

*Dr Fuada Stanković, redovni profesor  
Pravnog fakulteta u Novom Sadu*

## ZNAČAJ PREDUZETNIŠTVA ZA EKONOMIJE U KRIZI

**Sažetak:** *U radu se analiziraju uticaj inovacija i preduzetništva na lakše i brže prevazilaženje ekonomske krize. Objašnjava se odnos između inovacija i nezaposlenosti, mesto malih i srednjih preduzeća u ukupnoj ekonomskoj strukturi, kao i njihov značaj u procesu inoviranja i izlaska iz krize. Zaključuje se da je za prevazilaženje sadašnje ekonomske krize u Srbiji neophodna pomoć države svim subjektima, a posebno malim i srednjim preduzećima, dok je u dugom roku dalji razvoj preduzetničke i inovativne kulture jedina garancija stabilnog rasta i razvoja.*

**Ključne reči:** *preduzetništvo, inovacije, mala i srednja preduzeća, ekonomska kriza.*

### Uvod

Poslednje decenije su obeležene povećanim interesom za preduzetništvo. Ono pomaže da se prevazilaze i ublažavaju poremećaji koji nastaju usled stalno prisutnog rizika i neizvesnosti u okruženju. Preduzetništvo je posebno značajno u periodima recesije i rasta nezaposlenosti. Danas je rašireno shvatanje da uspeh nove ekonomije – ekonomije znanja, u velikoj meri zavisi od promocije preduzetničke kulture. Inovacije i preduzetništvo su pokretači razvoja. Oni su oduvek bili od najvećeg značaja u periodima kriza. Poznati teoretičar preduzetništva Joseph Schumpeter je još u tridesetim godinama prošlog veka kao ključne momente u biznis ciklusima isticao talase inovacija.

U Šumpeterovoj viziji kapitalizma inovativni ulazak preduzetnika na tržište je snaga koja održava dugoročni ekonomski rast. Čak i po cenu da se uništi postojeća vrednost kompanije koja je imala monopolsku moć, pretnja ulaska novih preduzetnika na tržište disciplinuje monopoliste i oligopoliste da svoje profite investiraju u nove proizvode i ideje. Šumpeter je verovao da je inovativni kvalitet učinio kapitalizam najboljim ekonomskim sistemom.<sup>1</sup>

Šumpeter je dao do sada najšire prihvaćenu definiciju preduzetnika kao pojedinaca koji su nosioci inovacija.

Postoje mnoge definicije preduzetništva i sve one imaju sledeće zajedničke elemente: 1) kreativnost i inovativnost, 2) prikupljanje resursa i osnivanje privredne organizacije, 3) šansu za zaradu u uslovima rizika i neizvesnosti.<sup>2</sup>

Kod izučavanja preduzetništva uzimaju se u obzir tri dimenzije: pojedinci, okruženje i organizacije.

*Pojedinca* karakterišu: lično iskustvo, znanje i trening kao akumulirani ljudski resursi kojima osnivač daje doprinos preduzetničkom poduhvatu. Kod pojedinca važnu ulogu ima poslovna etika odnosno etičko ponašanje. To je odluka o poslovanju koja stvara vrednost za klijenta i predstavlja presek kvaliteta i cene. Etičke odluke obezbeđuju da klijent dobije tačne podatke o proizvodu/usluzi, omogućuje mu da izvrši slobodan izbor i da kod njega stvore poverenje u proizvod i organizaciju koja ga obezbeđuje. Neetičko ponašanje podrazumeva netačne i loše podatke, opasne i manipulirane odluke i lošu reputaciju za firmu. A jedina održiva konkurentska prednost za bilo koji biznis je njegova reputacija.

*Okruženje* poseduje obe mogućnosti: za kreiranje novog poduhvata: resurse – novac, ljude, tehnologiju i opasnosti inherentne svakom konkurentskom tržištu.

Ključni elementi okruženja su država i politika, ekonomija, tehnologija (inovacije i invencije), socijalna demografija i ekosistem. Okruženje je podložno stalnim promenama, karakterišu ga neizvesnost i kompleksnost.

