

**КАКО ДА СЕ ПОДДРЖАТ МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ
ПРЕТПРИЈАТИЈА (МСП) СО ЦЕЛ ДА СТАНАТ
ДВИГАТЕЛ НА МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА**



„КАКО ДА СЕ ПОДДРЖАТ МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА (МСП) СО ЦЕЛ ДА СТАНАТ ДВИГАТЕЛ НА МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА“



National Endowment
for Democracy

Supporting freedom around the world

Оваа студија ја изработи Институтот за социјална демократија „Прогрес“ како дел од „Регионалната иницијатива за политички партии“, која е спроведена од Националниот демократски институт за меѓународни работи (НДИ), а со финансиска поддршка од Националната фондација за демократија (НЕД). Изразените мислења се на авторите и не значи дека ги рефлектираат мислењата на НЕД и на НДИ.

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР.....	3
РЕЗИМЕ	4
SUMMARY	5
ВОВЕД	6
1. ПОСТОЈНАТА РАМКА Е ТЕСНА.....	8
2. ПОЛИТИКИТЕ ТРЕБА ДА БИДАТ СИСТЕМСКИ, А ЦЕЛИТЕ ДОЛГОРОЧНИ.....	11
2.1. Бизнес иницијативата е почетна точка.....	13
2.2. Достапност до финансии	15
2.2.1. Кредитен пазар	15
2.2.2. Прибирање капитал	18
2.3. Советодавна помош	19
2.4. Полесен пристап до јавни тендери.....	20
2.5. Иновации, продуктивност, извоз	21
2.6. Надзор.....	23
ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА	25
ЛИТЕРАТУРА:.....	27
АНЕКС 1: Инструменти за претприемаштво и политики насочени кон МСП	30
АНЕКС 2: 10 принципи за водење политики кон МСП на ЕУ	31

ПРЕДГОВОР

Анализата на јавната политика „Како да се поддржат малите и средните претпријатија (МСП) со цел да станат двигател на македонската економија“, подготвена од д-р Никола Џамбазовски, е седми документ за промоција на јавни политики изработен во рамките на програмата за соработка меѓу Институтот за социјална демократија „Прогрес“ и „Регионалната иницијатива за политички партии“ на Националниот демократски институт за меѓународни работи (НДИ) од САД. Во изминатите четири години во рамките на споменатата програма за соработка беа изработени анализи на јавни политики што се однесуваа на различни теми почнувајќи од политиките за социо-економски развој во Македонија, конкурентноста и локалниот економски развој, стратегијата за справување со растечката нееднаквост во Македонија, активните мерки за вработување на младите, правната рамка за фер и слободни избори и предлог одржлив модел за финансирање на здравството во Македонија. Сите анализи, освен во печатената верзија, се достапни во електронска верзија на интернетската страница www.progres.org.mk.

Целта на нашата соработка во рамките на регионалната иницијатива на НДИ е поддршка на развојот на вредносно ориентираните јавни политики и поттикнување на демократскиот политички дијалог во Република Македонија. Преку вредносно ориентираните јавни политики, развиени и промовирани, меѓу останатите општествени чинители, и од политичките партии, граѓаните на Република Македонија ќе имаат можност за вистински избор кој нема да биде условен од клиентелистичката зависност која е карактеристична за голем дел од транзициските демократии, туку ќе биде резултат на демократската конкуренција на вредности и политики кои ги поддржуваат различните социјални групи и кои би требало да бидат основа на идеолошко-вредносната ориентација на политичките партии.

Водени од таквата идеја, нашата соработка е насочена кон развојот на јавни политики во духот на основните вредности на социјалната демократија дефинирани како резултат на транспарентен и инклузивен процес односно во соработка со поединци и групи кои имаат општествено и институционално влијание во процесот на создавање и применување на јавните политики и/или пак се непосредно или посредно засегнати од определена јавна политика.

Анализата која ја презентираме е посветена на стратешките цели и генералните насоки за развојот на малите и средните претпријатија, како основни двигатели на економскиот развој и важни креатори на нови работни места.

Како што нагласува авторот

„Тие се активни во сите индустрии и региони и овозможуваат приход за голем број лица и семејства. Малите и средните претпријатија овозможуваат диферзификација на економијата, а преку тоа поголема отпорност на економски шокови“.

Нашата основна цел е овој документ да претставува основа за понатамошна дебата за политиките за поттикнување на развојот на малите и средните претпријатија. Тој приод, како што истакнува и авторот, треба да биде системски и да се темели на политики што ќе ја поттикнуваат продуктивноста, иновациите и растот, а не единствено стихијното субвенционирање.

Како и за сите претходни анализи на јавни политики, ги поттикнуваме читателите (креаторите на јавни политики, стопанствениците, академската јавност, синдикатите) да ни ги испратат своите критички коментари за предлозите што ви ги претставуваме. Авторот и издавачите однапред се радуваат на секоја забелешка и предлог за подобрување на анализата.

Д-р Александар Љ. Спасов,
Програмски менаџер
Институт за социјална демократија „Прогрес“

РЕЗИМЕ

Овој документ е изработен врз база на анализата на спецификите на моменталната состојба на македонската економија и врз база на низа меѓународни искуства на полето на развој на малите и на средните претпријатија (МСП). Развојот на МСП и на претприемачкиот дух е основна компонента во креирањето конкурентна економија. Улогата е уште позначајна во земјите во развој и транзиција поради ниската стартна основа на нивните економии и потребата за натпревар со стандардите на развиените земји.

Активните политики кои во моментот се на сила не нудат суштински решенија за квалитативен развој на МСП. Институционалната поставеност не дава интегриран одговор на проблемите и на предизвиците. Кадровските и финансиските ресурси се ограничени, а со тоа и крајните резултати. Генералниот заклучок е дека е потребен системски пристап кон МСП преку инклузивен процес на сите директно и индиректно инволвирани субјекти. Развојот на приватниот сектор треба да се базира на меѓусебна соработка и уважување на јавните интереси и на приватната иницијатива. Државата треба да го иницира и води процесот, но не и да ги наметнува сите решенија.

Поддршка на МСП не треба да овозможи нивна предност, туку само доближување на нивната ниска стартна основа до нивото на големите компании. Активните мерки кои се предлагаат во овој труд се подели во шест сегменти: **бизнис иницијатива, достапност до финансии, советодавна помош, полесен пристап до јавни тендери, иновации, продуктивност и извоз, како и надзор на ефектите од спроведените политики**. Само широко базирана поддршка може да направи квалитативна промена во работењето на МСП. Индивидуални мерки во определен момент може да се корисни, но генерално не може да дадат големи резултати и се користат како алиби за отсуството на вистинска активна политика.

Заклучоците и мерките презентирани во овој документ не претставуваат апсолутна вистина и патоказ без ризици.

SUMMARY

This document was prepared based on the analysis of the specifics of the current state of the Macedonian economy and based on a range of international experiences in the field of development of small and medium-sized enterprises (SMEs). The development of SMEs and entrepreneurial spirit is a fundamental component in creating a competitive economy. The role is even more important in developing and countries in transition due to the low starting base of their economies and the need to match the standards of developed countries.

Active policies currently in force do not offer substantive solutions for qualitative development of SMEs. The institutional frame does not give an integrated response to the problems and challenges. Human and financial resources are limited, and therefore outcomes. The general conclusion is that it requires a systemic approach to SMEs through a process inclusive of all direct and indirect stakeholders. Private sector development should be based on mutual cooperation and respect of the public interest and private initiative. The state should initiate and lead the process, but not enforce all solutions.

Support to SMEs should not allow their advantage, but only bring their low starting point to the level of large companies. Active measures that are proposed in this paper are divided into six segments: business initiative, access to finance, advisory assistance, easier access to public tenders, innovation, productivity and exports, as well as oversight of the effects of implemented policies. Only broad-based support can make a qualitative change in the operations of SMEs. Individual measures in a certain moment can be useful, but generally can not give significant results and are used as an alibi for the absence of real active policy.

The conclusions and measures presented in this document do not constitute absolute truth and roadmap without risks.

ВОВЕД

Правилната политика и креирањето динамичен сектор за МСП не се само предуслов за раст на номиналните бројки на економска активност на земјата туку претставуваат и основа за реално зголемување на животниот стандард и намалување на сиромаштијата и на невработеноста. Тие се активни во сите индустрии и региони и овозможуваат приход за голем број лица и семејства. Малите и средните претпријатија овозможуваат диверзификација на економијата, а преку тоа поголема отпорност на економски шокови.

Од друга страна, генералните насоки и стратегиските цели за развојот на МСП мора да бидат во согласност со генералните макроекономски и општествени цели.

