



PODSTICANJE INOVATIVNOSTI MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA U SRBIJI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI U POSTKRIZNOM PERIODU

Maja Ivanović-Đukić

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

✉ maja.djukic@eknfak.ni.ac.rs

Maja Lazić

✉ lazic.maya@gmail.com

UDK
330.341.1:
334.012.63/.64
Pregledni rad

Apstrakt: Globalna ekonomska kriza je ostavila veliki broj posledica. Da bi se one prevazišle, potrebno je u postkriznom periodu sprovesti različite mere na makroekonomskom i mikroekonomskom nivou. Veliki broj razvijenih zemalja i zemalja u razvoju je kao ključne poluge u postkriznom periodu prepoznao sektor malih i srednjih preduzeća (MSP), tako da je najveći broj mera makroekonomske politike usmeren na podsticanje njegove konkurentnosti. U prošlosti mala i srednja preduzeća su konkurentsku prednost uglavnom gradila fokusiranjem na specifične tržišne niše, fragmentirane grane ili vođstvom u troškovima, dok u savremenim uslovima poslovanja sve značajniji izvor njihove konkurentnosti postaje sposobnost inoviranja. Međutim, pošto su kapaciteti malih i srednjih preduzeća za uvođenje tehnoloških inovacija uglavnom ograničeni, potrebna je jaka makroekonomska podrška za povećanje inovativnosti MSP. U ovom radu će upravo biti objašnjene mere kojima se može uticati na povećanje inovativnosti MSP. Takođe će biti analiziran uticaj inovativnosti MSP na njihovu konkurentnost i konkurentnost privrede u kojoj posluju. Poseban osvrt biće na analizi inovativnosti MSP u Srbiji.

Primljeno:
18.10.2013.
Prihvaćeno:
20.02.2014.

Ključne reči: inovacije, konkurentnost, mala i srednja preduzeća, globalna ekonomska kriza.

1. Uvod

Aktuelna globalna ekonomska kriza, nastala je kao posledica hipotekarne krize u SAD, ali se brzo iz finansijskog prelila i na realni sektor. Došlo je do pada kupovne moći stanovništva koji je uslovio smanjenje obima prodaje i

proizvodnje mnogih preduzeća. Smanjenje obima poslovanja u preduzećima izazvalo je otpuštanje velikog broja radnika, koje je dodatno smanjilo tražnju. Tako je nastao začarani krug problema koji je tokom 2008. i 2009. godine doveo do privrednog kolapsa mnogih zemalja. Kriza je najpre zahvatila zemlje čiji je stepen uključenosti u međunarodne poslovne operacije najveći (najrazvijenije zemlje sveta), ali nije zaobišla ni manje razvijene zemlje kao što je Srbija.

Pod uticajem svetske ekonomske krize u Srbiji je došlo do povlačenja stranog kapitala i pada investicija koji su izazvali inflatorne pritiske (zbog pada devizne likvidnosti i depresijacije domaće valute), usloveli zaoštavanje uslova kreditiranja (povećanje kamata, skraćivanje rokova otplate i sl.) i stvorili brojne probleme preduzećima kao što su: teškoće u upravljanju tokovima gotovine, smanjenje zarađivačke sposobnosti, pad proizvodnje, usporavanje poslovnih ciklusa itd. Usled navednih problema privredni razvoj u Srbiji je usporen, a konkurentnost Srbije na globalnom nivou se smanjila (Izveštaj Svetskog ekonomskog foruma, 2012).¹

U postkriznom periodu ekonomska politika Srbije orijentisana je na povećanje izvoza i investicija, kao osnovnih pokretača privrednog razvoja. Povećanje izvoza prvenstveno podrazumeva podsticanje inovativnosti i produktivnosti privrednih subjekata u Srbiji. Pošto u Srbiji izuzetno veliko učešće imaju mala i srednja preduzeća, jer čine 99.8% ukupnog broja preduzeća, generišu 66.4% zaposlenih i 65.3% prometa, u ovom radu je fokus samo na njima (Izveštaj o MSPP, Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja, 2011, 13). Biće objasnjeno kako se podsticanjem inovativnosti malih i srednjih preduzeća može povećati njihova konkurentna prednost na domaćem i globalnom tržištu. Cilj rada je da se menadžerima malih i srednjih preduzeća ukaže na značaj inovacija za povećanje konkurentnosti. Takođe, cilj rada je da se kreatorima makroekonomske politike u Srbiji sugeriše neophodnost sprovođenja strukturnih reformi u pravcu podsticanja inovativnosti malih i srednjih preduzeća.