*Organizacija* (ekonomska) ima svoj oblik i strukturu, strategiju koja joj omogućuje da se ubaci na postojeće tržište ili kreira novo tržište i zaštiti svoj položaj. Ona raspolaze resursima koji je transformišu u vrednost za klijente. Pri tome je ključna stvar kvalitet za koji postoje mnogobrojni pristupi. Na

---

<sup>1</sup> Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, Georg Allen and Unwin, N.Y. 1976

<sup>2</sup> Videti više o teorijama preduzetništva u F. Stanković, *Ekonomska teorija preduzetništva*, Ekonomska misao, Beograd, 3-4, 1997, s.243-254

primer: kvalitet je „objektivna“ stvar koja se može kvantitativno meriti, „subjektivna“ stvar koja koristi samo onome za koga ima vrednost, koja povezuje standarde sa klijentovim preferencijama, to je ono što klijenti smatraju da postoji kad odluče da kupe proizvod...

Strategija na nivou preduzeća obično uključuje odnos prema društvu, upravljanje diverzifikacijom unutar firme, odnos prema konkurentima, upravljanje marketingom, finansijama i računovodstvom kao i upravljanje ljudskim resursima. Kod preduzetničke strategije tome treba dodati elemente vezane pre svega za sam proizvod: da bude prvi takve vrste ili da se bar radi o kreativnoj imitaciji ili franšizingu.

Pored toga za preduzetničku strategiju je veoma važno da se ima prava informacija o raspoloživim resursima u pravom trenutku (zbog nužnosti da se bude prvi). Takođe odmah na početku preduzetnik treba da ima ugovore sa klijentima i nabavljačima i da ne zavisi samo od jednog nabavljača. Sponzorstvo roditeljske kompanije ili *joint venture* su dobre opcije za preduzetnika. Država takođe može da pomogne potencijalnim preduzetnicima na tri načina: a) direktnom pomoći, b) putem posebnih programa tehničke i upravljačke pomoći početnicima u biznisu ili c) povlasticama u nabavci od novih firmi tako što uvodi kvote za male biznise, manjine, ženske biznise i sl. ili promenom pravila što može stvoriti nove šanse za nove firme.<sup>3</sup>

### **Preduzetništvo i nezaposlenost**

Odnos između nezaposlenosti i preduzetništva je već dugo predmet interesovanja ekonomskih teoretičara. Teorija izbora dohotka koja je bila osnova za brojne studije koje su se bavile problemom s kojim se suočavaju pojedinci kada žele da počnu vlastiti biznis i postanu preduzetnici, sugeriše da će povećana nezaposlenost voditi ka povećanju start up aktivnosti. Međutim, nezaposleni imaju manju zalihu ljudskog kapitala i preduzetničkog talenta potrebnog za pokretanje vlastitog biznisa i njegov opstanak, što ima za posledicu niži stepen preduzetničkih aktivnosti. Niska stopa preduzetništva može takođe da bude posledica niskih stopa ekonomskog rasta što se takođe izražava u visokim stopama nezaposlenosti. Preduzetničke aktivnosti nisu prosta posledica visoke nezaposlenosti (push effect) nego takođe i pull effect rastućih ekonomija kao i preduzetničkih aktivnosti u prošlosti.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Više o strategijama firmi videti u M.J.Dolinger, *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Prentice Hall, New Jersey, 2003

<sup>4</sup> D.B.Audretsch, M.A.Carree, A.R. Thurik, *Impeded Discussion Paper TIO1-074/3*, Tinbergen Institute, Erasmus University Rotterdam.

Nezaposlenost uglavnom vodi ka većoj preduzetničkoj aktivnosti, ali ne mora uvek da bude tako. Nova firma počinje da zapošljava, što doводи do smanjivanja nezaposlenosti u kratkom roku. Ali niža stopa preživljavanja u slučaju malih firmi kao i ograničeni rast kod većine znače, prema mišljenju nekih ekonomista, da je u dugom roku, njihov doprinos zapošljavanju ograničen.

