезбедува: доживотно учење, стекнување посебни технички компетенции, вмрежување, искористување на ресурси, препознавање нови можности во кариерата, самовработување и економска независност.

Нашиот став е дека неформалниот образовен сектор (образованието на возрасни) е нејасен и неправедно запоставен во Стратегијата за претприемничко учење на Република Македонија, која е премногу концентрирана на активности во формалното образование. Дека ова треба да се промени говорат и следниве факти: Прво, претприемничкото учење е доживотно учење и како такво не завршува со завршување на формалното образование. Второ, неформалното образование дава поголема можност за слободен пристап во едукативниот процес, кој нема да се заснова врз стерилно предавање на материјата туку активно учество на оние што сакаат да учат, и тоа преку практично искуство. Трето, бројни извештаи кои ги анализирале добрите практики за претприемничко учење укажуваат на тоа дека надобри претприемнички едукатори се оние што потекнуваат од стопанството и што имале предходно претприемничко искуство. Оттаму можеби треба да се размисли претприемничкото учење да се предава во тимови: едукатор теоретичар и едукатор практичар. Исто така, тимовите можат да бидат интердисциплинарни, па така на час по математика да присуствува економист кој работи во сметководство, банкарство, осигурување, инвестиции и сл. И четврто, истражувањата покажуваат (види подглава 4.5.4) дека најкорисно искуство учениците стекнуваат преку работа во виртуелни или реални компании, што има многу повеќе карактеристики на неформално, отколку формално образование.

4.8.3. Оценка на влијанието на претприемничкото учење

За да се добие квалитетно претприемничко образование неопходен е систем за оценка на програмите. Искуството покажува дека најуспешна оценка е независната, односно онаа која не е организирана од страна на институцијата што ја спроведува програмата. Тоа не значи дека институцијата не треба да спроведува своја интерна проверка на задоволството на клиентите од дадената услуга, со цел подобрување на квалитетот, но истовремено се препорачува оценка да спроведе и надворешна институција, и тоа компаративно: на почетокот и на крајот на програмата. Овој вид на оценка, независна и компаративна, треба да биде составен дел на сите програми за претприемничко учење.

Кај кратките неколку дневни или неколку неделни програми за обука, поради краткиот временски период не може да се очекува голема промена кај

слушателите. Тука оцената на влијанието треба да се мери пред и по завршувањето на обуката. Влијанието на подолгите едногодишни програми може да биде поголемо, но тука треба да има мерења на почетокот, веднаш по завршувањето на програмата, односно неколку месеци после завршувањето на програмата, па дури и по неколку години. Податоците во студијата на Babson College, водечка високообразовна институција во оваа област од САД, покажуваат дека многу од студентите кои имале некакво претприемничко образование (формално или неформално), поради неопходноста од работно искуство, отвораат компании после 5 години од завршувањето на студиите.

Во подглавата 4.5.4. веќе го споменавме извештајот *Претприемничко образование - Патој до успех* (European Commission, 2015) во кој се оценува влијанието на стратегиите и мерките за претприемничко образование врз индивидуалецот, институциите, економиите и општеството. Истражувањето е направено во 2013 година од страна на надворешна консултатска куќа ICF International, на барање на *Директоратиот за претприемнијатија и индустрија*. Тоа опфаќа 91 студија од 23 земји, од кои 84 претставуваат иницијативи на национално ниво, а 7 студии ги истражувале ефектите на меѓународни проекти што се спроведуваат во неколку земји.

Главен заклучок на ова истражување е дека *претприемничкото образование дава резултати*. Учениците и студентите кои учествувале во претприемничко образование со поголема веројатност започнуваат свои сопствени бизниси и нивните компании се поиновативни и поуспешни отколку оние водени од лица кои немале претприемничко образование. Овие студенти имаат најмал ризик да останат невработени, имаат постојани вработувања, работат на подобри работни места и заработуваат повеќе. Но позитивното влијание не се ограничува само на студентите. Резултатите од истражувањето покажуваат позитивно влијание и врз образовните институции, економијата и општеството. Во продолжение ги наведуваме конкретните **заклучоци**:

„Влијание врз индивидуалецот:

- *Ги зголемува амбициите за карьерен успех;*
- *Води кон поголема способност за вработување;*
- *Ги подобрува претприемничките вештини и стилови;*

- Води кон промени во однесувањето и поголеми пријателски намери.

Влијание врз институциите:

- Развиваат појаква пријателска култура;
- Забележуваат поголемо ангажирање на наставниците / професорите;
- Го интензивираат вклучувањето на останатите засегнати страни (бизнисот и заедницата).

Влијание врз економијата:

- Помага во креирањето на поголем број нови бизниси;
- Бизнисите водени од вака образованиите студенти постигнуваат поголем обрт, поголем број вработувања, користат по модерна технологија, остваруваат поголем приход и се иновативни.

Влијание врз општеството:

- Обезбедува еднаква социјална вклученост;
- Обезбедува висока годишна стапка на поврат на инвестициите вложени во пријателско образование“ (European Commission 2015).

Што понатаму? Ова истражување се обидува да ги подели научените лекции и искуства во претприемничкото образование преку давање **препорачки за идни активности:**

1. Пријателскиот треба да го изучуваат сите студенти / ученици, не само оние кои се заинтересирани;
2. Пријателско образование се акумулира со тек на време, па затоа е подобро повеќекратно изложување на учениците / студентите на пријателско образовно искуство;
3. Обуците за пријателство треба да бидат скроени по мерка на сите возрасти;
4. Пријателските тренинг-програми треба да бидат прилагодени на разликите на полове;
5. Пријателство најдобро се учи преку методи кои вклучуваат учење во реални услови;
6. Едукаторите се клучните актери кои треба да играат улога на идоли / ментори;
7. Воведувањето на пријателско образование во целошто училиште помага во подигањето на свеста кај наставниците;

8. Промени во едукативниите институции се можни само доколку и менаџментот и наставниот кадар ја поддржуваат идејата;

9. За целосно економско влијание, претприемничкото образование треба да биде вградено во претприемнички екосистем (систем од обуки, менторство, пристап до финансии и деловни мрежи за реализација на нивните планови / идеи);

10. Вмрежувањето и менторството се важни средства за поддршка;

11. Поголема поддршка и видливост, особено кај иновативни услуги и можности за учење;

12. Поддршката на претприемниството ќе придонесе за поразширено претприемниство;

13. Она што се мери обично и се реализира (едукативниите институции треба постојано да известуваат за она што е сработено).

Заклучоците од ова истражување во голема мера се поклопуваат со нашите препораки во однос на дисеминација на претприемничкото учење во Република Македонија кои ќе бидат подетално презентирани во заклучните согледувања и препораки.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА И ПРЕПОРАКИ

Предмет на истражување на овој докторат е анализа на напорите на земјите во светот, Европа и нашата земја за ширење на *претприемничката култура* како значаен фактор за градење на претприемничко општество базирано на знаење. Кога зборуваме за претприемничка култура на некоја земја мислиме на економската култура на таа земја, во која главни детерминанти се: *економскиот динамизам, иновациите, капацитетите за иновирање и успешно комерцијализирање, индивидуално - приватната иницијатива и креативност, претприемничкото учење, економскиот претприемнички капитал и високата претприемничка свесност*. Високата претприемничка култура на определена земја се мери преку тоа колку земјата е богата со нови идеи и иновации кои можат да бидат профитабилни, како и колку се претприемачите подготвени да пробуваат да произведуваат нови производи и услуги со користење на нови методи.