И покрај општоприфатеното значење на малите бизнис, сепак, во голем дел на понискоразвиените земји (вклучувајќи ја и Р. Македонија) тие се соочуваат со голем број предизвици. Тие предизвици можат да бидат од интерен карактер или од екстерни околности поврзани со целокупното бизнис окружување. Општата бизнис клима, образованието, бариерите за влез, развој и излез, недостапноста до финансиски средства, know how, информациите, транспарентноста, бирократијата и корупцијата се дел од коцките во мозаикот на македонската економија што се погрешно наместени. Поради тоа, евидентна е потребата од итна акција на креаторите на политиките, која ќе биде системска, јасна, транспарентна и конзистентна.

Во различен историски контекст се менувале и основните цели што се очекува да се постигнат преку зајакнување на претприемаштвото и развојот на МСП. Целта на развиените земји во последните декади на минатиот век била, пред сè, креирање нови работни места и намалување на невработеноста. Но, во последните 2-3 декади овој фокус се менува и целите се детерминирани од потребата за иновации, продуктивност и конкурентност. Квантитативните цели се заменуваат со квалитативни. Р. Македонија во моментот е во фаза која не дозволува само една цел, односно намалувањето на невработеноста и зголемувањето на иновациите и конкурентноста мора да одат во паралелен процес.

Добра основа се голем број меѓународни искуства и патишта по кои веќе е поминало. За едни политики и мерки е потребно само силна детерминираност на одговорните лица. Секое спроведување конкретна политика треба да започне со јасно изразена политичка определба. За други е потребна конкретна анализа и знаење, а за дел се потребни и финансиски ресурси. Финансиските средства ќе бидат големи и треба да се обезбедат од даночните обврзници. Токму затоа целиот процес треба да биде транспарентен, особено во делот на тоа колку е вложено, а што е добиено.

Развојот на МСП е непосредно поврзан со зголемена продуктивност и со иновации кои треба да донесат поголем извоз. Единствено преку поголема продуктивност и иновации општеството ќе може да ја максимизира вредноста на човечките, материјалните и природните ресурси и да создаде поголема додадена вредност. Тие процеси нè поместуваат од состојбата на конфор и од линијата на помал отпор, и овозможуваат вистински креативен пазарен натпревар. Без таа компонента трудоинтензивните економии ќе останат тоа што се и сега - нискоразвиени, а граѓаните сиромашни.

Основна цел на овој документ е да овозможи системски приод од страна на креаторите на политиките кон поттикнување на бизнис иницијативата и развојот на МСП. Политиките и мерките не треба да се базираат на принципот на субвенционирање и солидарност, туку на принципот на поддршка на продуктивноста, иновациите и растот. Резултатот треба да биде поаметно, побрзо и поевтино производство, кое ќе биде конкурентно на надворешниот пазар. Политиките не се спроведуваат во празен простор, туку во конкретно општествено окружување, историски услови и културни вредности. Затоа не постои унифицирана „најдобра политика“, туку само политика што може да ги задоволи потребите на целните групи во даден временски период и да се спроведе ефективно.

Потребно е вклучување на сите субјекти што ги креираат политиките (централна и локална власт) и субјекти кон кои се насочени тие политики или имаат индиректно влијание. Креирањето на политиките мора да биде инклузивен процес кој ќе создаде амбиент на почитување и поддршка од страна на сите заинтересирани субјекти. Централната и локалната власт, државните агенции и институции, самите компании, вработените и невладиниот сектор се основните субјекти што би требало да го генерираат овој процес. Во дел од политиките Владата и останатите носители на извршната власт треба да се постават од дистанца и да овозможат иницијатива од субјектите (стопански комори, здруженија, професионални асоцијации и слично) што се директно засегнати од политиките.

Овој документ не дава посебен осврт на општата бизнис клима и поволното инвестициско окружување бидејќи сметаме дека тие основни столбови на развојот мора да постојат во квалитет што ќе поттикнува бизнис иницијатива. Владеењето на правото, демократијата, еднакви можности за сите, слобода на уверување и одлучување и останати универзални вредности воопшто не се предмет на дебата. Тоа е нешто што мора да се овозможи. Ако не постојат тие предуслови, конкретните мерки за поддршка на бизнисот ќе бидат ирелевантни.

1. ПОСТОЈНАТА РАМКА Е ТЕСНА

Според последните статистички податоци, вкупниот број на активни деловни субјекти во Р. Македонија во 2014 година изнесува 70.659. Структурата според големина-та гледана по параметарот број на вработени и компаративна споредба со ЕУ е следна:

Табела 1: Број на активни деловни субјекти, процентуално учество и додадена вредност според бројот на вработени во Македонија и во ЕУ28

Број на вработени	Број на субјекти		Процентуално учество		Додадена вредност %	
	МК	ЕУ28	МК	ЕУ28	МК	ЕУ28
0-9	64.187	19.969.338	90,8%	92,4%	24%	21,6%
10-49	4.961	1.378.374	7%	6,4%	22,9%	18,2%
50-249	1.305	223.648	1,9%	1%	19,4%	18,3%
250+	206	43.517	0,3%	0,2%	33,7%	41,9%
Вкупно	70.659	21.614.908	100%	100%	100%	100%

Извор: Државен завод за статистика на РМ, EU Annual Report SMSs 2013/2014

Табелата дава квантитативни податоци кои покажуваат дека клучните параметри за процентуално учество на микро, мали и на средни компании и процентот на додадена вредност во Македонија е со мали отстапување во однос на Европската унија. Бројот на вработени лица, односно 78% од вкупно вработените лица во Македонија се вработени во микро, мали и во средни друштва, а тој процент во ЕУ изнесува 67%. Тоа дава доволно јасна слика за значењето на МСП и за потребата од активна улога на државата.

Но, оваа табела не овозможува квалитативно согледување затоа што релативната големина на секоја земја во рамките на ЕУ, единствениот пазар и повисокото ниво на развој во однос на Македонија се ограничувачки фактори на анализа.

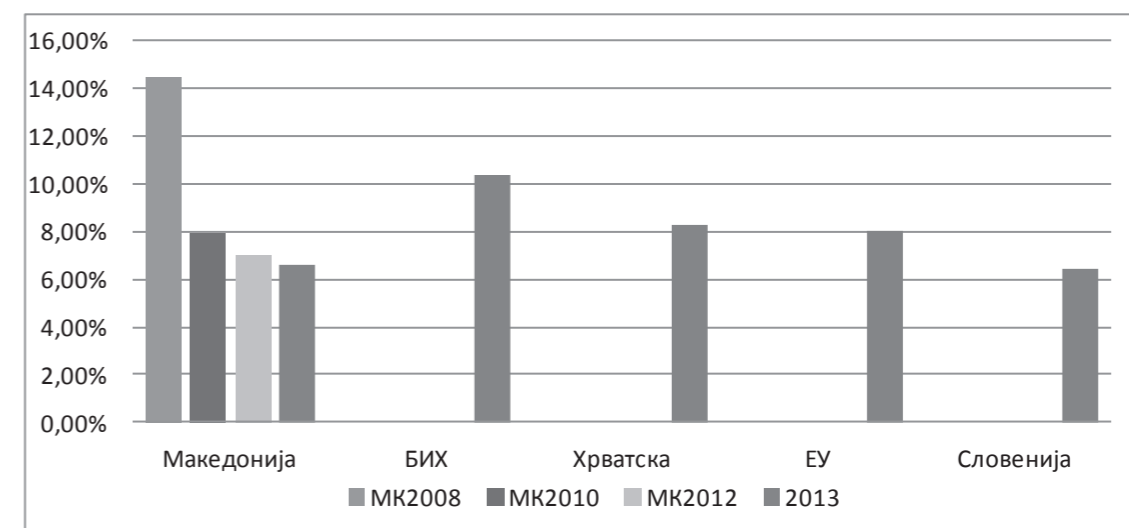
Квалитативниот аспект на ова прашање може да го согледаме преку истражувањето на ГЕМ (Global Entrepreneurship Monitor) од 2013 година. **Имено, речиси две третини (60,98%) од испитаниците во Р. Македонија одговориле дека за почеток на бизнис се мотивирани од нужност (немање друг избор), а само 22,95% изјавиле дека се мотивирани од согледани можности.** Доколку претприемачите не гледаат перспективност, тогаш мотивацијата за иновации е на ниско ниво. Овие бројки се сосема во обратна насока во земјите-членки на ЕУ.

