



УНИВЕРЗИТЕТ “ СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ ” - СКОПЈЕ
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ – СКОПЈЕ
ПОСДИПЛОМСКИ СТУДИИ ПО МЕНАЏМЕНТ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ ВО
ОПШТЕСТВЕНИТЕ ДЕЈНОСТИ

МАГИСТЕРСКИ ТРУД

Тема:

**ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ И ФИНАНСИРАЊЕТО ВО МАЛИТЕ И
СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА**

Кандидат: Стојан Ѓуровски

Ментор: проф. д-р Јован Пејковски

Скопје, Фебруари – 2020 година

СОДРЖИНА	Страница
ВОВЕД	4
1 ПРАВНИ, ЕКОНОМСКИ И ОПШТЕСТВЕНИ СПЕЦИФИЧНОСТИ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА	8
1.1. Економското и општественото значење на малите и средни претпријатија	8
1.2. Поим и значење на претпримништвото	12
1.3. Претприемништвото во глобалната економија	15
1.4. Интернационализација на малите и средни претпријатија	18
1.5. Конкуренцијата на интернационалниот пазар	19
1.6. Претприеништвото и општествениот контекст	21
2 МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА И РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	25
2.1. Квалитативен пристап во определбата на малите и средни претпријатија	26
2.2. Европски акт за мали и средни претпријатија	28
2.3. Креирање на <i>пријателски</i> амбиент за дејстување на малите и средни претпријатија	30
2.4. Нормативна определба на малите и средни претпријатија во Република Македонија	32
3 ФИНАНСИРАЊЕ НА МИКРО, МАЛИ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА	36
3.1. „Start up“ на претпријатие – почетнички финансиски дилеми	36
3.2. Купување на постоечки претпријатија и креирање на претпријатие со франшиза	39
3.3. Ниски и високи бариери за влез на претпријатијата во определени бранши	45
3.4. Малите и средни претпријатија од аспектот на трошоците	40
3.5. Управување со финасиите во малите и средните претпријатија	47
3.6. Неформални и формални извори на финансирање	48

3.7.	Финансирање преку „Бизнис ангели“	50
3.8.	Емисија на долгорочни хартии од вредност како извор на финансиски ресурси	53
3.9.	Позајмување со партиципација на други компании	55
4.	КРЕДИТИРАЊЕ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА	57
4.1.	Улогата на банките во кредитирањето на малите и средни претпријатија	57
4.2.	Методологија (процедури) на кредитирање на МСП	59
4.3.	Критериуми за кредитирање во македонскиот контекст	62
4.4.	Видови на кредитирање според обезбедувањето	64
4.5.	Кредитирање на банките со сретства на европските фондови	66
4.6.	Кредитирање за вработување	70
4.7.	Факторинг	71
5.	МЕНАџМЕНТ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ ВО МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА	73
5.1.	Главни процеси во менаџирањето со човечки ресурси во малите и средни претпријатија	75
5.2.	Менаџмент на човечки ресурси во успешните претпријатија од мал и среден обем	76
6.	ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ – СТУДИРАЊЕ НА СЛУЧАИ	79
6.1.	Заклучни согледувања од анализата на фирмите	90
7.	ЗАКЛУЧОК	95
8.	КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	100

ВОВЕД

Кон крајот на XX век во рамките на современата економската теорија, но и меѓу практичарите, започна дебата за тешкотиите во стопанисувањето на големите претпријатија во услови на длабоки и брзи промени какви што беа наметнати од глобалната конкуренција. Тоа беше само вовед во една широка дебата за значењето и посебната улога на малите и средни претпријатија во економијата. Со својата многубројност и со своите специфични карактеристики малите и средни претпријатија (МСП) беа претставени како витален дел на економијата. Нив ги има многу, а тоа само по себе зборува дека тие се извор на голем број на вработувања. Се смета дека претприемништвото, односно креирањето на голем број на мали и средни претпријатија го решава проблемот со невработенста. Во некои региони во светот МСП претставуваат единствен извор на нови вработувања и врз нив функционира целокупната економија. Од вкупно 53.669 претпријатија во 2018 година - активни во нашата држава, големи претпријатија се само 0,9% (над 250 вработени), 1,4% се средни (50 – 250 вработни), а останатите се мали (од 10-50 вработени) меѓу кои 34% се микро-претпријатија (од 1 до 9 вработени). Тоа дава можност да се заклучи дека виталниот дел на економијата го сочинуваат МСП со висок придонес во бруто националниот производ.

Истакнувајќи го фактот дека интересот за МСП се зголемил во последните дваесет години, не значи дека претходно не постоел интерес за нив во рамките на општатата теорија за претприемништвото. Во магистерскиот труд се разработуваат теориските пристапи на економистите кои имале значителен придонес во теоријата на претприемништвото. Станува збор за теориските пристапи на Ричард Кантијон (Richar Cantillon), Жак Тирго (Anne Robert Jacques Turgot), Жан Батис Сеј (Jean Baptist Say), Јозеф Шумпетер (Joseph Shumpeter) и други. Денес постои обилна литература која укажува на виталноста на МСП и на нивната посебна улога во одржувањето на стабилноста на современите економии. Доминирачка е сепак, литературата која се однесува на политиките и мерките кои ги преземаат државите за поддршка на МСП. Исто така, значајни извори за студирање на МСП претставуваат политиките на Европската унија за поддршка на развојот на МСП, како и други меѓународни организации какви што се: *Организацијата за економска соработка и развој* (OECD), *Светската банка*, *Меѓународната организација на трудот* и други. Имајќи предвид дека Република Македонија е држава кандидатка за членство во Европската унија и значителен дел од политиките за поддршка и развој на МСП произлегуваат од европските економски и социјални политики беше неопходно и тие да бидат разработени во овој магистерски труд.

Анализата на МСП не би била можна доколку не се претстават проблемите поврзани со нивното дефинирање во однос на што се прави дистанција меѓу квантитативна димензија која се темели врз бројот на вработените и обемот на продажбите, но и на квалитативната димензија која упатува на неколку значајни аспекти кои ја дефинираат нивната природа. МСП претставуваат исклучително „кревки“ економски субјекти кои се соочуваат со проблеми во текот на сите фази од нивното работење. Поради нивната кривост се наметнува потребата од различни видови на поддршка која треба да започне уште од фазата на нивното оформување и која ќе ги следи сите фази од нивниот развој. Современите политиките содржат мерки за создавање на фаворизирачка околина за нивното оформување, но и околина која ќе го овозможи нивното функционално одржување во економскиот систем. Во магистерскиот труд разработени се детално мерките преземени за создавање на фаворизирачка околина. Освен владините политики и специјални фондови за креирање на МСП, во трудот се анализирани начините на функционирање во рамките на глобалната економија. Посебно внимание е посветено на франшизата како можност да се дојде до продуктивен бизнис, да се направи продор до пазарите и стекнување на можност да се согледа значењето на иновациони активности во современите услови на стопанисување.

Главниот акцент во магистерскиот труд паѓа врз финансирањето на МСП. За да ја исполнат улогата на динамичен и развоен економски субјект малите и средни претпријатија треба да имаат можности за континуирано финансирање. Во повеќето земји во развој, каква што е нашата, каде постојат неразвиени финансиски пазари, банките ќе се појават како еден од најпристапните извори за финансирање. Меѓутоа, присутни се и други извори на финансирање меѓу кои т.н. ризичен капитал и други форми. Македонската економија се одликува со макроекономска стабилност (ниска стапка на инфлација) што претставува поволна средина за успешно функционирање на банкарскиот систем. Сепак, и покрај големата понуда на парични сретства од страна на банките се забележува ниска стапка на кредитирање на МСП. Причините за отежнатиот пристап кон кредити на МСП се значителен дел од содржините во магистерскиот труд. Меѓутоа, во последните неколку години банките ги препознаа МСП како стратешки клиенти и повеќе од извесно е дека во иднина ќе се развијат посебни критериуми и пристапи за кредитирање на МСП.

Кога станува збор за финансиските аспекти на МСП треба да се истакне дека тие се соочуваат со многу проблеми. Во суштина, сите претпријатија се соочуваат со финансиски проблеми, меѓутоа, во случајот со МСП овие проблеми имаат поголема тежина. Една од

тешкотиите во работењето на МСП се поврзува со пазарните бариери. МСП навлегуваат на оние пазари каде нема бариери за влез (слободен пазар) односно пазари кои делуваат во услови на перфектна конкуренција. Исто така, секторите во кои денес пробиваат МСП се сектори во кои се бараат високи компетенции на работната сила. Еден од главните финансиски проблеми со кој се соочуваат МСП е проблемот со ликвидноста и големиот ризик во новите инвестициски активности. Се смета дека еден од главните проблеми не се однесува на недостигот од извори за кредитирање, туку во задолженоста на самите претпријатија. Вообичаено во МСП не се прават периодични евалуации, ниту се придава значаење на финансиското планирање. Овие недостатоци ги прават МСП ранливи и главно ги водат до нивната ликвидација.

Се смета дека потребата од менаџирање на човечките ресурси (МЧР) во МСП нема исто значење како во големите претпријатија. Во големите претпријатија кои се соочени со глобалната конкуренција од витално значење е привлекувањето и изборот на квалификувани кадри, како и нивното соодветно наградување. Со тоа менаџирањето на човечките ресурси станува витален дел од менаџментот и од реализирањето на стратегиите. Иако на почетокот од XXI век доаѓа до експанзија на теоријата и практиката на МЧР, сепак останува незначителен интересот за менаџирање на човечките ресурси во МСП. Меѓу позначајните проблеми поврзани со менаџирањето на човечките ресурси во МСП е регрутација на вработените и нивните обуки (стекнување на нови перформанси). МСП многу често се соочуваат со проблеми од финансиска природа што придонесува да се маргинализира прашањето за обуките или за мотивацијата на вработените. Затоа се смета дека, и тогаш кога станува збор за менаџирање на човечки ресурси во МСП, се работи за една поедноставена практика во однос на практиката која се применува во големите претпријатија.

Последното поглавје од магистерскиот труд претставува емпириско истражување. Преку квалитативен метод т.е. студирање на случаи беше направен увид во состојбите кои се однесуваат на финансирањето и МЧР во малите и средни претпријатија. Претпоставките од кои се појде во истражувањето на кои беше укажувано и во самата литература консултирана на почетокот, добија своја аргументација. Претпријатијата кои беа истражувани и длабински студирани беа претпријатија кои имаат користено кредити во повеќе циклуси. Анализите се претставени на квалитативен начин и значително не отстапуваат од истражувачките прашања кои беа поставени во елаборатот.

Севкупната анализа, теориската и емпииската, дадоа една нова слика на контекстот во кој дејствуваат малите и средни претпријатија. Детално е разработена правната рамка за нивно дејствување; политиките и институциите кои дејствуваат на планот на подобрување на претприменачкиот амбиент; изворите на финансирање и економските проблеми со кои се соочуваат МСП; пристапот до информации и перформансите на сопствениците или директорите за остварување на состојба на финансика ликвидност; начинот на кој се управува со претпријатието и комптетенциите за управување; иновативните процеси во МСП. Специфичноста на магистерскиот труд се огледа во тенденцијата да бидат поврзани финансиските аспекти на МСП со рамката на менаџментот на човечки ресурси од перспективата на финансиските капацитети на сопствениците.

На крајот од воведот ќе напоменеме дека анализите на МСП не се едноставни од причина што постојат голем број на МСП и многу тешко можат да бидат класифицирани и моделирани. Во текот на една година се формираат многу МСП, но исто толку и исчезнуваат од економската сцена.

1. ПРАВНИ, ЕКОНОМСКИ И ОПШТЕСТВЕНИ СПЕЦИФИЧНОСТИ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

1.1. Економското и општественото значење на малите и средните претпријатија

Иако се мисли дека првите претпријатија се создале со развојот на капитализмот и индустријата, сепак треба да се истакне дека прототип на мало претпријатие претставуваат занаетчиските работилници кои постоеле уште во античкиот период. Занаетчиските работилници имале правен статус, биле заведени во гратските архиви, а за нивно отворање биле потребни дозволи од гратските власти, како и сертификати за поседување на квалификации (сертификт за мајстор во одреден занает). Она што можеби ќе ги разликува занаетчиските работилници од малите претпријатија кои ќе се развијат во рамките на капитализмот е нивната ригидна (крута) социјална организација со стабилни структури кои денес се незначително застапени. Во нив постоеле правила кои биле пропишани од страна на здруженијата (корпорации, цехови, гилди) кои се однесувале на начинот на едукација на помладите, строга хиерархија меѓу мајсторот, калфите, шегртите и чираците, како и строги правила кон клиентите. Современите анализи на МСП покажуваат дека во нив не се воочува ваква крута организација наметната од надворешен авторитет, туку флексибилна организација која се прилагодува на потребите на пазарот и на внатрешните ресурси на претпријатието.

Според Алфред Чендлер на крајот од XVIII век се појавуваат првите трговски претпријатија, а тоа биле дуќани чии сопственици набавувале различни видови на стоки кои потоа ги продавале на локалната популација. Тие истовремено биле набавувачи кои се договарале со трговците на големо, биле и продавачи, сметководители, банкари, како и чувари на дуќанот. Подоцна некои од функциите ги преземаат специјализирани претпријатија. Се појавуваат банките, осигурителни компании, транспортери и други видови на посредници. Истовремено се извршува специјализација во трговијата. Се појавуваат дуќани кои продаваат само одреден вид на стока: памук, прехранбени продукти, алати и машини или само леб. Исто така, се специјализираат и функциите на трговските претпријатија: трговци на големо,

продажба на мало, извозни и увозни претпријатија. Проучувајќи ја историјата на претпријатијата во САД, Чендлер одвоил повеќе фази. Така, почетната фаза е во средината на 19 век кога се појавиле многу мали индустрии управувани од поединци или семејни групи кои немале потреба од административен сегмент или од планирање во претпријатието. Акцентот бил ставен на функционални активности. Во следната фаза мал број на компании воведуваат административни одделенија кои овозможуваат складирање и обработка на податоци со кои се создаваат услови за долгорочно планирање. Меѓутоа, појавата на железницата предизвикува револуција во организацијата на претпријатијата бидејќи самото функционирање на железницата е условено од прецизна организација и функционална администрација. Железницата подоцна стана модел на растот на претпријатијата, во географска (хоризонтална) димензија, но и во вертикалниот (хиерархиски) раст. Развојот на претпријатијата, разноликоста на нивните активности и нивниот излез на географски оддалечени пазари ја наметнаа потребата од посредници или претставници кои ќе ги менаџираат пазарите (A. Chandler, 1977).

Формирањето на едно претпријатие е во тесна врска со можностите од една определена стопанска активност да се има добивка и дека постојат други луѓе кои се подготвени да платат за таквата активност. Периодот кога започнува процесот на формирање на голем број претпријатија бил инспиративен за многу мислители. Меѓу позначајните економистот Адам Смит (Adam Smith, 1723 - 1790) кој истакнал дека секој основач на претпријатие е мотивиран од својот личен интерес, меѓутоа дека постои една *невидлива рака* која влијае за претприемачите да прават и нешта кои не произлегуваат само од нивниот личен интерес, а тоа води кон остварување на општиот интерес (А. Смит, 1999). Оваа концепција на А. Смит била исклучително поттикнувачка за натамошни економски анализи кои припаѓаат на т.н *Класичната економска школа* која на пазарот му пропишува централна улога во регулацијата на економските односи. За класичните економисти пазарот е најдобар регулатор на економските активности затоа треба да се намали влијанието на гратските власти, еснафските здруженија или некакви други ограничувања кои не произлегуваат од контекстот на претпријатијата. Изреката *laissez faire-laissez passer* (допушти да се прави - допушти да помине) која била основното мото на оваа теориска парадигма значи дека претпријатијата сами треба да одлучуваат за инвестициите, за внатрешноста на организацијата, за финасиите и другите аспекти, а пазарот ќе има одговори дали донеселе вистинска одлука. Во епохата на експанзивниот развој на капитализмот во кое живеел Смит

основниот извор на инвестициите биле заштедите на капиталистите. Класичната школа на економијата признаваше постоење на три основни фактори на производството: земја, труд и капитал, а со тоа и три економски актери: земјосопственици, работници и капиталисти. За Смит немаше разлика меѓу обичниот капиталист и претприемачот. Капиталистот акумулира капитал и најмува работници за да организира стопанска дејност и истовремено ризикува т.е. тој може лесно да ги изгуби средствата за производство. Застапувајќи се за слободна конкуренција и приватната капиталистичка иницијатива Смит значително придонесол во опишувањето на карактеристиките на претприемничкиот амбиент.

Францускиот економист **Жан Батист Сеј** (Jean Baptiste Say 1767 - 1832) е познат француски економист и истовремено претприемач во индустријата на памук. Бил новинар со големо практично искуство во доменот на трговијата и индустријата. Пишувајќи го делото *Основите на политичката економија* (1803) кое не било прифатено од тогашниот владетел (Наполеон Бонапарта) бил принуден да престане со пишувањето и да стане претприемач. Набрзо во неговата фабрика за производство на памучен конец биле вработени 400 вработени. Бил технички иноватор на производството, но и социјален иноватор бидејќи ја исплатувал платата на работниците во понеделник, а не во петок како што било вообичаено. На тој начин им ускратил на работниците да лумпуваат за време на викендот трошејќи ја целата заработувачка. По смртта на Наполеон продолжил со пишувањето стекнувајќи голем успех како економист. Заговорник е на либерализмот противејќи се дури и на некоја минимална партиципација на државата во економските процеси. Целокупната економија ја поделил на три процеси, и тоа: производство, прераспределба и потрошувачка. Познат е по т.н. *Сејовиот закон на пазарите* според кој богатствата произлегуваат од обемот на понудата, односно колку е понудата поголема толу пазарите ќе бидат богати, разновидни и пристапни (секоја понуда има своја побарувачка). Тој направил разлика меѓу обичниот капиталист и претприемачот. Истакнал дека претприемачот ги преместува ресурсите (како дрво или јаглен) од подрачјето со ниска продуктивност во подрачјето со повисока продуктивност и поголеми приноси. Претприемачот ја зголемува вредноста на дефицитарните ресурси. Ресурс, е на пример јагленот кој се користи за греење, но и дрвото кое може да се користи за греење, за производство на хартија, за правење на маси или куќи. Дефицитарни се сметаат сите ресурси кои чинат пари (Стив Мариоти, Каролин Глакин, 2014). Комбинирајќи определени ресурси претприемачите создаваат нова вредност (производ или услуга) за која потрошувачите се подготвени да платат повеќе пари од вредноста на секој ресурс поединечно.

Џон Стјуарт Мил (Jon Steward 1806-1873) воведувајќи го терминот претприемач во англиската економска теорија сметал дека профитот е заслужена награда за ризикот кој претприемачите го преземаат инвестирајќи во еден економски процес. Така, богатството на една нација произлегуваат од земјата, капиталот и работната сила, а тие ќе бидат поголеми доколку земјата и капиталот растат побрзо од порастот на работната сила. Само продуктивниот труд може да доведе до акумулација на богатство, односно до капитал. Стапката на акумулиран капитал зависи од тоа колку е продуктивен трудот на ангажираната работна сила. Доколку се остварува профит од непродуктивен труд, тогаш се одзема дел од доходот на работниците. Непродуктивниот труд не создава ниту профит, ниту доход.

Според **Карл Маркс** (Karl Marx, 1818-1883) капитализмот се развил врз плеките на претприемачите т.е. активните капиталисти без оглед дали тие организираат производен процес или се занимаваат со дистрибуција на стоките. Одејќи подлабоко во анализата на капитализмот Маркс направил разлика меѓу: капиталисти финасиери – позајмувачи на пари кои не прифаќаат ризик сами да организираат производен или трговски процес; активни капиталисти (индустрijалци или трговци) кои набавуваат материјали и ангажираат луѓе со цел да отпочнат определен економски процес и да го стават во функција позајмениот капитал. Додека финансиските капиталисти добиваат камата од позајмените пари, индустрijалците добиваат претприемничка добивка.

Леон Валрас (Leon Walras, 1834-1910) како претставник на маргиналистичката економска теорија сметал дека претприемачот е централна фигура во економијата. Тој сметал дека либералната економија, односно слободниот пазар и перфектната конкуренција се солидна основа за постигнување на економска рамнотежа. Рамнотежата на пазарот се постигнува преку понудата и побарувачката. Бил застапник на теоријата на *перфектна конкуренција* која ја сметал за оптимална состојба на економијата бидејќи води кон рамнотежа на економијата и до раздигување на сите економски фактори. Во такви услови: целокупната активна популација ќе биде ангажирана, а искористен ќе биде целокупниот капитал во земјата.

Јозеф Алојз Шумпетер (Joseph Alois Schumpeter, 1883-1950) значително ја збогатува теоријата за претпримеништвото. Според него, претприемачот е главниот столб на економијата. Тој, пред сè, е иноватор, а самите иновации нарушувајќи ја состојбата на рамнотежа носат нови предизвици во економијата. Иновациите можат да бидат различни. Тоа

може да биде воведување на некој нов производ, нова производно технолошка постапка, пронаоѓање на нов извор на суровини, пронаоѓање на нов пазар, воведување на нова организација во производството и слично. Шумпетер вели дека иновациите доаѓаат од страна на храбрите, динамичните и енергичните претприемачи. Нивните финансиски ресурси главно доаѓаат од кредити. Тоа влијае кај нив да се оформи посебен пристап базиран на добро одмерување на ризикот и голема посветеност на преземените активности. Нивниот успех поттикнува активност кај други претприемачи за преземање определена инвестициска активност. Капиталистичката економија се развива низ стопански циклуси кои, главно, се детерминирани од научно - технолошкиот процес.

Периодот во кој живее Шумпетер се одликува со процесот на раздвојување на сопственичката функција од управувачката. Појавата на менаџерите као професионални управувачи со претпријатијата оди во прилог на развојот на капитализмот.

1.2. Поим и значење на претприемништвото

Претприемништвото главно се дефинира преку процесите на иновативност и креативност на претприемачите (преземачите) на економска активност. По својата природа претприемачите се личности кои имаат оригинални идеи, како и капацитет новите идеи да ги реализираат во практиката.

Една анегдота која се поврзува со економистот Стиглер од *Чикашката економска школа* покажува посебен начин на размислување кој е спротивен на претприемничкиот начин на развивање на една идеја. Имено, одејќи по улицата Стиглер забележал на тротоарот една банкнота од 20 долари, но не се наведнал да ја земе. Мислел дека во таква прометна улица по која минуваат многу луѓе тоа не може да биде банкнота од 20 долари и дека не е можно некој друг претходно да не ја видел. „Не е можно, тука така, пари да стојат на улица! Веројатно е, тоа што ми наликува на 20 долари, да е нешто друго!“ – размислувал тој. Слична логика може да се развие и во однос на некоја бизнис идеја. Ако се слушне за некоја нова идеја, тогаш може да се постави прашањето зошто тоа некој друг веќе не го направил! Сигурно нешто не е во ред со самата идеја!

Постојат различни определби на претприемништвото и на претприемачите. За современиот аналитичар на организациите Питер Дракер (Peter Drucker, 1909-2005) претприемач е секоја личност која трага по промени, одговара на нив и ги искористува како

можност. Претприемачите ги препознаваат своите можности и таму каде што другите гледаат само проблеми. Таму кај што постојат незадоволни потрошувачи секогаш постои некоја нова можност.

Претприемачите се многу различни меѓу себе. Тие им припаѓаат на различни етнички групи, религии и се разликуваат по своето социјално потекло. Исто така, не е мал бројот на жени - претприемачи кои на претприемништвото му даваат посебен белег.

Претприемништвото е процес во кои идеите (визиите) стануваат реалност. Оттаму терминот претприемништво се доближува до терминот инвентивност бидејќи претприемачите се лица кои преземаат ризик (преземаат нова активност) со цел да ги остварат своите идеи. Исходот од нивните активности не е познат однапред што е причина во определебата на претпримеништвото да постои зборот ризик, истакнува П. Дракер (P. Drucker, 2005). Вообичаено се прави разлика меѓу т.н. *лично претпримеништво* кога станува збор за едно лице кое има иницијативност за создавање на нови производи, услуги или други иновативни активности и *корпоративно претпримеништво* за кое е карактеристично соработка на повеќе стопански субјекти заради иновативни цели. Меѓутоа, општа карактеристика на претпримеништвото е препознавање на бизнис-можностите и проценката дека постојат неопходните услови за водење на бизнис.

Во македонската економска теорија на претприемништвото му е посветно посебно внимание. Најчесто се дефинира како процес на создавање вредности со комбинирање ресурси со цел искористување на можностите и во ситуации кога ризикот е значително присутен. Претприемништво претставува преземање на иновации, финансии и бизнис идеи, со цел поекономично да се произведат економски добра. Зборот претприемништво има многу значења. Од една страна, претприемач е иницијатива и храбра личност која почнува нови работи, а од друга страна е личност која поседува и други исклучителни карактеристики кои ретко кој друг ги има. Зборот претприемач доаѓа од францускиот збор *entreprendre* - што значи да превземеш. Во бизнис контекст, ова значи да отпочнеш бизнис (Пејковски, 2008).

Според *Глобалното истражување на претприемништвото* (ГЕМ) реализирано и во Република Македонија во 2013 година, претприемништво претставува секој обид за создавање на бизнис, односно создавање на нова бизнис организација или проширување на постоечката. Истражувањето ги мери претприемничките перцепции кои претставуваат ставови на луѓето за претприемачите и за претприемаштвото, ставовите кон ризиците за

започнување на бизнис, поседувањето на вештини, искуства и други претприемнички аспекти.¹ Перцепциите за претпримеништвото влијаат на тоа дали една бизнис идеја ќе биде само сон или ќе стане реалност. Податоците од оваа анкета покажуваат дека во рамките на Европската унија претприемничките перцепции не се така повољни, кави што се перцепциите во другите региони на светот (Јужна Америка, САД, Африка). На пример, додека во Јужна Америка 34% од испитаниците имаат намера да оформат свој бизнис во наредните три години, во државите членки на Унијата потврден одговор на ова прашање дале 13% од испитаниците. Држава која се карактеризира со неповолни претприемнички ставови е Јапонија каде само 2% од испитаниците имаат намера да оформат свој бизнис во наредните три години, а само 6% мислат дека постојат добри можности за бизнис.

Во Република Македонија главно луѓето имаат позитивни перцепции кон претпримеништвото. Според анкетата на ГЕМ, за 67% од испитаниците успешните претприемачи имаат голем углед во опкружувањето. Исто така, постои висок процент на испитаници кои сметаат дека претпримеништвото е честа тема во медиумите т.е. дека претпримеништвото има висок степен на медиумска покриеност.

Во литературата се наидува на терминот *зелено претпримеништво* чија иднина е многу извесна со оглед на проблемите поврзани со климатските промени. Тоа значи дека преземањето на нови економски активности треба да е во согласност со правилата за заштита на животната средина или се инвестира во гранка која директно се однесува на заштитата на животната средина. На пример, производство на био-дизел горива, производство на различни катализатори, соларни колектори и друго. Зелените компании претендираат да отворат нови работни места и да ги подобрат условите за работа на работниците, да остваруваат енергетска ефикасност и да понудат еколошки производи на пазарот.