Polazna hipoteza rada je da se uspešnim upravljanjem inovacijama može povećati konkurentnost malih i srednjih preduzeća u Srbiji i doprineti prevazilaženju posledica svetske ekonomske krize. Autori će u pogledu metodologije istraživanja pokušati da, na bazi teorijskih izvora i iskustava najbolje svetske prakse, sagledaju ovako postavljen predmet i cilj rada i dokažu pretpostavku od koje su pošli u svom istraživanju.

¹ Prema globalnom indeksu konkurentnosti, Svetskog ekonomskog foruma, Srbija je 2009. godine bila na 93 mestu, 2010. godine na 96 mestu, a 2011. i 2012. godine na 95 mestu od ukupno 144 zemlje za koje je indeks računat, iza većine zemalja u regionu (Slovenije, Crne Gore, Hrvatske, Makedonije, Bugarske, Rumunije, Albanije itd.).

2. Značaj inovativnosti za konkurentnost malih i srednjih preduzeća u postkriznom periodu

Globalna ekonomska kriza doprinela je promeni privrednog ambijenta u kome posluju mala i srednja preduzeća u svim zemljama, posebno u zemljama u razvoju. Problem likvidnosti, otežana mogućnost pribavljanja dodatnih sredstava i naplata potraživanja uticali su na pogoršanje finansijskog stanja u malim i srednjim preduzećima. S druge strane, sve intenzivnija globalizacija tržišta doprinosi jačanju konkurentskog pritiska (Borch, Madsen, 2007, 109-125). Da bi opstala mala i srednja preduzeća moraju izgraditi jaku konkurentsku prednost zasnovanu na nižim troškovima proizvodnje (koji rezultiraju nižom prodajnom cenom proizvoda od cena konkurentskih proizvoda) i diferenciranim proizvodima visokog kvaliteta koji će imati veću vrednost za potrošače od konkurentskih proizvoda (Lazić, 2013. str.72).

U prošlosti mala i srednja preduzeća su konkurentnost gradila uglavnom fokusiranjem na specifične tržišne niše, fragmentirane grane ili vođstvom u troškovima (Thompson, Strickland, 2001, 193). U savremenim uslovima poslovanja (koje karakterišu promenljivost tržišnih kretanja, globalizacija, deregulacija tržišta i visok intenzitet konkurencije, faktori koji determinišu konkurentnost preduzeća dobijaju različiti značaj), naročito u postkriznom periodu, sve značajniji izvor konkurentnosti malih i srednjih preduzeća postaje sposobnost inoviranja (European Innovation Management Landscape, 2012). Pod inoviranjem se podrazumeva kompleksan skup aktivnosti od stvaranja nove ideje do njenog prevođenja u praksu (Borch, Madsen, 2007, 109-125); odnosi se na pronalaženje novih sredstava/tehnologije i njihovu primenu (McAdam et al, 2010, 195), društvene promene, kao odgovor na novu tehnologiju (Romero, Martine-Roman, 2012, 178) i prihvatanje promena koje su nove za preduzeće, grupu ili društvo (Molina-Morales et al, 2011, 1). Drugim rečima pod inovacijama se podrazumeva uvođenje novina, odnosno menjanje nečeg postojećeg.

Primena novih i originalnih ideja, koje mogu dovesti do stvaranja nove tehnologije, proizvoda i usluga ili promena načina poslovanja koji dovodi do stvaranja dodatne vrednosti za potrošače postaje jedan od ključnih potencijala za sticanje i održanje konkurentne prednosti malih i srednjih preduzeća u postkriznom periodu (Kaufmann et al, 2012, 333-360). Međutim, značaj inovacija za konkurentnost preduzeća može biti vrlo različit u zavisnosti od tipa inovacije. Inovacije se obično posmatraju kao: tehnološke, socijalne ili neka njihova kombinacija (Martín-de Castro et al, 2013, 351-363). Tehnološke inovacije podrazumevaju uvođenje na tržište tehnološki novog tipa proizvoda ili nove usluge zasnovane na novim tehnološkim osobinama ili uvođenje novog tipa tehnološkog procesa u preduzeće, dok se socijalne inovacije odnose na nove načine zadovoljenja potreba kupaca, promene u načinu funkcionisanja preduzeća, nove mere države za regulisanje uslova privređivanja, nove vrste institucija u društvu i sl. (Galende de la Fuente, 2003, 715).

