

THE IMPORTANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN MODERN ECONOMY

Milica Stanković

College of Applied Professional Studies Vranje, milica.stankovic.visokaskola@gmail.com

Gordana Mrdak

College of Applied Professional Studies Vranje, gordanavranje@gmail.com

Suzana Stojanović

College of Applied Professional Studies Vranje, suzana93stojanovic@gmail.com

Abstract: Entrepreneurship sector will be very important factor in future economic growth due to its ability to adapt to changing business conditions in terms of globalization. Entrepreneurship is often called the driving force of the economy, while entrepreneurs are agents of change that provide innovative ideas for companies. Small and medium enterprises are a key source of dynamism, innovation and flexibility, both in developed and in developing countries. Entrepreneurial framework describes the key components of entrepreneurship: entrepreneurs/team of entrepreneurs, entrepreneurial process, creation of new values and environment. An entrepreneur or team of entrepreneurs should recognize business opportunities, collect the necessary resources, and develop an appropriate business strategy with aim to create new value. The paper suggests that entrepreneurship creates entrepreneurship and entrepreneurial activity is the best incentive for further entrepreneurial activity. In order to gain a better insight into the operations of small and medium enterprises, the paper points to the advantages and disadvantages of starting a business through this form of entrepreneurial activity. Smaller enterprises achieve success in industries where flexibility and innovation are of great importance, while they are less successful in industries where resources and resource management are crucial. The advantages of small and medium enterprises are: independence, self-actualization, profit-making, market flexibility, more efficient use of available resources, and innovation. Nevertheless, the paper analyzes potential disadvantages: lack of knowledge and expertise of small and medium enterprises, lack of managerial skills, risk of closing down the company, long working hours and hard work, uncertainty of income, high level of stress and total responsibility. The reasons for starting a business through small and medium enterprises can be analyzed as: push and pull motives. Pull motives exist when individuals are motivated by specific ideas they want to implement when starting a business. Pull motives include: desire for independence, desire to use the identified market opportunity, turning hobbies or previous work experience into business and financial incentives. On the other hand, a large number of individuals decide to establish a new company out of necessity, due to the push motives such as dismissal, job insecurity, disagreement with the previous employer, etc. Based on the advantages and disadvantages of small and medium enterprises and reasons and motives for starting the business, the paper points to the importance of SMEs in modern economy.

Keywords: entrepreneurship, SMEs, motives, globalization

ЗНАЧАЈ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА У САВРЕМЕНОЈ ЕКОНОМИЈИ

Милица Станковић

Висока школа примењених струковних студија Врање, milica.stankovic.visokaskola@gmail.com

Гордана Мрдак

Висока школа примењених струковних студија Врање, gordanavranje@gmail.com

Сузана Стојановић

Висока школа примењених струковних студија Врање, suzana93stojanovic@gmail.com

Резиме: Сектор предузетништва ће бити све важнији фактор у будућем економском расту с обзиром на њихову способност прилагођавања променљивим условима пословања у условима глобализације. Предузетништво се често назива покретачем привреде, док су предузетници агенти промена који пружају иновативне идеје за пословање предузећа. Мала и средња предузећа су кључни извор динамичности, иновација и флексибилности, како у развијеним, тако и у земљама у развоју. Предузетнички оквир описује кључне компоненте које чине предузетништво: предузетника/тим предузетника, предузетнички процес, креирање нове вредности и окружење. Предузетник или тим предузетника треба да препознају пословне могућности, прикупе потребне ресурсе и развију одговарајућу пословну стратегију усмерену ка креирању