1.3. Претприемништвото во глобалната економија

На крајот од XX век дојде до ревитализација на концептот на претприемништво. Новата економија беше соочена со примената на информатичките технологии кои значително го променија начинот на производство воведувајќи нов пристап кон работната сила, кон

¹ Global Entrepreneurship Monitor е истражување кое се реализира во 68 држави во светот на 180.000 испитаници, според индикаторите направени во Лондонската економска школа. Во РМ е реализирано од страна на Македонската развојна фондација и на Центарот за развој на нови бизниси на Машинскиот факултет во период од три години (2008, 2010, 2012, 2013). Во истражувањето во РМ биле вклучени 2003 испитаници и 38 експерти од различни области. Станува збор за телефонска анкета која последен пат била реализирана во 2013 година.

трошоците, како и нов пристап кон сите други ресурси. Воведувањето на новите технологии ја овозможи флексибилизацијата на производството. Производството во мали серии ја направи популарна филозофијата на производството позната како *Токму на време* (Just in time) која укажува на значителната улога на роковите (во испоракте, во производството), а намалената улога на местото на извршување на работата.

Новите технологии ја зголемија продуктивноста на трудот. Значителен дел од работниците кои работеле во класичните индустрии ги загубија своите работни места. На пример во 80-тите години од XX век од гранката на металургијата беа отпуштени стотици илјади вработени. Класичен пример за брз премин од државно - диригирана економија кон либерално - пазарна економија е Велика Британија во 70-тите години од XX век. Во овој период оваа држава се соочуваше со висока стапка на невработеност, недостиг на електрична енергија, како и недостиг од многу други потрошувачки стоки. Во економијата доминирале голем број на државни претпријатија чија продуктивност на трудот не била на завидно ниво. Државни претпријатија кои биле оформени по Втората светска војна не биле дел од економската традиција на Британиците каде со векови доминирал економскиот либерализам и приватната сопственост. Се смета дека економијата базирана на (Кенезијанска економија) на високи даноци, јавни инвестиции и обилна социјална помош за невработните, ја донесле британската економија на прагот на колапсот. Со доаѓањето на власт на Конзервативната партија на чело со премиерката Маргарет Тачер (1979) се приватизираа големите државни претпријатија. Од продажбата на претпријатијата се создадоа големи фондови преку кои се подржуваше ново претприемништво т.е. формирање на голем број на мали и средни претпријатија. Тоа беше лекција пример и за другите држави кои започнаа да креираат политики за создавање на поволна претприемничка околина. Исто така, претприемничкиот амбиент го збогатуваат многу други придружни институции (агенции, фондови, комори) за поддршка на претприемништвото. Во тој контекст се зборува за технолошки паркови, бизнис инкубатори, ризико-фондови, бизнис-ангели, центри за бизнис врски (business links), претприемнички клубови, едукативни центри за идни претприемачи и слични на нив. МСП беа видени како ентитети кои ќе ја ревитализираат економијата, пред сè ќе ја преземат иновативната улога и ќе бидат значајна поддршка за стопанството во целина.

Глобалната економија, односно глобалниот пазар отвори нови економски перспективи кои ја наметнаа потребата од реструктурирање на економијата. Студиите за глобализацијата се изобилни и можат да бидат предмет на друга сеопфатна анализа. Сите се согласни со

фактот дека основна карактеристика на глобалната економија е движење на капитал, движење на работна сила како и движење на информации. Во однос на движењето на капиталот може да се заклучи дека глобализацијата развива номадски карактер на фирмите кои покажуваат подготвеност да се селат од едно место на друго со цел постигнување на поголема ефикасност. Меѓутоа, паралелно со развојот на мултинационалните претпријатија од големи размери за чие функционирање е неопходно стабилно пазарно опкружување, се случува и експанзија на мали и средни претпријатија. За разлика од *номадизмот* на големите фирми, МСП, помалку или повеќе, вкоренети се во локалните пазари претендирајќи да остварат поголема внатрешна флексибилност и адаптивност во однос на локалното опкружување. За некои аналитичари експанзијата на МСП води кон создавање на т.н. *претприемнички капитализам* во кој претприемачите добиваат нови карактеристики. Тие се видени се како лица кои претендираат да ги препознаат можностите во променливата околина, но кои истовремено ја креираат нестабилноста вршејќи конитнуирано упад со новини во производството и во дистрибуцијата. Претприменичкиот капитализам базиран на МСП е значително пофлексибилен и поблизок до клиентите. Меѓутоа, динамиката е подеднакво значајна за сите претпријатија. Од претпријатијата денес, без оглед на големината, се очекува да реагираат брзо, но и да дејстуваат на големи територијални дистанции. Сепак, значително повеќе се очекува: големите претпријатија да станат реактивни (да реагираат брзо), а МСП да делуваат на поголема далечина. Се смета дека МСП веќе ја стекнале својата предност станувајќи флексибилни и реагирајќи побрзо на промените, но останале хендикепирани во нивното излегување на оддалечените глобални пазари (Torres Olivier, 2010).

Претприемничкиот капитализам се карактеризира со воспоставување на партнерства меѓу претпријатијата, односно формирање на различни видови на алијанси и вмрежување. Вмрежувањето на претпријатијата придонесува за надминување на класичната граница меѓу големите претпријатија и МСП. Според Рејч *една голема фирма не претставува веќе едно големо претпријатие, ниту едноставен збир на повеќе мали претпријатија, туку една мрежа од претпријатија*. Според него големите претпријатија сè уште се убави во смисла што се ослободиле од бирократијата и од едно конгломерантно управување за да се насочат кон главните пазари развивајќи поголеми способности за флексибилност и адаптација како и капацитет за вклучување во динамичните мрежи и партнерства (R. Raich, 1993, 54).

Постојат мислења дека МСП се дел од локалниот амбиент и дека тие го носат белегот на културата, во кои се вметнати обичаите и потребите на локалната средина. Меѓутоа, новите технологии (интернетот и телекомуникациите), брзиот транспорт, медиумите за масовна комуникација ги поттикнуваат малите претприемачи да покажат поголем интерес за глобалниот пазар, да покажат интерес за глобалните случувања и да ги бараат новите идеи на глобален план. Потребно е да се нагласи дека МСП не треба да се посматраат како нешто што е локално и кое треба да се отвори кон глобалното, туку како дел од глобалната економија во чии рамки е возможна нивната егзистенција. Просторот во кој дејствуваат МСП денес е значително поширок отколку во минатото. Дури и малите фирми можат да ангажираат лице во некоја друга држава кое ќе ја промовира и развие активността. Не мора да се има канцелерија лоцирана на едно место. Новите технологии даваат можност да се работи од каде било, а тоа значително ги намалува трошоците, а дава можност за приближување кон поширок круг на клиенти.

Во литературата се наидува на три вида на претприемачи со оглед на нивната територијална димензија: локални претприемачи кои одговараат на класичната слика и се идентификуваат целосно со локалната средина; експортни претпријатија чија организација се вкалапува во националниот контекст (нема интенции да се проширува надвор) но со производите излегува на глобалните пазари; глобален претремач (globe-trotter) или мобилен претприемач кој се движи низ целокупниот глобален простор. Пример може да биде една мала компанија која дава интернет услуги во повеќе држави.

Табела - 1: Разликата меѓу претприемач - извозник и глобален претприемач.²

Извозно ориентиран претприемач	Глобален претприемач
Бавна и парцијална интернационализација	Брза интернационализација
Интернационализација во зрела фаза	Интернационализација во самото креирање
Етноцентрична визија	Геоцентрична визија
Едноставна организација	Комплексна организација
Интернационализација на пазарот	Интернационализација на функционирањето
Интернационализација на комерцијалната функција	Интернационализација на сие функции
Статичен претприемач	Мобилен претприемач
Рудиментирани квалификации на вработените	Високи квалификации на вработените (тесни специјалисти)
Едноставен и локален систем на информации	Комплексен систем на меѓународни комуникации
Отсуство на усовршување	Перманентно усовршување за нови технологии
Незначителна специјализација	Хиперспецијализација

² Извор: Olivier Torres, 2010. 15 стр.

1.4. Интернационализација на малите и средните претпријатија

Малите и средните претпријатија тешко излегуваат на меѓународните пазари. Тоа се должи на асортиманот на производи кои главно се пласира на локалните пазари. Исто така, причина за нивниот локален, или регионален карактер, е ограниченоста на ресурсите со кои располагаат тие.

Во теоријата, но и во практиката, се согледува тесната поврзаност меѓу МСП и големите компании. Зарезанкова-Потевска разликува неколку форми на соработка и здружување на МСП и големите корпорации. Една од формите е т.н *чадор стратегија* која се забележува во развиените економии. Станува збор за дејствување на помали претпријатија во рамките на големите компании. Вакви економски процеси се забележени во автомобилската индустрија, производството на компјутери и други машини. На пример, деловите од кои се склопува еден автомобил се произведени од илјадници мали претпријатија лоцирани во целиот свет кои се врзани за големите компании со посебни договори. Во овој контекст се зборува за аутсорсингот т.е. екстернализацијата на определени стопански активности и нивно пренесување на други компании кои се специјализирани за таков вид на активности. Во спротивно, произведувајќи активности за кои компанијата не е специјализирана ги зголемува трошоците во работењето. Формите на договори меѓу големите компании можат да бидат различни (дилери, официјални претставници, франшиза и друго). Авторката исто така зборува за т.н. централно сателитски систем на здружување на МСП со големите компании. Тука една компанија здружува повеќе МСП за кои извршува определени услуги (увоз, извоз, финансии, книговодство). Исто така, се зборува за различни видови на партнерства и здружувањето на компаниите, односно на ресурсите што нуди големи предности во нивното работење. Во овој контекст особено е нагласена улогата на стратегиските партнерства кои овозможуваат споделување на информациите, олеснет пристап до нови технологии, пристап до надворешните пазари, се намалува ризикот (Зарезанкова – Потевска, 2003).

Во рамките на подршката на МСП во нашата средина чија цел е зголемување на нивниот иновативен капацитет е т.н. „ИноБиз“ мобилна апликација преку која компаниите имаат можност да бидат во тек со сите случувања во областа на иновациите и технолошкиот развој, да добиваат известувања за отворени повици за финансиите, пребарување на странски

компаниите отворени за соработка, како и информации за учество на конференции, саеми и настани за вмрежување.³

1.5. Конкуренција на интернационалниот пазар

Иако беше истакнато дека МСП главно дејствуваат на локалните пазари денес се настојува создавање на услови за излегување на МСП на меѓународните пазари. Постојат различни мотиви за излегување на пазарите. Мотив може да биде профитот, може да биде растот и развојот, но и самото одржување на претпријатието.

Излегувањето од локалните пазари и учеството на странските пазари обезбедува континуитет во работењето на претпријатијата. Аналитичарите истакнуваат дека, доколку главната мотивација на МСП при освојувањето на светските пазари е поголем профит, тогаш мал број од нив успеваат да ја реализираат оваа цел. За МСП е најзначајно да обезбедат работа во континуитет и да останат во орбитата на пазарот во кои тие гравитираат. Разгледувајќи ги факторите кои влијаат на успехот на претпријатијата на светските пазари Мајкл Портер го истакнува влијанието на деловната стратегија во која посебно значење добива пристапот кон конкурентите, структурата на побарувачката, пратечките индустрии и организациската структура. Овие фактори го сочинуваат *Портеровиот дијамант* за конкурентни предности на нациите (М. Porter, 1990). Анализите на овој аспект на МСП покажуваат дека на интернационалниот пазар најмногу дејствуваат претпријатија од доменот на трговијата, преработувачката индустрија и продажбата на моторни возила. Интернационализацијата најпрво започнува со увоз на репроматеријали, а подоцна се бараат канали за пласман на производите.

Тешкотиите на кои наидуваат МСП при излегувањето на странските пазари се од различна природа. На пример, излезот на странските пазари на едно претпријатие ќе зависи од информаноста и поддршката што тоа ја добива од локалната средина. Препрека може да бидат процедурите за извоз и другите процедури. Не се од помало значење јазичните и културните бариери кои ја оневозможуваат комуникацијата со странските партнери.

Една од карактеристиките на МСП е начинот на кои тие се поврзани со големите претпријатија. На пример, во многу држави со развиени економии (САД, Велика Британија,

³ Апликацијата е дел од истражувачките активности на Фондацијата за менаџмент и индустриски истражувања <https://www.mir.org.mk/>

Јапонија) МСП се подизведувачи на големите претпријатија. Тие произведуваат разновидни делови, извршуваат одредени услуги без кои не е можно да се замисли функционирањето на големите претпријатија. Во ваквите услови ликвидноста на МСП ќе зависи од успешноста на работењето на големите претпријатија. Меѓутоа, независно од големите претпријатија, во рамките на МСП се забележува тенденција на зголемување на нивната конкурентност. Начинот на кој МСП работат на зголемување на конкурентноста значително се разликува од начинот во големите претпријатија. На овој план постојат повеќе можности, односно се развиваат посебни стратегии од страна на сопствениците или директорите, се прави избор на пазарот или стопанската гранка или се определува нивото на конкуренција. Меѓутоа, без оглед на индивидуалните стратегии секое МСП, особено оние кои ги снижуваат цените за да бидат конкурентни, треба да обрнат поголемо внимание на модернизација и иновирање со цел да ги намалат трошоците во работењето. Оваа цел не се постигнува само со воведување на пософистицирани технологии, туку и со ангажман на стручна работна сила, подигнување на креативноста на вработените, со подобро управување и обуки преку кои ќе се дофатат новите тенденции во економијата. Со тоа, иновациите стануваат многу значаен сегмент во проучувањето на МСП.

Анализите на конкурентноста на МСП во нашата средина покажуваат дека на македонските МСП им недостасуваат соодветни сертификати, квалитет на услугите и производите, опрема и технологија за поуспешно да се вклучат во синџирот на добавувачи на директните странски инвестиции во земјава, а некаде е проблем и цената на производите што ги нудат и времето на нивната испорака. Според експертите, овој проблем би се надминал доколку се воспостави потесна соработка на домашните фирми со странски инвеститори од државите членки на ЕУ. Исто така, се истакнува дека се ретки МСП кои соработуваат со странските фирми во слободните трговски зони, а препораката на ЕУ во последните извештаи за напредок е да се зајакне соработката и комуникацијата меѓу домашните и странските претпријатија. Најголемиот дел од странските компании во Македонија издвојуваат само 1 % од вкупните трошоци за набавки на стоки и услуги од македонски добавувачи.⁴ За да се зголеми проценот на македонски доставувачи Владата во т.н. *План за економски развој* предвидува стимулации за странските компании кои ќе набавуваат материјали од

⁴ „Зголемување на конкурентноста на домашните мали и средни претпријатија со цел подобрување на нивната соработка со странските инвеститори” е проект реализиран од страна на Машинскиот факултет, Стопанската комора и Техничкиот универзитет од Виена.

македонски производители. Така, доколку 15% од набавките на странските компании се направени од домашни производители ќе добиваат поврат од 1% од вкупните средства за направени набавки. Исто така, со цел да бидат стимулирани иновации во домашните претпријатија владата ќе обезбеди 10% поврат од инвестицијата доколку таа овозможила излез на странските пазари.⁵

1.6 Претприемништвото и општествениот контекст

Врз претприемништвото остваруваат влијание повеќе општествени фактори. Меѓу факторите кои го сочинуваат претприемничкиот амбиент се издвојуваат: правните регулативи и функционалноста на институциите релевантни за овој домен, финансиите (пристапот до финансиите), конкуренцијата, фискалната политика, образовната политика, претприемничката култура и други фактори.

Според ГЕМ мошне значајна улога во развојот на претприемништвото има институционалната околина. Институционалната инфраструктура ги опфаќа државните или приватните институции кои го помагаат развојот на претприемаштвото.⁶ Институциите имаат советодавна улога, креираат и ја систематизираат легислативата, развиваат регулаторни механизми и политики за поттикнување на креирање и развој на мали и средни претпријатија. Во ова рамка припаѓа и развивање на Национална агенција за промовирање и поттикнување на развојот на МСП како и создавање институции за поддршка на МСП на локално ниво. Речиси во секоја национална економија се формира национална агенција за поттикнување на развојот на МСП, а во одделни земји се формирани и министерства за МСП.

Институционалната инфраструктура опфаќа и специфични модели за развој на претприемаштво, какви што се научните паркови, кластерите, бизнис инкубаторите и друго. Научните паркови се релативно нов модел за поддршка на претприемништвото и развојот на МСП. Тоа се организации водени од професионалци и чија главна улога е промоција на култура на иновации, поддршка за остварување на поголема конкурентност, воспоставување на врска меѓу компаниите и научните институции. Во рамката на институциите се зборува и за кластерите т.е. групации кои обезбедуваат водечка позиција во гранката создавајќи предност во однос на другите локации или на глобален план. Претпријатијата кои припаѓаат во кластерот споделуваат знаење за пазарите, новите технологии, добиваат поддршка за развој

⁵ План за економски развој, Влада на РС Македонија https://issuu.com/vladamk/docs/plan_za_ekonomski_rast

⁶ Global Entrepreneurship Monitor, 2013

извлекувајќи и други предности. Постојат повеќе класификации за кластерите, но една од позначајаните е нивната поделбата според значењето од аспект на националната економија, и тоа на: *национални кластери* чија цел е решавање на инфраструктурните проблеми, планирање на просторот, решавање на проблемите во билансните плаќања, на *регионални кластери* кои се фокусираат на интерната конкурентност и поврзувањето на компаниите од определен регион и на *комерцијални кластери* насочени кон работа во заеднички проекти.

Во рамките на оваа анализа конструиран е модел каде се групирани факторите на околината во три групи. Во првата група се означени основните предуслови за развој (постоење на функционални институции, инфраструктура, макроекономска стабилност и други). Вториот дел ги содржи т.н. зајакнувачи на ефикасноста во економијата. Овие два дела имаат општо влијание, а во тие рамки и врз претприемништвото. За разлика од нив, третата група содржи девет области кои подиректно може да влијаат врз претприемништвото, а тие се: финансирање на претприемачите, владини политики, владини програми за поддршка на претприемништво, претприемничко учење, трансфер на истражување и развој, комерцијална и правна инфраструктура, отвореност на внатрешниот пазар, физичка инфраструктура, како и културни и социјални норми.

Бизнис инкубаторите претставуваат организации кои што го забрзуваат процесот на создавање успешни компании преку поддршка од видот: решавање на просторни проблеми, финансиски услуги, вмрежување на претпријатија. Според тоа, основните компоненти на бизнис инкубаторите се: промовирање на претприемништвото и поддршка на новите компании, советување за развојот на бизнисот и обуки, развиена мрежа на институции и компании што нудат специјализирани услуги, полесен пристап до финансии и напредни технологии, пристап до објекти во рамките на којшто се нуди флексибилен простор според потребите на клиентите.

Правниот систем на една држава значително го обликува претприменичкиот амбиент. Држави во кои иницијативите на поединците не се подржувани, туку се насочувани и ограничувани, се соочуваат со економска неразвиеност и ниско ниво на претпримеништво. Неолибералната економија со својата пазарна парадигма која доминира во современите услови ја сведува улогата на државата во креирањето на правен поредок (легислатива), стратегии, политики и мерки со кои влијае на амбиентот за поттикнување на

претпримеништвото.⁷ Претприемништвото, меѓутоа, не треба да се сфати единствено како фаворизирачки амбиент за креирање на нови претпријатија, туку создавање на поволни услови и за нивното функционирање, развој, инвестиции, како и излез на пазарите. Во услови кога постои неповолен претпримнички амбиент економските субјекти нема да бидат мотивирани да ги вложат своите пари во креирање на претпријатие, ниту ќе бидат заинтересирани за нови инвестиции или за нов ангажман на работна сила. Кога ризикот е многу голем, тогаш претприемничката клима е неповолна. За поволен амбиент е оценет амбиентот во кој економските трансакции се базираат на правото, односно се почитуваат договорите, а сопственичките права се заштитени. На пример, кога сопственичките права не се заштитени, тогаш постојат можности потпишаните договори да немаат никакво значење, лесно да се поништуваат и да не се плаќаат побарувањата.

Државата пред сè треба да реагира со конзистентен правен поредок кој вклучува јасно дефинирани и недвосмислени правни норми кои се лесно разбирливи и оперативни за самите претпримачи. Конзистентноста, исто така, значи дека прописите имаат континуитет. Многу е тешко за претпримачите кога започнуваат бизнис со една легислатива, а во текот на работењето таа се менува. Може да дојде до ситуација кога претприемачите преокупираат со проблемите на сопствениот бизнис да не бидат информирани за промените на законите што може да се одрази фатално за претпријатието. Законодавството кое се темели на принципот: „дозволено е сè што не е забрането,“ имаат мошне позитивно влијание врз претприменичката иницијативност.

Дел од државното влијание врз претпримничката клима се однесува и на начинот на кој функционираат институциите. Станува збор за збир од повеќе институции тесно поврзани со работењето на претпријатијата, односно за даночниот систем, општественото книговодство (централен регистер), судството и други институции. Во тој контекст се зборува за корупција која многу негативно влијае врз претпримеништвото.

Покрај институционалната рамка постојат и други услови во окружувањето кои влијаат врз развојот на претпримеништвото. Станува збор за инфраструктурата, односно на

⁷ Основната логика на неолиберализмот се базира на обезбедување на доминатна улога на пазарот. Државата се јавува како секундарен актер кој единствено го креира амбиентот. Суштината на оваа парадигма се изразува преку политиката на т.н. здрави пари, рестриктивна монетарна политика чија цел е контрола на инфлацијата, намалување на буџетските дефицити, намалување на даночните стапки, зголемување на производството и понудата, намалување на социјалните одвојувања, дерегулација и поголем маневарски простор на економските субјекти.

сообраќајната инфраструктура (патишта, пруги, воден и воздушен сообраќај) која може да ги поотикне инвестициските активности во определено подрачје; енергетската инфраструктура (електрична енергија, нафта и гас); телекомуникациската инфраструктура ги опфаќа поштата, фиксната и мобилната телефонија и интернетот без кој не може да се замисли современиот начин на работење (истражување на пазарите, вкусовите на потршувачите, односот на конкуренцијата, проток на информации, тендерски документации исл); комунална инфраструктура (водоводна мрежа,); образовна инфраструктура (блиски центри за образование за регрутирање на човечки ресурси);

2. МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА И ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Се смета дека МСП го чинат 'рбетот на европската економија опфаќајќи 99% од сите деловни активности во ЕУ. Во изминатите пет години МСП создале околу 85% од новите работни места, односно две третини од вкупните вработувања во приватниот сектор во ЕУ. Европската комисија ги смета нив за клучни во безбедување на економски раст, за иновативни активности, за создавање работни места и социјална интеграција. Во периодот од 2008 до 2017 година, Бруто додадената вредност генерирана од страна на МСП во ЕУ изнесувала 7,300 трилиони евра, а 56 % дојдоа од секторот на МСП.⁸

Бројот на МСП во ЕУ (28) во периодот од 2009 до 2018 се зголемил кумулативно за 14,3%, а вработеноста во МСП се зголемил за 2,5%. Економијата како целина генерираше кумулативен пораст од 16,5% на додадената вредност и 1,8% при вработување. Меѓутоа, не треба да се сфати дека во рамките на ЕУ сите држави - членки споделуваат еднаков успех во поглед на растот на МСП. Две третини од претпријатијата со висок раст се концентрирани во 6 земји: Германија (23,9% од сите претпријатија со висок раст во 2015 година), Велика Британија (14,4%), Шпанија (8,6%), Франција (8,4%), Италија (7,6%) и Полска (6,4%). Заедно, овие шест чинат 69% од сите претпријатија со висок раст во ЕУ28 во 2015 година.

Во рамките на ЕУ, на 1000 жители има седум МСП. Значетелно помал број на МСП има во Германија (34) и во Романија (29). Но, затоа Полска е на прво место по број на МСП.

Малите и средните претпријатија се одликуваат со голема хетерогеност која создава тешкотии на планот на нивната определба. Потребата од нивното дефинирање е реална и без нивната категоризација не би било можно да се креираат економски политики, како и да се преземат мерки за подобрување на бизнис амбиентот.

Тенденцијата да бидат дефинирани нуди една цела листа од критериуми според кои тие се дефинираат. Во определбата на МСП главно се применуваат квантитативни критериуми. Така, тие можат да бидат дефинирани со оглед на бројот на вработените, според обемот на продажбите, според пазарното учество на претпријатието, големината на фиксниот капитал и други критериуми. За мошне значаен критериум се смета бројот на вработените. Во

⁸ Повеќе за малите претпријатија, Што прави ЕУ за малите и средните претпријатија?
http://eeas.europa.eu/archives/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/more_info/publications/eu_thinking_big_for_small_businesses

различни држави во светот бројот на вработени кој го дефинира претпријатието е различен. На пример, во Канада и во САД за мали се сметаат претпријатијата кои имаат од 10-49 вработени, а за средни од 50-499. Во документите на Европската комисија, МСП се претпријатија со помалку од 250 вработени и имаат годишен обрт од најмногу 50 милиони евра, или годишен биланс на состојбата што не надминува 43 милиони евра.

2.1. Квалитативен пристап во определбата на малите и средни претпријатија

Освен квантитативниот пристап во определбата на МСП постои и квалитативен пристап според кој МСП претставуваат колективитети каде вработените имаат претежно неформални, може да се каже непосредни и блиски односи. Станува збор за патронална форма на претпријатија (Torrington, 2004) каде одлуките се донесуваат од центарот, односно од газдата (патронот) кон вработените. Газдата ги држи сите клучеви во претпријатието. Ретко кога делегира дел од своите раководни надлежности на вработените. За МСП е карактеристично ниско ниво на специјализација. Во вакви услови вработените работат на различни задачи што влијае на ниската продуктивноста на трудот на претпријатието. Според сознанијата од економската теорија специјализацијата на работниците значително влијае врз вештините на работниците (А. Смит, 1997). Работниците кои имаат вештини да извршуваат определен број на задачи се многу попродуктивни од т.н. општи работници.

Во МСП стратегиите се донесуваат врз база на искуството, интуицијата, а понекогаш значително влијаат емоциите. Ваквите одлуки не се во согласност со условите на пазарот каде се бара попрецизна анализа на состојбите, верификација на информации и одржливо планирање на економските активности. МСП имаат ограничена внатрешна и надворешна комуникација. Поради карактерот на организациската структура и доминацијата на сопственикот, ретко се слушаат размислувањата на вработените кои, од друга страна, имаат мала иницијативност и креативност.

Малите и средните претпријатија се кривки економски субјекти. За тоа сведочат големиот број на стечаи. Така, во ЕУ 15% од затворените претпријатија се должат на стечај, а тоа се 700.000 МСП, а укинати се над 2,8 милиони работни места. Иницијативи за обновување на стечајни претпријатија не се добро прифатени од опкружувањето, а некаде постојат и многу сложени процедури за ликвидација кои траат долго време. Новите европски иницијативи одат во насока на забрзување на стечајните процедури кои не би требало да траат подолго од една година.

Опкружувањето во кое денес дејствуваат претпријатијата е променливо. Во однос на промената најдобриот познавач на менаџерските практики Исак Адигес истакнал дека дејствувањето на глобалниот пазар и глобалната конкуренција ја наметнува флексибилноста како основен принцип на работење. Флексибилноста значи брзо менување на стратегиите, континуирано иновирање на понудата, поголема специјализација и ангажман на адекватни човечки ресурси, како и континуирано развивање на човечките потенцијали. МСП со својата едноставна структура, централизираниот начин на управување и ориентацијата кон краткорочни планови полесно се адаптираат на потребите на пазарот.