Ipak preovlađuje stav da preduzetništvo podstiče i doprinosi zapošljavanju. Mnoga istraživanja su potvrdila da povećanje broja vlasnika biznisa reducira stepen nezaposlenosti i identifikovali postojanje „šumpeterijanskog efekta“ – sa ulaskom novih firmi na tržište povećava se zaposlenost.

Objašnjavanje međuzavisnosti između preduzetništva i nezaposlenosti veoma je važno zbog vođenja ekonomske politike, jer vlade obično na ovaj odnos gledaju pojednostavljeno, ponekad preterujući u tome da će preduzetništvo samo po sebi rešiti probleme nezaposlenosti u dugom roku i obezbediti ekonomski rast. Mere ekonomske politike treba da uzmu u obzir i mnoge druge aspekte ekonomske stvarnosti.

Preduzetništvo nije karakteristično samo za male firme. Naziv preduzetnička firma vezuje se za sva preduzeća bez obzira na njihovu veličinu, u kojima se neguje preduzetništvo i motivišu zaposleni da stalno inoviraju, u kojima vlada preduzetnička klima.

Ipak smatra se da su mali biznisi kreatori novih radnih mesta, pored toga što su najčešće nosioci inovacija i što brže pronalaze i eksploatišu nove mogućnosti. Oni ovu ulogu imaju uprkos tome što mnogi novi biznisi nemaju eksplicitne aspiracije da rastu.

Odluka pojedinca da počne novi biznis kao odgovor na nezaposlenost ili nedostatak spoljnjih alternativa na tržištu rada može se istraživati unutar mikroekonomske teorije ponude rada. Sistem socijalne podrške (blagostanja) determiniše da li će pojedinci odlučiti da se vrate u okviru tržišta rada ili da ostanu nezaposleni. Posebno je ovo slučaj kod marginalizovanih grupa kao što su žene, manjine i sl. Za njih je najčešće samozapošljavanje poslednji izlaz

U okviru GEM projekta (Global Entrepreneurship Monitor) koji su pokrenuli London Business School i Babson College u SAD, od 2002.godine se prati odnos između nezaposlenosti i preduzetništva u 37 zemalja. U okviru tog istraživanja posebno su interesantni podaci u okviru tzv. TEA nužnosti (Total Entrepreneurship Activity) – koji pokazuju udeo pojedinaca koji stupaju u preduzetništvo iz nužnosti, a ne iz želje da stvore nešto novo. Što je zemlja siromašnija a time i veća nezaposlenost, TEA nužnost će biti veća -što znači da je udeo novih firmi

nastalih iz nužnosti procentualno veći, jer je smanjen broj alternativa na tržištu rada. Ovaj efekat se smanjuje ukoliko su u toj zemlji veće naknade za nezaposlenost. Važnu ulogu u tome ima i struktura nezaposlenosti i koliko je teško u dotičnoj zemlji započeti novi biznis. Prema rezultatima za 2002. godinu najviše stope TEA nužnosti bile su između 6,5-7,5% i u tom rasponu su se među posmatranim zemljama nalazili Brazil, Argentina, Indija i Čile.<sup>5</sup>

Srbija se 2007.godine uključila u GEM projekt (nosilac aktivnosti u Srbiji je Ekonomski fakultet u Subotici). U toj godini je stepen TEA nužnosti u Srbiji bio 8,56%.

### **Inovacije i preduzetništvo**

Doba ekonomske krize bi moglo da bude pravo vreme da kompanije krenu u inovacije. Nužda tera da se u vreme krize više nego ikada traga za novim *idejama*

Interesantan je primer Finske u kojoj su integrisani vodeći biznis fakultet, Fakultet za dizajn i Tehnološki fakultet da bi u 2009. počeo s radom novi multidisciplinarni „Univerzitet inovacija“. I u SAD se kompanijama preporučuje da se okrenu inovacijama kao načinu borbe protiv krize.