нове вредности. У раду се указује на чињеницу да предузетништво ствара предузетништво и да је предузетничка активност најбољи подстицај за даљу предузетничку активност. Како би се стекао бољи увид у пословање малих и средњих предузећа, у раду се указује на предности и недостатке отпочињања посла кроз овај облик предузетничке активности. Мања предузећа постижу успех у гранама у којима велики значај имају флексибилност и прилагодљивост, док су мање успешна у гранама где су ресурси и управљање ресурсима од пресудног значаја. Предности МСП се односе на: независност, самоактуелизацију, стварање профита, тржишну прилагодљивост, ефикасније коришћење расположивих ресурса и новативност. Ипак, у раду се анализирају и потенцијални недостаци: недостатак знања и стручности МСП, недостатак менаџерских способности, ризик од гашења предузећа, дуго радно време и напоран рад, неизвесност прихода, висок ниво стреса и потпуну одговорност. Разлози за почетак пословања кроз МСП могу бити анализирани као: push/pull мотиви. Уколико појединце при оснивању МСП мотивишу специфичне идеје за које сматрају да могу заживети, реч је о pull мотивима. Као pull мотиви се наводе: жеља за независношћу, жеља да се искористи идентификована тржишна шанса, претварање хобија или претходног радног искуства у бизнис и финансијски подстицаји. Са друге стране, велики број појединаца се одлучује за оснивање новог предузећа из нужде, односно услед дејства push мотива као што су: отпуштање, несигурност посла, неслагање са претходним послодавцем. У раду се на основу предности и недостатака МСП и разлога и мотива за отпочињања предузетничког подухвата указује на значај МСП у савременој економији.

Кључне речи: предузетништво, МСП, мотиви, глобализација

Област: Друштвене науке

1. УВОД

Широм света расте интерес за предузетништво, посебно имајући у виду да велики број људи види улазак у свет предузетништва као свој каријерни избор. Мала и средња предузећа (МСП) несумњиво имају велики значај у савременој економији. Стога је од великог значаја анализирати улогу и значај малих и средњих предузећа. Циљ рада је да укаже на значај малих и средњих предузећа кроз анализу предности и недостатака МСП и разлога и мотива за покретање предузетничких подухвата.

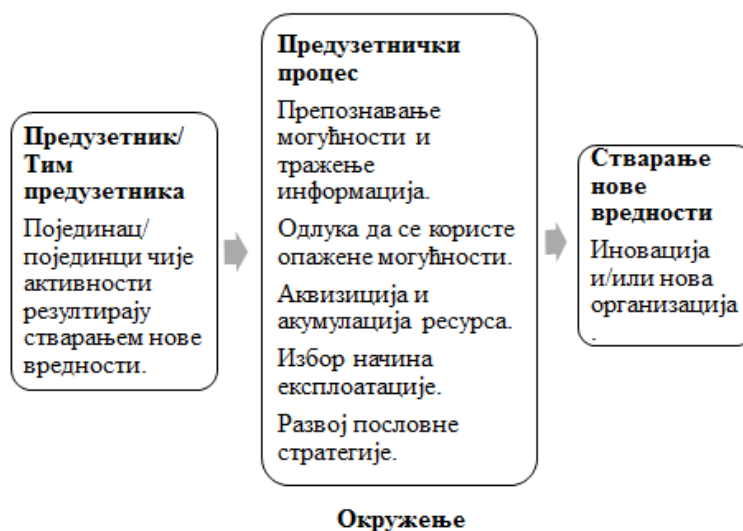
2. ЗНАЧАЈ СЕКТОРА ПРЕДУЗЕТНИШТВА

Може се рећи да је предузетништво старо колико и људска цивилизација, те су током историје бројни аутори предлагали различите дефиниције предузетништва. Сматра се да не постоји јединствена дефиниција овог појма која би била довољно сажета и прецизна. Појам *entrepreneur* (предузетник) потиче од француске речи *entre* што значи између и *prendre* што значи предузети, узети (Barringer & Ireland, 2010, стр. 30). Суштина предузетничког понашања је идентификовање могућности и претварање корисних идеја у праксу (Ireland & Webb, 2007).