Посебна предност на МСП е нивната близина со потрошувачите со кои директно комуницираат. Оваа близина им дава можност многу брзо да ги согледаат промените во вкусовите и да добијат информации за промените на куповната моќ на потрошувачите. Исто така, најголемиот дел од нив дејствуваат на локалниот пазар и можат да дојдат многу брзо до информации за промените на пазарот, за апсорпцијата на нивните производи на пазарот, односно директно да ја следат конкуренцијата. Големите претпријатија индиректно ги следат пазарите, а добиените информации од маркетиншките истражувња можат да бидат застарени, или да не се веродостојни на фактичката ситуација, бидејќи податоците се главно креирани од специјализирани агенции.

Флексибилноста на МСП, исто така, произлегува и од нивната производствена програма. Тие главно произведуваат еден производ или помал број на производи. Во услови на променливост на пазарот еднородноста на производството се смета за предност бидејќи можно е многу брзо да дојде до преориентација во производството. Во големите компании во кои постојат развиени организациски структури и широк спектар на производи преориентацијата би претставувала сложена задача, но и невозможна мисија. Во моментот кога големите претпријатија ќе се соочат со целосно променети коњукутури на нивните производи на пазарот тие влегуваат во голема криза.

МСП развиваат блиски односи и со деловните партнери. Многу често станува збор за односи од неформален карактер. Многу често станува збор за роднински односи или се градат односи на блиски пријатели со висок степен на доверба и поддршка. Тоа зборува за фактот дека МСП во недостиг на финансиски капитал користат социјален капитал со што создаваат стабилна база на односи за понатамошната работа на претпријатието.

Малите и средните претпријатија главно дејстуваат во локалната средина и се ориентирани кон локалните пазари и главно задоволуваат потреби на локалната популација. Многу често тие се лоцирани во домот, а вработени се членови на семејството или блиски роднини.

Малите и средните претпријатија се особено значајни за локалната заедница поради создавањето на можности за вработување на нискоквалификувана работна сила, на жени и на млади лица кои се доминантно застапени во структурата на вкупно невработените лица.

Малите и средните претпријатија се значајни и од перспектива на локалните финансиски институции, особено за земјите во транзиција и земјите во развој, од причини што претставуваат потенцијален исклучително профитабилен клиент за локалните финансиски пазари.

2.2. Европски акт за мали и средни претпријатија

Поаѓајќи од сознанието за значењето на МСП за економскиот развој и за економската стабилност на државите, Европската унија пристапи со голема амбиција во дефинирањето на критериумите, но и во создавање на политики за креирање на поволен (пријателски) амбиент во кој ќе дејствуваат тие. Така, во 2003 година беа дефинирани индикаторите кои овозможува прецизна определба на МСП што се чинеше особено значајно за да може да се креира посакуваниот поволен амбиент. Исто така, беше воведена категоријата микро-претпријатија со цел да се стимулира претприемништвото и да се поттикне иновативноста. На Лисабонскиот самит во 2003 година е донесена *Европската повелба за мали и средни претпријатија* која претставува еден од позначајните инструменти преку кои ЕУ ја базираше својата концепција за конкурентна економија базирана на знаењето.

Преку своите политики ЕУ настојува да се подобрат условите за стопанисување на МСП т.е. да се поедностават процедурите за нивно оформување, да се креираат институции и фондови за нивна финансиска поддршка, како и многу други поволности (партнерства со големите компании, бизнис инкубатори и други видови на групирања). Во периодот по донесувањето на Повелбата се настојуваше да се проучат добро условите во кои дејствуваат МСП во чија насока работеше специјална работна група т.н. Business Environment Simplification Task Force позната како BEST група.

Во 2008 година ЕУ го донесе *Актот за мали претпријатија* кој содржи мерки за олеснување на работењето на малите претпријатија. Основниот принцип од кој се појде во овој документ е: „да се мисли најпрво на малите“ (think first small), а тоа значи дека економските политики треба да им дадат приоритет на МСП, односно при креирањето на општите политиките да не се донесуваат мерки кои ќе го отежнат нивното работење. Исто така, се предвидува формирање на посебни фондови за обезбедување на финансиска помош, пристап до јавните набавки и поголема финансиска дисциплина. Главната тенденција во европските политики за МСП беше посебниот третман на микро-претпријатијата за кои треба да се создадат посебни законски решенија со кои ќе се олесни нивното работење, како и други инструменти со кои ќе се поедностави нивното формирање, нивното функционирање и излегувањето на пазарите. Меѓу општите препораки во *Актот* се следните:

- Намалување на административниот товар и забрзување на процедурите за основање на претпријатие (со еден единствен формулар, односно изјава);
- Промоција на претприемништвото и регистрирање на микро-претпријатијата преку намалување на финансиската горна граница за влез на микро-претпријатијата во националните и регионални шеми за поддршка;
- Социјало-економските активности (социјални претпријатија) и занаетчиите се исто така признаени за претпријатија;
- Промоција на раст нови инвестиции;
- Стимулирање на инвестиции со купување на малцински удели од страна на поголемите фирми со што нема да се загуби независноста на МСП;
- Овозможување влез на капитал за ризични инвестиции - преку подобар третман и искористување на регионалните фондови, компании со капитал за ризични инвестиции и бизнис ангели;
- Промоција на инвестиции во иновации и поттикнување на истражувања;
- Промоција на кластери на независни МСП;
- Зголемување на правната сигурност на претпријатијата со јасна определеност на партнерствата, мрежите и другите видови на поврзувања;
- Дефинирање на методот употребен за утврдување на бројот на вработените и финансиските горни граници;
- Превенција од даночна евазија (избегнување на плаќање даноци) преку системот на консолидирани сметки;

- Промоција на професионална обука и воспоставување на рамнотежа меѓу животот и работата. Практиканти и студенти не влегуваат во вкупниот број на вработени, но породилното отсуство и родителското отсуство треба да бидат регулирани со цел да не се казни претпријатието што се обидува да промовира баланс помеѓу животот и работата.

2.3. Креирање на *пријателски* амбиент за дејствување на малите и средните претпријатија

Како што беше истакнато и претходно, во политиките на ЕУ микро - претпријатијата добија посебно значење. Се сметаат за најдинамичните претпријатија кои се основаат со цел да им обезбедат вработување на основачите. Оттаму, тие се најзначајни во поглед на можностите за вработување. Исто така, тие покажуваат карактер на привременост поради нивната мобилност. Само микро-претпријатијата во ЕУ генерираат 29,4% од вработувањата во приватниот сектор; учествуваат во ново-додадената вредност (БДП) со 20%; доминираат со бројка од 93,1% од вкупниот број на МСП.⁹ За да се согледа ефикасноста од европските политики за МСП се спроведува тест со кој се проверува дали со постоечкото законодавство подеднакво можат да се носат постоечките МСП.

Една од алатките за мерење на напредокот на земјите во спроведувањето на *Актот за мали и средни претпријатија* е проценката на перформансите на МСП. Тоа се реализира преку годишните извештаи од кои се креира листа на податоци за перформансите на претпријатијата во државите-членки на Унијата.¹⁰

Политиките на ЕУ овозможуваат МСП да бидат ослободени од некои обврски кон државата, како на пример, поедноставувањата и ниската цена на чинење при креирање на ново претпријатие. Така, во просек, во ЕУ потребни се девет дена за регистрирање приватно претпријатие (ограничена одговорност) за разлика од 2007 година кога биле потребни 12 дена. Исто така, намалена е цената на чинење на самата постапка (399 евра - споредено со десет години претходно 485 евра). На пример, во Словенија потребни се три дена за оформување на претпријатие, а Германија извршила промени во Законот за трговски друштва

⁹ Annual Report on European SMEs 2017/2018 (SMEpercentage20Annualpercentage20report%202017-2018.pdf).

¹⁰ Ibid.

со цел да го олесни формирањето на нови претпријатија.¹¹ Има олеснување и во поглед на фактурирањето. Се воведува електронска фактура која има еднаков третман како и хартиената. Регулацијата на ДДВ со специјално барање може да се одложи до периодот на уплатата од страна на клиентите. Принципот „само еднаш“ значи интегрираниот систем ќе им овозможи на претпријатијата да не ги поднесуваат истите податоци повеќепати до различните владини тела за добивање дозволи, плаќање даноци и за статистички цели.

Европската унија посвети значително внимание на финансиските аспекти од работењето на МСП. Овде се мисли на стимулирање на користење на кредити и други видови на заеми (venture capital), како и развој на други финансиски инструменти. Во програмите за финансирање не се практикува директното финансирања. Подршката се ефектуира преку посредување на локални, регионални или националните институции, или преку финансиските посредници какви што се банките и други финансиски организации кои обезбедуваат финансирање преку финансиски инструменти. Сепак, треба да се нагласи дека еден од најголемите проблеми со кои се соочуваат МСП во ЕУ е пристапот до финансиите.¹² Меѓу мерките кои ги презема ЕУ во поглед на креирање на поволен финансиски амбиент за МСП спаѓа и зголемувањето на видливоста на МСП со цел тие да го привлечат вниманието на инвеститорите овозможувајќи им нивно приближување до финансиските пазари. ЕУ буџетот главно се користи за пружање на информации за пазарните коњуктури на финансиски капитал, како и за капацитетите на финансиските институции кои значително можат да влијаат на растот на претпријатијата. Додадената вредност на европските стратегии е да ги мобилизира и насочи домашните финансиски ресурси кон раст на МСП. Европската унија е значително успешна во методологијата на размената на добри практики и користење на позитивни искуства меѓу државите-членки, како и државите кандидатки. Од 2003 до 2018 година беа креирани повеќе финансиски инструменти за поддршка на МСП.¹³ Во рамките на ЕУ, инвестициските фондови (Venture capital) се незначително искористувани, иако тие се преполни со финансиски сретства. Проблемот беше во непостоењето на канали преку кои овие сретства ќе стигнат до МСП. Постоечките критериуми за позајмување на капитал имаа многу висок праг. Во однос на овој алтернативен капитал за МСП беа креирани нови

11

http://eeas.europa.eu/archives/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/more_info/publications/eu_thinking_big_for_small_businesses_mk.pdf

¹² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0870>

¹³ The Competitiveness and Innovation Framework Programme (CIP) со проценка дека одвоените 1,1 милјарди евра ќе донесат инвестиции од 30 милјарди евра за МСП, EU's Seventh Framework Programme for Research (FP7) Risk-Sharing Finance Facility <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0870>

регулативи кои го олеснуваа патот на парите од инвестициските фондови кон МСП. Реченицата „Фондови за фондовите,, (founds to founds) се однесува на прибирање на сретства во инвестициските фондови кои ќе финансираат активности во повеќе држави – членки. Финансиските политики на ЕУ креираат услови за користење на ризичен капитал што ќе овозможи мобилизација на други јавни и приватни финансиски ресурси.

ЕУ посебно се залага за зајакнување на советодавниот капацитет на *Европската мрежа на претпријатија*, а целта е да ги подржи иновациските активности на претпријатијата и да ја зајакне нивната интернационална димензија. Мрежата е активна во повеќе од 60 земји во светот. Во неа се ангажирани над 3.000 експерти, а има 600 организации – членки, истакнати во двањето на деловната поддршка, пред се во областа на интернационализација, стандардизација, иновации и усогласеност со правилата на пазарот на ЕУ.¹⁴

2.4. Нормативна определба на малите и средните претпријатија во Република Македонија

Анализата на МСП вообичаено започнува со нивната нормативна димензија. Начинот на работење на МСП се регулира со повеќе видови на закони.

Малите бизниси во нашата земја најчесто правно се формализираат преку формирање на трговско друштво согласно *Законот за трговски друштва*.¹⁵ Во членот 470 на Законот, трговците регистрирани според истиот, се класифицираат во следните категории: големи, средни, мали и микро трговци.¹⁶ Оваа класификација е направена според бројот на вработени во друштвата, нивниот годишен промет, годишните приходи и според просечната вредност на вкупните средства по завршната сметка во последните две години. Премиот од една категорија во друга се врши по проценетиот обем на работење на крајот од годината.

¹⁴ Enterprise Europe Network која претставува најголема мрежа за поддршка на МСП во светот во 2008 година, а во која членуваат технолошките паркови, универзитети и истражувачки институции, организации за иновативна поддршка, стопански и индустриски комори.

¹⁵ „Службен весник на Република Македонија“ бр. 28/2004; 84/2005; 25/2007; 87/2008; 42/2010; 48/2010; 24/2011; 166/2012; 70/2013; 119/2013; 120/2013; 187/2013; 38/2014; 41/2014; 138/2014; 88/2015; 192/2015, 6/2016 и 61/2016).

¹⁶ Службен весник на Република Македонија број 28/2002 година, член 470

Табела бр. 2: Класификација на трговските друштва според Законот за трговски друштва¹⁷

	Број на вработени	Годишен бруто приход и обрт во денарска противвредност (од било кој извор)	Бројот на клиентите	Број на сопственици
Микро-трговец	до 10 вработени	До 50.000 Евра	Да не е остварен над 80% од приходот од само еден клиент	Да нема повеќе од двајца сопственици
Мал трговец	До 50 вработени (во текот на целата година)	До 2.000.000 Евра	/	/
Среден трговец	До 250 вработени	До 10.000.000 Евра и вредност на целата актива помала од 11.00.000 Евра	/	/

Според Законот, големи претпријатија се оние кои ги надминуваат критериумите кои важат за малите и средни претпријатија.

Критериумите според кои се класификувани претпријатијата во Република Македонија е преземен од ЕУ. Меѓутоа, доколку овие критериуми доследно се реализираат во македонски услови би имало многу мал број на мали претпријатија кои би ги исполниле овие критериуми. Затоа се врши намалување на вредноста за 1/4 или за 1/5 од оваа вредност која важи за Европската унија. Така, според *Законот за основање на Агенција за поддршка на претприемништвото во РМ*, малите и средни претпријатија претставуваат правни и физички лица кои имаат помалку од 50 вработени, имаат бруто годишен обрт на средства до 1,5 милиони евра и завршна сметка која не надминува 1,1 милиони евра (во денарска противвредност), тие се независни во својата работа и имаат барем 51% во приватна сопственост.”¹⁸

Подобар преглед за разликите во ЕУ и во РМ дава табелата подолу.

¹⁷ http://www.ceprosard.org.mk/IPARD/PDF/ZP/Z/Zakon_za_trgovski_drustva.pdf

¹⁸ Закон за основање на Агенција за поддршка на претприемништво на Република Македонија „Службен весник на Р. Македонија“, бр.60/03, 161/09, 171/10

Табела бр. 3: Споредбен прстап на претпријатијата во ЕУ и во Р. Македонија¹⁹

Големина на друштвото	ЕУ дефиниција	Закон за трговски друштва 2004 г. (Изменет и дополнет 2013 г.)
Микро	<10 вработени ≤ЕУР 2 милиони обрт или биланс на состојба	<10 вработени ≤ЕУР 50.000 бруто годишен приход, изразен во МКД
Мало	10 до 50 вработени ЕУР 2–10 милиони обрт или биланс на состојба	≤ 50 вработени, И ≥ ЕУР 2 милиони годишен приход, изразен во МКД, ИЛИ < ЕУР 2 милиони годишен обрт (вкупни средства во актива), изразен во МКД
Средно	<250 вработени ≤ЕУР 50 милиони обрт ≤ЕУР 43 милиони биланс на состојба	≤250 вработени, И ≥10 милиони ЕУР годишен приход, изразен во МКД, ИЛИ < ЕУР 11 милиони годишен обрт (вкупни средства во актива), изразен во МКД

Анализата на правната регулатива која ја регулира материјата на претпријатијата покажува одредени несогласувања. Законите не се конзистентни и ја усложнуваат состојбата со дејствувањето на МСП. Покрај претпријатијата, во Република Македонија постојат и друг вид на работни правни форми, како на пример, занаетчии и трговци поединци. Во 2004 беше донесен *Закон за вршење занаетчиска дејност* кој во целост го замени истоимениот закон од 1998. Последното ускладување на законодавството овозможи во *Законот за трговски друштва* да стекнат правен легитимитет (трговски друштва) и физичките лица кои вршат земјоделска и шумарска дејност (член 4), занаетчиите и други физички лица кои вршат услуги (освен ако нивната дејност може да се определи како претпријатие според истиот Закон). Сепак, истиот Закон нив ги исклучува од статусот - претпријатие. Ваквиот пристап придонесе за формализација на голем број на економски активности кои претходно исклучиво фигурираа во неформалната сфера.

Една од препораките на *Актот за мали и средни претпријатија* се однесува на процедурите за регистрација на претпријатие. Во Република Македонија со воведувањето на едношалтерскиот систем значително се поедноставија процедурите за регистрирање на ново претпријатие. Пријава за регистрација се поднесува во електронска форма потпишана со електронски потпис согласно со *Системот за е- регистрација* од физичкото лице кое бара да биде запишано како правно лице (трговец поединец), преку негов полномошник или преку агенциски посредник. Сепак, анализите покажуваат дека постапката е прилично сложена и главно се извршува по електронски пат. Подготвувањето на документацијата за регистрирање

¹⁹ Табелата е преземена од Националната стратегија за мали и средни претпријатија 2018-2023, <http://economy.gov.mk/Upload/Documents/Strategija>

на претпријатие е обемна и донекаде нејасна за лица кои не се стручни од таа област. Тешкотиите не се карактеристични само во прибирањето на почетната документација, туку и во приложувањето на останатите документи. Административните проблеми се јавуваат и во текот на извршување на дејноста, и тоа почнувајќи од набавувањето на овластувања за добивање дозвола за започнување со вршење одделна дејност, а продолжуваат при плаќањето на даноци, добивањето кредити, затворањето на бизнисот, почитување на нормативите за заштита на животната средина и друго. Долгите административно-бирокуратски процедури ги зголемуваат трошоците на работењето на фирмите и претставуваат сериозна пречка за водење на бизнисот.

Правниот контекст, освен споменатите закони, вклучува и многу други закони кои имаат променлив карактер. Промените во законските регулативи влијаат МСП да не можат да држат чекор и да ги следат промените со што често се изложени на казни и други рестриктивни мерки. На пример, секое новоформирано друштво, по уписот во регистрот потребно е да се прилагоди на барањата и стандардите на соодветните инспекции (пазарна, трудова, санитарна). Многу МСП не се соодветно запознаени со промените во законите, бидејќи не се организираат соодветни обуки по извршените промен. Дополнително, постојат закони кои не се стриктно поврзани со деловното работење, но се однесуваат за активностите кои МСП ги извршуваат. Како на пример, *Закон за заштита на лични податоци*, *Закон за заштита од вознемирување на работното место*, *Закон за безбедност и здравје при работа*, *Закон за евиденции од областа на трудот* и други).

3. ФИНАНСИРАЊЕ НА МИКРО, МАЛИ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА

3.1. “Start up” на претпријатие – почетнички финансиски дилеми

Многу често се истакнува дека МСП играат исклучително значајна улога во креирање на нови работни места и во намалувањето на невработеноста. Меѓутоа, современите економски движења признавајќи го значењето на МСП ја истакнуваат потребата од зголемена конкурентност. Светските трендови во развојот на МСП ги менуваат целите: од постигнување на квантитативни цели (зголемување на бројот на МСП) се движат во насока на остварување на квалитативни цели во кој МСП се ставаат во улога на значајни иновативни субјекти и економски актери кои ја јакнат националната економија.

Не постојат универзални модели според кои се развиваат МСП. Сепак, за фактори кој играат значајна улога во секое општество се сметаат: фаворизирачката клима, односно нивото на оперативност на политиките за нивна поддршка; развиен систем на финансиска поддршка, претприемничката култура и други фактори. Без оглед на специфичните услови, отпочнување на еден бизнис е долготраен, сложен и ризичен процес во сите општества. И покрај тоа што литературата изобилува со прирачници за тоа како да се отпочне бизнис и има милион совети за новите претприемачи, сепак мал број на луѓе преземаат конкретни претприемнички чекори.

Секој потенцијален претприемач на почетокот поставува многу прашања. Во прирачниците се истакнува дека непоходна е проценка на сопствените способности (умешности, мотивација, карактер), како и реално согледување на условите во опкружувањето. Секоја идеја која ја имаат претпримачите не станува бизнис. Многу идеи не стануваат бизнис. Идејата станува можност доколку таа е тесно поврзана со реалните потреби на потрошувачите кои ќе бидат подготвени да платат за да го имаат тој производ или услуга. Во спротивно бизнисот е неодржлив, а компанијата оди во ликвидација.

Вообичаено пред да се отпочне определен бизнис треба да се размисли околу повеќе прашања. Во економската литература се препорачува т.н. SWOT анализа со која ќе бидат дефинирани: S (Strong) - силните страни на претприемачот, односно способностите, искуството, контактите, пристап до ресурси и други предности на претприемачот; W (Weaknes) - проценка на слабостите, какви што се на пример, недостигот од капитал, недостиг од обуки, слабо книговодство, слабо познавање на финансиите; O (Opportunities),

што значи преиспитување на можностите во опкружувањето и условите на пазарот, нови бизнис партнери, нова прилика настаната од други промени и друго; Т (Threats) - заканите кои произлегуваат од конкуренцијата, политиката, промените на законите, неликвидноста. И тогаш кога малите претприемачи не се упатени во значењето и методологијата на SWOT анализата, веројатно е дека почетен сегмент на нивното отпочнување на бизнис е проценката на ресурсите и искористување на постоечките можности. Меѓутоа, во практиката не е мал бројот на претприемачи кои влегуваат во бизнисите без да имаат соодветни информации за многуте аспекти поврзани со работењето на претпријатието.

Според истражувањата направени во САД најголем број од лицата (74%) кои основале претпријатие тоа го направиле за да се збогатат. Меѓутоа, 68 % одговориле дека првичната мотивација да се основа претпријатие била поврзана со оживотворување на некоја идеја или на некаков проект. Само 4,5% основале претпријатие бидејќи не биле во состојба да најдат работа.²⁰ Половина од испитаната популација не го наследила бизнисот, туку тие самите имале своја лична мотивација и сопствена идеја за отворање на бизнис. Многу од нив (75%) претходно работеле во други претпријатија. Сопствен бизнис се основа и по доживевани неуспеси во други дејности, односно отакако нивните претпоставени ги одбиле нивните идеи (Vivek Wadhwa and all, 2009). Просечната возраст на основачите кога тие започнале бизнис била 40 години. Половината од испитаниците имале високо образование, а со оглед на успехот постигнат во текот на школувањето станува збор за солидни ученици, како во средното, така и во високото образование. 71% од испитаниците одговориле дека потекнуваат од средната класа или од нискиот слој на високата класа, а 21 % од ниска висока класа. Само 1% одговориле дека биле многу богати или дека биле многу сиромашни. Повеќе од 50% од основачите биле првите во семејството кои основале бизнис. Кога го започнале бизнисот 70% од испитаниците веќе имале семејство. Кај 52% од испитаниците се појавил интерес за основање на бизнис додека студирале, а 34% никогаш не помислиле дека ќе основаат свој бизнис.

Овие податоци, а други анализи, покажуваат дека желбата за профит не е единствената причина да се започне нов бизнис. Многу претприемачи биле мотивирани да започнат бизнис со цел да се вработата и да заработаат плата за некоја просечна живеачка. Но, некои

²⁰ Ewing Marion, Kauffman Foundation, 2009. Бил истражуван примерок од 549 основачи на компании од различни домени. http://www.kauffman.org/~media/kauffman.org/research_reports_and_covers/2009/07/anatomy_of_entre_071309_final.pdf

основале претпријатие за да извршуваат работа што ја сакаат. Добивката од успешното работење на компанијата доаѓа многу подоцна.

Почетоците на бизнисот не се едноставни. Се наидува на различни бариери, какви што претставуваат: недостигот од финансиски сретства, лоша коњуктура на пазарите, технички проблеми поради кои претприемачите имаат лош сон, малку спијат, јадат набрзина и немаат време за своето смејство. Доколку збогатувањето е основната причина за основање на фирмата, тогаш може да се случи фирмата да се затвори уште во самиот почеток. Успешни се претпријатијата каде почетната мотивација на претприемачите е реализација на некоја идеја, а истовремено се водат од адекватна работна етика и посветност (Мариоти, Глакин, 2014: 9). Некогаш мотивацијата за збогатување преку претпримеништвото се засенува со мотивацијата за создавање на нов производ на пазарот со подобри перформанси од постоечките, или производи со подобри еколошки својства кои нема да ја загадуваат животната средина. Многу претприемачи биле мотивирани да основаат бизнис поради своите лични вештини или поради добивање на сатисфакција од опкружувањето.

Едно претпријатие, исто така, се креира поради воочена можност дека многу други претприемачи не произведуваат производи кои ги задоволуваат вкусовите на потрошувачите. Тогаш се размислува како можат да бидат подобрени производите или услугите кои секојдневно се употребуваат. Исто така, кај некои личности се јавува потреба од нешто што го нема на пазарот и тие размислуваат како да го создадат тој нов производ.

Основањето на ново претпријатие е најчесто застапувана форма за започнување со бизнис. На ваквата одлука влијаат повеќе фактори. Понекогаш голема улога играат личните мотивации на претприемачите кои се поврзуваат со автономија во одлучувањето, во можноста да се создаде автохтона форма на организација и можности за реализација на други лични иницијативи. Исто така, оформувањето на ново претпријатие многу често е поттикнато од карактерот на државанта поддршка, поволностите што ги нудат финансиските институции и фондациите. Значителен дел од владините програми за отворање на нови работни места се ориентирани кон поттикнување на претприемништвото давајќи финансиска поддршка за оформување на нови претпријатија. Во истите програми се иницираат разновидни обуки на невработените за претприемништво со цел да ги обучат и се охрабрат поединците за преземање на нова активност. Меѓутоа, програмите за поддршка за отворање на нови претпријатија не секогаш ја исполнуваат основната цел. Ако целта е да се отворат повеќе

работи места може да се заклучи дека поголемиот број од новите претпријатија не отвараат работни места за голем број луѓе. Може да се заклучи дека стимулацијата за оформување на МСП преку системите за државна или друг вид финансиска поддршка остваруваат високи почетни трошоци, но мал аутпут.

Според некои согледувања за претприемништвото, во македонските услови заработката се јавува како првичен мотив за креирање на нов бизнис, односно со можноста да се заработат повеќе пари (59%), а на второ место е можноста да се дојде до вработување (22%). Во истата анализа се истакнува дека програмите за поддршка на претприемништво главно се однесуваат на млади невработени лица кои никогаш претходно не биле вработени што го зголемува ризикот од неуспех (М. Магдинчева-Шопова и други, 2014).

Во практиката на претприемништво се забележува и основањето на некоја нова компанија преку воспоставување на партнерствата меѓу две и повеќе лица. На тој начин се комбинираат потенцијалите т.е. еден од партнерите може да има капитал, а другиот да има знаење, вештини или да припаѓа на една мрежа од која може да се добијат корисни информации.