Според истото истражување, стапката ТЕА (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity, вкупна претприемачка активност во рана фаза) во Македонија изнесува 6,63% и е пониска од просекот на ЕУ, кој е 8%, и на сите земји во регионот, освен Словенија, каде што таа стапка изнесува 6,45%. Стапката на ТЕА претставува процент на лица на возраст од 18-64 години што се во процес на започнување нов бизнис или веќе водат бизнис не постар од 3,5 години¹. Проблематичен е фактот што трендот на овој показател во Македонија од 2008 година до 2013 година е во постојан пад.

Според податоците од графиконот, во Македонија во 2008 година дури 14,5% од целните лица се претприемачи во рана фаза, а во 2013 година тој процент паѓа на 6,6%, што е под европскиот просек. Македонија најлошо стои и во делот на ориентираност кон иновации, како кај бизнисите во рана фаза така и кај воспоставените бизниси.

¹ Подетално во ГЕМ, Претприемаштво во Македонија, четврто истражување, 2013 година.

Графикон 1: Стапка ТЕА во Македонија, ЕУ, Хрватска, БиХ и Словенија



Извор: ГЕМ, Претприемаштво во Македонија, четврто истражување, 2013

Ниското ниво на претприемачка активност заедно со ниското ниво на ориентираност кон иновации даваат сигнал за „загрозена иднина“ на македонската економија.

Клучни административни органи задолжени за МСП:

- Сектор за претприемаштво и конкурентноста на МСП (сектор во рамките на Министерството за економија);
- Агенција за поддршка на претприемаштвото на Република Македонија;
- Национален совет за претприемаштво и конкурентност;
- Македонска банка за поддршка на развојот.

Клучни документи, политики и стратегии во делот на МСП:

- Ревидирана национална стратегија за развој на МСП 2002-2013, издадена во 2007 година;
- Останати стратегии во областа на извозот, иновациите и конкурентноста;
- Програма за конкурентност, иновации и претприемаштво за 2015 година;
- Програма за поддршка на претприемаштвото, конкурентноста и иновативноста на МСП во 2015 година (насловот е многу сличен со претходната програма, но се работи за различен документ).

Институционалната поставеност не дава интегриран одговор на проблемите и на предизвиците. **Кадровските и финансиските ресурси се ограничени, а со тоа и крајните резултати.** Определен бизнис, регион или држава може да е пред другите во степенот на развој во даден момент затоа што институциите охрабруваат претприемаштво и иновации кои резултираат со економски раст, за разлика од други во кои институциите обесхрабруваат развој². Последната ревидирана национална стратегија за развој на МСП е од 2007 година и таа се базира на теоретски експликации и „општоприфатени

² D.C. North, 1990, 2005

вистини“, а недостигаат прецизни и конкретни политики и насоки.

Добар почеток е веб-сајтот www.konkurentnost.mk, кој се обидува да ги интегрира информациите, политиките и институциите, но потребни се усовршувања, пред сè, во делот на електронското аплицирање³.

Двете програми за поддршка на претприемаштвото, конкурентноста и иновациите зафаќаат голем спектар на прашања и проблеми, но со многу мали износи. По основа на двете програми, вкупната поддршка изнесува 260.000 евра, а износите за најголем дел од поединечните мерки се движат од 2.000 до 5.000 евра годишно. Овие износи, освен симболика за поддршка, не можат да донесат промени.

И на крајот, еден од клучните проблеми е непостоење надзорен процес, кој треба да ги следи, вреднува и моделира политиките⁴. Секоја политика мора да има повратна реакција, која ќе овозможи евалуација и согледување на резултатите, а тоа е клучен предуслов за правилно моделирање на преземените мерки. Состојбата со претприемаштвото и МСП, вообичаено, е дел и од годишниот извештај на ЕУ за напредок на земјите што се кандидати за членство.

Бокс 1: Препорака 8 и 9, Извештај на ЕУ за напредокот на Македонија, 2015 година

ЕРП препорака 8: Подобрете го бизнис окружувањето преку спроведување на Генералниот план за конкурентност и соодветниот владин акциски план. Тоа треба да вклучи мерки насочени кон конкурентноста, како што се попредвидливо правно и регулаторно окружување, извршување на договорите, респектирање на правата на интелектуална сопственост, дисциплина во плаќањето, закони за работни односи, квалитет и интегритет на инспекциските служби и слично. Обезбедете редовен дијалог со социјалните партнери во врска со спроведувањето на Генералниот план. Забрзајте ги напорите за борбата против корупцијата и неформалната економија.

ЕРП препорака 9: Подобрете го пристапот до финансии за МСП и забрзајте ја процедурата за банкротство. Да се продолжи со спроведувањето на Стратегијата за иновација и користењето на инструментите од Фондот за иновации.

Извор: Извештај на Европската комисија за напредокот на Македонија 2015 година

³ Како добар урнек може да послужи www.sba.gov, односно веб-сајтот на Small Business Administration, надлежната агенција за МСП во САД.

⁴ Во програмата за поддршка на претприемаштвото, конкурентноста и иновативноста на МСП за 2015 година е предвидена ставка од 200.000 денари за Опсерваторија на МСП и подготовка на годишен извештај за состојбата на МСП и трендовите на овој сектор за 2014 година.

2. ПОЛИТИКИТЕ ТРЕБА ДА БИДАТ СИСТЕМСКИ, А ЦЕЛИТЕ ДОЛГОРОЧНИ

Легитимно е прашањето зошто да постојат посебни бенефиции токму за малите и за средните компании и зошто да се преалоцираат ресурси во нивна корист. Постојат и мислења дека пазарната економија треба да функционира и дека нема потреба од посебен третман на која било категорија. Но, сепак, не живееме во услови на перфектно функционирање на пазарните сили поради голем број фактори: информативна асиметрија, монополски и олигополски тенденции, различни услови на пристап до капитал и слично. Потребата за поддршка на МСП е уште понагласена во нискоразвиените земји, каде што стартната основа е многу ниска. Токму затоа Р. Македонија мора да води активна политика на поддршка што неопходно бара **внатрешна преалокација на ресурсите**.

Малите и средните бизнис, генерално, се поспособни за брза адаптација кон нови пазарни услови за разлика од големите компании. Нивниот динамички карактер ја држи економијата надвор од зоната на стагнација и апатија⁵. Широкиот спектар на личности, карактери и способности овозможува тестирање на некои високоризични идеи за кои големите компании не би биле подготвени. Моделирањето на конкретните мерки за поддршка на малите и на средните компании треба да се базираа на следниве принципи:

- **Потреба:** Мерките треба да се насочени кон решавање конкретни проблеми.
- **Ефикасност:** Бенефитите треба да ги надминуваат трошоците, во обем кој ќе ја оправда преалокацијата на средствата на даночните обврзници.
- **Праведност:** Да бидат широкобазирани на сите дејности без фаворизирање одредени гранки⁶.
- **Транспарентност:** Да се едноставни, јасни и транспарентни. Сите целни групи треба да се свесни за можностите.
- **Долгорочност:** Целите да се постават долгорочно, а мерките да бидат системски. Краткорочните мерки треба да бидат пат кон долгорочниот успех, а не цели само за себе.
- **Достапност:** Пристапот до сите информации и апликации да е што повеќе електронски, со помалку административен и субјективен пристап.

Целите на политиките насочени кон развојот на претприемништвото и МСП се менувале во различни историски услови и степен на развој.

Табела 2: Цели на политиките насочени кон МСП

Макроекономски цели	Социјални цели	Корекција на пазарните неефикасности	Динамика и ефикасност на пазарот
<ul style="list-style-type: none"> • Поголема вработеност • Економски раст • Раст на извозот 	<ul style="list-style-type: none"> • Редистрибуција на доходот • Намалување на сиромаштијата • Социјална кохезија 	<ul style="list-style-type: none"> • Контрола на екстерналии • Пазарни бариери • Асиметрични информации • Мала конкуренција • Еднакви правила на игра • Недостиг на информации 	<ul style="list-style-type: none"> • Промоција на иновации • Раст на продуктивноста • Поголема додадена вредност

Извор: Модифицирано од C.Harvie, B.C.Lee, *Public Policy and SME Development*, 2003 година

⁵ Шумпетер ова го нарекува креативна деструкција.

⁶ Постојат и други гледишта кои фаворизираат поддршка само на одредени гранки и компании. Види Small Business Entrepreneurship and Innovation, Institute for Competitiveness and Prosperity, Ontario, working paper 15, 2012 година.

Фокусот се менувал и како резултат на „обиди и грешки“ во моделирањето на политиките и како резултат на изграденото искуство од добиени резултати. Генерално, целите треба да бидат широко поставени и да засегаат голем општествен сегмент.