Najveći značaj za konkurentnost preduzeća imaju tehnološke inovacije koje nastaju kao rezultat istraživanja i razvoja (Urbancová, 2013, 90). Uvođenje tehnoloških inovacija malim i srednjim preduzećima omogućava: kreiranje potpuno novih proizvoda, razvijanje nove upotrebe postojećih proizvoda ili poboljšanje u određenoj meri postojećih proizvoda i razvijanje novih tehničko – proizvodnih procesa. Pre svega, primena inovacija omogućava preduzećima proizvodnju potpuno novih atraktivnih proizvoda koji, zahvaljujući visokom kvalitetu, dobroj funkcionalnosti i novom dizajnu omogućavaju preduzeću da se diferencira od konkurencije i stekne prednost na tržištu. Takođe, uvođenje inovacija može dovesti do unapređenja postojećih proizvoda, čime se povećava njihova vrednost za potrošače, a preduzeće postaje konkurentnije na tržištu. Inoviranjem tehnološko proizvodnih procesa povećava se efikasnost poslovanja preduzeća, koja dovodi do smanjenja troškova i povećanja cenovne konkurentnosti preduzeća. Zahvaljujući svakom od ovih aspekata može se unaprediti poslovni rezultat i konkurentnost malih i srednjih preduzeća (Urbancová, 2013, 91)

U isto vreme preduzeća unapređenjem kvaliteta postojećih proizvoda i usluga, kreiranjem i komercijalizacijom inovacija i razvojem novih tehnologija, stimulišu privredni razvoj i doprinose razvoju nacionalne konkurentnosti (European Commission, 2012). Rezultati empirijskih istraživanja pokazuju da se 50 – 60% ekonomskog rasta može pripisati tehnološkim inovacijama (Milisavljević, 1993, 18). Takođe, pozicija preduzeća na međunarodnom tržištu primarno se određuje nivoom i intenzitetom tehnoloških inovacija, a tek sekundarno razlikama u ceni, kvalitetu proizvoda i ostalim aspektima poslovanja.

Prepoznajući ključnu ulogu inovacija za rast i razvoj svake zemlje, „Konfederacija indijske industrije“ (Confederation of Indian Industry CII), u saradnji sa „Međunarodnom poslovnom školom“ (INSEAD) i „Canon India“ razvile su Globalni indeks inovativnosti, kao osnovni pokazatelj performansi inovativnih aktivnosti u MSP. Podaci Izveštaja o Globalnom indeksu inovativnosti i konkurentnosti za 2010-2011. godinu, pokazuju da zemlje koje imaju visok indeks inovativnosti, takođe imaju veći indeks konkurentnosti (prema ovom Izveštaju, lideri u oblasti inovacija su Švedska, Nemačka, Finska, Holandija i Danska, koje su takođe među vodećim ekonomijama prema indeksu konkurentnosti). Takođe, primenom statističkih metoda su dokazali da između Globalnog indeksa inovativnosti i Globalnog indeksa konkurentnosti postoji pozitivna korelacija. Rast Globalnog indeksa konkurentnosti izazvan je rastom indeksa inovacija, što potvrđuje činjenica da je unapređenje konkurentnosti privrede posledica rasta inovativnih aktivnosti (Bugar et al, 2012, 1849).

Dakle, uvođenje inovacija može dovesti do povećanja konkurentnosti MSP, kao i do povećanja konkurentnosti privrede u kojoj ona posluju. Zato se menadžerima MSP može sugerisati da rade na povećanju inovativnosti svojih preduzeća. Međutim, inovativni kapaciteti malih i srednjih preduzeća mogu biti vrlo ograničeni, naročito kada su u pitanju tehnološke inovacije. Zato je

potrebno sprovođenje različitih mera na nacionalnom i lokalnom nivou kako bi se povećali inovativni kapaciteti MSP.

3. Mere za povećanje inovativnih kapaciteta malih i srednjih preduzeća

Pod inovativnim kapacitetom se podrazumeva sposobnost preduzeća da uspešno sprovodi inovacije. S obzirom na to da inovativni proces uključuje sposobnost pronalaženja ideja (invenciju) i njeno uvođenje na tržište (inovaciju), inovativni kapaciteti preduzeća su uslovljeni sposobnošću pronalaženja novih ideja i mogućnostima realizacije tih ideja. Realizacija svake od ovih aktivnosti je u velikoj meri uslovljena specifičnostima malih i srednjih preduzeća (Borch, Madsen, 2007, 109-125).

Pre svega, specifičnosti vezane za poslovanje malih i srednjih preduzeća im omogućavaju da lako dođu do novih ideja i da realizuju one ideje koje ne zahtevaju velika ulaganja u istraživačko razvojne projekte. Mala preduzeća su u velikoj meri fokusirana na preduzetnika, koga po definiciji (Schumpeter, 1947, 152.) karakteriše visok stepen kreativnosti. Kreativnost preduzetnika omogućava nove ideje koje su ključni izvor inovacija u malim preduzećima (Kaufmann, 2009, 212). Takođe, mala preduzeća brže uočavaju specifične potrebe potrošača koje mogu biti izvor ideja za inovacije i mogu im brže odgovoriti. Mala preduzeća imaju mogućnosti da brzo reaguju na promene zahteva potrošača jer imaju ravniju upravljačku strukturu, tako informacije brže dospevaju do nivoa na kojima se donose odluke. Takođe, njihovu organizacionu kulturu karakteriše visok stepen inovativnosti, neformalni međuljudski odnosi, neformalna komunikacija, dobra saradnja među zaposlenima, što omogućava da nove ideje budu prihvaćene i uspešno realizovane (Khazanchi et al, 2007, 187-218).