3.2. Купување на постоечки претпријатија и креирање на претпријатие со франшиза

Кога се зборува за основање на едно претпријатије не треба да се изгуби од предвид фактот дека не мора да се почнува од нула. Претпријатијата се продаваат на пазарот. Некој може да купи готова компанија, или да навлезе на определен пазар преку франшиза (купување на правото да се користи лиценца или трговска марка). Франшизата претставува исклучителен начин за раст на претпријатијата, но и за раст и развој на локалните економии. Иако франшизата не е многу застапена во нашата држава, во глобални размери таа станува бизнис со нагорен тренд. Поширокот облик на франшиза се нарекува *франшиза на бизнис* - формат каде се добива поддршка во остварување на подобар квалитет на производот, поддршка во инфраструктура, маркетинг, како и користење на други предности од компанијата која ја дава франшизата. Претпријатијата кои работат под формата на франшиза имаат големи предности. Како прво, тие имаат производ кој веќе е добро познат на пазарите. На пример, SKF е голема шведска компанија која произведува најразлични видови на лагери. Во Македонија има неколку претпријатија кои работат со франшиза и кои продаваат производи според условите на матичната фирма. Како примери можеме да ги наведеме: Манго, Дајнерс, Форнети, Доминос пица, Холидеј ин, Германос, Кока Кола. За единствен македонски давател

на индустриска франшиза во меѓународни услови е Алкалоид со својот бренд „Кафетин“. Во домашни услови постојат повеќе претпријатија со домашен капитал кој се даватели на франшиза на домашниот пазар (Вегера, Сара Фешен и други). Но, можат да се набројат многу други претпријатија кои работат со франшиза на Спрингфилд, Окаиди, Енерџи, Голден поинт, Хилтон и други. Треба да се напомене дека за да се добие франшиза од некои познати брендови неопходно е да се задоволат строги услови што е причина за малиот обем на претпријатија кои работат со франшиза. Слабата куповна моќ на македонското население е главната причина за слабиот интерес да се инвестира преку франшиза.

Нов модел на франшиза денес е т.н. бизнис – франшиза што овозможува користење на производот, услугата, трговската марка, како и целиот управувачки пакет. Франшизата, исто така, овозможува да се дојде полесно до определена финансиска поддршка која ќе овозможи промовирање на производот на локалните пазари и намалување на ризиците во пробивањето на нови пазари.

Освен предности во започнување на нов бизнис франшизата има и ограничувања. Во претпријатија основани со франшиза се работи во рамката која ја дава давателот на франшиза. Тука постои мал простор за внесување на сопствени елементи, се губи автономијата, а тоа значи дека креативноста е значително намалена. Исто така, доколку станува збор за производство, давателот на франшизата е истовремено и снабдувач со суровини. Вообичаено добивањето на франшиза чини скапо. На пример, обезбедување на франшиза за Мек Доналдс чини 1.800.000 долари (Мариоти, Глакин, 2014). Раскинувањето на договорот носи дополнителни оптовраувања за фирмата.

Франшизата е особено погодна за МСП. Искуствата од развиените економии покажуваат дека е развиена практиката на давање на франшиза на мали и средни претпријатија. Ова посебно се однесува во автомобилската индустрија каде илјадници претпријатија работат во производство на делови, одржување на возила и други услуги поврзани со самата дејност.

До нов бизнис може да се дојде и преку купувањето на веќе постоечко претпријатие. Купувањето на претпријатие, сепак, не е едноставен процес. Слично како во случајот со отворање на ново претпријатие потребно е да се направи ретросепктивна анализа на карактеристиките и способностите на купувачот. Бизнисот кој се купува треба да биде соодветен на знаењето, вештините и начинот на живеење и размислувањата на

претприемачот. Исто така, потенцијалниот нов сопственик треба да направи детален увид на повеќе параметри на претпријатието: залихи, обрт, технологија, должничко-доверителни односи, но и да најде одговор на прашањето од кои причини се продава бизнисот. Многу е тешко новиот претприемач да ги прибере сите неопходни информации за состојбата на претпријатијето и да ги воочи сите позитивни и негативни аспекти.

3.3. Ниски и високи бариери за влез на претпријатијата во определени бранши

Посебно значаен проблем при разгледувањето на МСП претставува проблемот со нивното финансирање. Финансиски проблеми имаат претпријатијата од било која големина. Меѓутоа, во случајот со МСП овие проблеми имаат поголема тежина. Големата финансиска криза од 2008 година предизвика значително влошување во поглед на финансирањето и посебно се одрази врз работењето на МСП. Економските кризи влијаат да се зголеми висината на каматите и многу потешко се исполнуваат условите за позајмување на пари.

Една од тешкотиите во работењето на МСП претставуваат пазарните бариери. Во овој контекст особено се значајни бариерите за влез во определена бранша во однос на што се прави разлика меѓу ниски и високи бариери за влез. На пример, во браншите каде се применуваат развиени технологии и каде се бара висок степен на стручност и знаење бариерите се повисоки. Бариерите за влез значат колку лесно може да биде заменета една компанија со друга во рамките на истата бранша. За влез во определени бранши се неопходни лиценци и посебни дозволи кои ги издава државата. На пример, влегувањето во фармацевтскиот бизнис е под надлежност на државата. Не може по сопствена волја да се отвори аптека до некоја друга аптека без дозвола од страна на надлежните органи.

За МСП е карактеристично слободно влегување на пазарите со ниски бариери. Тоа значи, слободен влез и излез на фирми во браншата. Според оваа претпоставка, секој поединец може да основа свој бизнис, своја фирма, а според сопствена волја може слободно да го затвори претпријатието. За тоа не постојат никакви ограничувања (законски, економски), ниту за влез, ниту за излез од секторот. На слободниот пазар постои голема мобилност на претпријатија. За овој пазар на кој дејствуваат МСП карактеристична е т.н. *совршена (перфектна) конкуренција* (Таки Фити, 2002) која се остварува меѓу голем број на независни продавачи (производители), но и голем број на купувачи. Поради огромниот број на понудувачи (голем број на мали претпријатија) секое од нив има мал, незначителен удел во вкупното производство на производи во браншата во која дејствува, а со тоа мали се

можностите да влијаат врз висината на цената на производот. Слична е состојбата со купувачите. Нив ги има во голем број, а неколку поединечни одлуки за да се купи повеќе, или да не се купи, не влијаат значително врз промените на понудата. За МСП, исто така, карактеристичен е низок степен на капитализација, односно недостиг на капитални сретства. Отворениот пазар значи дека не постојат големи тешкотии едни претпријатија кои го напуштаат пазарот лесно да бидат заменети со други претпријатија.

Македонскиот стопански систем го сочинуваат 55.203 претпријатија од кои 99,7 се МСП кои вработуваат над 78% од вкупниот број на вработени во приватниот сектор.²¹ Бројот на претпријатија е значително голем во однос на бројот работоспособното население, но сепак се смета дека пазарот е витален и со развојни перспективи. Според мислењето на банките трендот на развој на МСП оди во нагорна линија и се очекува во најскоро време кредитирањето на МСП да опфати 50% од вкупната маса на кредити (Tanja Jakimova, Neda Popovska-Kamnar, 2018).

Меѓу финансиските проблеми со кои се соочуваат МСП се проблемите поврзани со ликвидноста. Неликвидно претпријатие е она каде има повисоки тековни обврски од тековни сретства. Тековни сретства се: залихи на суровини и готови производи, побарувања од купувачи и готовински парични сретства. Залихите се најнеликвидни тековни сретства доколку се чуваат во магацините кои, дури по нивната продажба стануваат активен сегмент на бизнисот. По таа логика побарувањата се поликвидни од залихите, а помалку ликвидни од паричните сретства. Паричните сретства во секој момент можат да се заменат со било какво добро или услуга. Тековните обврски имаат краткорочен карактер и се однесуваат на обврските кон добавувачите, фиксни трошоци и обврски кон банки за краткорочни кредити. Кога тековните сретства се помали од тековните обврски фирмата има проблеми со ликвидноста.

Ликвидноста на фирмите најчесто се загрозува кога претприемачот купува дологорочно сретство за производство со краткорочни извори на финансирање. Исто така, ликвидноста е загрозувана кога фирмата работи не рентабилно, има високи трошоци и остварува загуби. Најмалку ликвидни се микро-претпријатијата. На пример, еден синцир на

²¹ Народна Банка на РС Македонија, Документи, Анкетни истражувања, 2019 година <https://www.nbrm.mk/anketni-istranzuvanja.nspix>

супер маркети во нашата држава кој на добавувачите им исплаќа со одложено плаќање од 90 дена, а финасиските сретствата ги добива веднаш со продажба на каса, во еден момент ќе има вишок на парични средства во висина 90 пати поголем од дневниот пазар. Претприемачот т.е. сопственикот на синцирот на супер маркети овие пари од продажбите ги инвестира во ново долгорочно сретство (хотел). Поради големата инвестиција претприемачот почнал да го продолжува рокот на исплата на обврските кон добавувачите над договорените 90 денови. По неколку месеци многу од добавувачите ја прекинале соработката со претприемачот по што следеле правни постапки. По исплатата на побарувањата кон доставувачите претприемачот-сопственик на маркети станал неликвиден. Прометот во маркетите се намалил, како и асортиманот на производи поради изгубената доверба кај доставувачите. Примерот покажува дека била погрешна одлуката да се инвестира дел од обртните средства. Овде е очигледен недостигот од финасиски менаџмент, или во краен случај, консултација со финасиски експерти. Во нашата практика има бројни слични примери на ликвидација на претпријатијата.

Се смета дека главните проблеми на МСП не се толку поврзани со недостигот од извори за кредитирање, туку во задолженоста на самите претпријатија. Постојат повеќе видови на задолженост: задолженост кон добавувачите, задолженост кон кредитори (банки), задолженост кон државата која секогаш е од краткочен карактер бидејќи таа поседува на механизми за принудно одземање на средства. Претпријатијата се задолжуваат за да можат да функционираат и да растат. Многу од МСП во нашата држава се задолжуваат за да обезбедат обртни средства за да можат да го финансираат сопствениот економски циклус. Тоа произлегува од начинот на кој малите претпријатија работат со големите претпријатија или со јавните (државни) институции. Се истакнува дека малите претпријатија се „кредитори“ на големите претпријатија поради одложеното исплаќање на услугата од страна на големите претпријатија. Очекувајќи да дојде периодот на наплатавање на побарувањето од големите претпријатија МСП земаат краткорични кредити за да може да продолжи производството.

Вообичаено во МСП не прават периодични евалуации, ниту се придава значаење на финансиското планирање. Ова произлегува од тенденцијата на претприемачите сами да одлучуваат за се, односно да имаат контрола врз се. Осбено кога станува збор за финасиите се гради еден мит според кој: за финасии не се разговара, не се прашува и проблемите не се споделуваат со никого. Во нашето економско опкружување ретки се примерите на барање на

помош од страна на некој финансиски консултант. Овие недостатоци ги прават МСП ранливи и ги водат до нивната ликвидација.

Финансискиот аспект на МСП се чини централен и неизбежен, па дури и тогаш кога анализата е на некое општо рамниште. Како што веќе беше истакнато, финансиите се во фокусот во секоја од фазите, односно од почетокот во фазата на основање, но и во сите други фази од нивното функционирање. Фактот дека не се располага со финансиски сретства, многу често ги одврка луѓето од идејата за сопствен бизнис. Дури и похрабирите кои отпочнуваат со претприемнички активности не посветуваат доволно внимание кон финансиската страна и препуштајќи се на случајности, или верувајќи во среќа. Меѓутоа, проблемот со финансите може да биде решен доколку се излезе од кругот оскуден со информации. Со еден пример најдобро би се опишало дека немањето на пари не треба да претставуваат бариера за отпочнување на бизнис, ниту бариера за развојот на претпријатието. Станува збор за претпријатието InDinero формирано од страна на Џесика Ма и Енди Су на возраст од 20 години. Пред оформувањето на ова претпријатие чија основна дејност е давање на финансиски совети и кредитирање на мали претприемачи тие се занимавале со друг бизнис во кој немале никаков успех, освен што им дало можност да увидат дека 80% од сопствениците на малите бизниси биле самовработени лица кои немале поим како да ги водат нивните финансии. Дошле до сознание дека малите претприемачи имаат потреба од совети и финансиска поддршка. Меѓутоа, креирањето на претпријатие за давање на вакви услуги е скапа инвестиција. Потребно е да се има фондови и финансиска експертиза. Нивниот непостоечки буџет не ги спречил да побараат совет и да прибираат информации за финансиските проблеми на претприемачите. Постоеле фирми кои ги давале овие услуги но тоа чинело скапо. Аплицирале за финансиска помош до определени бизнис фондови, но биле одбиени. Повторно се обиделе да аплицираат во друга финансиска групација добивајќи грант од 35.000 УСД. Со овие пари можеле да ангажираат персонал и да платат за менторство на специјализирани фирми кои ќе ги воведат во овој бизнис. Ваквиот пристап им овозможил да ја стекнат довербата на своите клиенти помагајќи им да ги решат нивните финансиски проблеми. Во почетокот наидувале постојано на недостиг од готови пари за инвестирање, но било полесно да дојдат до финансиери бидејќи веќе припаѓале на одрдени мрежи. Овој пример покажува дека не се парите единствениот услов за почеток и успешност. Главниот фактор е стрпливоста и упорноста да се надминат бариерите со помош на нови обиди, зголема активност и решителност. InDinero има 15000 клиенти со тенденција постојано да ги

зголемува своите инвестициски фондови кои надминуваат еден милион долари (Брус Барингер, Р.Дјуан Ајреленд, 2012).

3.4. Малите и средни претпријатија од аспектот на трошоците

Во врска со финасиските проблеми на МСП се наметнува прашањето за трошоците. Вообичаено МСП имаат високи фиксни трошоци по единица производ. Тоа произлегува од обемот на нивното производство. Кога обемот на производство е поголем фиксните трошоци по единица производ ќе бидат ниски. Исто така, фиксните трошоци се зголемуваат поради тоа што МСП излегуваат на локалниот пазар.

Малите и средни претпријатија се значително кршливи. Имено, една од пет нови компании пропаѓаат во првите осум години поради лоша обука на претприемачите. Третина од МСП пропаѓаат поради обесхарабреноста на основачите и несоодветноста на донесените одлуки. Може да каже дека основачите на МСП ги придружува чувството на осаменост во донесувањето на одлуките бидејќи целата одговорност паѓа врз нивниот грб.

Мерката за успех на МСП претставува остварениот профит. Во суштина без оглед на тоа од која големина е, секоја компанија мора да остварува профит за да опстане. Во почетниот период може да се случи компаниите да не остваруваат профит поради почетните инвестиции. Ако компанијата не создава профит, тогаш таа не ќе може да ги подмирува трошоците и да подели плати со што фирмата паѓа во тешкотии. Профитот значи дека претприемачот е во состојба да создава нова вредност од ресурсите кои ги употребува (Мариоти, Глакин, 2014). Авторите го наведуваат примерот со претпријатието кое произведува домашни колачиња кое од состојките брашно, шеќер, јајца, путер и други додатоци успеало да понуди производ кој се продава добро на пазарите. Добиениот профит е доказ дека претпријатието создало добар производ. Но, доколку реши да ги намали трошоците и наместо путер да употреби маргарин за производство на колачињата (да изврши супституција) и ако потрошувачите не реагираат на промената на вкусот, тогаш ќе се оствари дополнителен профит. Но, ако вкусот не им се допадне на потрошувачите, тогаш тие нема да ги купуваат производите и ќе сигнализираат дека претпријатето не донесло правилна одлука.

Во современи услови на деловното окружување, МСП се наоѓаат во неповолна ситуација споредено со големите претпријатија. Во услови на економска криза им се препорачува на претпријатијата да се потпрат на своите внатршни ресурси бидејќи се

заоструваат критериумите за позајмување на финансиски ресурси од официјалните финансиски институции. Поради големата побарувачка на готовина растат каматите, а условите се рестриктивни. Економските кризи генерираат парадокси бидејќи во кризните ситуации опстанокот на претпријатието зависи од надворешен прилив на финансиски ресурси. Ваквите тенденции го зголемуваат ризикот бидејќи често се бараат позајмувања со ризичен капитал (лихварски) што може да го доведе во прашње опстанокот на самото претпријатие.

Табела бр. 4: Претприемнички перцепции во Македонија и во земјите од опкружувањето²²

Прашање	МК	МК	МК	МК	БИХ	ХРВ	СЛО	ЕУ
	2009	2010	2012	2013	2013	2013	2013	2013
Гледа добри можности за започнување на бизнис во наредните 6 месеци	% 47,0	% 34,2	% 30,7	% 37,2	% 23,2	% 17,5	% 16,0	% 28,7
Смета дека има потребни способности (вештини и знаења)	52,0	59,7	55,1	49,7	50,5	47,1	51,4	42,3
Страв од неуспех би го спречил да започне бизнис	35,0	30,9	39,4	35,6	26,0	35,1	29,6	39,8
Планира да започне бизнис во наредните три години	39,0	26,6	27,7	29,1	21,7	19,6	12,3	13,5
Претпримеништвото е добар избор за кариера	80,0	71,2	69,5	69,5	82,2	61,4	57,3	56,9
Претпримачите уживаат висок статус	71,9	66,2	66,7	67,9	71,9	43,0	68,1	65,5
Нивото на внимание на медиумите за претпримеништво	66,0	56,0	64,0	66,8	39,2	42,8	50,5	49,0

Податоците покажуваат дека во нашата држава во периодот на 2013 година постоеле подобри можности за започнување на бизнис од државите во Регионот. На пример, во Македонија 37% од испитаниците имале став дека постои позитивна бизнис клима, а во Словенија таков став имале 16% од испитаниците. Луѓето во Регионот позитивно ги перцепираат своите вештини за започнување на бизнис. Исто така, постои умерен страв од неуспех за започнување на нов бизнис, кој на ниво на ЕУ изнесува 39%, а во Р. Македонија со таков став биле 35% од испитаниците. Значителен број на испитаници во Македонија имаат план да започнат бизнис во наредните три години (29,1%), за разлика од ЕУ каде таков став изразиле 13,5% од испитаниците. Изразено позитивни ставови испитаниците имале во однос на можностите за кариерен развој преку претприемништвото, во Македонија (69,5%), во Словенија (57,3%) и на ниво на ЕУ (56,9%). Постои перцепција дека претпримачите имаат висок социјалниот стаус.

²² Извор: ГЕМ, 2013

3.5. Управување со финансиите во малите и средни претпријатија

Анализата на финансирањето на МСП сложена поради опсегот на областите кои треба да бидат вклучени. Овде се мисли на личните ресурси, начинот на финансирање на банкарскиот систем, финансиската политика на државата, начинот на функционирање на организациите за поддршка на претприемништвото, културата на претпримачите, нивниот сознаен капитал, како и нивните лични карактеристики. Контекст го надополнуваат јавните политики за финансирање на МСП.

Новите стратегии за развој на МСП посветуваат посебно внимание на проблемите со финансирањето. На овој план се чувствува влијанието на политиките на Европската унија, особено во развојот на административни инструменти меѓу кои е online регистрот на недвижниот имот што може да се искористи како гаранција за заемите од банка, заедно со ревитализацијата на кредитно - гарантната шема. Мерка која го олеснува финансирањето на МСП се владините гаранции за кредити кои вклучуваат извозни гаранции за МСП, директни заеми, субвенционирани заеми, претприемнички капитал, финансирање со акционерски капитал, застапување пред комерцијалниот банкарски сектор и други мерки. Исклучително значајна мерка претставува кампањата за финансиска писменост и заложбите за нејзино воведување во системот за средно образование (општо и стручно-техничко). Во актуелните политики акцентот се става на обуките за претприемништво и менаџерски вештини што се обезбедуваат од страна на агенциите за развој на МСП.

Управувањето со финансиите претставува процес кој опфаќа повеќе активности:

- прибавување на пари неопходни за оформување на претпријатие или за тековните и развојните потреби на претпријатијата;
- вложување на пари во материјални, човечки или други ресурси;
- враќање на позајментите пари - во текот на стопанскиот циклус претпријатието мора да води сметка за враќање на позајмените пари.

Значаен сегмент на финансирањето е процесот на проценка т.е. наоѓање на оптимална калкулација за финансирање каде ќе бидат земени предвид личните фондови, позајмувањата или кредитирањата. Финансиските одлуки ги донесуваат претприемачите, а од фактот дали одлуките биле донесени врз база на оптимални и реални проценки ќе зависи натамошниот успех на претпријатието.

Во поглед на финансирањето МСП се сметаат за многу ризични во однос на големите претпријатија. Ризикот произлегува од повеќе фактори, но еден од позначајаните се поврзува со интегрираност на сите функции во личноста на сопственикот (управувачки, раководни, финансиски, производствени и други). Овој факт влијае ограничувачки врз растот и развојот на самите претпријатија бидејќи се намалуваат можностите за стекнување на информации за нови извори на финансирање или да се извршат неопходни консултации со релевантни агенции или институции. Многу често се наидува на претприемачи кои немаат менаџерско искуство. Исто така, МСП вообичаено имаат еден вид на производ, или неколку производи во слична програма, што не обезбедува покритие кај финансиерите.

Современото работење на МСП задолжително треба да опфати и финансиско управување. Не може да се донесе одлука поврзана со финансиите без брзи, адекватни и редовни информации за финансиските состојби на претпријатието. Посебно значење имаат следните информации:

- Информации за финансиската состојба на претпријатието;
- Информации за ликвидноста;
- Информации за рентабилноста на вложувањата;
- Информации за приливите и одливите на сретства;
- Информации за состојбата на депозитите;
- Информации за долговите и побарувањата;

3.6. Неформални и формални извори на финансирање

Најопшта поделба на изворите на финансирање на МСП е на: формални и неформални извори. Во својата рана фаза претприемачите имаат главно пристап до неформални извори на финансирање. Станува збор за лични заштеди, позајмување од блиски роднини или пријатели, или финансирање со продажба на сопствен имот. Во најголем број случаи при отворање на претпријатие се користат сопствени извори т.е. лични сретства со уверување дека овие сретства ќе бидат вратени назад како личен влог. Во суштина, мал број на МСП прават разлика меѓу финансиски сретства на претпријатието и личната потрошувачка, иако постои законска регулатива која ги разграничува овие трошоци. Финансирањето од сопствени ресурси има предности бидејќи овие вложувања се поевтини од оние во кои се пресметуваат каматни стапки и други давачки.

Одлуката да се инвестираат пари во нов бизнис укажува на фактот дека основачот веќе е убеден дека неговата идеја за бизнис е добра и дека е подготвен да го преземе инвестицискиот ризик. Освен вложувањето на паричен капитал, значителна инвестиција претставува времето и и личниот труд.

Недостигот на сретства за отпочнување на некој бизнис многу често се решава со позајмување на пари од пријатели и роднини. Финансирањето од роднини и пријатели може да биде во различна форма, како на пример – позајмување на готовина, инвестиција, подарок или отстапување на физички простор, помош во работен ангажман.

Финансирањето преку роднини има многу ограничувања и тоа, не само во поглед на развојот на бизнисот, туку и со оглед на тоа од кого се позајмува пари. Позајмувањето пари од блиски лица во семејството може да го доведе семејството до финансиски проблеми, но и други видови проблеми кои произлегуваат од различните очекувања, од непрецизните договарања и од неподготвеноста на роднините да го перцепираат ризикот од вложувањето на ист начин. Исто така, ваквите позајмици не градат солидна финансиска база, ниту во самиот почеток, ниту во подоцнежните фази на развојот на претпријатието.

Во неформалниот сегмент на финансирањето на МСП влегува и позајмување на пари од нелегитимни извори каде процедурите се лесни, земањето на кредит е брзо, меѓутоа тоа се позајмувања со високи камати кои го зголемуваат ризикот.

Формалното кредитирање се однесува на официјалните финансиски институции: банките, фондовите за подршка на МТСП и други организациски форми. Во суштина банкарските кредити претставуваат најчест извор на финансии за претприемачите. Со оглед на честите финансиски кризи процедурите за овие кредити имаат променлив карактер и стануваат многу сложени, а условите многу стриктни. Во, Европа, но и во нашиот контекст, на доделувањето на кредит претходат истражувачки активности на клиентот која бара кредит. Поради сложените и ригорозните услови претприемачите имаат отежнат пристап до кредитите. Во табелата подолу даден е преглед на изворите на финансирање на МСП во рамките на државите членки на Организацијата за економска соработка и развој (ОЕСР-ОЕЦД),

Табела бр. 5 Извори на финансирање на МСП, Извор: OCDE (2014)²³

1	Банкарски кредити	57%
2	Кредтни линии за МСП	53%
3	Кредит за закуп или купување со одложено плаќање	47%
4	Комерцијален кредит	33%
5	Субвенции или договорен банкарски кредит	32%
6	Нераспределени бенефиции или продажба на активи	25%
7	Други позајмувања	19%
8	Сопствени фондови	16%
9	Трансфер на побарувањата на компанијата на финансиска компанија која ја презема одговорноста за обезбедување наплата	11%
10	Други извори	11%
11	Задолжување	4%

Во поглед на роковите на отплата, финансирањето може да биде: краткорочно - позајмувањето е со рок на враќање до една година; среднорочни - периодот на враќање на позајмицата е од една до пет години; и долгорочни позајмувања со рок на користење на позајмувањето кое е подолг од пет години. Постојат и позајмувања чиј рок не е ограничен.

Како да се финансира претпријатие? – е основното прашање кое го поставуваат претприемачите во самиот старт на развојот на идејата. Како што веќе беше истакнато, многу од потенцијалните претприемачи немале претходни искуства, а нивното знаење за финансиите е на незавидно ниво. За да можат да се користат формалните извори неопходни се гараниции. Особено е тешко во почетната фаза кога треба да се дојде до основачкиот капитал и нема што да се понуди за привлекување на инвеститори. Производството е недиверзифицирано, а со тоа ретко кога може да се привлечат дополнителни инвеститори кои ќе дадат финансиски инпут. Во многу случаи претприемачите се плашат од вклучување на дополнителни инвеститори и франшизи бидејќи мислат дека на тој начин ќе ја загубат сопственоста или правото на управувачкиот пакет. Привлекувањето на нови инвеститори или одлука да се побараат екстерни извори на финансирање е карактеристично за поразвиените фази на претпријатието.

3.7 Финансирање преку „Бизнис ангели,,

Во развиените држави значајна улога во финансирањето на МСП имаат т.н. бизнис ангели. Ова финансирање се базира на добро разработена бизнис идеја (проект) која се

²³ OCDE (2014a), New approaches to SME and entrepreneurship finance: Broadening the range of instruments, rapport final, CFE/SME(2013)7/FINAL

предлага од страна на барателите на заем. „Бизнис ангели,, иако често се употребува во множина, во суштина може да биде еден поединец кој дејствува како акредитиран инвеститор кој своите приватни фондови ги даваат на користење на МСП и тоа во нивната почетна фаза. Освен што нудат финансиски сретства, бизнис ангелите нудат и експертиза за самата идеја, даваат насоки на дејствување на менаџментот и проценка на ризиците.