Основна цел на истражувањето е *да се предложат можни начини и пристапи на ширење на претприемничката култура и градење на претприемничко општество во Република Македонија*.

Нашата *анализа на глобалните претприемнички текови во светот*, покажа дека токму *претприемничката култура на нацијата* ги прави САД најпретприемничка нација во светот, т.е. САД се најблиску до она што во економската литература се перцепира како претприемничко општество. Постоенето на висока претприемничка култура, релативно слободен пазар и високо продуктивна работна сила, погодна регулатива, слаби бариери, достапност на претприемнички капитал се елементи кои ги охрабруваат малите бизниси да се борат и да бидат конкурентни и успешни во денешната глобална економија и ги наградуваат оние кои преземаат ризик и работат профитабилно. Претприемништвото во САД е високо почитуван концепт кој е длабоко навлезен во сите области на општественото живеење.

Едно е сигурно: претприемништвото станува *глобален процес* кој креира нови вредности преку поддршка на сличностите и разликите меѓу земјите во светот. Но нашата анализа на глобалните претприемнички активности покажува дека земјите со различен степен на развој имаат различни претприемнички

ставови, аспирации и активности. Дури и земји со приближен степен на развој покажуваат различно ниво на претприемнички активности. Оттука, политиките за поддршка на претприемништвото и ширење на претприемничката култура треба да бидат креирани според потребите и спецификите на секоја земја.

Нашата анализа потврди дека *земјите членки на ЕУ* прават континуирани напори за промоција и развој на претприемништвото, за ширење на претприемничката култура и доближување до состојбите во САД како претприемничко општество. Меѓутоа, како што е познато, Лисабонската стратегија, чиешто амбиции, најшироко гледано беа промовирање на претприемништвото и претприемничката култура во сите пори на општеството, не ги постигна очекуваните резултати. Основата на проблемите кај европските земји и понатаму лежи во она што нобеловецот Фелпс го дефинира како релативен недостиг на економски динамизам, односно на нови претприемнички идеи, иновации и нивно побавно комерцијализирање, во однос на состојбите во САД. Навистина, во одделни европски земји (посебно во дел од старите членки на ЕУ-Германија, В. Британија, Франција, па и Италија) развојот на претприемништвото во периодот по нафтените шокови е евидентен, но проблемите се усложнија со големото проширување на ЕУ и приемот на дел од екс социјалистичките земји во европското семејство, и недоволниот развој на претприемништвото токму во овие земји. Тоа и понатаму го одржува јазот во степенот на развојот на претприемништвото и претприемничката култура на релација САД - ЕУ. Но развојот на претприемничката култура е бавен и долготраен процес кој бара време и посветеност, а закрепнувањето на Европа од глобалната финансиска и економската криза од 2007 до 2009 година е релативно бавно и тешко. На самиот почеток фокусот беше ставен на подобрувањето на јавните финансии и јакнењето на финансискиот систем, но за економско закрепнување клучно е зајакнувањето на реалната економија, индустриските претпријатија и малите бизниси што испорачуваат конкурентни производи и услуги.

Нашата анализа на развојот на претприемничката култура во Европа покажа дека и покрај охрабрувачкиот прогрес, ЕУ сепуште треба да презема значајни чекори за да го ослободи целосниот потенцијал на МСП. Тие сè уште имаат ниска продуктивност, низок раст, потешкотии во пристапот до средства за

финансирање на нивниот раст, посебно до ризичен капитал (бизнис ангели и официјални ризични фондови), до средства за истражување и развој и сл. Ситуацијата, повторно релативно, во однос на САД, е уште полоша поради недостаток на менаџерски и технички вештини, како и поради ригидноста на пазарот на труд на национално ниво. Затоа е крајно време, во Европската унија не само да се креираат туку и да се имплементираат политиките за поддршка на МСП, кои би направиле голем пресврт во економијата. Исто така е потребно Европа да посвети поголемо внимание на интернационализација на МСП преку европските фондови за поддршка на претприемништвото.

И покрај недоволната успешност на Лисабонската агенда, Европа продолжува да го поддржува успешното претприемништво и да ја подобрува бизнис климата за МСП и со најновата стратегија *Претприемништво 2020 Акциски план (2013)*. Трите столба врз кои се заснова оваа стратегија се: 1) претприемничко образование и обука; 2) креирање на окружување каде претприемачите можат да процветаат и да растат; и 3) славење на добри примери и поддршка на специфични групи чиј претприемнички потенцијал не е доволно деловно поддржан.

Како што споменавме предходно, основна цел на овој докторски труд беше, врз основа на проучување на релевантна литература од областа и сумирање на искуствата во развојот на претприемништвото и ширењето на претприемничката култура во САД и Европа, да понудиме анализа за состојбите во оваа сфера во Република Македонија и да формулираме сугестии и насоки за нивно подобрување кај нас.

Во Република Македонија претприемништвото е со *Устав загарантирана категорија*, уште од осамостојувањето во 1991 година. Но, заживувањето на процесот на *приспособување на Република Македонија кон европските стандарди во доменот на претприемништво* започнува во 2001 година, кога е донесена *Националната стратегија за МСП* и започната изработката на *Оисервацијата за МСП на РМ*, односно 2003 година кога нашата земја станува членка на *Европската повелба за мали и средни претпријатија*. Тогаш сериозно започнува да се следи напредокот на нашата земја во 10 клучни области на развој на претприемништвото. Во 2005 година Република Македонија станува земја

кандидат за членство во Европската унија, а во 2008 година за прв пат учествува во студијата за Глобалното следење на претприемништвото (ГЕМ).

Извештајот од 2013 за *Глобалниот мониторинг на претприемништво* во 70 земји во светот покажува дека во Република Македонија е недоволен обемот и квалитетот на претприемнички активности. Иако индексите на Македонија за *индивидуалните перцепции* и *националните ставови* се просечни за групата во која припаѓа (економии базирани врз ефикасност) тие не секогаш водат кон квалитетни *претприемнички активности* - напротив, тие во нашиот случај се многу пониски од просекот во групата. Квалитетот на претприемнички активности е сè уште низок што се гледа од високиот индекс на претприемнички активности мотивирани од потреба, т.е. сè уште нискиот индекс на претприемнички активности мотивирани од можности, што е атипично во однос на високо развиените земји.

И покрај сè, нашата анализа потврдува дека во Република Македонија *процесот на развојот на претприемничка култура е зајочнај*. Направени се значајни реформи за подобрување на претприемничката клима, дел од клучните сегменти на претприемничкиот амбиент, *de facto*, се подобрени (регулаторна „гилотиња“, воведување едношалтерски систем, реформи на катасторот и регистрација на имот, олеснувања во издавањето на градежни дозволи и сл.), формирани се институции кои треба да го поддржуваат претприемништвото на национално и регионално ниво и донесени се бројни стратегии, програми и политики за поддршка на претприемништвото. Направено е реструктурирање на даночниот систем преку намалувањето на даночните и административни оптоварувања, макроекономската рамка останува стабилна, бројот на ново отворени бизниси расте, има напредок и во доменот на привлекување на странски директни инвестиции и сл.