Jedan dobar primer kako se podstiču inovacije dolazi iz Srbije. Prvo kao pilot ideja 2003.godine, a onda i kao projekt podržan od strane Ministarstva nauke Republike Srbije od 2005.godine u organizaciji Fakulteta tehničkih nauka na Univerzitetu u Novom Sadu organizuje se takmičenje za najbolju tehnološku inovaciju u koje se uključuju istraživači, studenti, nezaposleni, zaposleni, preduzeća i timovi sa teritorije Srbije koji žele da pretvore svoju invenciju u inovaciju. Do sada je kao rezultat ovog takmičenja osnovano 35 novih firmi visokih tehnologija i edukovano više od 1800 inovatora.<sup>6</sup>

Kriza ima multiplikovane posledice. Smanjenje dohotka i profita će u početku stvoriti mentalitet smanjenja troškova što nije dobro za inovacije. Nakon te prve reakcije, nastaje faza u kojoj lideri kompanija počinju da razmišljaju o tome koji su delovi njihovog biznisa dobri a koji su slabi,

---

<sup>5</sup> M.Cowling, W.D.Bygrave, Entrepreneurship and Unemployment: Relationships between unemployment and entrepreneurship in 37 nations participating in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2002. [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

<sup>6</sup> Više o tome videti u: V.Rašković, Plasirajte svoje znanje – takmičenje za najbolju tehnološku inovaciju, u knjizi Univerzitet i preduzetništvo, ur. S. Markov, F. Stanković, UNESCO katedra za studije preuzetništva, Novi Sad, 2008.

možda i neodrživi. Posle toga se kreće u restrukturiranje i reinencije. Prirodno je da se u prvom suočavanju sa krizom još ne razmišlja o inovacijama. Postoji rezerva prema inovacijama jer one koštaju, a ulaganje je uvek rizično. Da li se rizik isplati u vreme krize?

Inovacija se može definisati kao sposobnost da se izvuče korist od naučnog dostignuća, a to traži mnogo više nego samo pretvoriti novu ideju u proizvod ili uslugu. Efikasna tehnologija nije dovoljna – neophodna su finansijska sredstva kao i poslovne veštine. Adekvatna zaštita intelektualne svojine se takođe smatra neizostavnim eksternim faktorom za omogućavanje inovacija pored podsticaja za inovativne aktivnosti od strane države. To se sve ukratko naziva dinamičnom, samoodrživom inovativnom kulturom.

U februaru 2008. godine Evropska komisija je objavila Evropsku inovacionu rang listu za 2007. godinu koja sadrži komparativnu analizu stepena inovativnosti u pojedinim zemljama. Zemlje su se upoređivale na skali od 0 do 1, gde je 1 maksimalan nivo. 25 indikatora je grupisano u pet dimenzija da bi se bolje obuhvatili različiti aspekti inovacionog procesa. To su bile sledeće dimenzije: 1) inovacioni pokretači mere strukturalne uslove koji su potrebni za inovacioni potencijal; 2) kreiranje znanja je mera napora koji se ulažu u inoviranje na nivou firme; 3) aplikacijama se meri uspeh izražen preko rada i poslovnih aktivnosti i njihovog doprinosa u inovacionim sektorima; 4) inovacije i preduzetništvo mere napore u pravcu inoviranja na nivou firme i 5) intelektualnom svojinom se mere postignuti rezultati u know-how.

Prema ovom izveštaju Švedska (0,73), Finska (0,64), Danska (0,61) su najinovativnije evropske zemlje, a za njima slede još Nemačka i Velika Britanija i sve su one inovativnije od SAD. Švedska je najinovativnija zemlja, najviše zbog broja inovacija, ali je manje efikasna u odnosu na druge zemlje u transformisanju inovacija u inovacione autpute. Na dnu liste inovativnosti se nalaze Poljska, Turska, Hrvatska, Bugarska, Rumunija i Letonija.<sup>7</sup>

Nešto drugačiju klasifikaciju najinovativnijih evropskih zemalja nedavno je objavio Forbes. Prema pet kriterijuma (broj патената na milion stanovnika, procenat DBP koji se izdvaja za istraživanje i razvoj, broj istraživača sa punim radnim vremenom na 1000 stanovnika, broj izrazito inovativnih firmi). Redosled prvih deset zemalja je sledeći: 1. Švajcarska, 2. Nemačka, 3. Holandija, 4. Švedska, 5. Luksemburg, 7. Danska, 8. Francuska, 9. Austrija, 10. Belgija.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Izvor: European Innovation Scoreboard 2007.