Во табела 2 се наведени групи што можат да станат целни со активна политика кон МСП. Речиси е невозможно да се ограничи влијанието на поединечна мерка само на една цел, и вообичаено ефектот е широко базиран низ целните групи наведени во табелата. Остварување на една цел најчесто не анулира реализација на друга цел, но **фокусот мора да е познат** бидејќи не секоја акција го има истиот интензитет на сите целни групи. Постојат голем број можни поединечни инструменти за остварување на зацртаните цели (види детално анекс 1).

Од друга страна, во голем број земји во развој (вклучувајќи ја и Македонија) малите бизнис работат надвор од легалниот систем и се дел од неформалната економија. Активни мерки на државата можат да овозможат враќање на овој дел од економијата во нормални законски рамки, без посериозни социјални потреси. Оваа политика овозможува „мек пристап“ кон неформалниот сектор и поттик за негово интегрирање во нормалните општествено-економски текови.

За поедноставен пристап во овој документ конкретните мерки се поделени во неколку области кои заедно треба да овозможат целосна поддршка на МСП во Македонија.

Слика 1: Сет мерки и политики во насока на поддршка на МСП



Развојот на приватниот сектор (особено МСП) треба да се базира на меѓусебна соработка и уважување на јавните интереси и на приватната иницијатива. Компатибилноста на овие интереси е најдобриот патоказ за успешна политика. Едно е јасно, државата не е единствениот субјект што ја креира бизнис климата, но нејзини погрешни политики можат драматично да го нарушат економскиот амбиент.

Европската унија има утврдено 10 принципи што треба да бидат патоказ за водењето на политиките кон МСП на земјите-членки и кандидатите за членство (види анекс 2).

2.1. БИЗНИС ИНИЦИЈАТИВАТА Е ПОЧЕТНА ТОЧКА

Сите политики ќе бидат без резултат доколку не постои високо ниво на бизнис иницијатива и динамичен претприемачки дух. *Поголем интерес за работа во државната администрација на сметка на иницијатива за сопствен бизнис е првиот знак дека Р. Македонија има сериозен проблем со претприемачката култура.* Осврто на овој проблем треба да започне од системот на образование. Државата треба да ја вклучи обуката за бизнис во сите степени на образовниот циклус.

Претприемачкото образование треба да ги збогати учениците/студентите со потребни вештини и да ги развие нивните капацитети за иновации⁷. Освен развивање на личните капацитети, државата треба да овозможи и инструменти за пристап до импутите неопходни за нивните производи или услуги. Покрај процесот на формално образование, битна компонента е и неформалното образование кое го стекнува секоја личност. Задача на јавната политика е да креира амбиент (преку проекти, трибини, јавни настапи и слично) што ќе поттикне индивидуално неформално образование и развој на претприемачкиот дух.

Политиките за поддршка на МСП во почетната фаза треба да имаат како цел личности, а не деловни субјекти. Мерките треба да овозможат доволно силен внатрешен импулс кој ќе резултира со одлуката за преземање ризик и започнување бизнис. Натому, претприемачкиот дух ќе комбинира можности и идеи за остварување нови вредности⁸.

Влезните бариери треба да се намалат, а старт ап бизнисите да се помогнат. Првата влезна бариера е потребниот капитал за почнување бизнис. Светските тенденции се движат кон намалување на минимално потребниот капитал за основање правни субјекти. Од 189 земји анализирани во извештајот на „Дуинг бизнис“ (Doing Business) во 2014 година, 99 воопшто немаат праг за минимален капитал. Некои од земјите воопшто го немале тој праг, а 39 од нив го напуштиле во последните седум години⁹.

Преку промени во Законот за трговски друштва треба да се дозволи основање друштво со капитал од само едно евро. Овој вид друштва треба да имаат определена ознака и да бидат видно одделени од останатите форми за кои ќе остане сегашната регулатива. Секој што ќе соработува со ваков тип субјект, ќе знае дека основачкиот капитал е само едно евро.

Добар практичен пример за ова е искуството на Германија преку т.н. mini-GmbH, а

⁷ A.Valerio, B.Parton, и A.Robb, 20148

⁸ Според дефиницијата на OECD (2007): Претприемач е лице кое претендира да креира вредности по пат на создавање или експназија на економска активност, преку идентификување и употреба на нови продукти, процеси и пазари.

⁹ Doing Business, 2014 година

постојат и голем број трудови што протежираат намалување или целосно изоставување на потребите за минимален капитал. Не постојат докази дека поголем почетен капитал е битна компонента за обезбедување кредитна поддршка од банките или производи и услуги од набавувачите¹⁰.

Процесот на основање е само првичната точка за секој старт ап бизнис. Почетокот на деловното работење и развојот се наредните фази што се клучни за успехот на бизнис иницијативата, и е неопходно да се помогнат. Сите политики што би се утврдиле за МСП би важеле и за старт ап бизнисите. Сепак, за нивна поддршка се неопходни и дополнителни мерки кои ќе ги стимулираат нив и ќе овозможат развој. Конкретно, треба да се преземат следниве чекори:

- Креирање старт ап центри (вид бизнис инкубатори). Државата да обезбеди деловен објект со доволно голема површина во кој ќе бидат лоцирани над 200 старт ап компании (да се искористи дел од постојните капацитети). За тие потреби да се обезбедат целосна инфраструктура и служби за заеднички потреби (одржување, архива, сметководство и сл), кои ќе бидат бесплатни. Клучен параметар за влез во старт ап центарот ќе биде степенот на иновација на проектот и можноста за повисока додадена вредност. Секоја компанија ќе може да се задржи во овој простор максимум две години. Предноста е голема од аспект на логистика, трошоци, нетворкинг, размена на идеи, спојување и слично¹¹.
- Целосно ослободување од данок на добивка за секој старт ап бизнис во првите 5 години до сума од 30.000 евра. Доколку добивката пред оданочување е над 30.000 евра, на разликата да се пресметува и плаќа данок на добивка¹². Целта е да се мотивираат претприемачите кои, на крајот, се разбира, очекуваат лесен пристап до остварениот профит.
- Ослободување од плаќање персонален данок за повлечена добивка на студенти на возраст од 18 до 24 години што имаат започнато бизнис и остварено добивка. Замислата на оваа мерка е да се стимулира почнување бизнис и во текот на студирањето, а со добивката од новиот бизнис да може да се финансира образованието.
- Директни бенефити за нововработените дипломирани научни истражувачи, инженери, математичари и технолози преку платени програми за обука во првите две години од вработувањето. Оваа мерка е насочена кон претприемачот, кој би имал помали трошоци за ангажирање висококвалификувана работна сила неопходна за бизнисот.
- Посебна програма во делот на користење франшиза. Во Македонија се присутни само неколку меѓународни синџири по пат на франшиза, а можностите за нов бизнис се големи особено во делот на услуги и малопродажба. Секој старт ап што ќе користи франшиза треба да се помогне во делот на пристап до финансии и советодавна помош за склучување на договорот за франшиза. Овој вид соработка овозможува

¹⁰ J.F Dorsey, 2013

¹¹ Овој прв инкубатор би бил почеток на отворање вакви центри и во останатите региони

¹² На пример, ако добивката е 50.000 евра, тогаш претприемачот ќе плати данок на добивка само на 20.000 евра или 2.000 евра

know how и нови технологии кои се дефицитарни во моментот на домашниот пазар.

- Широкобазирани кампањи кои ќе поттикнуваат и охрабруваат претприемаштво. Освен користење на класичните методи на комуникација (медиуми, социјални мрежи, специјализирани настани), потребни се и директни мотивациски кампањи преку наградување на добрите идеи и на успешните проекти.
- Програма за микрокредитирање (подетално е елаборирана подолу во текстов).

Овие мерки треба да бидат надолнети со програми за развој на жени-претприемачи, посебни целни категории, регионален пристап кон помалку развиените подрачја и слично. Покрај посебно креираните мерки, старт ап бизнисите ќе може да ги користат и останатите елементи за поддршка на МСП, кое се елаборирани подолу. Основната компонента во првата фаза на нивното дејствување ќе биде советодавната помош.

При анализа на политиките насочени кон старт ап бизнисите внимателно треба да се анализира *степенот на неуспешност*. Дел од теоретичарите го користат податокот за затворени (дерегистрирани) компании во првите години од своето основање за да ја оправдаат тезата дека марките насочени кон новите бизнис се високоризични и неефикасни. Меѓутоа, дерегистрација на правно лице може да биде поради голем број причини, а не само поради неуспешен бизнис и банкротство. Од друга страна, можностите за успех на старт ап бизнисите, особено во високо профитабилните дејности, се неограничени. Поединечен успех може да значи стотици вработени во иднина и голема пенетрација на извозните пазари¹³.