Предузетници су катализатори промена на тржишту и хероји савременог тржишта који креирају будућност (Kuratk & Hodgetts, 2007, стр. 4). За Kirzner-a је предузетник неко ко је спреман да уочи и брзо одреагује на шансе из окружења. При томе, није неопходно да предузетник поседује ресурсе, с обзиром на то да профит који остварује настаје као резултат његове посредничке улоге између купца и добављача (Deakins & Freel, 2012, стр. 4). Прилике за профитабилну размену постоје због несавршености знања друге стране, што омогућава предузетнику да искористи шансе да оствари профит. Kirzner сматра да било ко може потенцијално поседовати додатно знање, услед чега може и брзо одреаговати на шансе за размену (ibid.). С друге стране, за Schumpeter-a је предузетник иноватор и покретач промена који иницира увођење нових технолошких процеса или производа (ibid.). Дакле, Schumpeter-ова дефиниција изједначава предузетништво са иновацијом у пословном смислу, при чему предузетник идентификује тржишне шансе и користи иновативни приступ да их искористи (Ahmad & Seymour, 2008, стр. 6). Европска комисија (2004) истиче да подстицање предузетничке културе и промовисање предузетничког раста подразумева подстицање позитивног односа према предузетништву, мотивисање већег броја људи да постану предузетници и подршку у предузетничком образовању. Заједнички елементи свих дефиниција предузетништва су следећи: креативност и иновација, прикупљање ресурса и оснивање привредних субјеката, прилика за стицање профита и раста у условима ризика и несигурности (Покрајац & Томић, 2008, стр. 50).

Предузетнички оквир приказан на Слици 1. покушава да опише кључне компоненте које чине предузетништво, а то су: предузетник/тим предузетника, предузетнички процес, креирање нове вредности и окружење. Предузетнички процес могу покренути како појединци тако и групе, односно предузетнички тим. Они су одговорни за креирање нове вредности. Предузетнички процес почиње откривањем и препознавањем пословних могућности и тражењем информација од стране предузетника. Могућности се односе на

потенцијал креирања новог предузећа или значајно унапређење постојећег (Van der Veen & Wakkee, 2002). Следећи корак је искоришћавање откривених могућности уз прикупљање и акумулирање ресурса (Gartner, 1985). Након тога се развија пословна стратегија и завршава се процес креирања нове вредности (Maes et al., n.d.). У предузетнички оквир је неопходно укључити и аутопуте предузетничког процеса јер они представљају инпуте за даље предузетничко понашање (Van der Veen & Wakkee, 2002). Заправо, Desman (2002) истиче да предузетништво ствара предузетништво и да је предузетничка активност најбољи подстицај за даљу предузетничку активност. Дакле, предузетништво је процес који се понавља и не завршава се са стварањем специфичне врсте нове вредности. Уместо тога, када се створи вредност, могуће је отпочети циклус стварања нове вредности (Gartner, 1985). Окружење у коме предузеће послује је с једне стране извор могућности, с обзиром на то да предузетницима даје шансу да задовоље потребе на тржишту које до сада нису задовољене. С друге стране, предузетничка активност у великој мети обликује окружење (Van der Veen & Wakkee, 2002).



Слика 1. Предузетнички оквир (према: Maes et al., n.d.)

3. ОТПОЧИЊАЊЕ ПОСЛОВАЊА КРОЗ ОСНИВАЊЕ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА

Појам малих и средњих предузећа још увек није јасно одређен. Приликом дефинисања МСП, аутори полазе најчешће од законом утврђених одредби, те постоје различите дефиниције које нуди америчко законодавство, законодавство европских земаља понаособ или на нивоу Европске уније (ЕУ) и слично (Достић, 2002, стр. 21).

Најзаступљенија дефиниција МСП је дефиниција коју даје Европска комисија која је и увела израз „мала и средња предузећа“ (енгл. *Small and medium-sized enterprises-SME*). Сектор МСП чине три подгрупе: микро предузећа (између 0 и 9 запослених), мала (11 до 50 запослених) и средња предузећа (51 до 250 запослених) (Deakins & Freel, 2012, стр. 31). Критеријуми за одређивање величине МСП на нивоу ЕУ су приказани у Табели 1., при чему предузећа, да би се сврстала у МСП, морају да испуне критеријум који се односи на број запослених и бар један од финансијских критеријума. Европска комисија дефинише МСП као предузећа која имају мање од 250 запослених, при чему годишњи приход треба да буде мањи или једнак 50 милиона евра или да имовина у милионима евра не буде већа од 43 милиона (European Commission, 2011).