<sup>8</sup> [www.forbes.com](http://www.forbes.com)

Nisu ni sve inovacije iste. Postoje inovacije koje samo transformišu postojeću tehnologiju ili organizaciju i one koje poništavaju postojeće stanje.

Najbolji rezultati u biznisu se postižu hrabrim inovacijama koje preispituju postojeću paradigmu i organizaciju. To je Šumpeter nazvao „kreativnom destrukcijom“. Kreativna destrukcija je proces transformacije koji prati radikalnu inovaciju.

U poslednjim decenijama se pokazalo da su velike kompanije nefleksibilne i da suviše sporo reaguju na tržišne informacije. Mala i srednja preduzeća (MSP) su u tom pogledu ispred velikih – ona su najbliža inovacionoj kulturi. Naravno nisu sva MSP inovativna. 99% svih evropskih biznisa čine mala i srednja preduzeća a samo manji broj spada u kategoriju modernih MSP visokih tehnologija. Ostala su tradicionalna mala preduzeća (manje trgovine, restorani, porodične firme..) ili tzv.kontraktorska preduzeća koja imaju dugoročnije ugovore s velikim kompanijama.<sup>9</sup>

U aktuelnoj ekonomskoj krizi vlade pojedinih zemalja preduzimaju različite mere da bi zaustavile pad proizvodnje i okrenule ekonomiju ka uzlaznoj liniji. Mnoge mere su vezane upravo za podsticaj MSP jer se u njima vidi motorna snaga za izlazak iz krize. Tako je vlada Brazila u novembru 2008. godine odvojila 7 milijardi dolara da bi obezbedila likvidnost MSP na tržištu i obrtni kapital za ove kompanije. Vlada je takođe odložila za kraći period plaćanje federalnih poreza. Inače, ekonomija Brazila je u poslednje vreme bila među zemljama sa rastućom stopom ekonomskog rasta.

Evropski savet je u septembru 2008. naložio Evropskoj investicionoj banci da da kredite za MSP u vrednosti od 15 milijardi evra za period od dve godine (2008-2009 godine) u okviru ukupnog budžeta od 30 milijardi. To će značiti povećanje od 50% u poređenju sa 2007.godinom kada je banka posudila 5,2 milijardi evra MSP putem privatnih banaka.

### **Iskustva Srbije**

U poslednjoj deceniji u Srbiji se na različite načine podstiče razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva.. Njihov broj i udeo u strukturi privrede se stalno povećava. Od ukupnog broja registrovanih firmi u Srbiji 99,7% su MSP. Predviđa se da će u ovoj godini (do kraja 2008.go-

---

<sup>9</sup> MSP se u EU definišu kao nezavisna preduzeća koja zapošljavaju manje od 250 zaposlenih i imaju godišnji promet do 40 miliona dolara.

dine) biti registrovano oko 11.50 novih MSP i oko 20.000 novih radnji.. MSP jedina kreiraju nova radna mesta. Od 1,6 miliona zaposlenih u privatanom sektoru 1,3 miliona rade u MSP. Sve je više povoljnih kredita koje banke nude za MSP.

Stalno rastući broj novih MSP je posledica poboljšanja poslovnog okruženja. Po zakonu je danas u Srbiji dovoljno 500 evra za osnivanje društva sa ograničenom odgovornošću (što je najčešći oblik organizacije u nas) i samo 15 dana za registraciju firme.

Različite vrste pomoći posebno u edukaciji se nude putem mreže podrške MSP i preduzetništvu koja obuhvata 13 regionalnih agencija uz koordinaciju Republičke agencije. Međutim, ne postoji lokalna mreža informacionih centara (one- stop shop) sa savetima kako osnovati vlastitu firmu, što bi olakšalo pojedincima da na jednom mestu u svojoj lokalnoj zajednici dobiju neophodne informacije i savete. Još nema dovoljno svima pristupačnih informacija kako snovati firmu, kako analizirati tržište i napraviti biznis plan i sl.