2.2. ДОСТАПНОСТ ДО ФИНАНСИИ

Еден од најшироко прифатените пазарни неуспеси во теоријата е информативната асиметрија на кредитните пазари (Macmillan gap)¹⁴. Развојот на МСП неминовно е врзан со достапноста на финансискиот капитал. **Во Македонија во моментот не е проблем квантумот на расположливи финансиски средства, туку недостигаат канали на дистрибуција до крајните инвеститори и механизми за заштита од кредитен ризик.** Во согласност со статистичките податоци на НБРМ, во Македонија агрегатниот износ на депозити во континуитет го надминува износот на пласирани кредити¹⁵.

2.2.1 КРЕДИТЕН ПАЗАР

Во услови на висока ликвидност на финансискиот пазар во Р. Македонија, **кредитниот ризик** е основната сопирачка за поекспанзивна кредитна политика на банките кон МСП. Македонска банка за поддршка на развојот (МБПР) во овој момент е единствената јавна финансиска институција која има цел финансиска поддршка на МСП. Основниот недостаток во сегашната политика кон достапноста на финансии за МСП е немањето соодветна гарантна шема за покривање на ризикот кај деловните банки¹⁶. За

¹³ Само една фирма во високорастечки индустрии, како, на пример, „Епл“ (Apple) во САД и „Алибаба“ (Alibaba) во Кина, може да донесе сериозни бенефити за целата економија.

¹⁴ Macmillan report, 1931 година

¹⁵ Поопширно на www.nbrm.mk, најнови макроекономски показатели, октомври, 2015 година.

¹⁶ Единствена кредитна линија која вклучува гарантиран дел во моментот е линијата од Посебен кредитен фонд (ПКФ) реализирана од МБПР, но гарантираниот износ е многу помал (42%). Каматната стапка е доста висока (8%), а максималниот износ на инвестиција релативно низок (до 300.000 еур). Поради тие ограничувања, искористеноста е мала.

таа цел треба да се основа гарантна шема преку МБПР за два поединечни производи (*инвестициски и кредит за обртни средства*). Условите, износите и процентите дадени подолу се вид рамка за полесна експликација. Тие може да бидат коригирани и адаптирани во согласност со потребите и процените на носителите на политиките:

- **Инвестициски кредит:** За секое претпријатие од МСП што може да обезбеди 15% сопствено учество за инвестициски проект, државата преку МБПР да обезбеди гаранција во висина од 75% од инвестицијата, а 10% да останат на ризик на Банката¹⁷. Со оваа шема се избегнува „морален hazard“, односно сите имаат интерес проектот да успее и со тоа ќе се минимизираат ризиците од загуби за гарантниот фонд. Максималниот износ на гаранција за поединечен проект би бил до 750.000 евра, односно за инвестиција во вкупна вредност од 1.000.000 евра. Рок на отплата на кредитите до 10 години.
- **Кредит за обртни средства:** Државна гаранција за секое МСП што има потреба од краткорочен кредит за обртни средства до износ од 30.000 евра, со рок на отплата до една година. Основни предуслови за овој кредит се: средствата да се наменети за конкретна бизнис зделка во согласност со склучениот договор; и финансиските резултати преку коефициентите на задолженост, ликвидност и профитабилност да докажуваат стабилност на компанијата и задоволување на основните финансиски показатели¹⁸. Со тоа би се минимизирале потенцијалните загуби за гарантната шема.

Бидејќи за двете кредитни линии постои државна гаранција (што подразбира првокласен инструмент за деловните банки), по автоматизам каматите би биле релативно ниски и нема да има потреба за дополнителни субвенции во делот на каматната стапка.

Се разбира дека на среден и на долг рок гарантната шема ќе предизвика загуби за МБПР (државата) затоа што дел од кредитите ќе бидат високоризични. Стапката на загуба ќе биде повисока од нормалната просечна стапка во банкарскиот сектор. Според искуството од останатите земји, реално е да се очекува загуба во висина од 10-15% од вкупниот износ на гарантирани кредити. За таа цел е неопходно МБПР да се докапитализира.

Покрај овие две кредитни линии што оперативно би се реализирале преку деловните банки, потребна е и конкретна микрокредитна линија за поддршка на старт ап и на микрокомпани (до 10 вработени). Поради помалите износи и ризикот деловните банки да немаат соодветен интерес, оваа линија треба да се реализира директно преку МБПР. Конкретните параметри за овој производ се:

- **Проект за микрокредитирање:** Кредит за инвестиција и обртни средства во висина до 15.000 евра (максималниот износ за обртни средства не треба да надминува 40% од вкупниот износ на кредитот), со рок на отплата до пет години и каматна стапка од 1% годишно. Како услов за добивање на овој кредит ќе биде назначувањето

¹⁷ Поедноставено, доколку вкупната инвестиција е 100.000 евра, а сопственикот има сопствени средства од 15.000 евра, би му требала кредитна поддршка од 85.000 евр. МБПР да гарантира за 75.000 евр од тие 85.000 евр, а 10.000 евра да останат на ризик на Банката

¹⁸ Во теоријата се утврдени прагови под кои овие коефициенти се неприфатливи и треба да се применуваат овие општоприфатени вредности

супервизор од страна на Агенцијата за поддршка на претприемаштвото на Република Македонија, кој треба да ги одобрува плановите на друштвото за секој семестар. Како обезбедување за овој кредит би бил самиот удел на сопственикот во друштвото. Корисници на овој кредитен производ може да бидат само старт ап и микробизнис во зачеток (активни не повеќе од 2 години).

Производите за полесна достапност до финансии треба да се проциклични. Во услови на рецесија критериумите треба да се олабавуваат (износите на гаранции да се зголемуваат), а во услови на експанзија критериумите да се заоструваат. Основната поента е дека помошта треба да дојде кога е потребна и кога е веројатно дека ќе има ефект. Во исто време треба да се избегне ефектот на „балон“ во експанзивни економски услови. Треба да се искористи искуството на развиените земји бидејќи делот на достапност до финансии, доколку се води непрофесионално, а средствата се алоцираат со политички влијанија, може да доведе до големи загуби за даночните обврзници. На крајот, не само корисниците на овие програми, туку сите граѓани преку кои се финансираат тие треба да бидат убедени во неопходноста на оваа поддршка.

• 2.2.2 ПРИБИРАЊЕ КАПИТАЛ

Покрај кредитното задолжување, како инструмент за пристап до финансиски средства е и прибирањето капитал, практика што е исклучително присутна во развиените земји. Тие инвестиции се поврзани со повисок ризик за инвеститорот, но и со поголем очекуван поврат. Најчесто се во технолошко-интензивните бизниси во почетна фаза со потенцијал за брз раст. Во литературата најчесто се користи терминот „venture capital“. Институционалната форма е преку инвестициски фондови кои може, но не мора, да имаат државен удел (и најчесто се чисто приватни фондови).

Овој вид финансирање речиси воопшто не е развиен во Македонија. Потребна е координирана акција на државата заедно со приватни инвеститори за поттикнување на овој тип фондови. Во согласност со меѓународните искуства и спецификите на македонската економија, конкретните мерки треба да бидат во две насоки:

- Основање **инвестициски фонд за вложување во старт ап и МСП** со малцинско учество на државата, а преку 51% да биде во приватна сопственост на заинтересирани приватни субјекти. Менаџирањето треба да е целосно професионално, а одлуките пазарно оправдани. Државата треба да зацрта рок од 10 години, во кој постепено би излегувала од овој фонд (би ги продавала своите удели) и би го препуштила целиот простор на заинтересирани приватни инвеститори.
- **Даночно ослободување** на овој вид инвестиции преку ослободување од данок на добивка во првите 3 години од работа на секој фонд.

Идејата да се оди со **комбинирано јавно-приватно** учество е поради тоа што ниското ниво на развој на пазарот не дава соодветен поттик за целосно приватна иницијатива, а, од друга страна, целосно државна структура би довела до ризик од погрешна (политичка) алокација на средствата. Затоа почетокот на иницијативата треба да дојде од страна на државата преку директно учество во овие фондови и како ќе се развива пазарот полека да излегува од него¹⁹. Во втората фаза на развој на пазарот, наместо директно учество, треба да се применува методот на **државноспонзорирани фондови**, што би значело низа поволности за овие фондови од даночен аспект и од аспект на асистирање при прибирање финансии, но без директно капитално учество²⁰.

¹⁹ Во 2015 година Хрватска го основа првиот venture фонд со вкупен капитал од 20 мил. евра со доминантно учество на државата, која ќе учествува со 12 мил. евра, а 8 мил. евра приватен капитал.