Табела 1. Критеријуми за одређивање величине МСП у ЕУ

	Број запослених	Финансијски критеријуми	
		Годишњи приход у милионима евра	Имовина у милионима евра
Средње предузеће	< 250	≤ 50	≤ 43
Мало предузеће	< 50	≤ 10	≤ 10
Микро предузеће	< 10	≤ 2	≤ 2

Извор: European Commission, 2011

У Републици Србији се правна лица, у зависности од просечног броја запослених, пословног прихода и просечне вредности пословне имовине, разврставају на: микро, мала, средња и велика. Микро предузећа су правна лица која не прелазе два од следећих критеријума: просечан број запослених 10, пословни приход 700.000 евра и просечна вредност пословне имовине 350.000 евра. Мала предузећа су правна лица која не прелазе два од следећих критеријума: просечан број запослених 50, пословни приход 8.800.000 евра и просечна вредност пословне имовине 4.400.000 евра, док су средња предузећа правна лица која не прелазе два од следећих критеријума: просечан број запослених 250, пословни приход 35.000.000 евра и просечна вредност пословне имовине 17.500.000 евра (Табела 2.) (Народна скупштина Републике Србије, 2013).

Табела 2. Критеријуми за одређивање величине МСП у Републици Србији

	Број запослених	Приход у милионима евра	Имовина у милионима евра
Средње предузеће	≤ 250	≤ 35	≤ 17,5
Мало предузеће	≤ 50	≤ 8,8	≤ 4,4
Микро предузеће	≤ 10	≤ 0,7	≤ 0,35

Према: Народна скупштина Републике Србије, 2013

Како би се стекао бољи увид у пословање малих и средњих предузећа, неопходно је указати на предности и недостатке отпочињања посла кроз овај облик предузетничке активности. Мања предузећа постижу успех у гранама у којима велики значај имају флексибилност и прилагодљивост, док су мање успешна у гранама где су ресурси и управљање ресурсима од пресудног значаја (Deakins & Freel, 2012, стр. 144).

Власници МСП уживају многе користи, укључујући следеће (Scarborough, 2012, стр. 28-29):

- Независност. Власништво над МСП пружа власницима независност, али и висок степен одговорности за успешност пословања (Покрајац & Томић, 2008, стр. 318).
- Самоактуелизација. Многи власници МСП су заправо своје хобије претворили у свој посао.
- Стварање профита. Један од важнијих разлога оснивања МСП је могућност остварења знатно веће зараде у самосталном послу од оне која се може остварити обављањем посла у некој великој компанији (Покрајац & Томић, 2008, стр. 318).
- Тржишна прилагодљивост. МСП се брже прилагођавају новонасталим приликама и потребама потрошача у односу на велика предузећа.
- Ефикасније коришћење расположивих ресурса. МСП теже да максимално упосле све расположиве ресурсе или да их дају у закуп уколико их не користе.
- Иновативност. МСП много брже уводе иновације и примењују нова знања и пословне моделе у свакодневном пословању (Покрајац & Томић, 2008, стр. 317).

Иако власништво над МСП пружа бројне могућности, треба обратити пажњу и на потенцијалне недостатке (Scarborough, 2012, стр. 29-31).

- Недостатак знања и стручности. МСП због својих ограничених финансијских могућности обично немају довољно квалитетан и искусан кадар и имају ограничене ресурсе за додатно образовање и тренинг својих запослених (Покрајац & Томић, 2008, стр. 319).
- Ризик од гашења предузећа. Стопа гашења МСП је релативно висока, те потенцијални власник МСП пре оснивања предузећа треба да размисли да ли може да се носи са последицама могућег неуспеха пословања (Достић, 2002, стр. 35).
- Дуго радно време и напоран рад. Просечан власник МСП ради 54 сати током недеље. У многим *start-up* предузећима норма радног времена је 10 до 12 сати дневно и шест или седам дана недељно без плаћеног одмора (Scarborough, 2012, стр. 29-31).
- Неизвесност прихода. Отварање и отпочињање сопственог посла не подразумева нужно да ће власник МСП зарадити довољно новца да опстане, те не може очекивати велику зараду и стабилне приходе.
- Висок ниво стреса. Оснивање и вођење предузећа може бити веома корисно, али и стресно искуство. Највећи број власника МСП улаже готово све што поседује у оснивање предузећа, те би неуспех значео велики финансијски губитак и висок ниво стреса и анксиозности (ibid.).
- Потпуна одговорност. Власници МСП носе потпуну одговорност за своје пословање и често морају доносити одлуке о питањима о којима не поседују велико знање и искуство (ibid.).