Rašireno je mišljenje da u Srbiji ima puno inovatora i inovacija. Takvo mišljenje je najviše posledica informacija o tome kako pojedinci iz Srbije osvajaju nagrade na sajmovima inovacija. Tu se najčešće radi o invencijama e (izumima) a ne o inovacijama koje predstavljaju realizaciju invencije na tržištu. Najbolji izum može da ostane zatvoren u ladici, a diploma okačena na zidu, ali o inovaciji u tom slučaju nema govora. Čak i kad bi bilo tačno, a nemamo pouzdane podatke o broju invencija po glavi stanovnika u Srbiji, bez značajnih podsticaja iz okruženja da se ti izumi pretvore u proizvode i usluge za tržište, Srbija se neće razvijati u pravcu inovativne ekonomije.

Dobre inicijative u tom pravcu već postoje. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja i Fond za razvoj republike Srbije su u martu 2008. godine raspisali su konkurs za kreditnu podršku namenjenu pretvaranju inovacija u gotov proizvod. Sredstva se mogu koristiti za finansiranje osnovnih i obrtnih sredstava. Pored različitih kriterijuma za dodelu sredstava traži se i sertifikat o inovaciji koji izdaje Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj. Inicijativa je dobra, ali sasvim nedovoljna, a možda su i procedura i uslovi komplikovani i ne obezbeđuju brz ulazak inovativnih firmi na tržište.

Očigledno je da će i u Srbiji kao i svugde drugo MSP biti najosetljivije na poslovno okruženje koje će sigurno biti nepovoljno u vremenima svetske ekonomske krize. Zbog toga je neophodno još mnogo novih mera Vlade Srbije da se pomogne najvećem broju firmi u Srbiji da lakše prebrode krizu. Ove mere treba doneti što pre i njihovu primenu učiniti što

jednostavnijom i bržom. Treba se ugledati na mere koje preduzimaju druge države da bi pomogle svojim malim i srednjim preduzećima da lakše prebrode krizu.

### **Zaključak**

Globalna finansijska kriza u 2008. godini je najveća finansijska kriza posle Velike depresije. Postala je vidljiva u septembru 2008. sa propašću nekoliko velikih američkih finansijskih firmi. Razlozi koji su doveli do krize su postojali još ranije i oni su bili vidljivi u poslovanju osiguravajućih kompanija, investicionih banaka i pre svega u krizi stambenih kredita.

Nakon najveće manifestacije krize u SAD ona se veoma brzo proširila na Evropu i ceo svet. Počele su da padaju akcije na svim svetskim berzama, došlo je do krize likvidnosti na međunarodnom planu, pada potrošnje, zatvaranja kompanija i otpuštanja velikog broja zaposlenih. Globalizacija krize je najvažnije obeležje ove krize. Nijedna ekonomija neće biti pošteđena negativnih posledica.

Sve zemlje pokušavaju da ublaže efekte krize i vlade preduzimaju različite mere, pre svega pomoći MSP da prevaziđu krizu likvidnosti. Široko je prihvaćeno mišljenje, a to je pokazala i istorija svetskog kapitalizma, da su snažne radikalne inovacije najbolje sredstvo za prevazilaženje krize.

Pokazali smo i koliko su inovacije i preduzetništvo sredstvo u borbi protiv nezaposlenosti.

Dakle, u kratkom roku država mora da pomogne svim subjektima da lakše prevaziđu krizu. U dugom roku, razvoj preduzetničke i inovativne kulture u Srbiji su jedina garancija za stabilan rast i razvoj.

*Fuada Stanković, Ph. D., Full Professor  
Novi Sad School of Law*

## **The Importance of Entrepreneurship for Economies in Crisis**

### *Abstract*

Impact of innovation and entrepreneurship in the times of economic crisis is analyzed.

Central topics of interest in the paper are: relationship between innovation and unemployment, the role of SMEs within overall economic structure, as well as their importance in the processes of innovation and economic crisis. It is concluded that for Serbia to overcome existing economic crisis it is necessary for the government to support the SMEs sector and other subjects of the economy in order to ease their recovery from the economic crisis. In the long run development of entrepreneurial and innovative culture is the guarantee of stable growth and development.