²⁰ Истражувањата фаворизираат државно спонзорирани друштва за сметка на директно државно учество (види подетално Brander, Du и Hellmann 2010), но поради исклучителни нискоразвиениот пазар во Македонија првиот чекор треба да биде директно учество.

• 2.3 СОВЕТОДАВНА ПОМОШ

Капацитетот на Агенцијата за поддршка на претприемаштвото на Република Македонија да се зајакне кадровски со цел да биде вистински сервис на малиот бизнис. Агенцијата не треба да претендира сама да ги нуди сите советодавни услуги, туку треба да мотивира и да ангажира и надворешни компании што имаат специфични познавања и вештини за дадена област. Основна цел е создавање ефикасен механизам на тие што бараат и тие што можат да обезбедат квалитетна услуга. Советодавната помош треба да оди во неколку насоки:

- Директна советодавна помош во областите:
 - Првична евалуација на бизнис идеја
 - Пристап до финансирање
 - Лидерство и менаџирање со човечки ресурси
 - Технолошки прогрес и извоз
 - Правна помош.
- Креирање фонд за ангажирање екстерни консултанти за специфични техничко-технолошки процеси за МСП. Преку овој фонд би се плаќала сума до максимум 10.000 евра за ангажирање кредибилна домашна или странска консултантска компанија за одредена област. Приоритет и основни критериуми за добивање на оваа помош треба да бидат подобрувањето на продуктивноста и нова додадена вредност на производот.
- Формирање развојни центри за бизнис во секоја поголема општина. Целта на овие центри би била да се одржуваат постојани семинари, предавања, презентации и друг вид настани кои ќе имаат цел континуиран проток на информации со малите и со средните компании.
- Финансирање програми за обука во различни области по предлог на стопанските комори (не по процена на Владата), со посебен акцент на лидерството и останати лични вештини.
- Стимулирање менторство како дел од процесот за обука, кој треба да овозможи долгорочна одржливост на програмите за обука. Менторството треба да даде посебен резултат во критични периоди за развојот и опстанокот на бизнисот.

Советодавната помош треба да се обезбеди со помош на мрежа професионални соработници диверзифицирани на начин кој ќе овозможи ефикасен пристап кон МСП. Овој вид помош треба да овозможи навремена, корисна и инструктивна информација која ќе ја подобри позицијата на бизнисот. Иако во наредните години трендот ќе се движи кон електронска достапност на советодавната помош, во овој момент е битна регионалната дисперзија, која ќе овозможи директен контакт со бизнис заедницата. Близината и лесната достапност до оваа услуга се исклучително битни за да може да се користат од што поголем број субјекти²¹. Истражувањата покажуваат дека локалните врски се многу поважни од националните и од глобалните контакти.

За да може државата да понуди соодветна советодавна помош, треба да има побарувачка од страна на компаниите за таков вид помош. Искуствата покажуваат дека најголем број од МСП немаат прецизни (или немаат воопшто) информации за достапноста на овој вид услуги. Најприменуван канал на информации за малите компании е меѓусебната комуникација и размена на искуства, а не медиуми, брошури и интернет. Затоа цел на секоја успешна политика е да ги пронајде најсоодветните канали на комуникација што би дале резултат во определено општествено-економско окружување.

• 2.4 ПОЛЕСЕН ПРИСТАП ДО ЈАВНИ ТЕНДЕРИ

Расходната страна на буџетот на централната влада, локалните власти и на јавните друштва се основен канал на распределба на собраните средства од граѓаните и од компаниите преку приходната страна на буџетот. Оваа прераспределба треба да биде ефикасна, односно максимално да ги штити интересите на даночните обврзници, но, од друга страна, треба да биде правична и насочена кон што поголем број субјекти. Малите и средните друштва имаат пониска стартна позиција во однос на големите домашни и меѓународни компании, кои вообичаено ги добиваат тендерите. За таа цел е потребна поддршка која нема да значи предност, туку само доближување на нивната ниска стартна основа до нивото на големите компании. Конкретни мерки во таа насока би биле²²:

- Јавните институции треба да прават анализа на пазарот на понуда пред да ги објавуваат тендерите. Ако за нивните потреби има соодветен супститут (производ или услуга) што може да го понудат домашните МСП, тогаш самиот тендер треба да биде соодветно моделиран. Станува збор за производи и за услуги кои ќе бидат соодветни за потребите за кои се објавува тендерот.
- Секогаш кога е можно, а без да се наруши квалитетот на набавката, големите тендери да се делат на повеќе лотови на кои би можеле да конкурираат МСП. Во исто време да се ограничи бројот на лотови за кои една компанија може да конкурира.
- Да се применува принципот на вредност за парите (value for the money), а не по автоматизам да се прифаќа најниската цена.

²¹ Во Велика Британија преку програмата Business Link степенот на вклученост на МСП во користењето советодавна помош достигнува 40%

²² Предложените мерки се во согласност со SMSs Access to Public Procurement Markets and Aggregation of Demand in the EU, Европска комисија, 2014 година

- Олеснување во делот на информативна асиметрија преку поедноставување на процедурите за конкурирање и брз проток на информации (прашање и одговори).
- Стимулирање козорциуми на поединечни МСП за поголеми проекти.
- Годишниот обрт како основен финансиски критериум не треба да се бара да биде повеќе од 2 пати над вредноста на договорот.

Политиките насочени кон полесниот пристап на МСП до јавните набавки не треба да бидат на штета на квалитетот и на вредноста што ја добиваат даночните обврзници. Затоа овие политики треба да се внимателно креирани. Со нив не треба да се креира предност, туку само да се изедначи полето на игра.

Политиката за поддршка на МСП во јавните набавки е генерална насока на Европската унија и најразвиените земји први презедоа конкретни чекори во таа насока. Според последните истражувања во ЕУ, МСП добиваат околу 34% од јавните договори, што е значително помалку од нивниот поширок придонес во вкупната економија. За жал, ваков податок за Р. Македонија во моментот не е достапен, но речиси сигурно процентот е понизок отколку во ЕУ. Заклучокот на „Инобарометар 2015“ (Innobarometer 2015) е дека една третина од компаниите во ЕУ што имаат добиено јавен тендер вклучиле некое ниво на иновација во својата понуда²³.

• 2.5 ИНОВАЦИИ, ПРОДУКТИВНОСТ, ИЗВОЗ

Потребна е промена на фокусот за перцепција на Македонија од земја со најниски плати, кон земја со квалитетни производи по атрактивни цени. **Моделот на промовирање нископлатена и неквалификувана работна сила е трка кон дното, а не кон врвот.** За таа цел се неопходни директни мерки во насока на поддршка на иновациите преку кои ќе се дојде до конкурентност на странските пазари. Растот на извозот треба да се гледа преку призмата на вредност, а не на количина. Јавните политики треба да бидат насочени кон промоција и поддршка на производи и услуги со поголема додадена вредност. Приоритетни мерки треба да се следниве:

- Владата, локалните власти и јавните претпријатија да се јават на страната на побарувачката на иновативни продукти и услуги. Поттик на побарувачката автоматски ќе предизвика реакција на страната на понудата.
- Поддршка на услужни активности со поголема додадена вредност (ИТ компании, телекомуникации, архитектура, продукција и сл). Покривање до 50% од трошоците за опрема неопходна за нова инвестиција до максимален износ од 50.000 евра. На пример, набавка на компјутери, софтвер, програмски решенија, техничко-технолошки помагала, аудио- и видеоопрема.

²³ Innobarometer 2015-The Innovation Trends at EU Enterprises, Европска комисија, 2015 година

- Посебен акцент на дејностите во кои Македонија има конкурентски предности, како, на пример, прехранбена индустрија, текстилна индустрија, производство на вино и слично, преку организиран настап на сите битни саеми, конференции и други настани целосно организирани и платени од државата. Директна поддршка за покривање на трошоците за освојување нови пазари до 50% од вкупните трошоци (истражување, маркетинг, дистрибуција).
- Комплетна обука за вработените во компании што воведуваат нови технолошки процеси со цел зголемување на продуктивноста. Факт е дека компании во Р. Македонија имаат недостиг од висококвалификувана работна сила (во вистинска смисла на зборот, а не според степенот на образование) и неопходна е соодветна обука при воведување нови технологии.
- Силна иницијатива во делот на стимулирање на соработката на домашните компании со странските компании присутни во развојните зони. Врските меѓу технолошки развиените странски компании и домашните приватни компании се слаби, што е особено загрижувачки²⁴.
- Промоција и поддршка за градење „електронски идентитет“ на компаниите преку електронско банкарство, веб-продажби, е-поврзаност со институциите и слично.