3. РАЗЛОЗИ И МОТИВИ ЗА ОСНИВАЊЕ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА

МСП нису само извори локалног раста, већ и раста националне привреде, при чему треба имати у виду да међународно тржиште пружа МСП велике шансе за успешно интернационално пословање (Тодоровић, 2008, стр. 62). Порасту интересовања за почетак пословања кроз оснивање МСП доприносе следећи фактори (Stokes & Wilson, 2010, стр. 16-17):

- Раст услужног сектора. Евидентан је раст услужног сектора, како у развијеним, тако и у земљама у развоју. Свеprisутни тренд је и да клијенти све више захтевају персонализоване услуге, попут маркетиншких, саветодавних услуга, услуга рачуноводства и слично. Флексибилна МСП могу задовољити захтеве ових клијената.
- Информациона технологија. Велики број новооснованих МСП је у релативно младим индустријама, посебно у сектору ИКТ (информационо-комуникационе технологије).
- Флексибилна специјализација и мреже. Примена нове технологије је смањила фиксне трошкове неких производних процеса, тако да се може остварити профитабилна производња и у мањим предузећима. Битно је нагласити да сарадња између мрежа специјализованих МСП може учинити МСП конкурентнијим. Овакве локалне економске мреже МСП могу да пруже много већу флексибилност у односу на велике организације које се сматрају носиоцима старог индустријског модела који је зависио од економије обима у производњи стандардизованих производа.
- Подуговарање. У циљу смањења фиксних трошкова и развоја флексибилности како би се избориле са флукутацијама у тражњи, неке велике организације су почеле да препуштају део својих активности МСП.
- Реорганизација јавног сектора. Јавни сектор у развијеним земљама све више простора пружа за укључивање МСП у јавне службе, посебно кроз ангажовање приватних консултаната, тренера и слично. Све су учесталија јавно-приватна партнерства која се могу сматрати начином за унапређење ефикасности јавног сектора.
- Предузетничка култура. Тржишна економска идеологија треба да подржи предузетничке ставове и охрабри предузетништво.
- Еколошки и алтернативни покрети. Раст броја МСП се поклапа са повећаном свешћу о еколошким питањима. У жељи да се реше највећи еколошки проблеми, владе охрабрују развој МСП која воде рачуна о заштити животне средине.

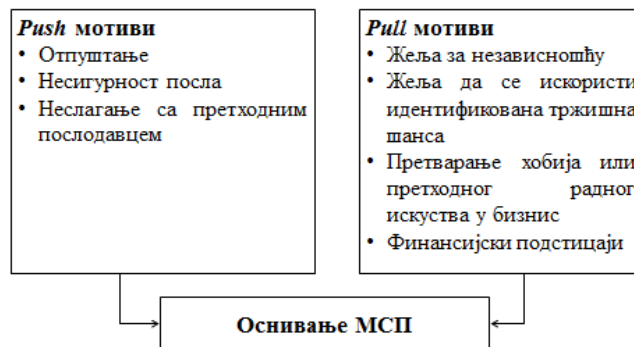
Разлози за почетак пословања кроз МСП могу бити анализирани као: *push/pull* мотиви (Слика 2.). Уколико појединце при оснивању МСП мотивишу специфичне идеје за које сматрају да могу заживети, реч је о *pull* мотивима. Као *pull* мотиви се наводе: жеља за независношћу, жеља да се искористи идентификована тржишна шанса, претварање хобија или претходног радног искуства у бизнис и финансијски подстицаји (Stokes & Wilson, 2010, стр. 37):

- Жеља за независношћу. У неколико студија се овај разлог наводи као кључни мотиватор за отпочињање пословања кроз МСП, с обзиром на то да власници желе самостално да доносе одлуке и прате реализацију истих (Тодоровић, 2008, стр. 78).
- Жеља да се искористи идентификована тржишна шанса. Подстицај за оснивање МСП могу бити уочене незадовољене потребе МСП, при чему треба бирати тржишта у настајању и развоју, а не постојећа и засићена тржишта (Тодоровић, 2008, стр. 79).
- Претварање хобија или претходног пословног искуства у бизнис. Многи власници МСП су отпочели своје пословање кроз веће ангажовање у оквиру свог хобија или коришћењем претходног радног искуства (Stokes & Wilson, 2010, р. 37).
- Финансијски подстицај. Власници МСП теже дугорочној финансијској независности. Финансијска накнада коју остварују МСП је заснована на њиховим напорима и успеху или неуспеху предузећа (Тодоровић, 2008, стр. 79).