Сепак според нашето истражување неопходен е развој на претприемничката култура во Република Македонија *со побрзо темпо*. Затоа предлагаме истовремени, паралелни напори на три нивоа:

1. На *ниво на окружување* - преку подобрување на *претприемничката клима, економскиот претприемнички капитал* и *подигање на јавната свес*;

2. На **ниво на организација** - преку зголемување на капацитетот за иновирање на МСП и подобрување на способноста за комерцијализирање на иновациите;
3. На **индивидуално ниво** - преку подобрување на претприемничките знаења и вештини на поединецот со претприемничкото учење на сите нивоа во општеството.

1. На ниво на окружување: Нашата прва препорака за подигнување на нивото на претприемничката култура во Република Македонија е **подобрување на бизнис-окружувањето** и ослободување од: корупцијата и инволвираноста на политиката во бизнисот, партиското поставување на менаџери во јавни агенции, регулаторни комисии и државни институции, партиски вработувања и партиско делење тендери. Крајно време е политичарите да го остават бизнисот да си ја работи својата работа. Исто така потребно е воспоставување на подобра платежна дисциплина, поголемо етичко однесување меѓу фирмите, воспоставување врски на соработка меѓу странските и домашните компании, подобрување на инфраструктурата на локално ниво и давање подеднаква шанса за развој на бизниси во сите региони на Република Македонија. Потребно е зајакнување на приватниот сектор кој ќе излегува со свои барања за подобрување на бизнис-климата. Појак бизнис сектор води кон поголем раст и развој, поголеми даночни приходи за државата, поголем број нови работни места и поголема благосостојба за сите.

Градењето на претприемничката култура, подразбира и јакнење на капацитетот на дејствување на постојните институции за поддршка на претприемништвото - Агенцијата за поддршка на претприемништвото на РМ, бизнис инкубаторите, регионалните центри за МСП, Македонската банка за поддршка на развојот и др, како и градење на нови институции - бизнис ангели и бизнис ангелски мрежи, официјални ризични фондови, научни паркови, кластери и сл.

Иако подобрувањето на *рамкаџа на услови* важни за започнување и поддршка на бизнис е добар почеток, сепак политиките и иницијативите што се насочени кон подобрување на деловниот амбиент не се секогаш решавачки за зголемувањето на бројот на новоформирани бизниси. Постојат докази дека преку

полициските насочени кон промена на перцепцијата, може да се делува на подобрување на ставовите и способностите во однос на претприемништвото. Висока претприемничка свест претставува сеп од оштито прифатени верувања дека претприемништвото е паметна и почитувана опција во кариерата на секој професионалец. Во повеќето земји, вклучително и нашата, ваквите верувања не преовладуваат што е делумно последица на претходниот систем на уредување. За да се подобри состојбата треба да се работи на **промена на јавната свест** за претприемништвото и претприемачот, да се менува ставот и перцепцијата на јавноста, да се менува начинот на гледање на работите. Потребни се постојани кампањи за подигање на претприемничката писменост кај сите граѓани и славење на успешни претприемнички приказни, но треба да се има предвид дека промената на перцепцијата е процес кој се одвива бавно. Оттука, споменатите активности треба да се одвиваат во континуитет.

2. На ниво на организација: Втора препорака која произлегува од нашето истражување за подобрување на претприемничката култура во Република Македонија е **зголемување на капацитетите за иновирање на малиите и средни претпријатија**. Зајакнувањето на технолошкиот капацитет на МСП, односно капацитетот за учење и инкорпорирање на знаењето е важен предуслов за да има едно претпријатие капацитет за иновирање. Иновативното претпријатие мора да трага по нови информации, да експериментира со нови технологии и да создава нови знаења. Тоа мора да ги храни своите вработени со потребните информации, да пронаоѓа нови начини за организирање на производството и да ги обучува своите вработени да стекнуваат нови вештини.

За жал, *фирмите во нашата земја не покажуваат особен интерес за иновирање*, па затоа инвестирањето во истражување и развој е многу ниско. Најголема иновативност покажуваат големите претпријатија, во финансискиот сектор и информациско-комуникацискиот сектор, а процентот на високо иновативни фирми во Република Македонија е исклучително низок и изнесува само 2%, наспроти 10% во земјите на ОЕЦД. Повеќе од 1/2 македонски фирми сметаат дека најголеми препреки за иновирање претставуваат: трошоците за иновирање, недостаток на сопствени средства и недоволен пристап до надворешни извори на средства.

Но процесот на иновирање не ги опфаќа само претпријатијата туку и сите други организации и институции со кои се во меѓусебна интеракција. Иновативните претпријатија не можат да учат во изолација туку се поврзуваат со универзитети и други организации кои создаваат знаење. Затоа е исклучително важно да се негуваат **врскиџе меѓу бизнисоџи и наукаџи**. Загрижува фактот што само 5% од македонскиџе фирми имааџи некаква џоврзаностџ со истрџражувачкиџе инстџиџуции во земјаџи. Исто така, нашата анализа покажа дека бројот на истражувачки проекти и објавени научно-истражувачки трудови не се директно поврзани со зголемувањето на бројот на иновации во претпријатијата. За таа цел е потребно истражувањата да бидат апликативни и направени според потребите и барањата на МСП. На тој начин ќе се зголеми и интересот на бизнис-секторот за поголема соработка со научно-истражувачките институции.

Од друга страна и претпријатијата треба да покажат поголема иницијатива за инвестирање во истражување и развој, за иновирање, за креирање нови производи и услуги, за постојана доквалификација на своите вработени. Ова секако зависи од постоењето на здрава конкуренција на пазарот, која во нашата земја е оневозможена поради инволвираноста на политиката во тендерските постапки, па голем број претпријатија немаат потреба да се натпреваруваат со конкуренцијата.

Оттаму, иако претпријатијата се тие што иновираат, **креаџиџорскиџе** на џолиџиџи се оние кои можат да создадат стимулирачки услови за истражувања и иновации, преку фер јавни набавки на иновативни производи и услуги, даночни ослободувања или реализирање на заеднички иновативни проекти. Во Република Македонија овие политики се во голема мера формално усогласени со политиките на ЕУ и Стратегијата Европа 2020. **Националнаџа џроѓрама за научно истрџражување и развој (2012 - 2016) во Република Македонија** предвидува **зголемување на џрошоциџе за истрџражување и развој на 1%** од БДП од **сегашиџиџе 0,22%**, а за наредните 5 години (до 2020 год.) и до 1,8% до 2020 година. Исто така, се предвидува **учесџивоџиџо на бизнис-секџороџи да досџиџне 50%** во вкупните трошоци за истражување и развој, бидејќи од сегашните 0,22% **само 0,04% џоџекнувааџи од бизнис-секџороџи**, 0,09% отпаѓаат на Владата и 0,09% на универзитетите. За реализирање на оваа цел е неопходна и политичка волја за подмаќинско трошење на буџетските средства. Со заштеди и елиминирање на

непродуктивната буџетска потрошувачка можат да се обезбедат далеку поголеми средства за истражување и развој. Формирањето на Фондот за иновации и технолошки развој, во овој контекст, е позитивен пример за рационално трошење на буџетот.