Според истражувањата постојат неколку категории на бизнис ангели и тоа:

- Ангели чувари кои се гржат за индустриската и претпретничката експертиза. Многу од нив претходно биле успешни претприемачи во секторот;
- Ангели претприемачи кои имаат искуство за отпочнување на бизнис, но доаѓаат од друг сектор;
- Оперативни ангели чии претставници работеле во големи претпријатија и имаат претприемничка експертиза, но им недостига искуство за start-up на компаниите;
- Финансиски ангели кои инвестираат единствено поради профитабилни цели;

Критериумите за финансирање од страна на бизнис ангелите се стриктни. Постојат правила на инвестирање кои членовите на мрежата која ја ги оформува „бизнис ангелите,, ги обврзува да плаќаат членарина која понекогаш изнесува стотици илјади долари, а понекогаш помалку. Оваа сума е за административни трошоци, но и за инвестициски фондови кои потоа се доделуваат на други претпријатија кои имаат потреба од пари. Сумата на позајмување може да биде од 25.000 долари, но и повеќе. Регрутирањето на претпријатијата за финансирање може да се врши преку ВЕБ страниците на групацијата која дава информации за можностите, но се користат и други начини (конференции, состаноци со други групации и инвеститори и друго). Во донесувањето на одлуките голема е улогата на личниот капитал и препораките кои претприемачите треба да ги имаат од страна на дуги лица блиски до членовите на „бизнис ангелите,,. Тука довербата игра мошне значајна улога. Непознатите МСП имаат мали можности да дојдат до „бизнис ангелите“, па затоа претприемачите треба претходно да создадат мрежа на пријателства во бизнис окружувањето, или да се зачленат во некоја од овие групации. Припаѓањето во овие мрежи носи големи предности. На пример, повеќе луѓе полесно можат да ги препознаат атрактивните области за инвестирање од еден поединец. Членството во бизнис ангелите може да создаде пристап до нови финансии, но и пристап до нови мрежи со што се зголемува социјалниот капитал кој е многу значаен за водење на кој било бизнис. Во овие групации ретко кога припаѓаат повеќе од 80 луѓе. Она што е важно дека треба да има меѓу членовите успешни лица со големо претпретничко искуство. Исто така, секој од членовите треба да има финасиски капацитет за инвестирање во

првата фаза од развојот на претпријатието. Многу од „бизнис ангелите,, дејствуваат во локалните средини помагајќи им на претпријатијата да излезат од локалната средина и да се вклучат во гратските средини (“one-hour drive time from home,”). Нивните структури се флексибилни, одлучуваат според случајот. Понекогаш оној кој одлучува е само еден човек, а некогаш е совет со повеќе членови. По форма можат да бидат фондации-инвестиори, невладини организации, мрежни организации каде сите членови одлучуваат, една голема компанија и други форми. Кога веќе е доделена некоја инвестиција „бизнис ангелите,, го следат работењето на компанијата на три начини и тоа: а) совети за бизнисот; б) го опсервираат начинот на кој работи менаџментот-често се случува еден од членовите на групацијата да биде член на бордот на претпријатието; в) интервенираат со дополнителни инвестиции доколку е тоа потребно. Начинот на договарање со претприемачите варира со оглед на времето, провизите, сумата за инвестирање и други аспекти. Меѓутоа, главната мотивација на инвеститорите е да остварат поголема добивка од новите инвестиции.²⁴

Значајноста на „бизнис ангелите“ е согледана и од Европската комисија со чија соработка во 1999 година се формира *Мрежата на европски бизнис ангели* (ЕВАН – European Business Angel Network). Целта на ЕВАН е да обезбеди почетни start up фондови за бизнис проектите. Ваквиот начин на финансирање има значење, не само за поединечните претприемачи, туку и за развојот на економијата во целина. Тоа е можност за успешните поединци да ги реинвестираат своите пари, а општеството треба возврати со доделување бесплатна локација, јавно признание за нивната заложба и пофалници.

Ваквиот начин на финансирање во Република Македонија не е развиен. Мрежите на бизнис ангели речиси не постојат, за разлика од развиените земји, особено САД, каде бизнис ангелите се многу популарни. Од страна на експертите кои дејствуваат во овој домен се предлагаат мерки за поттикнување на формирање на „бизнис ангели,, Меѓу мерките се следните:

- Централната и локалната власт да го поттикнат формирањето на мрежа на „бизнис ангели“ подготвени да инвестираат во нови бизнис потфати. Без поддршка на националната и локалната власт ваквите мрежи не можат да заживеат. Постојат

²⁴ Business Angel Investing Groups Growing in North America, 2002, Kauffman Foundation;
https://www.angelcapitalassociation.org/data/Documents/Resources/AngelCapitalEducation/BestPractices_Summit1.pdf

примери каде локалните власти ги користат успешните локални бизнисмени да финансираат рекламни проекти на владејачката локална гарнитура.²⁵

- Универзитетите како места каде најмногу се поттикнува претприемничкиот дух и од каде можат да излезат голем број на претприемачи да воспостават и одржуваат контакти со можните бизнис ангели и да функционираат како врска помеѓу идните претприемачи (студентите) и бизнис ангелите како инвеститори.
- „Бизнис инкубаторите“ како места каде се раѓаат и инкубираат нови бизниси да воспоставуваат и одржуваат контакти со „бизнис ангелите“ и воедно да претставуваат врска помеѓу претприемачите и „бизнис ангелите“. Од друга страна, потребна е силна врска помеѓу *бизнис инкубаторите*, *бизнис ангелите* и *универзитетите* каде можат да се родат навистина квалитетни високотехнолошки идеи, каков што е примерот на Силиконската долина во САД.
- Стопанските комори да воспоставуваат и одржуваат контакти со „бизнис ангелите“ и воедно да претставуваат врска помеѓу нив и претприемачите.
- Самите „бизнис ангели“ да градат сопствени мрежи, при што ќе бидат достапни за контакти со идните претприемачи и на други лица кои имаат потреба од финансии за бизнис.

3.8. Емисија на долгорочни хартии од вредност како извор на финансиски ресурси

Еден од изворите на капитализација во развиените држави е емисијата на хартии од вредност т.е. акции. Акциите претставуваат документи со кој се потврдува уделот во сопственоста на едно претпријатие. Во зависност од квантитативната вредност на акциите се определуваат и сопственичките права на акционерите. Се прави разлика меѓу редовни и обични акции. Носителите на редовни акции имаат прво и да учествуваат во управувањето. Меѓутоа одлучувањето се врши во кругот на мнозинските акционери. Поседувањето на акции дава право да се учествува во распределбата на профитот т.е. добиваат дивиденда според условите кои ги уредуваат членовите на органите на акционерското друштво.

Од друга страна, емисијата на хартии од вредност дава можност и МСП да можат да дојдат до нови приливи на финансиски сретства. Емисијата на нови акции има повеќе предности, а позначајните се:

²⁵ М-р Илија Чубровиќ, Менаџмент на Претприемничкиот Бизнис, Развој на менаџментот и местото на претприемништвото во него, <http://www.pretpriemac.com/razvoj-menadzment-pretpriemnistvo/>

- ја зголемува сопственоста и обемот на капитал на претпријатието;
- може да се дојде до нови искуства;
- ги зголемува можностите за усвојување на нови технологии и нови пазари;

Во хартии од вредност припаѓаат и обврзниците кои можат да претставуваат инвестиција, меѓутоа не го зголемуваат постоечкиот капитал.

Мотивацијата да се купува и продаваат хартии од вредност на пазарот на капитал е зголемувањето на финансискиот капацитет и на купувачот. Исто така, се подобрува бонитетот на претпријатието, јакне имиџот во деловната средина и други придобивки од симболички карактер (се зголемува угледот на фирмата). Претпријатијата со вакви карактеристики можат да дојдат полесно и побрзо до нови финансиски позајмици. Во суштина претпријатијата кои имаат низок бонитет и мал углед тешко добиваат кредити.

Во Р. Македонија не е доволно развиен пазарот на хартии од вредност. Ретки се случаите кога македонските МСП емитуваат акции со цел да ги решат финансиските проблеми и да дојдат до нов прилив на финансиски ресурси со кои ќе ги подобрат деловните резултати. Кога ризикот на некоја инвестиција е поголем, тогаш емитувањето на акции може да биде значително поволен, а кога ризикот е помал може да се оди кон други облици на кредитирање. Исто така, ако претпријатието е задолжено, тогаш емитувањето на акции може да донесе нов прилив и да се намали задолженоста, а партнерските односи да придонесат за градење на нови пристапи. Без сомнение МСП би имале значајни предности доколку се добро упатени во начинот на работење на берзата на капитал кои се гледаат пред се во можноста да го зголемат својот капитал, да влезат во нови инвестиции и да ја подобрат организациската клима. Освен предностите, емитувањето на акции на МСП има и свои недостатоци. На пример, со влегувањето на нови акционери може да дојде до губење на самостојноста, некои од информациите стануваат јавни поради начинот на функционирање на берзата на капитал, можно е да се изгуби управувачкиот пакет, да се усложни структурата зголемувајќи ја одговорноста на сопственичките структури. Исто така, МСП кое функционираат како акционерски капитал ги зголемуваат трошоците поради потребата од формализација и правни процедури, билтени и информации, периодични пресметки и друго.

МСП можат да вршат емисија на обврзници стекнувајќи се со позајмен капитал. Обврзниците можат да бидат од различен вид.

3.9. Позајмување со партиципација на други компании

Еден од начините за доаѓање до нов прилив на финансиски сретства, често користен во развиените економии кога се намалила финасиската маса на сметките, е партиципативен кредит или кредит со учество на друго претпријатие. Намалувањето на финансиската маса на претпријатието може да биде од различни причини, но најчести прилеини се: зголемување на залихите, зголемување на обртот со пониска маржа, задоцнето плаќање на клиентите, непредвидени трошоци, неопходност да се финасираат определени активности (купување на нова информатичка опрема или друг фиксен капитал, зголемување на цената на обртниот капитал, додатни трошоци за книговодство или тршоци за адвокат исл). Партиципативен кредит или кредит со учество на друго претпријатие не е банковен кредит, туку за кредит кои се зема од страна на други претпријатија преку посредни организации специјализирани да дејстуваат во доменот на МСП. Условите за добивање ваков кредит се многу стриктни (треба да се даде преглед на трошоците и трансакциите во последните две години, да постои поголем обрт на капитал, да се прикажат залихите и други параметри). Ваквиот кредит има многу предности бидејќи се асимилира капитал врз основа на своите сопствени фондови, не го намалува капиталот, го зголемува бонитетот, претпријатијето добива залет и добар имиџ во однос на партнерите. Ова финансирање не ја доведува во прашање автономијата на претпријатието и не ја доведува во прашање активата. Еден пример од практиката на Франција може да го илустрира овој начин на позајмување. Станува збор за едно мало претпријатието Ленитак (Lenitac) од Дордоња производител на паштета од дроб на гуска кое во 2012 и 2013 година имало обрт од 4 милиони евра. Во текот на 2013 било потребно да се инвестира во нова опрема за лабораторијата според важечките норми во овој домен. Од страна на банката не бил одобрен кредит, што го принудило претпријатието да се самофинасира во висина од 400 000 евра, значително и ризично намалувајќи ја сопствената благајна. Организацијата Finacement PM.com (специјализирана за финасиско посредништво) пронашла решение за финансирање со партиципација на Ленитак со што ретроактивно биле покриени трошоците за нова лабораторија. На тој начин сметката на ова претпријатие ја потполнило својата празна благајна овозможувајќи го натамошното функционирање.²⁶

Инвестирање преку ризичен капитал. Во овој контекст се споменува т.н. ризичен капитал како екстерен извор на позајмување на пари, а се нарекува така бидејќи се позајмува пари со

²⁶ <https://www.finacementpme.com/financement-des-besoins-de-lentreprise/renforcement-des-fonds-propres.html>

високи каматни стапки во дејности кои имаат поголем ризик, но се висока профитабилност. Ризичен финасиски капитал нудат успешни претприемачи кои акумулирале финасиски капитал и ваквите позајмувања се еден вид на инвестиција. Постапката за позајмување на овој вид на финансиски сретства подлежи на посебни процедури кои ги предлагаат зајмодавачите кои не се неутрални позајмувачи на пари, туку активно учествуваат во процесот на донесување на одлуки за новите бизниси, ги следат стопанските процеси на претпријатијата и имаат советодавна улога. Во секој поглед овој извор на финансирање е исклучително скап и недостапен за многу од претприемачите, а главно се користи во најпрфитабилните индустрии какви што се: информатички технологии, фармакологија, истражувачки центри и слично.

4. КРЕДИТИРАЊЕ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

4.1. Улогата на банките во кредитирањето на малите и средни претпријатија

Кредитите што банките им ги одобруваат на претпријатијата (комерцијални кредити) имаат најголемо учество (од 25% до 30%) во вкупната актива на банките, поради што претпријатијата се сметаат за најбитни клиенти на банките.

Малите и средните претпријатија имаат поголема потреба од надворешна финансиска поддршка од големите претпријатија, но наидуваат на многу повеќе одграничувања во поглед на можноста да ги користат постоечките извори. По големата криза во 2008, МСП го добија своето заслужено место во развиените економии како субјекти кои генерираат стабилност, иновативност, продуктивност, но и нови работни места. На ваквата улога на МСП укажа и *Меѓународната финансиска корпорација* според која: *Од пазар кој беше тешко да се опслужи, МСП станаа стратешка цел на банките насекаде во светот* (Тања Јакимова, Neda Popovska-Kamnar, 2019). Банките веќе развиваат програми за поддршка на МСП и посебен пристап базиран на анализа на нивните потреби со што се намалуваат високите кредитни ризици.

Банките според својата форма претставуваат организации, односно претпријатија, чија основна цел е добивката (профитот). Во едно истражување реализирано од страна на Народната банка на Република Македонија чија цел била да се истражи страната на понудата на финансии за МСП, констатирано е дека во тенденцијата да се оствари профит преку кредитирање на МСП се наидува на повеќе препреки кои се поврзани со самите МСП, со легислативата и други макроекономски параметри.²⁷

Банкарскиот систем во Република Северна Македонија вклучува 14 комерцијални банки и една државна банка (Македонска банка за промоција на развојот). Во рамките на комерцијалните банки, има пет големи банки, шест средни и три мали банки. Пет големи банки претставуваат околу 75% од вкупната актива во банкарскиот сектор. Учеството на странскиот капитал во вкупниот капитал на банкарскиот систем изнесува 71,9%. Во структурата на кредитното портфолио на банките провладуваат заемите за домаќинствата што не било случај во претходните години кога најголемиот дел од банкарското кредитно

²⁷ Bank Financing to SMEs in the Republic of North Macedonia: Evidence from Survey Data, Paper 1, 2019, https://www.nbrm.mk/content/Bank-financing-SMEs-RNM_Evidence-from-Survey-Data-WP1-2019.pdf

портфолио го сочинувале претпријатијата со повеќе од 90% од вкупните заеми. Во септември 2018 година, домаќинствата и претпријатијата имаа слично учество во вкупните банкарски заеми (Tanja Jakimova, Neda Popovska-Kamnar, 2019, стр. 8).

Анкетите кои НРБМ редовно ги спроведува во доменот на финансискиот сектор, за првите квартали од 2109 година, покажуваат дека подобрени се условите за кредитирање на МСП и дека банките покажуваат поголем интерес за нивно кредитирање.²⁸ Според истиот извор, претпријатијата имале потреба за кредитирање на обртни средства, како и за решавање на проблемот со залихите. Мал број од нив покажале интерес за инвестиции и за репрограмирање на постоечките долгови. Податоците за долгот на економските субјекти кон банките укажуваат на движењата во стопанството во целина. Структурата на долгот (табелата подолу) покажува значително осцилаторни движења во задолжувањето кон банките. Од нив може да се заклучи дека земјоделскиот сектор има најмал долг кон банките од што произлегува заклучокот дека кредитирањето на малите претпријатија (фармите) од овој сектор имаат ниско ниво на кредитоспособност. Иако државата својата економска перспектива ја гледа во земјоделството, сепак во овој сектор кредитно ниво е на многу ниско ниво. Ако се суди според побарувањата на банките, изразена банкарска динамика видлива е во трговијата на големо и мало, доменот на услугите, грандежништвото и индустријата.

Табела бр. 6 - Извор: National Bank of the Republic of North Macedonia, Paper 1, 2019

Економски сектор	Износ на долг кон домашните банки (во милиони денари) 2017	Структура на долгот 2017	Трендови на промената		
			2015	2016	2017
Земјоделство, шумарство, рибарство	4,509	3,0	-1,8	-2,8	-4,0
Индустрија	49,630	32,7	2,7	-8,8	1,0
Градежништво	17,525 1	11,5	9,3	3,6	4,3
Трговија на големо и мало	67,292	44,3	9,3	-1,6	4,3
Информатика и комуникации	2,139	1,4	8,1	-11,8	5,7
Недвижности, професионални, технички и други услуги	10,845	7,1	10,1	-10,3	7,1
Вкупно	151,939	100	6,6	-4,4	3,1

²⁸ Народна Банка на РС Македонија, Документи, Анкетни истражувања, 2019 година <https://www.nbrm.mk/anketni-istranzuvanja.nspk>

4.2. Методологија (процедури) на кредитирање намалите и средните претпријатија

Кредитирањето претставува еден од изворите на финансирање кои го користат МСП. Кредитирањето е сложен процес кој го сочинуваат различни типови на односи изградени меѓу финансиските институции (или различни видови на организации), со клиенти (претприемачи) кои имаат потреба од финансиски ресурси. Кредитирањето генерално, како и кредитирањето на МСП, е во тесна зависност од развиеноста и начинот на работње на финансиските институции, од макроекономските услови, монетарниот систем, правниот контекст и други фактори на опкружувањето. Во однос на монетарниот систем може да се заклучи дека тој е стабилен и се забележува адаптабилност на банките кон економските текови кои се огледаат во корегирањето на каматната стапка која има тенденција да се намалува. Како што беше истакнато во државата постои развиен банкарски систем кој го чинат повеќе банки поставени во конкурентски односи што влијае на движењето на каматните стапки и „омекнување“ на критериумите за финансирање на стопанските субјекти.

За секоја банка карактеристично е креирање на стриктни процедури, односно правила според кои се отстапуваат сретствата на користење. Процедурите варираат од типот на сопственоста на банката, нејзината големина, развиеноста на економијата, се разбира и од карактерот на МСП. Многу често се користи изнајмување преку проценка на капиталот, основните средства, лизингот или факторингот.

Процедурата на отпочнување на кредитирањето започнува со преставување на условите за кредитирање што ги има дефинирано банката. Постои реален проблем кај претприемачите од МСП. Голем дел од нив немаат информации за изворите и условите на финансирање. Од пристапот на кредитниот службеник и неговиот личен капацитет ќе зависи одлуката, бидејќи значителен дел од овие клиенти немаат базични знаење од финанси. Основна информација за клиентите е висината на каматната стапка, периодот на исплата на кредитот, месечните рати и обезбедувањето на заемот (колатерал). Секоја од банките поседува технички прецизно утврдена методологија т.е. процедури според кој се врши евалуацијата на клиентите и одобрувањето на кредит. Овој вид на зајмовен однос кој се

воспоставува меѓу банките и претприемачите се заснова на формализиран договор во кој се дефинираат обврските на двете договорени страни.

Во рамките на условите за кредитирање особена улога има добивањето на информации за состојбата и другите карактеристики на клиентите - претприемачите кои бараат кредит. Немањето на доволни информации потребни за да се креира една општа слика за барателот на кредит е многу чест проблем. Денес на овој план функционира ВЕБ страницата на Централниот регистер кој дава општи информации за правните субјекти

Во минатото критериумите за кредитирање биле значително поразлични од денешните. На пример, дали е познато лицето кое го води претпријатието? - Дали лицето претходно користело кредит и дали кредитот бил вратен на време? и други аспекти поврзани со работењето на самото претпријатие. Овој пристап се базира на градење на квалитативни односи со клиентите. Современиот пристап се заснова на кредитен рејтинг, односно на квантитативни критериуми. Во САД многу често се користи техника т.н Small Business Scoring Solution (SBSS) која била развивана од Fair Isaac Corporation (1995).²⁹ Станува збор за систем на бодирање. Се користи претходното искуство т.е. се проучуваат повеќе случаи на добри и лоши кредити и на тој начин се доаѓа до информации за одбиените или информации за кредити чии критериуми за добивање се многу сложени. Оваа база на податоци е отворена и работодавачите и можат да имаат директен пристап. Во државите во развој главно ваквите податоци се недостапни поради начинот на работење на банките кои не дозволуваат јавност на кредитите

Проценката на банките или другите позајмувачи на пари е сложена процедура. Не така ретко во донесувањето на одлуката се вклучуваат и некои лични моменти, личен став на проценувачот, интервенираат некои предрасуди, културни навики и други аспекти.

Во една студија спроведена во 2017 година со цел да се истражат претприемничките услови на државите од Западниот Балкан укажано е на ограничувањата на кои наидуваат МСП во поглед на кредитирањето.³⁰ Како еден од најзначајните проблеми се наведува недостиг на финансии за обртни сретства. Само 27 % од истражуваните претпријатија имале

²⁹ Scores is a vital part of your financial health. Learn why FICO® Scores matter and how they play a key role in your credit profile <https://www.fico.com/en/solutions>

³⁰ Studija izazova koji ometaju razvoj, mikro, malih i srednjih preduzeca na Zapadnom Balkanu, Izveštaj izraden za British Council i Swedish Institute, Nigel Culkin i Richard Simmons Razvoj preduzeća i poslovanja, Univerzitet u Hertfordširu (Enterprise and Business Development University of Hertfordshire).

потреба од финансии за ангажирање на човечки ресурси, а 28 % покажале потреба од финансии за развојни активности.

Во регионални рамки не постои проблем на понуда на кредити, спротивно, банките се ликвидни, но сепак добивањето на кредит е на ниско ниво поради недодржливоста на предложените проекти, а пред се поради слабата побарувачка на кредити. Малите и средни претпријатија се исклучени од банкарските текови. Според анализите на економистите (Stiglitz and Weiss, 1981)³¹ исклученоста на претпријатијата од финансиските движење влијае крајно негативно врз нивниот раст и развој.

Во регионот на Западен Балкан, главно постои мала побарувачка на кредити. Според податоците од наведеното истражување, од 45 % од претпријатијата во Македонија само 4% биле одбиени за кредит. Висок е процентот на претпријатијата кои сметаат (94%) дека каматните стапки се високи. Слична е ситуацијата и со другите држави во Регионот. Во рамките на поставените кредитни критериуми се наидува на препреки во прибирањето на соодветните информации. Оттаму, банките имаат тенденција да кажат – Не! на барателите на кредит. Банките, исто така, ја утврдуваат цената на заемот со помош на регулаторната цена на капиталот што ја покачува цената на кредитите. Ова особено се однесува на малите и средни претпријатија кои секогаш имаат повисоки кредитни трошоци од големите претпријатија.

Заклучокот од истражувањата за Западниот Балкан е дека МСП во својата рана фаза главно добиваат поддршка од роднините и пријателите. Тоа не се однесува само во поглед на финансирањето, туку и во поглед на пронаоѓање на вработени, продажбите, излез кон пазарите и друго. Исто така, инвестициите се од мал обем што не овозможува продирање во европските синџири.

Многу полесно се добива банкарски кредит доколку тој би се однесувал на иновативни и развојни цели на претпријатието. Меѓутоа, овие критериуми не соодвествуваат со потребите на МСП во нивната рана фаза. Погolem број на претпријатија имаат потреба од кредит за start up, за основни сретства, за човечки ресурси и други трошоци поврзани со работењето во првите три години од оформувањето. Фактот дека многу од МСП се „недоброволни“, односно претпријатија кои биле формирани со цел за самовработувањето на основачот, укажува на нивото на финансискиот капацитет на самото претпријатие. Бројот на

³¹ https://www.researchgate.net/publication/4733120_Credit_Rationing_in_Markets_With_Imperfect_Information

„доминантни“ претпријатија кои ги креираат условите на стопанисување се главно лоцирани во браншите со висока технологија.

Во кредитирањето значајна улога има и времето на постоење на претпријатието, како и возраста на претприемачите. Многу од банките не подржуваат кредити за start up на претпријатие, а за да се добие кредит потребно е фирмата да биде активна во период од две години. Претприемачите на возраст од 29-45 години уживаат поголем кредитен рејтинг од претприемачите во другите групи од возрасти.

Хоризонтални правила во кредитирањето се однесуваат на соодносот меѓу активата (имотот) и пасивата (позајмувањето) а нивната цел е да се одржи солвентноста на претпријатието. Во рамките на овие правила е т.н. *златно банкарско правило* според кое краткорочните депозити (депозити по видување) да ги инвестираат во краткорочни кредити, а орочените депозити за долгорочни кредити. Меѓутоа, банките отстапуваат од ова правило со цел да остварат поголема добивка. Според златното билансно правило, финансирањето на активата на претпријатието (набавка на машини, недвижности, финасиски вложувања) треба да се користат долгорочни извори на финансирање. За вложувањето на обртни сретства се користат кусорочните кредити, бидејќи обртот на овие сретства се враќа во период од една година.

Истражувањето на Светската банка укажува на една методологија според која се утврдува колкава ќе биде потребата од кредити ако се има пред вид фактот колку нови претпријатија се формираат на годишно ниво, број на очекувани вработувања, висината на БДП по глава на жител и почетната основа на капитал која изнесува 5.000 евра по фирма. Користејќи ја оваа методологија било пресметано дека во текот на 2017 година 43% од претпријатијата би ималпотреба за кредит.

4.3. Критериуми за кредитирање во македонскиот контекст

Во процесот на кредитирање на МСП, македонските банки најпрво поаѓаат од обемот на просечните продажби остварени во определен временски период. За малите претпријатија тоа е до два милиони евра, а за средните до десет милиони евра. Како валидни критериуми се бројот на вработени и кредитната одржливост и вкупната актива на сретства. Како што и претходно беше наведено бројот на вработени во малите претпријатија е до 50, а кај средните до 250 вработени. Сепак обемот на продажбите е првичниот индикатор кој ги селектира

претпријатијата. Така големите банки се ориентираат кон претпријатија со поголем обем на продажби, а помалите банки се ориентираат кон помалите претпријатија (Т. Јакимовска, Поповска-Камнар, 2019).

Постојат и вертикални правила на финансирање каде значајна улога добива соодносот меѓу: пасивите на претпријатието, изворите на финансирање според потеклото (сопствени или туѓи) и расположливоста на изворите (краткорочни или долгорочни). Во теоријата и практиката на финансирањето се смета дека соодносот меѓу сопствениот извори и туѓите извори треба да биде 1:1 (50%:50%). На овој начин се обезбедува поголема сигурност за враќање на позајментите сретства, а се намалуваат и банкарските трошоци на финансирањето.

За фактот дека МСП стануваа значајна таргет група на банките укажува постоењето на посебни одделенија за нивно кредитирање. Повеќето од банките нудат традиционални депозити и заеми, но има банки кој нудат и позајмици (loans). Најголем дел од кредитите се краткорочни заеми и кредити за overdraft, а потоа следуваат инвестициски заеми. Финансирање на излегување на меѓународни пазари се смета за важно, додека факторингот воопшто не се споменува. Банките главно развиваат проактивен и индивидуален пристап кон кредитирањето на МСП. Голем дел од банките имаат пресметка за кредитниот ризик на МСП кој се движи од 10 до 50 % (Т. Јакимовска, Поповска-Камнар, 2019). Главниот мотив да се воспостави кредитен однос на банките со МСП е нивната профитабилност и фактот дека цената на чиниње на кредитите на МСП е повисока придонесува за поголем придонес во однос на целокупниот стопанскиот сектор.