Велики број појединаца се одлучује за оснивање новог предузећа из нужде, односно услед дејства *push* мотива као што су: отпуштање, несигурност посла, неслагање са претходним послодавцем (Stokes, Wilson, 2010, р. 38):

- Отпуштање. Отпуштање са радног места у неком предузећу је врло често мотив за људе да се упусте у предузетништво, посебно ако живе у окружењу где је могућност за проналажење другог посла ниска.
- Несигурност посла (или претња од губитка посла). Несигурност посла варира по регионима и зависи у великој мери од економске климе. Услед све неизвесније будућности на постојећем радном месту, појединци се одлучују за оснивање МСП.

- Неслагање са претходним послодавцем. Непријатељски односи на у постојећем радном окружењу врло често „гурају“ људе у самозапошљавање и оснивање МСП.



Слика 2. Мотиви за почетак пословања кроз мала и средња предузећа (прилагођено на основу: Stokes & Wilson, 2010, стр. 37)

4. ЗАКЉУЧАК

Значај малих и средњих предузећа у модерној економији је све већи. Бројни су мотиви и разлози за отпочињање пословања кроз оснивање малих и средњих предузећа. МСП нису само извори локалног раста, већ и раста целокупне националне привреде, при чему треба нагласити и велики интернационални потенцијал њихових пословних активности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ahmad, N., & Seymour, R.G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. OECD Statistics Working Papers, 2008/01, OECD Publishing.
- [2] Barringer, B., & Ireland, D. (2010). *Entrepreneurship-Successfully launching new ventures*. United States: Pearson/Prentice Hall.
- [3] Deakins, D., & Freel, M. (2012). *Preduzetništvo i male firme*. Beograd: Data status.
- [4] Desman, R. (2002). *Franchising: Entrepreneurship in a Parallel Universe*. Proceedings of the 47th International Council For Small Business, San Juan, Puerto Rico, June 16-19.
- [5] European Commission (2004). *Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship*. COM(2004) 70 final. Brussels: European Commission.
- [6] European Commission (2011) *Eurostat- Small and medium-sized enterprises (SMEs)*, Доступно на: http://ec.europa.eu/eurostat/c/portal/layout?p_l_id=54781&p_v_l_s_g_id=0
- [7] Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10: 696-706.
- [8] Ireland, R.D., & Webb, J.W. (2007). A Cross-Disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research. *Journal of Management*, 33: 891-927.
- [9] Kuratko, D., & Hodgetts, R. (2007). *Entrepreneurship*. United States: South Western College Publishing.
- [10] Maes, J., Sels, L., & De Winne, S. (n.d.). Innovation as a corporate entrepreneurial outcome in newly established firms: A human resource-based view. *Electronic Journal*, Доступно на: <https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/122822/1/0504.pdf>
- [11] Scarborough, N. (2012). *Effective Small Business Management*. New York: Prentice Hall.
- [12] Stokes, D., & Wilson, N. (2010). *Small business management and entrepreneurship*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- [13] Van der Veen, M., & Wakkee, I. (2004). Understanding the Entrepreneurial Process, In Watkins, D.S. (Ed.) *Annual Review of Progress in Entrepreneurship Research* (114-152). Brussels: European Foundation of Management Development (EFMD).
- [14] Достих, М. (2002). *Менаџмент малих и средњих предузећа*, Сарајево: Универзитет у Сарајеву-Економски факултет
- [15] Народна скупштина Републике Србије (2013). Закон о рачуноводству. *Службени гласник РС*, бр. 62/2013.
- [16] Покрајац, С., & Томић, Д. (2008). *Предузетништво*, Нови Сад: Алфа-граф.
- [17] Тодоровић, Ј. (2008). *Преуређење привреде: предузетништво и мала и средња предузећа*. Крагујевац: Графопроект.