Република Македонија, според *Извештајот од 2013 на ERAWATCH*, е окарактеризирана како *скромно иновативна земја, со попросечни перформанси, и со индекс од 0,238*, што е далеку пониско од европскиот просек од 0,544. Системот за истражување е високо централизиран на државно ниво и затоа се потребни итни промени: 1) децентрализација на системот на истражување; 2) создавање регулатива за поддршка на иновирањето; 3) зголемување на бројот на истражувачи преку реформирано образование кое стимулира креативност и иновативност; 4) вработување на креативни и иновативни лица во МСП; 5) поголема соработката меѓу науката и бизнисот според потребите и барањата на МСП; 6) стимулирање на бизнис секторот да инвестира повеќе во истражување и развој преку фер јавни набавки, даночни олеснувања и фондови за поддршка на конкретни иновативни проекти; 7) воспоставување соработка на домашни и странски истражувачи и дисеминација/трансфер на нови технологии и 8) лесен пристап до финансии поврзани со претприемништвото, иновациите и знаењето, како и стимулирање на неформалниот (бизнис-ангели) и формалниот (официјални ризични фондови) ризичен капитал.

3. На ниво на индивидуа. Третата препорака за унапредување на претприемничката култура во Република Македонија е поврзана со развојот на претприемничките ставови, знаења и вештини на поединецот. Во претприемничкото општество индивидуалецот е соочен со огромен предизвик: *попребајќа од континуирано учење*. Тој треба да стане одговорен за своето постојано усовршување, заради личен развој и развој на сопствената кариера. Воведувањето на претприемничко учење во животот на децата и младите уште од најрана возраст овозможува градење **креативни и самомислечки индивидуалци** кои ќе поседуваат позитивен, флексибилен и приспособлив став кон сѐ почестите општествени промени. Тие стануваат активни граѓани на општеството и се постојано мотивирани од прашањата: што јас можам да направам за себе, за своето семејство, за својата организација, за својата заедница, за својот регион, за својата земја?

Проучувајќи ги светските искуства дојдовме до заклучок дека на претприемничкото учење треба да се гледа како на *посвојан процес кој на долг рок дава одлични резултати*. Оние кои учествувале во претприемничко образование со поголема веројатност започнуваат свои сопствени бизниси. Нивните компании се поиноватини и поуспешни отколку оние водени од лица кои немале претприемничко образование. Тие имаат најмал ризик да останат невработени, имаат постојани вработувања, работат на подобри работни места и заработуваат повеќе. Но позитивното влијание не се ограничува само на индивидуалецот. Резултатите од истражувањето покажуваат позитивно влијание на претприемничкото образование и врз образовните институции, економијата и општеството.

За потребите на овој труд, со цел да се согледа состојбата со претприемничките знаења и вештини во нашата земја, беше спроведена анкета со однапред подготвен прашалник составен од 24 прашања. Лица на возраст од 19 до 51 година, со различен степен на образование, различно работно искуство и од различен стручен профил, доброволно го пополнуваа прашалникот по електронски пат. Беа добиени одговори од 125 лица.

Најголемиот број од испитаниците имаа позитивно мислење за себе и своите способности, но во голема мера чувствуваа недостиг од претприемнички знаења и вештини. На прашањето: Дали би посетувале претприемничка академија?, само 39 од 125 лица одговорија потврдно, но ниту еден не беше подготвен да плати за тоа. Оттаму и заклучокот дека кај луѓето постои потреба од претприемничкото учење, но сè уште не постои доволна свест за таа потребата и придобивките од претприемничко образование, иако станува збор за популација која работи (46% од пријавените) и која има сопствени приходи (средства), но не и желба да направи реални промени во својот живот.

Според нашето истражување, за да помогне претприемничкото учење во развојот на претприемничката култура во Република Македонија, потребно е: 1) *претприемничкото учење да биде инкорпорирано на сите нивоа на образование (формално и неформално), на сите возрасти и во сите сфери на општеството*; 2) *едукативните програми да бидат скроени по мерка на сите возрасти*; 3) *да се формираат мрежи на претприемнички едукатори (теоретичари и практичари)*;

4) да се формираат иррејиреимнички образовни институции; 5) да се спроведува дисеминација на иррејиреимничкото учење; 6) да се користат европски фондови за иррејиреимничко учење.

Колку Република Македонија ќе успее да ја развие претприемничката култура како значаен фактор во процесот на прилагодување на земјата кон европските стандарди, ќе зависи од **успешната координација на активностите на сите ири нивоа: окружување, организација и индивидуа**. Тие се во меѓусебна зависност затоа што подобрата претприемничка клима создава нови можности и за МСП и за секој поединец, претприемнички писмената работна сила внесува креативност и иновативност во организациите, вложувањето во истражување и развој води до поголема комерцијализацијата на иновациите и создавање на нови производи и услуги, а сето тоа ја зголемува здравата конкуренција на пазарот, отвора нови бизниси, нови работни места и ја подобрува благосостојбата во општеството.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. **Агенција за поддршка на претприемништво на Република Македонија.** (2005). Извештај за реализација на програмата за поддршка на претприемништво за 2004 година. Скопје.
2. **Агенција за поддршка на претприемништво на Република Македонија.** (2006). Извештај за реализација на програмата за поддршка на претприемништво и создавање на конкуренција во малото стопанство за 2005 година. Скопје.
3. **Агенција за поддршка на претприемништво на Република Македонија.** (2005). Ојсерваторија за МСП во Република Македонија - Извештај за 2004. Скопје.
4. **Агенција за поддршка на претприемништво на Република Македонија.** (2006). Европска повелба за мали претпријатија - Извештај за 2005. Скопје.
5. **Агенција за поддршка на претприемништво на Република Македонија.** (2007). Самооценувачки извештај во однос на Европската повелба за мали и средни претпријатија - Извештај за 2006. Скопје.
6. **Amorós E. J., Vosma N. (Eds).** (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 - Global report.* <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>.
7. **Андонова Соња.** (2003). Трансфер на технологија и улога на центриите во реализација на усвоен трансфер. Зборник на трудови: Странскиот капитал во функција на технолошкиот развој на Република Македонија, стр. 55 - 71. Здружение за одржлив развој. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
8. **Audretsch, D. B., Thurik, A. R. (2004).** *The model of the entrepreneurial economy. International Journal of Entrepreneurship Education.*
9. **Audretsch D., Monsen E. (2007).** *Entrepreneurship Capital: A Regional, Organizational, Team, and Individual Phenomenon. Max Planck Institute of Economics, Entrepreneurship, Growth and Public Policy Group. Papers on Entrepreneurship.*
10. **Audretsch B. D., and Keilbach M. (2004).** *Entrepreneurship Capital and Economic Performance.*
11. **Audretsch B. D., and Keilbach M. (2008).** *The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship and Economic Growth. Max Planck Institute of Economics, Entrepreneurship, Growth and Public Policy Group. Papers on Entrepreneurship,*
12. **Balkan Children and Youth Foundation. (2006).** *Final Report on the Technical Assistance / Capacity Building Interventions for the Personnel of Babylon Centres,* Скопје.
13. **Bateman Milford, Fiti Taki, Futo Peter i Usenic Hedvica. (2007).** *The Local Financial System and Sustainable SME Development in South-East Europa, Lessons from Hungary, Macedonia and Slovenia. In: Will Bartlett, Milford Bateman and Maja Vehovec (Eds.), Small Enterprise Development in South-Est Europe, Policies for Sustainable Growth, Kluwer Academic Publishers, Boston (Dordrecht) London, p. 83 –125.*
14. **Baumol J. William (2010).** *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship. Princeton University Press.*