За успешно спроведување на стратегијата за развој на иновации е неопходна цврста врска меѓу научните институции и останати истражувачки центри (research and development centers) и бизнис заедницата. За таа цел е потребно стимулирање и на научните центри за барање пазар кај компаниите за своите истражувања. **Конкретниот предлог е државата да финансира најмалку 10 истражувачки проекти годишно, понудени од научните институции, а прифатени од стопанските комори во Македонија. Истражувањата треба да покриваат области од заеднички интерес за повеќе субјекти, а не само за една компанија.**

Не само иновациите и продуктивноста, туку сите останати мерки наведени во овој документ имаат своја улога во зголемување на извозот. Всушност, извозот ќе дојде како рефлексија на успешно спроведените политики за поддршка на МСП.

Покрај директните мерки и трговските политики, потребна е **промена на фокусот на Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот**, од промоција на Македонија како земја со евтина работна сила кон промоција на извозот на домашните компании. Тоа по автоматизам ќе значи и преалокација на ресурсите во корист на промоција на извозните можности.

Фондот за иновации и технолошки развој, кој се основа во 2013 година, е првиот сериозен чекор што веќе дава конкретни резултати. Работата на овој Фонд и натаму треба да се поддржува и развива во остварување на неговите цели.

²⁴ Извадок од Извештај на Европската комисија за напредокот на Македонија, 2015 година

• 2.6 НАДЗОР

Искуството, дури и од развиените земји, покажува дека делот на надзор и анализа на политиките е компликуван процес што не дава црно-бела слика. Покрај квантитативните податоци, треба да се анализираат и квалитативните елементи добиени од сите субјекти. Во развиените земји постои практика и на анкети, преку кои се добива реакција од компаниите и поширок спектар на засегнатите субјекти. Поставените политики треба да се следат континуирано за да се констатираат нивниот ефект, проблемите и потребата од корекции. Овој процес треба да се движи во две насоки:

1. **Суштина на мерките:** Дали и во која мера политиките довеле до подобрување на состојбата и дали бенефитите ги надминуваат трошоците?
2. **Техники на спроведување:** Дали административното менаџирање е соодветно и каков е капацитетот на институциите за спроведување на политиките?

Овие два аспекти ќе овозможат точно детектирање на природата на клучните проблематични точки, односно **дали политиките се погрешно формулирани или лошо спроведени**. Врз база на првите искуства од надзорниот процес ќе се овозможи и поставување цели за напредокот во иднина. Целите треба да се воведуваат постепено, почнувајќи со неколку основни квантитативни индикатори (на пример, нето зголемен број на мали бизниси) кои би се надополнувале со квалитативни цели.

Важен принцип при процесот на надзор е вклучување и на групи што не биле директно целни група на мерките (на пример, големи компании). Секоја мерка има и екстерналии, односно влијанија врз субјекти кон кои не е директно насочена. Погрешен е пристапот при процесот на надзор да се анализираат само МСП бидејќи добиените резултати ќе бидат субјективни и нема да го дадат вкупниот (директен и индиректен) ефект на мерките.

David J. Storey ги дели процесите на два дела: *надзор* и *евалуација*. Поединечните чекори ги дели во 6 дела познати во теоријата како шест чекори до рајот.

Табела 3: Шест чекори до рајот

НАДЗОР	
Чекор 1	Основни квантитативни показатели за политиките
Чекор 2	Мислења на директните корисници на мерките
Чекор 3	Мислења на директните корисници на мерките за тоа дали направиле разлика, односно каков би бил резултатот без нив
ЕВАЛУАЦИЈА	
Чекор 4	Споредба на перформансите на директните корисници со останатите компании
Чекор 5	Споредба на перформансите на директните корисници со целни компании
Чекор 6	Да се земат предвид статистичките грешки и ограничувањата

Извор: Модифицирано од Storey J. David, 1998 година

Основната разлика меѓу надзорот и евалуацијата е во тоа што надзорот ги има како цел само компаниите што се директно засегнати со политиките. Од друга страна, евалуацијата дава поширока слика на влијанието на политиките вклучувајќи и субјекти кон кои тие политики не се директно насочени.

Надзорот и евалуацијата не треба да се вршат во рамките на Агенцијата за поддршка на претприемаштвото на Република Македонија (која ги спроведува мерките) или друго владино тело за да се избегне субјективизам. Најдобро решение е ангажирање надворешна (домашна или странска) институција со соодветни знаења и искуства во оваа област.

Овозможување независен надзор е клучна компонента за добивање прецизна слика за импликациите на спроведените политики бидејќи властите секогаш се под притисок да покажат успешност во своите политики. Ангажирање независни институции за надзор значи и издвојување финансиски средства за таа намена. Во определени околности не само државата, туку и приватните субјекти можат да пројават интерес за финансирање независен надзор, и таквите случаи се честа појава во развиените земји²⁵. Официјални извештаи за напредокот и клучни предизвици за иднината треба да се објавуваат годишно и да се третираат како официјален патоказ за идните политики.

Националниот совет за претприемаштво и конкурентност треба да воспостави механизам за рангирање на бизнис климата преку претприемачки барометар и да подготвува извештај за него на секои три месеци²⁶. Покрај објективните квантитативни податоци, барометарот ќе овозможи да се согледа перцепцијата на економските субјекти и тенденциите на таа перцепција.

Едно е сигурно. Политиките мора да еволуираат и да се адаптираат на постојните услови на пазарот. Определени пречки што постоеле порано за МСП од денешен аспект се небитни, но во исто време се појавуваат нови. Значајно е дека секоја промена мора да претендира да биде широко поставена и да нуди системски решенија, а не да биде водена од интересите на помали групи субјекти. Во иднина основни елементи на политиките насочени кон МСП ќе бидат макроекономските услови, бизнис окружувањето, образовни и останати системски индикатори и инструменти.

²⁵ Во Велика Британија една од најголемите банки, Natwest финансира редовни извештаи за состојбата на МСП во земјата.

²⁶ Романија има воспоставено таква практика.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Имајќи го предвид претходниот систем на економско уредување, може да заклучиме дека претприемаштвото и развојот на МСП се релативно нов феномен во Македонија. Иако без доволно искуство и знаења, во првите години на транзицијата развојот на малите бизнис успеа да воспостави базични стандарди и да апсорбира дел од вработените во големите компании што останаа без работа. Но, до овој момент изостана компонентата на развој што треба да донесе поголема продуктивност и натпревар на странските пазари.

Реформите не се едноставни и бараат цврста посветеност и напуштање на линијата на помал отпор. Политиките, прво, треба да овозможат јакнење на институционалниот капацитет и канали на влијание врз луѓето да комбинираат нови можности и идеи за да генерираат вредност. Моменталната институционална поставеност не дава интегриран одговор на проблемите и на предизвиците. Кадровските и финансиските ресурси се ограничени, а со тоа и крајните резултати. Загрижувачки е податокот дека стапката на бизниси во рана фаза е под просекот на ЕУ и на земјите во регионот, а **две третини од бизнисите започнуваат како резултат на нужност, а не на согледани можности на претприемачите.**

Политиките за поддршка на МСП во почетната фаза треба да имаат како цел личности, а не деловни субјекти. Мерките треба да овозможат доволно силен внатрешен импулс кој ќе резултира со одлука за преземање ризик и започнување бизнис. Тој импулс се гради уште од процесот на образование, а треба да се негува постојано. **Влезните бариери треба да се намалат, а старт ап бизнисите да се помогнат.**

Пристапот до капитал е основна компонента на развој на МСП. Во Македонија во моментот не е проблем квантумот на расположливи финансиски средства, туку недостигаат канали на дистрибуција до крајните инвеститори и механизми за заштита од кредитен ризик. Треба да се овозможат тие канали кон малите бизнис преку кредити, гарантни шеми и капитални вложувања. Тие врски нема да се изградат сами од себе, односно потребна е детерминираност на државата да посредува и сноси дел од ризиците во овој процес притоа држејќи се до принципите на транспарентност и фер шанса за сите.

Советодавната помош треба да се обезбеди со помош на мрежа професионални соработници диверзифицирани на начин што ќе овозможи ефикасен пристап кон МСП. Овој вид помош треба да овозможи навремена, корисна и инструктивна информација, која ќе ја подобри позицијата на бизнисот. Таа треба да биде директно достапна до корисниците преку едноставна форма и процедура. Капацитетот на Агенцијата за поддршка на претприемаштвото на Република Македонија да се зајакне кадровски за да биде вистински сервис на малиот бизнис. Агенцијата не треба да претендира сама да ги нуди сите советодавни услуги, туку треба да мотивира и да ангажира и надворешни компании што имаат специфични познавања и вештини за дадена област. Основна цел е создавање ефикасен механизам на тие што бараат и тие што можат да обезбедат квалитетна услуга.