Во однос на препреките за кредитирање на МСП се наведуваат повеќе фактори. Макроекономски фактори ги засегаат сите економски субјекти и тие главно се однесуваат на макроекономската нестабилност, девизниот курс, НРБМ регулатива, примена на Базелска регулатива, ефективноста на судството, правила за ликвидирање на фирмите и други релевантни фактори. За повеќето банки најголем проблем при кредитирањето на МСП е лошата финансиска состојба. Недостатокот на соодветно обезбедување на кредитите беше наведено како посебна пречка што влијае на неможноста на МСП да управуваат со ризиците. Доделувањето на кредит без гаранција со недвижности или друг вид на парични гаранции ја зголемува цената на чиниње на самите кредити. Во однос на овој проблем преземени се дополнителни мерки за гаранција на заемите од страна на Македонската развојна банка.

Владата обезбеди гаранции и субвенции за каматните стапки на заемите, доделени од МБПР. Преку Фондот за иновации се обезбедува финансиска поддршка за развој на МСП.

За значаен фактор се смета и самата методологија (техники) на банките во проценката на МСП кои, главно, не се стандардизирани. Постои индивидуалниот пристап во скринингот на стопанскиот субјект, во следењето на фазите на стопанскиот процес (мониторингот) вклучувајќи го и менаџментот на ризици. Исто така, не е од помало значење самата побарувачка на кредити т.е. нискиот проектен рејтинг на МСП (развој на идејата, финансиската конструкција, документите и сл) што го снижува нивото на побарувачка на кредити.

4.4. Видови на кредитирање според обезбедувањето

Кредитирање со залог на недвижен имот (хипотекарен кредит). Овој начин на кредитирање се применува тогаш кога претпријатието се наоѓа во тешка финансиска ситуација и не можат да бидат применети другите стандардни критериуми за кредитирање и во услови кога постои интервентна (итна) потреба за кредит. Претпријатијата најчесто побаруваат ваков кредит со цел финансирање на изградба на згради, комплекси на апартмани, индустриски хали и друго но и тогаш кога треба да ги рефинансираат или реновираат постоечки комерцијални капацитети). Овие кредити спаѓаат во групата на осигурени кредити каде се заложува имот со определена вредност. Посебни се потоа што нивното побарување е поврзано со огромна документација

Финансирање „пост клиент,, - Пример: Во 2010 година градежното претпријатие Carl Travauxplus во Франција имаше склучено договор за изградба на три згради за еден регионален нарачател. Договорот бил со одложено плаќање од три месеци. Во меѓувреме менаџментот се соочува со проблемот на немање доволно финансиски сретства за платите на вработените. Обраќајќи се на посредничката организација било најдено решение. Имено со комплетното досие во кое се наведива целокупната финансиска и деловна ситуација успева да добие кредит банка во износ од 65.000 евра.

Финансирање со лизинг. Станува збор за изнајмување (земање под закуп) на определени сретства (опрема, возила и сл) кои се користат во одреден временски период, за што се плаќа определена закупнина. По истекувањето на договорот закупувачот може да ги присвои овие сретства со помала цена (поради амортизацијата), да се продолжи договорот со пониска

закупнина поради фактот што значителен дел бил отплатен или да му го врати имотот на закуподавецот. Ваквотот кредитирање има предности (полесно доаѓање до капитал, флексибилност во исплатите, но и големи недостатоци бидејќи претставува многу скап извор на финансирање.

Лизингот често се користи од страна МСП, особено при изнајмувањето на опрема (машини, превозни средства). Лизингот е позајмување кое е слично на закупот кој секогаш се поврзува со определено непотршливо добро. Лизингот се реализира според определен договор во кој се заштитува сопственоста на лицето кое дава под наем се до моментот на кога купувачот целосно ќе го подмири својот долг. Кај лизингот основната цел не мора да се однесува на пренесување на сопственоста (тоа зависи од видот на лизинг). Акцентот е ставен отстапување на правото на користење на некое добро за определено време. Денес во светот на бизнисот постојат лизинг-компаниии кои посредуваат меѓу производителите кои имаат проблем да ги реализираат своите производи на пазарот и купувачи кои повторно можат да бидат производители во некоја друга бранша, но кои немаат готовински средства за нивно купување. Лизинг – компаниите на тој начин ја ја одржуваат динамиката на пазарот.

Во современи услови лизингот претставува финансиски производ кој го нудат и банките. Во однос на кредитите лизингот претставува поедноставана форма на позајмување поради критериумите и брзината на формализирање на истиот. Лизингот полесно се одобрува отколку проектите за капитални вложувања, лизингот го олеснува сметководството и плаќањето на даноци, овозможува синхронизација на исплата на рати за лизинг циклусот на паричните текови на фирмата и не се потребни гаранции. Лизингот за фирмата значи помали почетни вложувања, отколку кога се бараат кредити за купување на основни средства. Меѓутоа, освен позитивните страни, лизингот има и негативни страни. На пример, доколку некоја опрема е земена на лизинг, а постои опрема од дополнителна опрема е потешко добивањето на кредити од страна на финансиските институции поради зголемените финансиски обврски на претпријатието. Исто така, постои обврска за одржување на изнајмените средства што дополнително врши притисок врз финансиската состојба. Во случајот на лизинг изнајмените средства се континуирано под контрола на давателот на средствата што врши дополнителен притисок врз претприемачите.

Еден од најчесто користените екстерни извори на финансирање на малите и средни претпријатија во Република Македонија е кредитот. И покрај високите каматни стапки овој

вид на финансирање значително е присутен. Банките, според валутата на кредитите, можат да одобрат: денарски кредит, денарски кредит индексиран во странска валута и девизен кредит.

Денарскиот кредит - се одобрува само во денари и се отплаќа во денари. Денарскиот кредит (индексиран во странска валута) може да го одобри банката согласно одредбите од *Законот за девизно работење*, со т.н. валутна клаузула. Треба да се има предвид дека банките при утврдување на денарската противредност на кредитот можат да го применат девизниот курс на НБРМ или девизниот курс кој го утврдува банката во согласност со прописите за девизно работење. Банките, во согласност со прописите за девизно работење, можат на домашно правно лице да му одобрат и девизен кредит при плаќање на увоз на стока и услуги од странство.

Според рокот на исплата на кредитите тие можат да бидат: краткорочни (со рок на враќање до 12 месеци) и долгорочни кредити (рок подолг од една година). Според намената, кредитите можат да бидат кредити за обртни средства, за извозно финансирање, за тековна ликвидност, за рефинансирање на кредити во други банки, за дозволено пречекорување по тековна сметка (*overdraft*), инвестиционен кредит (купување на опрема, машини, возила, купување или изградба на деловен простор и друго).

Кредитирањето на деловните субјекти претставува особено скап начин на финансирање, особено за микро и малите претпријатија. Поради поголемиот ризик кој произлегува од недоволната актива, недоволни капитални добра и зголемените банкарски трошоци, кредитите за МСП се вообичаено поскапи од оние на големите претпријатија (со повисоки каматни стапки).

Сериозен проблем при кредитирањето на малите и средни претпријатија и натаму представуваат високите хипотекарни барања како и недостатоците што се јавуваат во режимот на сигурни трансакции.

4.5. Кредитирање на банките со сретства на европските фондови

Следејќи ги индикаторите на Глобалниот индекс на конкурентноста може да се констатира нивото на економска конкурентност на државите.³² Во 2019 година Р. Македонија

³² Светскиот економски форум секоја година објавува Извештај за глобалната конкурентност на економиите во светот. Индексот на глобална конкурентност мери 12 индикатори: ниво на продуктивност на земјата, функционалност на институциите, инфраструктурата, макроекономската средина, здравството, образованието, развојот на пазарот за финансии, технолошката подготвеност, големината на пазарот, иновативноста. Исто така,

била на 82 место. Податокот спореден со 2015 година покажува значително паѓање на скалата кога државата била на 60 место (скала од 133 држави.) Врз база на овие и други измерени економски индикатори донесена е *Стратегијата за конкурентност на Република Македонија (2016 – 2020)* каде определбата на конкурентноста ги опфаќа и малите и средни претпријатија. Во Стратегијата се наведени следните области кои се релевантни за пораст на конкурентноста во МСП:

- Подобрувања во креирањето на политиката за МСП;
- Поедноставување на правното и регулаторно окружување;
- Подобрување на пристапот до финансии;
- Поедноставување на оданочувањето;
- Промовирање на примената на информатичката и комуникациската технологија;
- Внесување на науката, технологијата и иноваторството во функција на развојот на МСП;
- Промовирање на претприемништвото во образованието и науката;
- Охрабрување на интернационализацијата на МСП;
- Подобрување на услугите за деловен развој;
- Јакнење на дијалогот меѓу јавниот и приватниот сектор;

По донесувањето на Актот за мали и средни претпријатија од страна на Европската унија чија цел беше да им се помогне на МСП во периодот на економската криза во 2008-2009 година интересот, како и подршката отидоа подалеку. Европската унија ги зголеми фондовите чија висина достигна над милјарди евра – сретства наменети за развој на МСП. Исто така, беа креирани политики кои им овозможуваа на МСП да учествуваат во тендерите за јавни набавки, да имаат пристап до ЕУ фондовите за иновации. За да се оствари оваа поддршка на ЕУ беа креирани механизми преку кои МСП во државите – членки ќе можат да ги користат европските фондови. Еден од главните услови беше да се почитуваат строгите правила на користење и враќање на позајмените пари.

Многу од европските претпристапни фондови можат да бидат значаен финансиски ресурс во подршката на малите и средни претпријатија. Станува збор за Инструментите за претпристапна помош на ЕУ (ИПА-2) кои се незначително искористени. Искуствата од другите држави покажуваат дека спрегата меѓу банките и меѓународните фондови, односно европските фондови, можат да дадат поволни резултати во искористувањето на оваа помош. Банките со нивната практика на оценување и селекција на клиентите можат да ги ефектуираат и да ги приближат овие фондови до претприемачите. Исто така, банките можат

ги зема предвид и резултатите од истражувањето на 13.000 бизнисмени од 133 земји. Истражувањето беше спроведено од февруари од јуни годинава.

да обезбедат кофинансирање што е вообичаен услов во користењето на европските фондови. Позитивната улога на банките продолжува и во текот на реализацијата на проектот за кој е добиен грант поради нивното познавање на домашниот корпоративен сектор.

Европската комисија го креираше т.н. *Финансиски форум за МСП* на кој се повикуваат за учество претставници на МСП, банки и други финансиски институции. На форумот главно се разговара за тековните предизвици на МСП, долгорочните структурни проблеми пристап до финансиски средства. Државите од Југоисточна Европа ја развија оваа практика на приближување на ЕУ-фондовите придонесувајќи за развој на прептримеништвото. Нивната интервенција е со т.н. „меки“ услуги на банките.³³

Кредитирање на правни субјекти (микро и мали претпријатија) со користење на ЕУ фондовите се поврзуваат со отварање на нови работни места и се остварува во тесна соработка со Агенција за вработување на РС Македонија, а со посредство на *Развојна банка на Р. Македонија*. Средствата доаѓаат од *Европската инвестициска банка* од која досега за оваа намена биле реализирани четири кредитни линии поволни кредити, во вкупна вредност од 350 милиони евра. По повод користењето на фондовите постојат развиени процедури и структури.

Средствата од Развојна банка можат да ги користат следните субјекти:

- **Кредит за поддршка на извозот.** Се доделува за обртни средства за подготовка на производство наменето за извоз и обртни средства за премостување на периодот од направениот извоз до наплатата на средствата од странскиот купувач;
- **Кредит за мали и средни претпријатија** – за купување на трајни обртни средства (објекти, недвижности, обртни средства) и инвестиции од нематеријален карактер (истражување), за плати во фаза на инвестирање. Минимални средства на користење се 15.000 евра, а максимални 3.500.000 евра со рок на враќање од 12 години. Право да ги користат овие кредити имаат субјекти кои во тековната (во однос на претходната година), имаат зголемен обем на работење во висина од најмалку 5% или зголемен извоз од најмалку 5%; Субјекти кои имаат спроведено

³³ Едукација, информација и советување за подготовка и реализација на проекти и листа на консултантски фирми кои нудат услуги за советување за користење на овие фондови. Дел од банките, покрај наведените услуги, нудат и кредити за финансирање трошоци за консултантски услуги за проектен предлог и помош за подготовка на документација.

вложување во модернизација, заштеда на енергија, заштита на околина; Субјекти кои го зголемиле бројот на вработени; Субјекти кои имаат добра пазарна конкурентност (приходи од работење поголеми од расходи од работење, тековна ликвидност поголема од 0,8 и најмалку 30% приходи од извозот).

- **Кредит за поддршка на земјоделството и агроиндустријата.** Целта на овие сретства е да се обезбеди подобрување и развој на производните способности кај микро, малите и средни претпријатија чија основна дејност е производство, преработка или извоз на земјоделски производи и нивни преработки. Овие кредити ќе овозможат подобување на нивниот капацитет за пробивање на пазарите (домашни и странски), зголемување на инвестициите, вработеноста и конкурентноста во Р. Македонија. Каматната стапка е во висина од 2 %, а се предвидува и кофинансирање од 20%. Висината на кредитот е до 300.000 евра, со рок на исплата од 60 месеци (една година грејс период).
- **Кредит за микро компании.** Опфатени се микро и мали трговски друштва, индивидуални претприемачи, занаетчиски дуќани, приватни трговци, тезги на пазар и други микро и мали стопански субјекти. Намените се за финансирање на набавка на опрема, градежни работи, земјиште и за обртни средства. Максималната висина на кредитот е 15.000 евра, а се исплаќаат во период од 24 месеци.
- **Кредит за енергетика** - енергетска ефикасност и обновливи извори на енергија.
- **Кредит за намалување на невработеноста** - создавање и одржување на работни места и самовработување со кредитирање.
- **Кредит со гарантна шема**- микро, мали и средни трговски друштва кои немаат доволно обезбедување при аплицирање кај деловните банки
- **Кредити за сместувачки капацитети** - микро, мали и средни претпријатија со седиште во РСМ, за купување, изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети до 70 легла со стандард не поголем од три ѕвезди
- **Кредити за старечки домови и градинки** - микро, мали и средни претпријатија со седиште во РСМ, за изградба и опремување на установи за стари лица и детски градинки.
- **Кредити за финансирање на општини во РСМ** - за реализација на проекти од ИПА компонента за прекугранична соработка.

4.6. Кредитирање за вработување

Сметајќи ги малите и средни претпријатија за значаен ресурс на вработување, владините политики одат во насока на креирање на стимулативни фондови за проширување и развој на малите бизниси. Една од мерките кои ги спроведува Агенцијата за вработување е кредитирањето на малите и средни претпријатија, но и невработените лица кои планираат да имаат сопствен бизнис. Оваа кредитна линија можат да ја користат правни субјекти т.е. претпријатија кои се регистрирани најмалку 6 месеци, имаат завршна сметка за претходната година, имаат најмалку едно вработено лице на денот на аплицирањето и не го намалиле бројот на вработените лица во последните три месеци. За секое вработување се добива кредит во висина од 5.000 евра, а бројот на вработувања не е ограничен. Доколку некој од вработените го прекине работниот однос, работодавачот е должен на негово место да вработи друго невработено лице со полно работно време кое ги исполнува условите од Проектот, во спротивно треба предвремено да го врати кредитот во целост. Рокот за враќање на кредитот е четири години, со каматна стапка од 1 %, а грејс период на првата исплата е една година. Овие кредити се хипотекарни, но можат да бидат реализирани и со гарантна меница.

Проектот за самовработување е насочен кон младите лица до 29 години, активни баратели на работа, кои имаат желба да отворат сопствен бизнис и ќе се самовработат во областа на земјоделството, трговијата, преработувачката индустрија, градежништвото, услужните и други дејности. За дејности од помал обем за секое ново отворено работно место предвидено е по 3.000 евра, при што ќе се финансираат проекти со најмногу 3 работни места, односно до 9.000 евра. За дејности од поголем обем се одобруваат по 5.000 евра, а за секое ново отворено работно место по 3.000 евра, при што ќе се финансираат проекти со најмногу 5 работни места, односно до 17.000 евра. Времето на отплата е три години со грејс период од една година со каматна стапка од 1%.

Субвенционирање на вработување. Според Агенцијата за вработување со оваа мерка се опфатени лицата од ранливите групи, кои тешко се вклучуваат на пазарот на труд. Предност во оваа програма имаат:

- корисници на социјална парична помош;
- родители со четири и повеќе малолетни деца;
- лица на возраст од 30-49 години;

- лица под суспендирана заштита;
- млади брачни двојки, со или без деца, до 45 годишна возраст;
- возрасни лица од 50 до 59 години;
- корисници на паричен надоместок по основа на невработеност;
- долгорочно невработени (над 1 година евидентирани во АВРМ);
- млади лица до 29 годишна возраст;
- професионални војници на кои им престанала службата во АРМ;
- поранешни вработени лица во дејноста на енергетиката на кои работниот однос; им престанал поради деловни причини.

Претпријатијата кои вработуваат лица од некоја од наведените категории имаат обврска да го задржат работникот на работа најмалку 18 месеци. За возврат, во првите шест месеци се добива право на финансиска поддршка за исплата на бруто плата во износ од 13.000 денари. Со цел да се поттикне вработувањето на лица од категориите со поголем социјален ризик (жртви на семејно насилство, бездомни лица, поранешни корисници на дрога, родители на деца на улица, самохрани родители, собирачи на пластични отпадоци, Роми, бивши осуденици) постојат посебни стимуланси. Така, работодавачот кој ќе вработи лице од овие ранливи групи и ќе го задржи на работа најмалку 18 месеци ќе добие финансиска поддршка за исплата на бруто плата од 14 000 денари месечно и плус 3 000 денари месечно за воведување (прилагодување) на лицето во работниот процес, за период од првите шест месеци.

4.7. Факторинг

Факторинг претставува услуга на банката која ја олеснува продажба на производи и услуги на одложено плаќање. Постапката опфаќа авансно плаќање на фактурата од страна на купувачот со каматна стапка која се пресметува во моментот на издавање на фактурата која претставува гаранција за економската трансакција помеѓу продавачот и купувачот. Секоја фактура која е доставена за исплата по основ на факторинг, претходно мора да е задолжително осигурана од комерцијален ризик во РБСМ. Факторингот комбинира кредитна заштита, регистар на побарувања, наплата на побарувања и финансирање за компаниите кои продаваат производи и услуги со одложено плаќање пократко од 180 дена.

Факторинг придонесува за:

- подобрување на готовинскиот тек и ликвидноста;
- различни опции за инвестирање на расположливата готовина;
- финансирање на обртниот капитал без хипотека како гаранција;

- можност за зголемување на рокот на одложено плаќање и освојување на нови клиенти на таа основа
- подобро раководење на сомнителните и спорни побарувања;
- Повисок квалитет на финансиски информации за подобро управување со компанијата.³⁴

Микро - кредити. Кредитните линии на банките не се многу издашни за кредитирање при отпочнување на бизнис. Тоа се должи на нискиот скор на гаранции што можат да ги понудат потенцијалните претприемачи. Се смета дека микро-кредитирањето носи висок ризик, мал поврат и високи оперативни трошоци. Со оглед на стратегиите на банките границата на микро кредити е различна, а вообичаено не надминува 25.000 евра.

³⁴ Развојна банка на Северна Македонија АД Скопје, <http://www.mbdp.com.mk/index.php/mk/factoring>

5. МЕНАЏМЕНТ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ ВО МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

Менаџментот општо се определува како целина од активности кои го опфаќаат планирањето, организацијата, насочувањето и контролата на извршување на задачите кои ќе водат до создавање на финалниот производ (Julien P. A. 1997). Во домашната литература менаџерските активности се определуваат како преземање на иницијативи за оптимална алокација на сите ресурси за остварување на дефинираните цели, односно во реализацијата на стратегиите (Б. Шуклев, 2006). Менаџирањето опфаќа широк опсег на активности кои се однесуваат на дефинирање на стратегии, решавање на проблеми со финансирањето, дефинирање на техниките и технологиите на производство (дефинирањена самиот производ и техниките на работа), но и проблеми со менаџирањето на човечките ресурси (креирање и дефинирање на работните места, планирање на човечки ресурси, наградување, обуки на вработените, кариерен развој и други активности).

Кога станува збор за МСП вобичаено менаџерите се истовремено и претпримачи кои уште од самиот почеток имаат идеја за производот за кој веруваат дека добро ќе се продава на пазарите. На пример, доколку станува збор за претпријатие од доменот на производството, вобичаено менаџерот е лице кое ги познава добро вештините на производствениот процес, односно тој е мајстор кој ја прави концепцијата, врши набавка на неопходни материјали, го извршува производството и истовремено го нуди производот на пазарот. Другите функции се помошни и не им се придава големо значење. Се мисли дека самиот чин на производството е причина за постоењето на МСП, а управувањето, особено управувањето на ЧР е нешто споредно и природно произлегува од самиот процес.

Значаен проблем кој се поврзува со функционирањето на МПС претставува структурата на претпријатијата. Активностите во МСП се извршуваат во еден заеднички простор, а просторната блискост на вработените не дава можност за социјална дистанција. Тоа може да биде позитивен аспект бидејќи ја поттикнува тимската работа и се зголемува довербата меѓу управителите и вработените. Се има претстава дека во менаџирањето на човечките ресурси како да учествуваат сите вработени. Имено, проблемите со човечките ресурси се споделуваат со вработените што може да има позитивни и негативни последици. Позитивното влијание се гледа во фактот што вработените добро го познаваат деловниот процес и можат да придонесат во пронаоѓањето на соодветни работници, како и во нивното

брзо обучување и интегрирање во работниот процес. Меѓутоа, негативниот аспект се огледа во затворениот круг на групата во која се споделуваат информациите и не постоење на канали за проток на нови информации и нови идеи.

Во практиката главно доминира т.н. *авто-центричен менаџмент* на човечки ресурси каде одлуките ги носи директорот т.е. сопственикот. МСП главно зависат од нивните сопственици (газди) во кои се интегрираат сите управувачки и менаџерски функции. Многу често се случува сопствениците (управителите) да не умеат, или не сакаат, да делегираат дел од авторитетот. Тоа го оневозможува процесот на формирање на формална структура на претпријатието и развивање на засебни функции кои ќе им се доверат на специјализирани кадри. Ова се однесува и на менаџментот на човечките ресурси. За прашања поврзани со планирањето на кадрите, нивната регрутацијата, селекцијата, наградувањето и другите функции на МЧР сопствените одлучуваат според својата визија и стратегија, многу често базирана на слободна проценка.

Се смета дека многу од управителите (газдите) немаат доволно менаџерски компетенции во однос на човечките ресурси. На пример, во поглед на наградувањето и платите тие можат да бидат значително субјективни и да ја определуваат висината на платата според афинтетот или други релации кои се надвор од работниот процес. Овој аспект може да предизвика револт кај другите вработени со што би се нарушил работниот амбиент во претпријатието. Главно, МСП немаат јасно дефинирани систематизации на работни места и не постојат скали за мерење на тежината на работните места и скали за наградување. Исто така, проблем може да се појави и во регрутацијата на нови работници. МСП главно регрутираат вработени од тесното опкружување во кое се движи менаџерот.

Менаџментот на човечките ресурси во МСП има неформален и интуитивен карактер. Менаџментот на малите и средни петпријатија главно има персонален карактер, а мајсторот е менаџер кој исто така се занимава со регрутација на човечки ресурси, обуките, како и други аспекти поврзани со работната сила. Во претпријатијата со поголем број на вработни (над 50) директорот не ќе биде во состојба да се посвети на сите аспекти поврзани со вработените. Оваа активност тој ќе ја делегира на личности кои имаат компетенции за водење на вработените, и тоа не само во поглед на кадровските проблеми (евиденција, социјално и здравствено осигурување, плати) туку и во поглед на градење на нивниот работен потенцијал.

Сепак, можно е и во вакви структурирани претпријатија последниот збор повторно да го има менаџерот кој воспоставува целосна контрола врз ресурсите.

5.1. Главни процеси во менаџирањето со човечки ресурси во малите и средните претпријатија

Кој тип на менаџмент на човечки ресурси се практикува во МСП ќе зависи од големината на претпријатието и профилот на газдата. Анализата на Исак Адижес дава одговор на овие прашања. Споредувајќи ги претпријатијата со живи организми тој заклучува дека секое претпријатие има свои развојни фази. Во првата фаза од животниот циклус на претпријатието доминира т.н. персонален менаџмент во која големо значење има карактерот на газдата кој во донесувањето на одлуки може да се потпира на своите лични ставови или предрасуди (I. Adizes, 2004). Секое претпријатие не мора да ги помине сите развојни фази. Некои претпријатија го започнуваат својот животен циклус на повисоко рамниште. Образваниете и компетентни претприемачи уште во самиот почеток оформуваат претпријатие со развиена формална структура, а некои остануваат на првото рамниште.

Главни процеси во менаџирањето на човечките ресурси во МСП се следните:

- Управувањето со вработувањето преку дефинирање на потребите за нови вработени, дефинирање на потребните профили на работници;
- Административното управување со персоналот, особено во однос обезбедување на работни услови, дефинирање на работните задачи и одговорностите.
- Решавање на внатрешните конфликти, подготвка на договори за работа и отказни решенија.
- Управување со буџетот наменет за плати, бонуси, зголемување на платите и други финасиски прашања поврзани со вработените. Овој буџет се однесува финансирањето на обуките на вработените;
- Комуникација со вработените. Всушност, внатрешната комуникација се одвива преку директни и редовни интервјуа за проценка, со цел да се следи развојот на вработените. Ова претставува основна алатка за управување со вештините и за нивниот развој.

Не напуштајќи го теренот на големиот влог на личните карактеристики на директорот (газдата), неговите мотивации, неговата култура и неговите верувања, неговото лично

искуство и неговата менаџерска визија, карактеристиките на менаџментот на човечки ресурси во МСП можат да се воопштаат и го опфаќаат следното:

- Регрутација на вработени преку активирање на определени врски во блиското опкружување со мали можности да се користат различни други канали за регрутација при што не се води сметка за адекватни мерки за селекција;
- Скромни инвестиции во континуирана обука на вработените (обуките ги сметаат за трошок) но и страв дека тие не се исплатливи бидејќи вработениот може да го напушти работното место и да бара работа на друго место;
- Практиките поврзани со платата не се поврзани стандардите на пазарот, платите не се редовни и висината не е гарантирана. Не се градат механизми за правична парична компензација;
- Слабост во пристапите за предвидување на потребите на работните места и потребите на вработени со посебни вештини. Проблемот со компетенциите фигурира како значаен проблем во МСП;
- Слаба синдикална организираност која не значи дека работната клима е нарушена, туку упатува на нефомален однос меѓу управата и вработените;
- Постои култура на претријатието која се базира на митот на основачот кој претставува централна фигура. Овде акцентот се става на довербата и лојалноста кон основачот и фамилијаризација со истиот.
- Функцијата за човечки ресурси во МСП честопати се чини дека е сведена на нејзината димензија на административна експертиза или со правните аспекти (постапување според законските обврски).