15. **Baumol J. William** (2011). *Economics and entrepreneurship*, *World Encyclopedia of Entrepreneurship*.
16. **Блажевски Б.** (2003). *Конкурентноста - најпродолжителен фактор за развојот*. Зборник на трудови: *Конкурентноста на економијата на Република Македонија*, 27 - 40. Здружение за одржлив развој. Фондација "Фридрих Еберт". Скопје.
17. **Блажевски Б.** (2003). *Странскиот капитал во функција на унапредување на технолошките процеси и поддршка на развојот*. Зборник на трудови: *Странскиот капитал во функција на технолошкиот развој на Република Македонија*, 19 - 35. Здружение за одржлив развој. Фондација "Фридрих Еберт". Скопје.
18. **Birch David** (1979). *The Job Generation Process*
19. **Brush Candida** (2013). *Does entrepreneurship education matters? Forbs*.
20. **Bosma Niels, Harding Rebeka.** (2007). *Global Entrepreneurship Monitoring (GEM) 2006 Summary Results*. Babson College and London Business School.
21. **Bosma Niels, Jones Kent, Autio Erkko, Levie Jonathan.** (2008). *Global Entrepreneurship Monitoring 2007 Executive Report*. Babson College and London Business School.
22. **Bosma Niels, Acs J. Zoltan, Autio Erkko, Coduras Alicia, Levie Jonathan.** (2009). *Global Entrepreneurship Monitoring 2006 Executive Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo and London Business School.
23. **Bosma N., Acs J. Z., Autio E., Coduras A., Levie J. (Eds.)**. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor 2008 - Global report*.
<http://www.gemconsortium.org/docs/download/264>.
24. **Bourdieu P.** (1986). *The Forms of Capital*. In: *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Richardson J. (Ed.), New York, Greenwood, USA, pp. 241-258.
25. **Brian Tracy.** (2002). *21 Great Ways to Start and Build Your Own Successful Business*. Compact Disc.
26. **Booz Allen Hamilton.** (2006). *Macedonian Competitiveness Activity Final Project Report*. Скопје.
27. **Влада на Република Македонија.** (2007). *Програма за развој на предприемништво, конкурентноста и иновативноста на малиите и средни предпријатија (2007 - 2010)*. Скопје.
28. **Влада на Република Македонија.** (2008). *Закон за образование на возрасните*. Сл. Весник на Република Македонија, бр. 07/08.
29. **Влада на Република Македонија.** (2011). *Стратегија за иновации на Република Македонија 2012 - 2020*.
<http://arhiva.vlada.mk/registar/?q=node/427>.
30. **Влада на Република Македонија.** (2014). *Стратегија за предприемничко учење во Република Македонија 2014 - 2020 г.*
<http://www.mon.gov.mk/images/ArticzDOC/Strategija%20za%20pretpriemacko%20ucenje%20vo%20RM%202014-2020%20MK%20%202.12.2014.pdf>.
31. **World Development Report.** (2005). *A Better Investment Climate for Everyone*. World Bank and Oxford University Press.

32. **Gallup World Poll.** (2012). *Global barometer of hope and happiness at year end 2012.*
<http://www.wingia.com/web/files/news/38/file/38.pdf>.
33. **Gilder George** (2012). *Wealth and Poverty: A New Edition for the Twenty-First Century*
34. **Global Entrepreneurship Institute.** (2014). *Global Entrepreneurship.*
<http://blog.gcase.org/global-entrepreneurship>.
35. **Груевски Т.** (2004). *Како до успеен бизнис. Здружение за одржлив развој. Скопје.*
36. **Gray David & Knonetzki Alexander.** (2006). *Honoring America's Entrepreneurial Culture.*
37. **Државен завод за статистика.** (2014). *Соопштение бр.2.1.14.25. Иновативни деловни субјекти во периодот 2010-2012.*
38. **De Tocqueville A.** (1838). *Democracy in America. New York, USA.*
39. **Drucker P.** (1993). *Innovation and Entrepreneurship. Harper Business, New York City, USA.*
40. **Европска агенција за реконструкција.** (2004). *Обзорваторија за МСП во Македонија - Извештај за 2002. Скопје.*
41. **Европска ипренинг фондација (ЕТФ).** (2006). *Клучни компетенции за доживотно учење, 2006. Скопје.*
42. **Европска Комисија** (2013). *Европската Унија на крајко: Прејријатија*
43. **Европска Фондација за обука.** (2014). *Стратегија за ипрееприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 година.*
44. **Ефимовски Димитар.** (2002). *Прејприемништво, малиот бизнис и економскиот развој - примерот на Тајван. Зборник на ирудови: Партиципација и кризата во Македонската економија. Економски институт. Фондација "Фридрих Еберт". Скопје.*
45. **Enterprise for research, consultancy and services (BSC ESTEK).** (2005). *Assessment on the Enabling Environment for business in the Republic of Macedonia. Скопје.*
46. **Enterprise policy development in the Western Balkans.** (2007). *EC's Directorate General for Enterprise and Industry and the OECD Investment Compact, ETF and EBRD.*
47. **European Commission.** (2000). *Directive 2000/35/EC on combating late payment in commercial transactions. Official Journal of the European Communities, L 200/35.*
48. **European Commission.** (2000). *Lisbon Strategy.*
http://www.nfer.ac.uk/shadomx/apps/fms/fmsdownload.cfm?file_uuid=A981D451-C29E-D4D-0F80-CF19EEAC0527&siteName=nfer.
49. **European Commission.** (2001). *European Charter for Small Enterprises. Annual implementation report. Report from the Commission. COM (2001) 122.*
50. **European Commission.** (2002). *Maribor declaration on small firms.*
<http://www.highbeam.com/doc/1G1-85917853.html>.
51. **European Commission.** (2003). *Green Paper on Entrepreneurship. Brussels.*
52. **European Commission.** (2004). *Helping to create an entrepreneurial culture. Brussels.*
53. **European Commission.** (2004). *Action Plan: The European agenda for Entrepreneurship. European Commission, Brussels, COM (2004) 70.*