Потребна е координирана акција на институциите на сите нивоа на власт со цел фер **пристап на МСП кон јавните тендери и договори**. Малите и средните друштва имаат пониска стартна позиција во однос на големите домашни и меѓународни компании, кои вообичаено ги добиваат тендерите. За таа цел е потребна поддршка која нема да значи предност, туку само доближување на нивната ниска стартна основа до нивото на големите компании. Политиките насочени кон полесниот пристап на МСП до јавните набавки не треба да бидат на штета на квалитетот и на вредноста што ја добиваат

даночните обврзници. Затоа овие политики треба внимателно да се креираат и основен приоритет да биде принципот вредност за парите (value for the money).

Моделот на промовирање нископлатена и неквалификувана работна сила е трка кон дното, а не кон врвот. **Потребна е промена на фокусот за перцепција на Македонија од земја со најниски плати, кон земја со квалитетни производи по атрактивни цени.** За таа цел се неопходни директни мерки во насока на **поддршка на иновациите преку кои ќе се дојде до конкурентност на странските пазари.** За успешно спроведување на стратегијата за развој на иновациите е неопходна цврста врска меѓу научните институции и останати истражувачки центри (research and development centers) и бизнис заедницата. Растот на извозот треба да се гледа преку призмата на вредност, а не на количина. Тоа по автоматизам ќе значи и преалокација на ресурсите во корист на промоција на извозните можности.

Овозможување **независен надзор** е клучна компонента за добивање прецизна слика за импликациите на спроведените политики бидејќи властите секогаш се под притисок да покажат успешност во своите политики. Покрај квантитативните податоци, треба да се анализираат и квалитативните елементи добиени од страна на сите субјекти. Надзорот и евалуацијата треба да ни го трасираат патот за идните активности на ова поле. Предизвиците се менуваат, затоа е потребна и промена на акциите.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Audretsch D.B, "The Entrepreneurial Society", Oxford University Press, 1997
2. Ayyagari M., Denerguc-Kunt A., Maksimovic V., "Small and Medium Enterprises across the Globe", WB working paper, 2005
3. Ayyagari M., Denerguc-Kunt A., Maksimovic V., "Small vs. Young Firms Across the World: Contribution to Employment, Job Creation and Growth", WB working paper, 2011
4. Bennett J. Robert, "Entrepreneurship, Small Business and Public Policy: Evolution and Revolution", Routledge Masters in Entrepreneurship, 2014
5. Brander A.James, Du Qianqian, Hellmann F.Thomas, "The Effects of Government-Sponsored Venture Capital: International Evidence", working paper, 2010
6. Dorsey F.John, "Do minimum Capital Requirements for Limited Liability Companies Impede of Expand the Availability of Credit to Private Sector in a Country", working paper, 2013
7. European Commission, "The Former Yugoslav Republic of Macedonia, Report 2015", 2015
8. European Commission, "SMEs Access to Public Procurement Markets and Aggregation of Demand in the EU", 2014
9. European Commission, "Small Business Act", 2008
10. ГЕМ, „Претприемаштво во Македонија“, четврто истражување, 2013 година
11. HM Treasury, HM Revenue and Custom, "Tax-advantaged Venture Capital Scheme, Ensuring Continued Support for Small and Growing Businesses", 2014
12. Institute for Competitiveness and Prosperity, "Small Business, Entrepreneurship and Innovation", working paper 15, 2012
13. Institute of Public Accountants, "Small Business White paper, Policy Options for Australia", 2015

14. Innobarometar 2015 “The Innovation Trends at EU Enterprises”, European Commission, 2015
15. ITC, “National Trade Policy for Export Success”, 2011
16. Harvie Charles, Lee B.C., “Public Policy and SME Development”, working paper, 2003
17. Lord Young, “Make Business Your Business, Supporting the Start-up and Development of Small Business”, special report, London, 2012
18. Luis G., Lelarge C. and Van Reenen J., “Firm Size and the Productivity Distribution: Evidence from France, NBER working paper, 2013
19. Министерство за економија, „Ревидирана национална стратегија за развој на малите и средните претпријатија (2002-2013)“, 2007 година
20. Министерство за образование и ETF, „Стратегија за претприемачко учење во Р. Македонија“, 2014 година
21. Митева Емилија, „Технолошки развој на МСП во Р. Македонија преку програми за соработка со странски партнери“, УГД Штип, Економски факултет - Штип, 2009 година
22. НБРМ, Најнови макроекономски показатели, октомври, 2015 година
23. Motoyama Y., Wiens J., “Guidelines for Local and State Governments to Promote Entrepreneurship”, Kaufman Foundation, 2015
24. OECD, “Entrepreneurship at a Glance: Entrepreneurship Indicator Program”, 2014
25. OECD, “Financing SMEs and Entrepreneurs 2015”, 2015
26. OECD, UNIDO, “Effective Policies for Small Business”, 2004
27. Storey J. David, “Six Steps to Haven-Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Businesses in Developed Economies”, working paper, 1998

28. www.enterprisevillage.org.uk
29. www.ec.europa.eu/eurostat
30. www.europa.eu
31. www.imf.org
32. www.inspiringthefuture.org
33. www.mbdp.com.mk
34. www.nbrm.mk
35. www.konkurentnost.mk
36. www.stat.gov.mk
37. www.sba.gov
38. www.federalreserve.gov
39. www.worldbank.org

АНЕКС 1: ИНСТРУМЕНТИ ЗА ПРЕТПРИЕМАШТВО И ПОЛИТИКИ НАСОЧЕНИ КОН МСП

Бизнис окружување (регулаторна рамка и бизнис инфраструктура)	<ul style="list-style-type: none"> • Регистрација на старт ап • Законодавство • Фискални мерки (даночни ослободувања, грантови, субвенции) • Закони за работни односи • Закони за банкротство • Професионализам и ефикасност на администрацијата • Борба против корупцијата • Транспортна инфраструктура • Енергија, вода, комуникациски мрежи • Законодавство за приватна и индустриска сопственост
Претприемачка култура	<ul style="list-style-type: none"> • Образовани и обука • Бизнис инкубатори • Инклузивни програми (млади, жени, етнички заедници) • Јавна свест и поддршка
Достапност до финансии	<ul style="list-style-type: none"> • Микрофинансирање • Комерцијални заеми • Гарантни шеми • Пазар на корпоративни обврзници • Бизнис ангели и venture capital
Бизнис советодавна помош	<ul style="list-style-type: none"> • Правни работи, сметководство, финансии, технологии и трговија • Специјализирани советодавни услуги преку партнерски организации
Иновации и технологија	<ul style="list-style-type: none"> • Истражување и развој • Трансфер на технологии • Стандарди за квалитет и сертификање • Законодавство за интелектуална сопственост • Е-трговија • Поддршка на високото образование
Пристап на пазари	<ul style="list-style-type: none"> • Информации за инвестициски и трговски можности • Саеми и останати настани • Агенција за промоција на извозот • Поддршка на кластери • Иницијативи за подобрување на квалитетот

Извор: Адаптирано од UNESCAP, 2012 и R. Bennett, 2014

АНЕКС 2: 10 ПРИНЦИПИ ЗА ВОДЕЊЕ ПОЛИТИКИ КОН МСП НА ЕУ

1. Креирање окружување во кое претприемачите и фамилијарните бизниси ќе можат успешно да функционираат и во кое претприемаштвото е наградено.
2. Да се овозможи брза „втора шанса“ на сите чесни претприемачи кои банкротирале во претходниот обид.
3. Да се креираат правилата во согласност со принципот „Thing Small First“.
4. Респонзивна јавна администрација кон потребите на МСП.
5. Адаптирање на мерките на јавната политика кон потребите на МСП: да се олесни пристапот на МСП кон јавните тендери и подобро искористување на можностите за државана помош.
6. Олеснување на пристапот до финансии на МСП и креирање правна и бизнис клима која поттикнува навремено плаќање на обврските по основа на комерцијални трансакции.
7. Да се понуди помош за поголем бенефит на МСП од можностите на единствениот пазар на ЕУ.
8. Промоција на подобри вештини во рамките на МСП и сите форми на иновација.
9. Да им се овозможи на МСП предизвиците за подобра животна средина да ги претворат во можности.
10. Да се охрабрат и поддржат МСП во насока да профитираат од растењето на пазарот.

Извор: ЕУ, Комисија на Европска унија, „Think Small First a Small Business Act for Europe“, 2008 година