5.2. Менаџмент на човечки ресурси во успешните претпријатија од мал и среден обем

Во практиката ретки се претпријатијата кои преживуваат и по десет години од нивното основање. Уште поретки се оние кои остваруваат брз раст и успеваат да ја одржат висока стапка на раст. Овие мали и средни претпријатија, кои некои ги нарекуваат „газели“, се основни играчи во растот на вработеноста и ревитализацијата на економијата. За хипер-растечки претпријатија се сметаат оние кои го зголемиле својот обрт на работа барем за 20% во последните три години од нивното работење (A. Grimand, 2013). Зголениот обем на продажбите и порастот на ефективата се сметаат како мерки кои укажуваат на стапката на

раст на претпријатието. Анализите од истражувањата укажуваат на посебни менаџерски карактеристики на овие хипер-растечки претпријатија. Станува збор за следното:

- Лидерите во овие претпријатија се образовани лица, поседуваат значителен социјален капитал и целосно ја препознаваат улогата на управувачката функција и претедираат да креираат солиден управувачки тим;
- Овие претпријатија се определуваат за стратегија на стандарден квалитет на производите и услугите кои тие ги нудат и воспоставуваат блискост со клиентите, како и потрајни врски со сите партнери;
- Газелите се одликуваат со висок степен на флексибилност и практикуваат да бидат меѓу оние организации кои учат како да се опстане во променливите услови на пазарот.

Овде се поставува прашањето како хипер-растечките претпријатија ги надминуваат недостатоците поврзани со управувањето со човечките ресурси на кои беше претходно укажано т.е. како ги надминуваат проблемите со недостаток на структура, слабоста на внатрешната експертиза за човечки ресурси, доминацијата на неформалноста во дизајнирањето и распоредувањето на човечките ресурси. Во суштина примената на адекватен менаџмент на човечки ресурси претставува значен фактор во растот на претпријатијата (Wright, McMahan et McWilliams, 1994). Растечка тенденција имаат МСП кои кон развиле пристап на едекватно валоризирани човечки ресурси кои не можат да бидат заменети и кои не можат да бидат копирани. Политиките и практиките на менаџментот на човечки ресурси придонесуваат за стекнување на конкурентска предност, пред се преку развивање на вештините на вработените кои претставуваат безичен столб на нејзината култура и историја, потоа во создавањето на комплексни релација меѓу вработените запишани во организациската поставеност.

Менаџментот на човечки ресурси во „газелите“ акцентот го става на внатрешната промоција на вработените развивајќи ја конкурентивноста. Одржувањето на социјална кохезија преку конкурентивност води кон развој на перформансите на вработените и активирање на индивидуалната мотивација за успех. Тоа значи дека се практикуваат механизми за материјална стимулација (премии) со кои се овозможува поврзување на вработените со плодовите на растот. Во ваквите организации културата и харизмата на водачот овозможуваат да се зачува кохерентноста на организацијата која може да биде

поткопана од растот. Само растечките МСП градат стратегија базирана на вештини преку системот за управување со човечките ресурси. Така, „газелите“ имаат силен капацитет за организациско учење, преку кои тие ги менуваат своите рутини, иницираат стратешки промени искористувајќи ги можностите за растот (Chanut-Guieu и Guieu, 2011).

Во искуствата на овие хипер-растечки претпријатија се забележува фактот дека економскиот елан предизвикан од надворешни фактори (зголемена побарувачка, пробивање на нов пазар) придонесуваат за развивање на пристапот кон вработените базиран на менаџментот на човечки ресурси. На пример, претпријатието Био Дистри (BIO DISTRI) во Франција оформено во 1987 за трговија со био земјоделски производи остварува просперитет во периодот од 2004-2009 со раст од 20%. Станува збор за еден поинерски потфат за овој период бидејќи побарувачката на овој вид на производи е во почетна фаза. Развојот на пазарите придонесува за успех на претпријатието кое во 2004 година има 220 вработени. По надминувањето на турбулентните периоди поврзани со технички аспекти на пласманите се донесува акт за структурирање на претпријатието со формирање на дирекција како и одделение за човечки ресурси. Натамошниот раст на претпријатието се остварува преку надворешни финансиски инструменти (надворешен инвеститор) кој учествува со 51% од управувачкиот пакет. Овој случај, како и многу други покажува дека во меното на кулминарачки развој екстерната интервенција во финаиска поддршка, но и во внесувањето на нови, иновативни аспекти е една од профитабилните стратегии. Овој случај покажува дека во времето на блокадите се доаѓа до сознанието дека воспоставување на регуларни и блиски односи со клиентите е клучен елемент за одржлив раст на претпријатието. Така, претпријатието на своите клиенти (производиели на био-земјоделски производи) им дава техничка поддршка во текот на производството како на пример: совети за стекнување сертификати за био-производство, избор на земјоделски сорти, совети и поддршка од независни агрономи и друг вид поддршка. Од друга страна, компанијата ги поддржува своите клиенти и во дизајнирање на маркетинг активности, промоција на производи и промоција на пазарите. Стратегијата на воспоставување на близината со пазарот е начин да се идентификуваат проблемите, но и зголемувањена можностите. Всушност, директниот контакт со клиентите се јавува како замена за спроведување на студии за маркетинг. Интензитетот на близината со клиентите оди до степен на лојалност на клиентот со претпријатието.

Стратегијата на хипер-растечките претпријатија исто така се гради врз привлекување на ретките ресурси. Во претпријатието за трговија со био-производи не се штеди за кадри од доменот на хемиската индустрија, агрономи за еко-производство, маркетинг-експерти, но и комерцијалисти вклучени во различни мрежи како еден вид на социјален капитал.

6. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ – СТУДИРАЊЕ НА СЛУЧАИ

За целите на овој магистерски труд беше применето квалитативно истражување, односно студирање на типични случаи на мали и средни претпријатија. Како што веќе беше истакнато, добивањето на општа слика за проблемите со кои се соочуваат МСП е отежнато поради нивниот голем број, но и поради нивната разноликост. Примената на квалитативниот методот, односно методот на студија на случаи во ова истражување даде можност да се дојде до определени тенденции во динамиката на МСП, да се препознаат одредени карактеристики на опкружувањето, да се согледаат финансиските потреби на претпријатијата, пристапите до финансиите и актуелните проблеми со човечките ресурси. Беа одбрани 9 претпријатија со чии управители се спроведе длабинско интервју, се изврши увид во средината во која работат, се анализираа документи достапни за јавноста.

Применетиот метод ги содржеше следните техники:

- Длабинско нестандардизирано интервју со сопствениците при што се водеше разговор за изворите на финансии, начини на информирање за финансиските извори, критериумите за финансирање, начинот на водење на претпријатијата, модернизација и кредитирање, начинот на кој се надоградуваат компетенциите од доменот на финансии;
- Посматрање на работните услови на избраните претпријатија (локацијата на претпријатијата, работното време, припадност кон бизнис комори и други организациски мрежи);
- Биографскиот метод (историјата на формирање на претпријатијата кои се избрани како случаи, потекло на почететниот капитал, начини на капитализација, традиции во управувањето);

Освен примената на квалитативниот метод (студија на случај) применети се и методите од општата научна методологија (генерализација, синтеза, анализа, заклучување, обликување на ставови и други стандардни постапки при логичното расудување) кои главно беа применети во теориската анализа и во консултирањето на стратешките документи (национални стратегии, национални акциски планови, како и анализа на извештаи од релевантни финансиски институции).

Во текот на спроведувањето на студијата на случаи се водеше сметка за истражувачките прашања кои беа поставени уште на самиот почеток од истражувачката анализа. Станува збор за следните истражувачки прашања:

- Кои биле изворите на финасирање во почетната фаза на креирање на претпријатието?
- Низ колку фази се остварил развојот на претпријатието?
- Какви инвестиции биле неопходни за да се развие бизнисот?
- Кои биле изворите на обртен капитал?
- Колкаво е нивото на капитализација во МСП?
- Каква е организациската структура на МСП?
- Колку сопствениците (управителите) се информирани и каде се информираат за финасиското работење на фирмата;
- Како МСП ги регрутираат своите вработни? Кои се во суштина нивните вработени?;
- Дали менџментот на човечки ресурси се практикува во Република Македонија, односно дали се практикуваат обуки за определени аспекти поврзани со МЧР, во случајов обуки за финасирањето, фактори за остварување на ликвидност, управување со МСП, воведување на иновации и друго;

Случај број 1: Трговија со моторно масло

Станува збор за фирма која дистрибуира моторни масла од произведени во европска држава (Холандија). Станува збор за трговска претпријатие основано во 2010 година. Сопственикот на фирмата претходно бил вработен во странство каде остварува контакт со производителот на моторните масла. По враќањето во земјата бидејќи не постоел овластен дистрибутер за овие моторни масла, ги искористил контактите и започнал со увоз на моторни масла, но со помали количини. Се работи за семеен бизнис раководен од двајца браќа, и тројца вработени меѓу кои е синот на едниот од газдите и две надворешно лица. Поголем дел од работните задачи се во функција на основната дејност (набавка и дистрибуција), меѓутоа одговорноста и управувањето е концентрирано само во едно лице.

Почетниот бизнис се базира на лични заштеди. Бизнисот е лоциран во семејната куќа каде гаражниот простор се адаптира за магацинско складирање на маслата. Пазарот реагирал позитивно на квалитетот и на цената на производот со што се зголемува обемот на нарачките. Плаќањата кон производителот во Холандија се вршеле авансно, а за да одговори на новите побарувањата на пазарот се појавила потреба од дополнителни извори за финансирање на

обртен капитал со што се обртел со барање за кредит кон деловните банки. Зголемените потреби за дополнителен обртен капитал се поврзани со континуираното зголемување на нарачките од неговите клиенти кои маслото го купувале со одложено плаќање. Фирмата сама ја дистрибуира стоката низ целата држава. Бизнис моделот се состои од продажба на маслата директно во авто-сервисите низ целата држава, а не во продавниците со што стекнува имиџ креирајќи од фирмата посебен бренд на домашен терен.

Со развој на фирмата и со зголемувањето на обемот на продажбите се зголемила и потребата од поголем возен парк и поголем магацински простор, односно недостигале финансии за инвестиции во обртни сретства.

Идејата за развивање на овој бизнис била реална бидејќи ова моторно масло не било присутно на македонскиот пазар. Со квалитетниот производ, градењето на довербата кон клиентите и начинот на комуницирање со клиентите му овозможува да се пласира добро на пазарите и да остварува профит. Може да се заклучи дека, токму посебната стратегија за пристап до клиентите, како и квалитетот на производот, биле базичен сегмент на пазарниот успех. Оваа стратегија успешно влијае врз остварување на успех на фирмата и покрај огромната конкуренцијата во овој бизнис.

Фирмата има стабилни приходи кои се движат околу 20 милиони денари годишно. Има пет вработени кои главно ги дистрибуираат маслата до клиентите. Вработените се членови на потесното семејството и блиското опкружување. Фирмата работи солидно и навреме ги решава финансиските проблеми. Оваа студија покажува дека за да се започне бизнис не е пресудно образованието, туку идејата за бизнис и проценката на потребите на пазарот. Исто така, укажува на фактот дека во управувачката структура има едно лице кое ги донесува сите одлуки, а финансиски услуги и некои совети за финансиско работење главно ги добива од надворешен сметководител кој ја води фирмата, но не така ретко и од банкарските институции. Немал воспоставено контакти, ниту барал совети од специјализирани институции или организации за поддршка на мали и средни претпријатија.

Случај 2 – Компанија за проджба на очила

Претпријатието е основно во 2012 година и дејствува во доменот на давање на услуги и трговија со окулистички направи (очила за сонце и очила со диоптрија). Произлегува од претпријатие кое било оформено од таткото. Традицијата на овој вид на дејност продолжува во семејството. Двете деца (син и ќерка) продолжуваат со истот бизнис кое го имало претходничкото претпријатие. Ќерката ја наследува старата фирма, а синот оформува нова фирма. Долгогодишанта семјна традиција и искуство во работењето со ваков тип на прозиводи довело до успешно работење на компанијата остварувајќи солидни финансиски резултати. Значаен аспект што фирмата отвора дуќан на мошне прометно место во градот. Очилата се од најопнатите светски марки за очила за сонце и очила со диоптрија како што се Ray ban, Gucci, Armani, Dior, D&G, Police, Marvel, Exces, и други. Претпријатието има континуирана потреба од краткорочни кредити за набавка на очила и за снабдување на дуќанот со стока. Главен адут на фирмата е одење во чекор со светските трендови. Сопственичката често посетува саеми со цел да биде во тек со новите трендови и да оствари контакти со лица за да го прошири бизнисот. Има континуирана потреба од дополнителни финасиски сретства за обртни сретства со цел да ја модернизира понудата т.е. асортиманот. Фирмата е во границите на рентабилното работење. Има двајца вработени (продавачи во дуќанот).

Оваа фирма своите почетоци ги одбележува со сопствени финасиски извори (наследство од претходната фирма). Бизнис моделот е наследен и функционира според наследената динамика. Остварува годишен обрт од приближно 9 милиони денари и може да се заклучи дека успева да преживее на пазарот. Овој случај покажува дека идејата за бизнис и претприемничките зафати претствуваат дел од семејната традиција. Анализите на МСП во светски размери, исто така, укажуваат на фактот дека значителен дел од МСП се семејни бизниси и дека голема улога играат семејните традиции.

Во однос на менаџментот на човечки ресурси може да се заклучи дека станува збор за мала фирма и дека вработените се продавачки кои своите вештини за продажба ги стекнале од упатствата на сопственичката, самообразовање во текот на самиот работен процес.

Случај 3: Салон за мебел

Фирмата е основана 2000 година, но до 2006 немала активност. За да се започне со економска активност се продава приватен имот и се подига потрошувачки кредит (како физичко лице) бидејќи фирмата немала активност и не ги исполнувала условите од банките за подигање на деловен кредит. Парите од кредитот ги инвестира во градење на салон за мебел што и денес главна активност на фирмата претставува трговија со мебел. Воспоставува соработка со повеќе производители на мебел од Македонија, и она што го разликувало од другите бил скратениот рок на испорака, како и професионалниот однос кон потрошувачите. Со текот на времето растеле приходите, а сопственикот во 2010 година во изнајмен простор отворил уште еден изложбен салон лоциран во Кисела вода. По две години сопственикот одлучил да го затвори вториот салон затоа што не генерирал профит и деловната активност ја продолжил само со постоечкиот салон кој континуирано се модернизирал и проширувал. Во овој случај стратегијата да се затвори вториот салон била целосно исправна бидејќи економските параметри во периодот кој следи биле позитивни. Приходите на фирмата се зголемиле иако веќе немал два салони за мебел, а трошоците значително се намалиле.

Посебно значајно во овој случај е примената на маркетингот. Имено, фирмата ги користи социјалните медиуми за промоција на бизнисот што се покажало исклучително профитабилно. Преку силни платени кампањи на Фејсбук салонот привлече интерес за посета на голем број на потрошувачи, иако се наоѓа на периферијата на градот. Бизнисот е стабилизирани и се наоѓа во развојна фаза со тенденција да воспостави деловни односи со производители на мебел во Србија и пошироко. Банките позитивно почнале да го перцепираат, со што потребите за финансирање на обртни средства ги обезбедува без проблем. Годишниот обрт е над 25 милиони денари. Станува збор за високо капитализирано претпријатие.

Во фирмата има десет вработени. Карактеристична е исклучителната посветност на управителот (син на сопственикот) кој е одговорен за сите одлуки. Во однос на менаџментот на човечки ресурси може да се истакне дека оваа фирма, иако има мал број на вработени, сепак таа применува повеќе активности со кои се зајакнуваат потенцијалите на тимот. Имено, управителот посетувал повеќе години континуирани обуки за менаџери, а усвените вештини

ги применува во претпријатието. Многу често се практикува тимско работење и воведена е практиката „team bulding” со што се зголемува интегритетот на претпријатието.

Случај бр. 4 - Компанија за репарирање на палети

Фирмата е основана во 2005 година, а од основањето до денес се занимава со откуп и репарирање на стари палети и има вкупно десет вработени. Клиентот главно продава на српскиот пазар, а обемот на продажбите е во рамките на постоечките производствени капацитети на фирмата кои не се многу големи. Има изнајмен деловен простор во наслбата Маџари. За создавање на подобри услови за работа и зголемување на производствените капацитети подига инвестициски кредит за изградба на нов деловен објект со поголема површена од постоечката. Се очекува новиот деловен објект да го зголеми обемот на производство и да го диверзифцира производството т.е. од дрвените отпадоци да се произведува уште еден нов производ (пелети за загревање).

Станува збор за мало претпријатие со развиени идеја за бизнис - како од отпадни материјали да се креира нов производ кој ќе се продава на пазарот и ќе носи профит. Овој производ добро котира на пазарот, односно има голема побарувачка. Сопственикот има откупен центар за стари палети, кои потоа ги репарира и ги продава како нови на пазарите. Годишните приходи на фирмата се движат помеѓу 20 и 24 милиони денари. Бруто маржата изнесува околу 30% кога ќе се додадат и материјалите кои се користат за репарирање на палетите. Фирмата се наоѓа во фаза на раст што се огледа во пораст на приходите и зголемен број на нови клиенти на домашниот пазар. Оперативните трошоци бележат намалување, а трошоците за вработени се стабилни и изнесуваат околу два милиони денари годишно. Сопственикот има воспоставено деловни односи со многу претпријатија меѓу кои е едно големо претпријатие кое работи во повеќе дејности чие искуство значително му користи во неговото работење.

Главниот извор на финансии за развој на фирмата се кредити од банка. Бизнис моделот се потпира на искуството на поголма фирма од Србија од која добива know how. Фирмата има седум вработени, а сопственикот на фирмата е одговорен за сите аспекти во водењето на бизнисот. Доминира неквалификувана работна сила што целосно одговара на видот на дејноста. Информациите за финсиското работење ги добива главно од надворешно сметководство, но и од банкарските институции.

Случај 5: Отпад

Фирмата била основана во 2006 година. Станува збор за мало претпријатие со основна дејност – трговија со отпадно железо. Во првите години од отворањето на фирмата сопственикот се знаимавал само со транспорт на отпадно железо од каде ја увидува можноста да се занимава и самиот тој со откуп и продажба на отпадно железо. Бидејќи во почетокот фирмата била регистрирана само за транспорт, а приходите од трговијата со отпадно железо биле поголеми од приходите од транспорт, поради законските ограничувања бил принуден да регистрира нова фирма чија основна дејност ќе биде транспорт.

Основата за отпочнување на овој бизнис е земјште во сопственост на семејството кое го користи како складиште за отпадното железо. Бизнис моделот се состои од перцепција на нови можности уведени и научени во текот на самото работење. Се наметнува заклучокот дека во самиот почеток на бизнисот идејата била ограничена, а потоа се откриваат нови можности и перспективи за ширење на бизнисите.

Фирмата има пет вработни. Во однос на финасиските капацитети на фирмата може да се заклучи дека тие се на солидно ниво, а знаењето доаѓа од финасиски менаџер вработен во фирмата кој води материјално и нематеријално сметководство. Овој случај покажува дека отпочнувањето на бизнис, како и развојот на бизнисите, не секогаш се поврзува со образовнието на претприемачите, туку со проценка на можностите и исклучителната улога која ја имаат финасиски компетентите лица во опкружувањето.

Случај 6: Градежно претпријатие

Фирмата која е анализирана во овој случај е основана 2001 и се занимава со градежни работи. Наследничка е на претходна фирма креирана во 1988 која, исто така, дејствувала во доменот на градежништвото. Сопственикот студирал градежен факултет, но пред да го заврши заминал да работи во Словенија каде стекнува искуство во струката, но и во преприемништвото. Ова искуство го охрабрува да започне со сопствен бизнис и во Македонија. Основната дејност во фирмата се завршни (занаемчиски) работи во градежништвото, односно поставување на гипс картон, молерисување на поголеми градежни

објекти и изработка на фасади. Како и сите претходни случаи и во оваа фирма постои тесна и регуларна соработка со други големи изведувачки фирми. Ваквиот деловен однос обезбедува пристап до информации и можност да се обезбеди континуирана работа.

Во фирмата има 22 вработени, а бројот варира зависно од потребите на фирмата, а сопственикот ги извршува сите управувачки активности. Членови на семејството се, исто така, вработни и извршуваат дел од раководно-оперативни активности (контрола на работата и на вработените). Во однос на менаџментот на човечки ресурси може да се заклучи дека значително се практикува во претпријатието во кое перманентно се вработени високо стручни кадри (инженери - проектанти), но и квалификувани мајстори. Со цел да ги задржи вработените, фирмата има остварено финансиска дисциплина која се огледа во редовно исплаќање на платите на работниците, добивање на бонуси за прекувремена работа и други бенефиции. Финансиски услуги добива од надвоешен сметководител.

Во највисока сезона на градба има 40 вработени. Карактеристична е голема флукутација на работници. Во актуелниот момент фирмата се соочува со проблемот од недостиг на работници, посебно на квалификувани мајстори за дејноста која ја извршува фирмата. Се доаѓа многу лесно до неквалификаувана работна сила, но многу потешко до мајстори кои ја познаваат работата. Фирмата ја започнува својата работа со заштедени пари заработени надвор од државата.

Случај 7: Транспорт

Фирмата е основана во 1999 година од кога е во постојан пораст и се знамава со транспорт на стоки. На почеток фирмата организираше транспорт за мисиите на меѓународните организации во конфликтните периоди на Балканот, а по завршувањето на нивните мисии фирмата продолжува да врши превоз на стоки за европските пазари и обратно (Холандија, Белгија и Германија). Почетниот капитал е од сопствени заштеди, а стекува предност искористувајќи ја приликата да работи за меѓународни организации со висока заработувачка. Фирмата и во моментов обавува транспорт со значително голем возен парк (влекачи и приколки). Бројот на возилата варираше во текот на времето. Во фирмата вработени се осум лица. Бизнисот е во фаза на раст преку инвестиции за основни сретства (купување на дополнителни возила) и вработување на дополнителен персонал. Сопственикот покажува интерес за структурирање на фирмата т.е. изградба на деловен простор, вработување на административен персонал. Во актуелниот период фирмата претставува семејна фирма во

која работат сопрузите и нивните блиски пријатели или роднини. Во план е купување и на нови возила според европските стандарди. И во оваа фирма карактеристичен е проблемот од недостиг на работна сила. Обемот на работа не може целосно да се оствари поради тоа што нема доволно шофери. Исто така, во растот на фирмата и инвестициите голема улога играат и банките.

Случај 8: Фирма за производство на производи од гума

Фирмата е основана во 1992 година од страна на двајца сопственици по професија машински инженери. Се работи за семеен бизнис чија главна дејност е изработка на производи од гума. Процесот на изработка е сложен и опфаќа различни технолошки фази. Се изработуваат најразлични типови на гумени производи кои не се во масовно сериско производство. За извршување на дејноста се користи современа технологија (хидраулични преси, машини за обработка на метал, нагрзувач на метал и повеќе останати помали машини). Процесот на производство почнува од изработка на калапи од метал кои подоцна преку пресирање се добува крајниот производ. Карактеристично за овој на производи се високи бариери за влез, од аспект на капиталот и од аспект на know how. Постојат високи маржи што значи дека фирмата остварува високи профити кои се извор за натмошни инвестиции и раст на фирмата. Фирмата поседува стандард ИСО 14001 и други лиценции со кои станува конкурентна на пазарот. Освен во Македонија фирмата излегува и на странски пазари и има тенденција на згоелмување на извозот. За раст на фирмата користи и кредити од Европска банка за обнови и развој со цел да го модернизира и автоматизира производството. Исто така е добро упатен во можностите за користење на грантови од ИПА фондовите.

Фирмата е структурирана. Постои поделба на раководните структури. Фирмата е раководена од вработен менаџер кој административно управува со фирмата и еден финасиски менаџер кој е одговорен за финасиите на фирмата, како и надворешен сметководител. Во фирмата има 15 вработени и значителен дел од нив се високо стручни кадр кои работат подолг време.

Управителот во моментот има план да го зголеми обемот на производството преку набавка на современа машина која работи целосно со поинаква технологија на вбризување на гума. Иако во актуелниот моментално производството се извршува во сопствен објект од 2400 м², се планира поголема инвестиција за проширување на работниот простор. Со машините и технологијата која ја поседува клиентот може да произведе секакви форми од

гума по желба на клиентите без ограничувачки аспекти на количината која треба да се произведе.

Фирмата има референтна листа од над 200 соработници во целата држава. Работи по принципот на нарачка и во зависност од нарачаната количина ја утврдува и крајната цена на производот. Може да произведе секаков вид на форми од гума и најчесто неговите производи се уникатни и ретко повторливи.

Случај 9: Производство на мебел и салон за продажба

Компанија која на македонскиот пазар постои веќе од 1989 година, односно повеќе од 20 години и која за овој период успешно се етаблира во доменот на дизајнирање, производство и опремување на ентериери со мебел по „мерка и за сечиј вкус“. Фирмата во почетокот се занимава само со трговија со мебел и имала еден изложбен салон. Главно се увезувал мебел од Италија, а со квалитет и дизајн го освојува домашниот пазар. По извесно време фирмата започнала и со сопствено производство на детски соби и плакари, а за оваа цел бил изграден производствен погон. По извесно време бил дограден салон за мебел кога и објектот го добива денешниот изглед.

Развојот на претпријатието се базира на долгорочни и краткорочни кредити. Како потврда за успешноста во доменот на организациската поставеност во компанијата фирмата добива сертификат ИСО 9001: 2008 норми за квалитет, а во Ноември 2012 година и со сертификатот ИСО 14001: 2004, издадени од австрискиот сертифицикатор, „TUV AUSTRIA CERT GMBH“ од Виена, кој уште повеќе ги мотивира управителот и допринесува во насока на развој на претпријатието. Водејќи се од логото „Како за своја куќа“ остојано се стремат кон производство на квалитетен и убаво дизајниран мебел, што пред сè е клучна заложба со која чекорат напред.

Карактеристично за фирмата е што претставува *защитно друштво* каде 40% од вработните имаат телесен инвалидитет и добива финасиска подршка од државата, односно е ослободен од плаќање на придонеси. Има двајца сопственици меѓу кои се поделени управувчките функции. Едниот е одговорен за производството, а другиот за финасиското работење и управување на фирмата. Имаат внатрешно сметководство и сметководствен програм кој дава детален увид во работењето. Фирмата има 47 вработени.

6.1. Заклучни согледувања од анализите на претпријатијата

Од наведените студии на случај, но исто така, и од практиката стекната во кредитирањето на МСП може да се направат повеќе генерализации во поглед на истражувачките прашања кои претходно беа презентирани, но и во однос на целите на мегистерскиот труд кои се однесуваат на проблемите поврзани со изворите на финансирање и менаџирањето на човечките ресурси.

Заклучок 1: Сопствени извори на финансирање во почетните фази од развојот на претпријатието

- Голем број од фирмите се оформени во раниот период од транзицијата. Сопствениците главно наследуваат бизниси од нивните родители. Многу од нив влгуваат во дејност за која веќе е обезбеден пазар.
- Изворите на првичното финансирање се сопствени заштеди и приватни фондови (продажба на недвижности и позајмици од помал обем). Позитивен момент во раните периоди на транзиција (1992-2000) била помалата конкуренција. Постоеле помал број на активни фирми со што добивките биле поголеми и давале поголеми можности за капитализација.
- Во почетниот период на транзицијата се забележува нефлексибилност на банките и тежок пристап до банкарски кредити. Тоа се должи на тогашната неразвиеност на банкарскиот сектор и нивната наследена структура која бавно се прилагодувала на економските промени. Од 2000 до 2010 година, со влегувањето на странски капитал во банките, се менува и пристапот кон клиентите. Процедурите за кредитирање се значително поедноставени со што се создава простор за кредитирање и на МСП.
- Голем дел од активните фирми претставуваат „стари фирми,, или фирми кои опстојуваат повеќе од десет години на пазарот што не важи и во однос на новоформираните, бидејќи конкуренцијата денс е поголема, профитната стапка е намалена. Исто така, треба да се направи разлика во економскиот амбиент од почетокот на транзицијата кога постоеле поголеми можности за дејствување на пазарните законитости, и денес кога бизнисите се значително контролирани од

централната власт. Теориската анализа во магистерскиот труд укажува на фактот дека развојот на претприемништвото и растот на МСП е поврзан со дејствувањето на слободниот пазар на кој постојано и денес укажуваат економистите.