54. **European Commission.** (2005). *European Youth Pact*. European Commission, Brussels, COM (2005) 206.
55. **European Commission.** (2005). *Lisbon Strategy*.
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52005DC0024>.
56. **European Commission.** (2006). *Creating an Innovative Europe*. Luxembourg.
57. **European Commission.** (2006). *Lisbon Agenda - Integrated Guidelines for Growth and Jobs - Progress Report*.
http://www.taoiseach.ie/eng/Publications/Publications_Archive/Publications_2006/Lisbon_Agenda_-_Integrated_Guidelines_for_Growth_and_Jobs_-_Progress_Report_October_2006_as_submitted_to_the_European_Commission_.html#sthash.G0nOtCX6.dpuf.
58. **European Commission.** (2007). *Report on the implementation of the Entrepreneurial Action Plan*. Brussels.
59. **European Commission.** (2007). *Flash Eurobarometer 2007*.
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/fe_2007_en.htm.
60. **European Commission & OECD.** (2007). *Report on the implementation of the European Charter for Small Enterprises in the Western Balkans*. Brussels.
61. **European Commission.** (2008). *European Innovation Scoreboard 2007 – Comparative Analysis Innovation Performance*. Luxembourg.
62. **European Commission.** (2008). *Innobarometer, 2007*.
63. **European Commission.** (2008). *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions: “Think Small First”, A “Small Business Act” for Europe*. COM (2008), 394.
64. **European Commission.** (2010). *Lisbon Strategy evaluation document*. SEC (2010) 114.
http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/lisbon_strategy_evaluation_en.pdf.
65. **European Commission.** (2012). *Lifelong Learning Programme the ERASMUS programme 2010 - 2011. A Statistical Overview*.
http://ec.europa.eu/education/library/statistics/ay-10-11/report_en.pdf.
66. **European Commission.** (2013). *SME Policy Index 2012*.
<http://www.oecd.org/investment/psd/smepolicyindexeasternpartnercountries2012.htm>.
67. **European Commission.** (2013). *ERAWATCH Country Report for Macedonia*
68. **European Commission.** (2014). *Green Action Plan for SMEs*.
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/public-consultation-green-action-plan/index_en.htm.
69. **European Commission.** (2014). *Innovation Union Competitiveness Report 2013*.
70. **European Commission.** (2015). *Entrepreneurship education - A road to success*
71. **European Commission.** (2015). *Europe 2020*.
http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm.
72. **European Training Foundation.** (2002). *A management tool kit on training needs assessment and programme design*. Italy.
73. **European Training Foundation.** (2002). *National Observatory Report of the Ministry of Education and Science of RM*. Italy.

74. **European Union** (2015). *Press Release*
75. **Зарезанкова П. Марија.** (2000). *Перспективите на малото ситоанство. НЕОЛ - Ристо - ДООЕЛ. Скопје.*
76. **Зарезанкова П. Марија.** (2002). *Местото на малиите и средни претпријатија во претпријатувањето на производството. Зборник на трудови: Производствено претпријатување на економијата на Република Македонија, 95 - 108. Здружение за одржлив развој. Скопје.*
77. **Зарезанкова П. Марија.** (2003). *Индустриските грозови во функција на развој на конкурентноста. Зборник на трудови: Конкурентноста на економијата на Република Македонија, 41 - 60. Здружение за одржлив развој. Фондација "Фридрих Еберт". Скопје.*
78. **Зарезанкова П. Марија.** (2003). *Технолошкиот развој на малиите и средните претпријатија со унапредување на соработката со странските партнери. Зборник на трудови: Странскиот капитал во функција на технолошкиот развој на Република Македонија, 85 - 102. Здружение за одржлив развој. Фондација "Фридрих Еберт". Скопје.*
79. **Зарезанкова П. Марија.** (2004). *Макроекономската стабилност и полициската на поддршка на претприемништвото. Зборник на трудови: Макроекономската стабилност и економскиот расцвет на Република Македонија, 93 - 109. Здружение за одржлив развој. Друштво за издавачка дејност "Влабор". Скопје.*
80. **Зарезанкова П. Марија.** (2004). *Ирско чудо во Македонија. Билтен на Министерството за економија. Бр. 3. 3*
81. **Зарезанкова П. Марија.** (2004). *Охрабрување на жените за претприемништво. Зборник на трудови: Партиципација и кризата во Македонската економија. Економски институти. Фондација "Фридрих Еберт". Скопје.*
82. **Zimmerer Tomas, and Scarborough Norman.** (2005). *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management, Fourth Edition. Pearson Education International.*
83. **INOTEH Consulting.** (2007). *Final Evaluation Report for E-BIZ Project. Скопје.*
84. **INOTEH Consulting.** (2006). *Evaluation Report for Macedonian Competitiveness Activity. Скопје.*
85. **JA-YE Europe.** (2007). *Company Programme Survey Report Europe.*
<http://www.studentcenter.ro/userfiles/file/JA-E%20Company%20Programme%202007.pdf>.
86. **Јованова Гордана.** (2005). *Претприемничкиот предизвик на фирмата за интернационализација на бизнисот преку директна телевизиска продажба. Магистерски труд. Скопје.*
87. **Kaufman Foundation.** (2013). *Contagious Entrepreneurship: People Who Know Entrepreneurs Are More Likely to Become Entrepreneurs.*
<http://www.kauffman.org/newsroom/2013/10/people-who-know-entrepreneurs-are-more-likely-to-become-entrepreneurs>
88. **Kingston University.** (2012). *50 Years of Young Enterprise. Impact. Kingston University study.*
<https://www.jaworldwide.org/inside-ja/Reports/50th%20Book%20UK%20Impact%20study.Pdf>.

89. **Кусакаџов Х., Пеџковска Б. Таџџана.** (2003). *Некои аспекти на конкуренцијата на Македонската економија. Зборник на трудови: Конкуренцијата на економијата на Република Македонија*, 93 - 109. Здружение за одржлив развој. Фондација “Фридрих Еберџ”. Скопје.
90. **Косџадинов Тошо.** (2007). *Претприемништво како фактор на интернационализацијата на МСП од агрокомлексоџ. Маџистерски труд.* Скопје.
91. **Laffer Artur.** (2004). *The Laffer Curve, Past, Present and Future.* Heritage Foundation, Washington DC, USA.
92. **Laffer Artur** (2014). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of States: How Taxes, Energy, and Worker Freedom Change Everything*
93. **Liikanen Erkki (Ed.)** (2004). *Introduction to “Helping to create an entrepreneurial culture”.* European Commission, Brussels.
94. **McClelland David** (1987). *Characteristics of Successful Entrepreneur*, page 219-233, *The Journal of Creative Behaviour*, Volumen 21, Issue 3
95. **Македонска развојна фондација.** (2002). *Стратешки план на Македонската развојна фондација (МРФП) 2002 - 2006.* Скопје.
96. **Македонска развојна фондација.** (2002). *Активностџ за мали и средни претпријатија во Република Македонија.* Скопје.
97. **Macedonia Country Committee of SECI.** (2002). *The economy and business environment. Greece.*
98. **Маџова Виолеџа.** (2003). *Програмски пристаџ за корисење на странски капитал за поддршка на технолошкиџ развој. Зборник на трудови: Странскиџ капитал во функција на технолошкиџ развој на Република Македонија*, 133 - 141. Здружение за одржлив развој. Фондација вФридрих Еберџг. Скопје.
99. **Mill John Stuart** (1909) *Principals of Political Economy.* London; Longmans, Green and Co. 7-th edition
100. **Министерство за економија на Република Македонија.** (2002). *Национална стратегија за развој на малиџе и средни претпријатија.* Скопје.
101. **Министерство за економија на Република Македонија.** (2007). *Ревидирана национална стратегија за развој на малиџе и средни претпријатија (2002 - 2013).* Скопје.
102. **Министерство за образование и наука на Република Македонија.** (2004). *Национален програма за развој на образованиеџо во Република Македонија 2005-2015.* Скопје.
103. **Министерство за образование и наука на Република Македонија** (2014). *Стратеџијата за претприемничко учење на Република Македонија 2014 - 2020 година.*
104. **Ministry of Economy.** (2005). *Investing in Macedonia.* Скопје.
105. **Michael Porter E. M., Schwab K.** (Eds.). (2008). *The Global Competitiveness Report 2008–2009.* World Economic Forum.
<http://www.weforum.org/pdf/GCR08/GCR08.pdf>.
106. **Murray, Calulier-Grice and Mulgan** (2010). *Open Book of Social Innovation.*

107. **Nadim A., and Seymour G. R.** (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. OECD Statistics Working Paper STD/DOC (2008)1, OECD, Paris, France.
108. **Национална агенција за развој на мали и средни претпријатиј (НЕПА).** (2001). *Годишен извештај 2000*. Скопје.
109. **Наумовски П.** (2003). *Некои аспекти од примената на Законот проив ограничување на конкурентноста*. Зборник на трудови: *Конкурентноста на економијата на Република Македонија*, 77 - 91. Здружение за одржлив развој. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
110. **Nordstrom Kjell.** (2008). *Nema inovacija bez rizika*. Preduzece, magazin za preduzetnike. Ekonomist Media Group. Београд.
111. **OECD and EBRD.** (2003). *South East Europe Region - Enterprise Policy Performance a Regional Assessment*.
112. **OECD.** (2006). *Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme (EIP)*.
<http://www.oecd.org/std/business-stats/theentrepreneurshipindicatorsprogrammeeipbackgroundinformation.htm>.
113. **OECD Report** (2011). *Review of the National Innovation System of the Republic of Macedonia*.
114. **OECD.** (2013). *OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-being*.
<http://www.oecd.org/statistics/Guidelines%20on%20Measuring%20Subjective%20Well-being.pdf>.
115. **Olafsson S. Gudlaugsson T. O., Hermannsdottir A.** (2007). *How entrepreneurial culture can support fast international growth*. Institute of Business Research. Iceland.
116. **Пешевски М.** (2004). *Агротретприемништво*. Здружение на агроекономисти на Република Македонија. Скопје.
117. **Појовска Злајка.** (1993). *Менаџерството и третприемништво во Македонија*. Центар за економски и статистички испитувања. Економски факултет. Скопје.
118. **Појовска Злајка.** (2003). *Насоки на технолошката политика на Република Македонија*. Зборник на трудови: *Странскиот квалитет во функција на технолошкиот развој на Република Македонија*, 37 - 53. Здружение за одржлив развој. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
119. **Петроски А.** (2003). *Испитувачко-развојната дејност - носител на технолошкиот развој*. Зборник на трудови: *Странскиот квалитет во функција на технолошкиот развој на Република Македонија*, 73 - 83. Здружение за одржлив развој. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
120. **Пендев Дејан.** (2002). *Третприемништво во Република Македонија низ неколку министудиски случаи*. Зборник на трудови: *Партиципација и кризата во Македонската економија*. Економски институти. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
121. **Пендев Дејан.** (2002). *Примена на методот случај во креирањето третприемачка соработка и партиципација за ублажување на сиромаштијата*. Зборник на трудови: *Партиципација и кризата во Македонската економија*. Економски институти. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.

122. **Пендев Дејан.** (2002). *Претприемништво во Република Македонија во постприватизациониот период.* Зборник на трудови: Социјално-економски последици од приватизацијата во Република Македонија и република Бугарија. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
123. **Пејковски Јован.** (2002). *Системски претпоставки за развој на претприемништво.* Зборник на трудови: Партиципација и кризата во Македонската економија. Економски институти. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
124. **Пејковски Јован.** (1996). *Претприемничката функција и социјалниот развој, со посебен осврт на перспективите за развој на претприемништво во Република Македонија.* Докторска дисертација. Скопје.
125. **Пејковски Јован.** (2002). *Претприемачките активности и институционалните можности за намалување на сиромаштијата.* Зборник на трудови: Партиципација и кризата во Македонската економија. Економски институти. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
126. **Пејковски Констанин, Сулејмани Нурџен.** (2001). *Создавај свет, превземај акција - образование и претприемништво.* Асоцијација на отворени комуникации. Битола.
127. **Појовски Васил.** (2002). *Претприемништво во организациите - Интрапретприемништво.* Зборник на трудови: Партиципација и кризата во Македонската економија. Економски институти. Фондација “Фридрих Еберт”. Скопје.
128. **Phelps S. Edmund.** (2007). *Wall Street Journal. (Eastern edition). New York.*
129. **Reynolds D. P, Hay M., Camp M. S. (Eds.).** (2000). *Global Entrepreneurship Monitor 1999 - Global report.*
<http://www.gemconsortium.org/docs/download/221>
130. **Rice T. Susan.** (2005). *Capacity. USA.*
131. **Сарач В., Тасева Маја, Божиновска Елеонора, Таневски Н. (2006).** *Идентификација на постоејните бази на податоци во институциите чии делокруг на работа се однесува на секторот на мали и средни претпријатија.* Академска Тренинг Асоцијација. Холандија. Агенција за поддршка на претприемништво. Скопје.
132. **Say Jean Baptiste** (1880). *A Treatise on Political Economy. Translated from the fourth edition of the French, by C. R. Prinsep, M.A.*
<http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/say/treatise.pdf>
133. **SEECEL.** (2013). *Strategic Plan 2013-2016.*
<http://www.seecel.hr/UserDocsImages/Documents/SEECEL%20Strategic%20Plan%202013%202016.pdf>.
134. **SEECEL.** (2013). *South East European 2020 Strategy.*
<http://www.seecel.hr/about-us>.
135. **Shane Scott & Venkataraman S.** (2000). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. The Academy of Management Review. Vol. 25, No. 1 (Jan., 2000), pp. 217-226*
136. **Shapiro Albert** (1985). *Why Entrepreneurship? A Worldwide Perspective. Journal of Small Business Management, Vol. 23*
137. **Smith Adam** (1904). *The Wealth of Nation.* London: Methuen & Co., Ltd. 5-th edition