- Главно МСП дејствуваат во бранши каде пазарот е отворен и доминираат трговски претпријатија. Статистичките показатели за бројот на претпријатијата во гранката на трговијата покажуваат дека најголем број од активните претпријатија се лоцирани во оваа гранка 31% од вкупниот број (22.950).³⁵ Тоа укажува на фактот дека бројот на претпријатија од доменот на трговијата - во оваа анализа не е случаен. Најбројни се трговски мали бизниси кои имаат до 9 вработени (19.957), а само 25 претпријатија од доменот на трговијата имаат над 250 вработени. Во суштина од постоечките активни претпријатија во македонското стопанство (72.315), најголем број од нив (57.184) имаат од 1-9 вработени што дава можност да се заклучи дека овие фирми кои беа предмет на анализа одразуваат определени генерални тенденции.

Заклучок 2: Претпријатијата имаат развојна тенденција

- Од анализата на претпријатијата може да се заклучи дека секое од нив поминува низ различни развојни фази. Иако во почетокот претпријатијата биле со помал обем на продажби и униформно производство, речиси сите забележале раст. Заклучоците одат во насока дека секое од нив наоѓа сопствен бизнис модел за развој и дека не постои еден универзален модел кој би се препорачал на сите други претпријатија. Тоа се должи на флексибилноста на МСП т.е. на можноста брзо да се менуваат и да се адаптираат на различни можности и ситуации во зависност од индивидуалните стратегии. Меѓутоа, за искористување на можностите за финансирање на растот секое од нив покажува потреба од надворешни финансиски сретства кои најчесто се обезбедуваат од банките.
- Растото на МСП стриктно е поврзана со освојување на нови пазари.
- Растот се должи на воведување на нов производ, проширување на деловниот простор.

³⁵ http://www.stat.gov.mk/pdf/2019/6.1.19.16_mk.pdf

- Иновациските активности иако се исклучително значајни, во МСП се многу ретки. Вообичаена практика е копирање на она што го прават другите со што конкуренцијата го губи стимулативниот карактер и развојаната димензија на економијата.
- Карактеристично за сите анализрани фирми е осварување на развој со помош на кредитни линии. Подеднакво се користени кредити за основни сретства, а многу почесто кредити за обртни сретства. Ниедна од фирмите не располага со сопствени развојни фондови. Тоа покажува дека МСП имаат ниска продуктивност на трудот и не остваруваат профит за проширување на бизнисот. Многу од нив се на прагот на ликвидноста.

Заклучок 3: Постои интерес за инвестициски активности на МСП

- Инвестициските активности се присутни во секоја од фазите на развој претпријатијата. Во зависност од дејноста на претпријатијата ќе зависи и типот на инвестициите. На пример, во транспортните претпријатија континуирано се инвестира во обнова на возен парк бидејќи се работи за бизнис кој подлежи на стриктна законска регулатива, а сопствениците за да бидат конкурентни на пазарот мора да имаат нов возен парк - според европските стандарди. Во трговијата најчесто се потребни инвестиции на обртен капитал со цел зголемување на конкурентноста и обемот на работата. Кај производствените претпријатија постои потреба во инвестирање во обртни и основни сретства. Модернизацијата и автоматизацијата во прозиводството водат кон пониски трошоци за енергија, помали трошоци за вработени и зголемен капацитет на производство.
- Ниедна од фирмите во оваа анализа не користеле сретства од иновациските фондови.
- Малите и средни претпријатија веќе имаат претстави за значењето на иновациите во потесна смисла на зборот, но немаат услови за развојни истражувачки активности, како што е тоа случај со големите компании. Кај најголемиот број на фирми најчесто користени извори за иновативни активности се банкарските кредити. Ниедна од фирмите не користела грантови за истражување и развој, ниту ги корисителе можностите што ги дава

Македонската развојна банка. Не се информирани за програмите на Европската унија за иновативни активности какви што претставуваат Инструментот за мали и средни претпријатија во рамките на програмата Хоризонт 2020 и други инструменти кои подржуваат иновативни активности.

Заклучок 4: Недостиг од финансии за обртен капитал

- Сопствените сретства се најчести извори на обртен капитал кои ги користат МСП, а потоа доаѓаат краткорочни кредити во финансиските институции, краткорочни позајмици од сопствениците, но и одложено плаќање на обврските кон добавувачите.

Заклучок 5: Македонските МСП имаат значителна капиталзација

- За разлика од компаниите во Западна Европа каде капитализацијата на фирмите е на ниско ниво и преферираат да работат со позајмени сретства, капитализацијата на фирмите во Македонија е на релативно високо ниво. Ова се должи, пред се, на ниско развиениот финансиски пазар и претпазливоста на банките да финасираат бизниси кои имаат поголема задолженост. Кај нас, многу се ретки се случаите каде до обртен капитал се доаѓа преку инвестициски фондови.
- Во суштина мал дел од МСП излегуваат на надворешните пазари. Од истражуваните фирми може да се заклучи дека, и кога станува збор за извозни активности, тие се насочени кон регионалниот пазар (Србија, Албанија, Косово). Според анализите 83% од извозот на државата се остварува од страна на големите фирми.³⁶

Заклучок 6: МСП се главно семејни претпријатија

- Најчесто МСП претставуваат семејни фирми во кои се вклучени повеќе членови на семејството. Во речиси сите случаи сопственикот на фирмата е и управител на фирмата - одговорен за целокупната организација. Тоа е лице кое ги донесува сите одлуки.

³⁶ ИНТЕРВЈУ, ГЛИГОР БИШЕВ: Малото е поубаво – „мики маус“ економијата е пофлексибилна ако се реформира, Вечер, 22/12/2019, <https://www.vecer.press>

- Мал број од нив имаат вработени финасиски менаџери, а другите користат услуги од надвоешни сметководители или се информираат во банките. Фирмите кои имаат внатрешни финансиски експерти имаат повеќе време да се насочат на другите аспекти од бизнисот и да остварат поголема конкурентност.

Заклучок 7: Постојат зачетни елементи на менаџментот на човечки ресурси во МСП

- Од примерокот може да се констатира дека секоја од фирмите има мотивација за развој и осовременување. Во зависност од гранката каде се дејствува се прават напори да се набават современи основни сретства, да се воспостави стабилен трговски договор со доставувачи кои нудат квалитетни производи. Фактот дека голем дел од претпријатијата се доло време на пазарите и имаат акумуларно искуство од начинот на работење, укажува на постоење на одреден вид на иновативни иницијативи. Секоја од фирмите претендира кон технички и технолошки инвестиции, како што тоа може да се види во компанијата за производство на гумени производи, но и во малите транспортни фирми кои посакуваат осовременување со нови возила со голема моќност и европски стандарди.

7. ЗАКЛУЧОК

Од теориската анализа на малите и средните претпријатија - презентирани во магистерскиов труд, произлегува заклучокот дека економски анализи, пред сè, но и анализите кои доаѓаат од другите општествени науки, подеднакво укажуваат на посебната улога на малите и средни претпријатија во економијата. Капиталистичката економија, од својот почеток до денес, се базира на голем број на ситни претприемачи кои чинат многу голем дел од економските структури. Нивниот значаен импут се однесува во одржувањето на претприемничкиот дух на економијата, а како такви сосема спонтано учествуваат во креирањето на работни места и имаат значителен придонес во Бруто домашниот производ. Нивната посебна улога најмногу се забележува во времето на економските кризи преземјќи ја ревитализирачката улога на економијата.

Теориските анализи на малите и средните претпријатија се исклучително значајни при нивната анализа во современи услови. Во суштина, развојот на економските доктрини започнува со анализа на експанзијата на претприемништвото во епохата на капитализмот. Навраќањето кон анализите направени од претставниците на класичната економска школа упатуваат на фаворизирачките услови на општественото опкружување кои придонесуваат за развојот на претприемништвото и за успешноста на малите и средните претпријатија. Заедничко за сите нив е дека претприемништвото се развива во услови на слободен пазар кој ќе овозможи слободно циркулирање на нови претприемнички идеи и воспоставување на фер конкуренција меѓу економските субјекти. Современите теории за претприемништвото повторно ја нагласуваат посебната улога на МСП за одржливоста на современите економски системи и укажуваат на специфичните фактори кои денес влијаат врз нивното работење. И денес слободниот пазар е предуслов за развој на претприемништвото, но паралелно со мерките за обезбедување на слободен пазар се укажува на начинот на кој современите држави можат да ги подобрат условите на работење на малите и средните претпријатија. Државата може да им помогне на МСП преку креирање на едноставна легислатива и ниски цени за start up на претпријатие, помош при развивање на бизнис – идеи, обуки за менаџирање на МСП, јакнење на човечкиот капитал и други мерки за поттикнување на претприемништвото. Овие препораки на економистите беа прифатени. Современите држави посебно се посветени на креирање на базична правна инфраструктура која значително го

олеснува функционирањето на МСП. Посебно треба да се нагласат политиките и иницијативите на Европската унија во поглед на подобрувањето на општествениот контекст за дејствување на МСП кои сочинуваат целосно развиен концепт за нивна успешност. Почнувајќи уште од 2003 година со донесувањето на *Повелбата за мали и средни претпријатија*, а подоцна и Актот за мали и средни претпријатија, Европската унија изгради соодветен пристап, не само во поглед на поедноставувањето на легислативата, туку и во поглед на политиките за финансиска поддршка на МСП. Карактеристично за оваа политика е олеснителната околности на МСП за подигање на кредити, создавање на фондови за гарантирање на кредитите, охрабрување и директна поддршка за воведување на иновации и охрабрување на МСП за надворешни инвестициски инпути од страна на големите претпријатија. Методологијата на ЕУ не е во давањето на директна парична помош на МСП, туку поддршка на развојни идеи за бизнис кои ќе бидат проценети од страна на посредничките институции кои ги менаџираат овие фондови. Оваа посредничка улога главно ја преземаат банките со асистенција на *Европската инвестициска банка*, а во случајот на нашата држава тоа е *Македонската развојна банка*. Европската унија особено ја стимулира методологијата на размената на добри практики и користење на позитивни искуства меѓу државите –членки, како и државите кандидатки т.н. Отворен метод на координација.

Република Македонија како држава – кандидатака за членство во Европската унија претендира да ги унифицира формалните аспекти во определбата на МСП. Спорд документите на Европската комисија малите и средните претпријатија имаат помалку од 250 вработени и имаат годишен обрт од најмногу 50 милиони евра, или годишен биланс на состојбата што не надминува 43 милиони евра. Меѓутоа, доколку доследно се прифати и имплементираат оваие критериуми, тогаш мал број на претпријатија би се нашле во истите категории. Затоа во нашиот контекст се прави корекција на овие параметри за една четвртина (или една петтина од вредноста на ЕУ). Така, според *Законот за основање на Агенција за поддршка на претприемништвото во РМ*, малите и средни претпријатија претставуваат правни и физички лица кои имаат помалку од 50 вработени, имаат бруто годишен обрт на средства до 1,5 милиони евра и завршна сметка која не надминува 1,1 милиони евра (во денарска противвредност), тие се независни во својата работа и имаат барем 51% во приватна сопственост. Може да се заклучи дека веќе се чувствува влијанието на европските политики во македонскиот контекст. На тоа не укажува само легислативата на чие доследно имплементирање сè уште се чека, туку и функционирањето на финансиските институции.

Посебно се истакнува воведувањето на едношалтерскиот систем со кој значително се поедноставија процедурите за регистрирање на ново претпријатие. Меѓутоа, анализите покажуваат дека сè уште е проблем справувањето со сложената административна постапка за креирање на фирма.

Во нашата средина креирањето на претпријатие главно се поврзува со решавање на проблемот со невработеноста, а на второ место е мотивацијата да се оствари профит. Ваквата претприемничка култура не оди во прилог на развојот на претприемништвото. За држава со развиена претприемничка култура се наведуваат САД каде истражувањата покажуваат дека идејата да се оформи нов бизнис не се поврзува со решавања на проблемот со невработеноста, туку со желбата да се оствари идеја. Претприемничката култура се развива од луѓето со идеи кои сакаат да ги оживотворат нив, а помалку од невработените кои немајќи друга алтернатива почнуваат сопствен бизнис. Истражувањата во развиените држави покажуваат дека мнозинство од претприемачите кои креирале претпријатија претходно веќе биле вработени.

Мотивот за основање на претпријатие поради збогатување, исто така, не оди во прилог на развојот на поволна претприемничка клима, бидејќи кога е претприемачот оптоварен со приходите ги губи од предвид тековните активности. На овој момент упатува и Исак Адигес кога истакнува: „додека играте тенис не гледајте во таблата со поени бидејќи нема да видите каде оди топчето“. Се смета дека програмите за поддршка за отворање на нови претпријатија не секогаш ја исполнуваат основната цел, бидејќи поголемиот број од новите претпријатија не отвараат работни места за голем број луѓе. Стимулацијата за оформување на МСП преку системите за државна, или друг вид финансиска поддршка, остваруваат високи почетни трошоци, но мал аутпут. Светските пазарни движења укажуваат на побрзи начини да се отпочне бизнис, а тоа е со купување на фирма или со франшиза, како и други начини познати на пазарот на капитал. Овие форми се незначително застапени во македонската економија, а како причина се наведува ниската куповна моќ на населението. Исто така, во Република Македонија не се ниту во својата зачетна форма финансиските инвестициски мрежи. Мрежите на „бизнис ангели“ речиси не постојат, за разлика од развиените земји, особено САД, каде „бизнис ангелите“ се многу популарни. Истиот заклучок се однесува и на учеството на МСП на берзите на капитал т.е пазарот на хартии од вредност. МСП не согледуваат дека со купување или продавање на акции имаат можност да го зголемат својот капитал, да влезат во нови инвестиции и да ја подобрат организациската клима.

Од перспективата на финасиите МСП наидуваат на специфични проблеми. Тоа се економски субјекти кои влегуваат во бранши каде бариерите за влез се ниски и каде конкуренцијата е многу висока. Мал број на МСП можат да ги пробијат бариерите за влез во бранши каде се потребни посебни дозволи или каде се применува софистицирана технологија. Ниската продуктивност на трудот води кон повисоки трошоци и пониски профити. Ценовната конкуренција за МСП не е карактеристична бидејќи води кон остварување на високи трошоци, а со тоа и до состојба на неликвидност. МСП често се имаат потреба од надворешни финасиски извори за обртни сретства.

Се смета дека главен проблеми на МСП е задолженоста (задолженост кон добавувачите, задолженост кон банки, задолженост кон државата). Меѓутоа, кон задолжувањето треба да се гледа на позитивен начин бидејќи МСП на тој начин доаѓаат до неопходните сретства за продолжување на производството. Моќностите за одложено плаќање развиваат посебни заемо-доверителни односи кои ја динамизираат економијата, освен во случај кога се донесуваат не реални инвестициски одлуки.

Малите и средни претпријатија располагаат со оскудни капацитети за финансиско работење. Митот според кој за финасиите не се разговара со никого, не се прашува и проблемите не се споделуваат со никого, доведува до низок финансиски капацитет на фирмите кој беше воочен и во проучуваните претпријатија во овој магистерски труд. Ниеден од сопствениците на анализираниите претпријатија немаше познавања за постоечките агенции или организации за поддршка на МСП. Многу од проблемите во МСП се должат на недостиг од менаџерски вештини на сопствениците. Анализата на претпријатијата ја потврдува оваа констатација. Сопственикот кој посетувал обуки за менаџерски вештини и воведувајќи ги истите во пристапот кон клиентите, во пристапот кон доставувачите и кон вработените остварува голем деловен успех.

Кога станува збор за кредитирањето на МСП можеме да заклучиме дека најчесто користен извор претставуваат комерцијалните кредити на банките. Од друга страна, податоците за одобрени кредити покажуваат ниско ниво на кредитирање, покрај ликвидноста на банките и нивната офанзивна понуда на кредити со релативно ниски каматни стапки. Тоа се должи на слабиот кредитен капацитет на МСП, но и на несоодветноста на проектите за кои тие бараат кредити. До скоро банките во МСП не видоа реални клиенти. Денес аналитичарите покажуваат дека банките го менуваат својот пристап кон МСП, односно: *Од пазар кој беше*

тешко да се опслужи, МСП станаа стратешка цел на банките насекаде во светот. Новиот пристап на банките кон кредитирањето на МСП претендира да ги развие иновативните активности на МСП. Многу полесно се добива банкарски кредит доколку тој би се однесувал на иновативни и развојни цели на претпријатието. Исто така, во развојна тенденција се иновативните фондови.

8. КОПИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- ADIZES I.** (2004) *Upravljanje životnim ciklusima preduzeća*, ASee Books, Novi Sad
- BLAGOJEVIC O.** (1976), *Ekonomске doctrine*, Privredni pregled, Beograd
- EDWARDS P.** Sukanya **SENGUPTA**, Chin-Ju **TSAI** (2010) The context dependent nature of small firm's relations with support agencies, *International Small Business Journal*, 2010/28
- CHANDLER Alfred** (1977) *The Visible Hand: The Managerial Revolution in America*, The Belknap Press of Harvard University Press Business
- DRAKER P.** (2005), *Upravljanje u novom društvu* ASEE Books, Novi Sad
- DEAKINS D., FREEL M** (2005) *Entrepreneurship and small firms*, Edition, McGraw-Hill, International
- DRUCKER, F.P.** (1991) *Inovacije i preduzetništvo*, NIP, Privredni pregled, Beograd
- HRISTOVA Snezana**, Elena **KLISAROVSKA** (2011) *Strengthening Entrepreneurship and Local Economic Development (LED) in Macedonia*, American College, Skopje
- LUCIĆ Lijana** (2006) *Preduzetničke finansije*, Akademska knjiga, Novi Sad
- JUILEN P.A.** (1999) *PME- Bilan et Perspectives*, GREPME, Economica, Paris
- NORAMN Charlotte and Lars Bager SJOGREN** (2010) *Entrepreneur policy to support now innovative venture, Is it effective?* *International Small Business Journal*, 2010/28
- JAKIMOVA Tanja**, Neda Popovska-**KAMNAR** (2019) Bank Financing to SMEs in the Republic of North Macedonia: Evidence from Survey Data, National Bank of the Republic of North Macedonia, Working paper No. 1,
- PORTER M.** (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, THE FREE PRESS, A Division of McMillan, Inc., New York, 1990, p. xii
- REICH R.**, (1993) *Economie Monidalisè*, Dunod, Paris
- STIGLIZ J. WEISS** (1981) *Credit Rationing in Markets With Imperfect Information*, *American Economic Review* 71(3):393-410 February 1981
- STOKES David** (2002) *Small Business Management*, Continuum, London
- TORRES Olivier** (2002) *L'entrepreneuriat face à la globalisation*, ed. Ménagement est Société <http://www.oliviertorres.net/travaux/pdf/ot8hist.PDF>
- TORRINGTON, D., Hall, L., Taylor, S.** (2004), *Menadžment ljudskih resursa*, Data status, Beograd
- WILSON NG, Kevin KEASAY** (2010) *Growing beyond smallness: How do small, closely controlled firms survive*, *International Small Business Journal*, 2010/28

WADHWA Vivek and all 2009 *The Anatomy of an Entrepreneur Family Background and Motivation*
Kauffman, The Foundation of Entrepreneurship, <file:///C:/Users/Asus/Downloads/SSRN-id1431263.pdf>

БАРИНГЕР Брус, Р.Д. **АЈРНЕЛЕД** (2012) *Претприемаштво – успешно почнување со нови потфати*, Арс Ламина, Скопје

ДИКИНС Дејвид, Марк **ФИЛС** (2010) *Претприемаштво и мали бизниси*, ТРИ, Скопје

ДИМИТРОВСКИ, Р. (2004) *Менаџмент на мал бизнис*, Економски факултет, ФОН Универзитет

КАНДИКЈАН В., **РУШКОВ** Тодор (2003) *Економика*, Economy press, Скопје

МИШКОВСКА– КАЈЕВСКА Л. (2002) *Малите претпријатија во развојот на стопанството на Македонија*, Економски институт Скопје

НИКОЛОВСКИ Дејан (2003) *Инвестиционен менаџмент*, КОСМО Иновативен Центар, Скопје

МАГДИНЧЕВА-ШОПОВА М. и други автори (2014) *Претприемничка иницијатива, претприемништвото и малите претпријатија во Република Македонија*, УГД, Штип
<http://eprints.ugd.edu.mk/>

МАРИОТИ Стив, К. **ГЛАКИН**, (2014) *Претприемаштво и управување со мали бизниси*, Арс Ламина, Скопје

МАРКМАН Марла (2014) *Започнете сопствен бизнис*, Арс Ламина, Скопје

ПЕЈКОВСКИ Јован (2008) *Претприемништво и развој*, Филозофски факултет, Скопје

СТОЈКОВ М., (2008) *Развој на економската мисла*, Економски факултет, Скопје

СМИТ А., (1997) *Потеклото на богатствата на народите*, Култура, Скопје

ФИТИ Т., **ХАЦИ** **ВАСИЛЕВА –МАРКОВСКА** В., **БЕЈТМЕН** В., (2007) *Претпримеништво*, Економски факултет, Скопје

ЗАРЕЗАНКОВА ПОТЕВСКА М. 2003 *Форми на организирање и здружување на големите претпријатија и малото стопанство*, Фондација Фридрих Еберт, канцеларија во Р.М, Скопје

ХИЛ **Чарлс В.Л.** 2010 *Меѓународен бизнис, натпреварување на конкурентниот пазар* Арс Ламина, Скопје

ЧУБРОВИЌ Илија, *Менаџмент на претприемничкиот бизнис, Развој на менаџментот и местото на претприемништвото во него* <http://www.pretpriemac.com/razvoj-menadzment-pretpriemnistvo/>

ЦОНС Г., ЦОРЦ Ц. (2008) *Современ менаџмент* (превод на македонски јазик), McGraw Hill

ШУКЛЕВ Бобек (2006) *Економија на мали бизниси* Економски факултет, Скопје

ШУКЛЕВ Бобек (2008) *Менаџмент*, Економски факултет, Скопје

Користени интернет страници

Извештај за предизвиците на микро, мали и средни претпријатија во Македонија, British council со Шведскиот институт во Скопје, Асоцијација за е-трговија во Р. Македонија, <https://ecommerce.mk/>

ИНТЕРВЈУ, ГЛИГОР БИШЕВ: Малото е поубаво – „мики маус“ економијата е пофлексибилна ако се реформира, Вечер, 22/12/2019, <https://www.vecer.press>

Повеќе за малите претпријатија. Што прави ЕУ за малите и средни претпријатија? http://eeas.europa.eu/archives/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/more_info/publications/eu_thinking_big_for_small_businesse

Народна Банка на РС Македонија, Документи, Анкетни истражувања, 2019 година <https://www.nbrm.mk/anketni-istrazuvanja.nspх>

Национална стратегија за мали и средни претпријатија 2018-2023, Министерство за економија на РС Македонија, <http://economy.gov.mk/Upload/Documents/Strategija>

Напред или назад - надминување на пречките за имплементација на политиката за развој на секторот на МСП во стопанството на Македонија, Извештај 2004, Економски институт-Скопје

Национална стратегија за вработување – 2016/2020 – Министерство за труд и социјална политика на Р. Македонија <http://www.mtsp.gov.mk/content/pdf/strategii/>

План за економски развој, Влада на РС Македонија https://issuu.com/vladamk/docs/plan_za_ekonomski_rast

Програма за поддршка на иновативноста на претпримеништвото, конкурентноста и иновативноста на МСП во Македонија, 2015, http://apprm.gov.mk/Media/107/Programa_APPRM_2015.pdf;

Претпримеништвото во Македонија, Дел од глобалното истражување на претприемништвото, Македонска развојна фондација за претпријатија (МРФП), 2009-2013, <https://mrfp.org.mk/mk/za-nas/nasata-struktura/19-nasata-rabota/promocija-pretpriemnistvo-cat/istrazhvanje-na-pretpriemnistvtoto/globalen>;

Право на Европската Унија за мали и средни претпријатија во Македонија

<http://biznis101.com/planiraj-biznis/marketing-istrazhuvanje/319.html>

Финансиски можности за малите и средни претпријатија во Република Македонија, Прирачник на Сојузот на стопански комори, 2008.

Закон за трговски друштва „Службен весник на Република Македонија“ бр. 28/2004; 84/2005; 25/2007; 87/2008; 42/2010; 48/2010; 24/2011; 166/2012; 70/2013; 119/2013; 120/2013; 187/2013; 38/2014; 41/2014; 138/2014; 88/2015; 192/2015, 6/2016 и 61/2016).

Стратегијата за конкурентност на Република Македонија (2016/2020),
<https://www.vicpremier-ekonomija.gov.mk/>

Фондацијата за менаџмент и индустриски истражувања
<https://www.mir.org.mk/>

Annual Report on European SMEs 2017/2018
SMEpercentage20Annualpercentage20report%202017-2018.pdf

[http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/EU-Support-Programmes-for-SMEs\(1\).pdf](http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/EU-Support-Programmes-for-SMEs(1).pdf),
European Union Support Programmes for SMEs

Bank Financing to SMEs in the Republic of North Macedonia: Evidence from Survey Data, Paper 1, 2019,
https://www.nbrm.mk/content/Bank-financing-SMEs-RNM_Evidence-from-Survey-Data-WP1-2019.pdf

Business Angel Investing Groups Growing in North America, 2002, Kauffman Foundation;
https://www.angelcapitalassociation.org/data/Documents/Resources/AngelCapitalEducation/BestPractices_Summit1.pdf

The Competitiveness and Innovation Framework Programme (CIP) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0870>

Entrepreneurship in Macedonia, 2008, Retrieved from [mk/en/gem-in-macedonia.htm](http://www.gemmacedonia.org)
<http://www.gemmacedonia.org>.

Promoting Entrepreneurship in South-East Europe: policies and tools. OECD,

LEEDProgramhttp://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/charter/> Small and medium-sized enterprises (SMEs), The European Charter for Small Enterprises

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_175474.pdf

Entrepreneurship and SME Management Training, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_195724.pdf

Studija izazova koji ometaju razvoj, mikro, malih I srednjih preduzeca na Zapadnom Balkanu, Izveštaj izrađen za British Council i Swedish Institute, Nigel Culkin i Richard Simmons Razvoj preduzeća i poslovanja, Univerzitet u Hertfordširu (Enterprise and Business Development University of Hertfordshire

Unrecognized Waste Management Experts: Challenges and, Opportunities for Small Business Development and Decent <http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-Financing-Small-Enterprises-What-Role-for-Microfinance-Jul-2012.pdf>

EU's Seventh Framework Programme for Research (FP7) Risk-Sharing Finance Facility <https://eur-lex.europa.eu/legal-ontent/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0870>