138. **Solymossy Emeric** (2008). *Balancing Entrepreneurial Education - Person, Pedagogy and Policy - Challenges in Constructing a Program*
139. **Szabo Antal**. (2003). *The development of the SME sector in the various regions of the OSCE*. Bern.
140. **Toffler A.** (1970). *Future Shock*. Random House, New York, NY, USA.
141. **Toffler A.** (1980). *The Third Wave*. Bantam Books, New York, NY, USA.
142. **Thabet M. Sameh**. (2006). *The entrepreneurial culture*.
143. **United Nations Economic Commission for Europe and the Republic of Slovenia, Ministry of the economy**. (2003). *Best Practice in Development of Entrepreneurship and SMEs in countries in transition - The Slovenian Experience*. Geneva and Ljubljana.
144. **Filion L.J.** (2011). *Defining the Entrepreneur*. World Enciclopedy of Entrepreneurship. Edward Elgar Publishing Limited.
145. **Firkin Patrick**. (2001). *Entrepreneurial capital: a resource-based conceptualization of the entrepreneurial process*. Labor Market Dynamics Research Programme, Massey University, Auckland, New Zealand.
<http://lmd.massey.ac.nz/publications/working%20paper%20no.%207.pdf>
146. **Филип Т., Хаџи Василева Верица, Бејџмен М.** (1999). *Претприемништво. Економски факултет. Скопје.*
147. **Филип Т., Хаџи Василева Верица, Бејџмен М.** (2007). *Претприемништво. Економски факултет. Скопје.*
148. **Филип Таки.** (2004). *Креирање на претприемнички амбиент во Република Македонија. Зборник на трудови: Социјални, можности и перспективи на македонската економија. Скопје.*
149. **Филип Таки.** (2004). *Институционални и економски раси. Прилози XXX 1-2/2004. МАНУ. Скопје.*
150. **Филип Таки.** (2006). *Економија-основи на економијата. Економски факултет. Скопје.*
151. **Филип Таки.** (2006). *Подобрување на инвестиционата клима во Република Македонија во функција на забрзан раси. Годишник на Економскиот факултет. Скопје. Том 41 С.1-524, стр. 11*
152. **Филип Таки.** (2007). *Ризичниот капитал и финансирањето на малиите и средни претпријатија. Годишник на Економскиот факултет. Скопје. Том 42 С.1-422, стр.205-218.*
153. **Филип Таки.** (2011). *Теоретски фундаменти на претприемништво. Годишник на Економскиот факултет - Скопје, Том 46С. 1-604, Скопје. стр. 267-286.*
154. **Fiti T. Filipovski V. Antovska M. Tashevskа B.** (2014). *Wntrepreneurship, innovations and local economic development – The case of the Republic of Macedonia, Macedonian Academy of Sciences and Arts*
155. **Helliwell F. J., Layard R., Sachs J.** (Eds.). (2013). *World Happiness Report. United Nations Sustainable Development Solutions Network*.
http://unsdsn.org/wp-content/uploads/2014/02/WorldHappinessReport2013_online.pdf.
156. **Hill N.** (2008). *Успех (прев од англиски - Success). Издавачки центар три, Скопје, Република Македонија.*

157. **Hisrich Robert** (1990). *Entrepreneurship / Intrapreneurship*. *American Psychologist*, Vol. 45, Issue 2, p. 209-222
158. **Hisrich Robert, Peters Michael**. (1998). *Entrepreneurship. Fourth Edition*. Irwin McGraw-Hill. Boston.
159. **Casson Mark** (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Social Science Electronic Publishing, Inc
160. **Casson Mark** (1988). *The Entrepreneurial Theory of the Firm*.
<http://www.druid.dk/conferences/summer1998/conf-papers/casson.pdf>
161. **Cantillon Richard** (2010). *Essay on Economic Theory (An English translation of Richard Cantillon's Essai sur la Nature du Commerce en Général-1755)*
162. **Conference on Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mind sets through Education and Learning**. (2006). Oslo Agenda for Entrepreneurship Education.
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/doc/oslo_agenda_final_en.pdf.
163. **Чоловиќ Раде**. (2007). *Претприемништво како фактор на локално економски развој. Магистерски труд*.
164. **Шуклев Б.** (2004). *Менаџмент. Економски факултет. Скопје*.
165. **Шуклев Б.** (2003). *Менаџмент на мал бизнис. Економски факултет. Скопје*.
166. **Schumpeter J. A.** (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. New Brunswick Transaction Books, New Jersey, USA.
167. **Walker Francis A.** (1888). *Political Economy*, 3rd edition. Macmillan and Co.
168. **World Bank: World Development Report 2005 – A better Investment Climate for Everyone** (2005). The World Bank and Oxford University Press. New York.
169. **Western Balkan Regional R&D Strategy for Innovation** (2013). Country paper Series for Macedonia

До

Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје

Економски факултет - Скопје

ПРЕДМЕТ: Изјава

Јас, Снежана Какуринова, докторантка на трет циклус студии - докторски студии - менторски начин на Економски факултет - Скопје, во состав на Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје, со место на живеење на: ул. Никола Тесла, бр. 18 - 1 / 18 - Скопје, Република Македонија, изјавувам дека поднесената докторска дисертација со наслов:

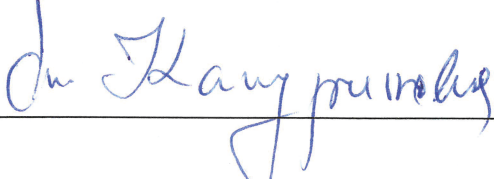
**ШИРЕЊЕ НА ПРЕТПРИЕМНИЧКАТА КУЛТУРА ВО РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА КАКО ЗНАЧАЕН ФАКТОР ЗА ПРИЛАГОДУВАЊЕ
НА ЗЕМЈАТА КОН ЕВРОПСКИТЕ СТАНДАРДИ**

претставува мој самостоен труд и е резултат на самостојна научна работа спроведена во текот на истражувањето.

Согласна сум да ги сносам сите обврски и одговорности кои произлегуваат од неовластено користење на туѓ текст или плагијаторство согласно важечките законски прописи и подзаконски акти кои ги регулираат авторските и сродни права.

Скопје, 02 ноември, 2015 год.

Давател на изјавата



До
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет - Скопје

ИЗЈАВА

од **Бисерка Токовска-Стевчевска**, овластен лектор на Република Македонија.

Со овој документ ви потврдувам дека докторската дисертација „Ширење на петприемничката култура во Република Македонија како значаен фактор за прилагодување на земјата кон европските стандарди“ од Снежана Какуринова е коригирана и лекторирана.

Скопје,

27.10.2015 год.



Бисерка Токовска-Стевчевска

ОВЛАСТЕН ЛЕКТОР
Бисерка ТОКОВСКА-СТЕВЧЕВСКА
15-221/6 - Скопје, РМ



РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
МИНИСТЕРСТВО ЗА КУЛТУРА
Комисија за полагање испит за лектор

Број 15-221/6

Ев. книга бр. 03-323/1

27. IV 1999 година

Страница бр. 34

С к о п ј е

Врз основа на член 7, став 2 од Законот за употребата на македонскиот јазик („Службен весник на РМ“, бр. 5/98),
Комисијата за полагање испит за лектор издава

УВЕРЕНИЕ

за положен испит за лектор

На Бисерка Ташко Токовска

роден-а на 11. IX 1966 г. во Скопје

Република Македонија на ден 27. IV 1999 година

пред Комисијата за полагање испит за лектор, при Министерството за култура на Република Македонија, го положи испитот за лектор.

Ова уверение е ослободено од плаќање административни такси согласно член 18, став 1, точка 29 од Законот за административните такси („Службен весник на РМ“, бр. 17/93, 20/96 и 7/98).

Претседател на
испитната комисија,

Јас, НОТАР ИВАНА КАТЕВЕНОВСКИ
надлежен за подрачјето на Основните судови на Град
Скопје

Потврдувам дека ова е прелис на изворната исправа
Уверение број 15-221/6 од 27.05.1999 издаден од
Министерство за култура - Комисија за полагање испит
за лектор.

Напишан е со други механички средства
(фотокопија) и има 1 страници.

Изворната исправа ја донесе со себе Токовска-
Стевчевска Бисерка ул.Владимир Комаров бр.10-34,
Скопје, со лична карта бр. А0746554 Издадена од МВР
Скопје

Нотарската такса за заверка по тарифен број 10
од Законот за судски такси во износ од 50.00 денари
наплатена и поништена на примерокот кој останува за
архивирање.

Нотарската награда е пресметана во износ од
200.00 денари.

Број УЗП 37360/2015

Во Скопје 27-10-2015