Velika prednost malih preduzeća u uvođenju inovacija je i jednostavna organizaciona struktura. Mala preduzeća karakteriše vrlo nizak stepen organizacione kompleksnosti, menadžer je upoznat sa svakodnevnim dešavanjima i ima jasan pregled raspoloživih resursa. To mu omogućava da efikasno organizuje implementaciju inovativnih rešenja, izvrši realokaciju resursa i maksimizira efekat sinergije. Povezivanje resursa u različitim delovima organizacije i njihova upotreba u različitim inovacionim projektima povećava fleksibilnost malih i srednjih preduzeća. Pored jednostavne organizacione strukture, na povećanje uspešnosti u sprovođenju inovacija utiču i vlasnička struktura, nizak stepen formalizacije, brzina donošenja odluka i mogućnost za povezivanje resursa u različitim delovima organizacije (Busse, Wallenburg, 2011, 183). Zahvaljujući navedenim prednostima mala preduzeća mogu vrlo uspešno uvoditi inovacije vezane za promenu načina zadovoljenja potreba potrošača, nove modele organizovanja, nove marketing i menadžment koncepte

i sl. Međutim, kada je u pitanju uvođenje tehnoloških inovacija, mala i srednja preduzeća se susreću sa ozbiljnim problemima.

Veliko ograničenje malih preduzeća su ograničeni finansijski resursi koje obezbeđuju osnivači. Takođe sticanje novih resursa kroz akumulaciju sopstvenog kapitala može trajati veoma dugo, a sredstva iz eksternih izvora nisu lako dostupna malim preduzećima. Nedostatak finansijskih sredstava onemogućava finansiranje mnogih inovativnih projekata. Ozbiljni problemi malih preduzeća vezani su i za nedostatak znanja i tehnologije potrebnih za realizaciju inovativnih projekata. Takođe, veliko ograničenje malih preduzeća je nemogućnost disperzije rizika. Rizik ulaganja u pogrešne inovativne projekte je izuzetno visok, a mala preduzeća neuspeh u realizaciji jednog inovativnog projekta obično ne mogu kompenzovati nekim drugim poslovima, tako da ih on često dovodi do propasti (Ivanović-Djukić, 2008, 317-324).

S obzirom na to da inovativnost preduzeća može imati veliki uticaj na konkurentnost, a MSP imaju veliko učešće u strukturi privrede, u većini zemalja sveta se sprovode različite mere za podsticanje inovativnosti malih i srednjih preduzeća. U razvijenim zemljama se ogromna sredstva izdvajaju za pružanje finansijske pomoći MSP koja sprovode inovativne projekte, organizuju se različiti edukativni programi, pruža se veliki broj konsultantskih usluga i organizuju različiti oblici institucionalne podrške. Tako, na primer, u EU je 2013. godine usvojen Program za konkurentnost preduzetnika i MSP (Programme for the competitiveness of enterprises and SMEs - COSME) za period od 2014. godine do 2020. godine, koji predstavlja nastavak CIP Programa (Competitiveness and Innovation Framework Programme). Osnovni ciljevi Programa odnose se na kreiranje poslovnog ambijenta pogodnog za razvijanje inovativnih i konkurentnih MSP, kroz mogućnost da MSP lakše obezbede potrebna finansijska sredstva i pristupe novim tržištima. Evropska komisija je za isti period usvojila i Program „Horizont 2020“, čiji su ciljevi komplementarni ciljevima COSME Programa. Za ovaj Program obezbeđen je budžet od 3 milijarde evra. Program je namenjen finansiranju visokorizičnih istraživanja MSP, kako bi se podstakla njihova inovativnost i konkurentnost. Podsticaji u okviru ovog programa su namenjeni visoko inovativnim MSP sa velikim potencijalom za razvoj, rast i internacionalizaciju, bez obzira na njihovu osnovnu delatnost. Odobrenim sredstvima omogućeno je finansiranje svih aktivnosti u okviru inovacionog ciklusa u MSP. Pored direktne finansijske podrške, Program uključuje i adekvatnu edukaciju korisnika i mentorstvo obezbeđeno od strane kvalifikovanih stručnjaka preko Evropske mreže preduzetništva (European Commission, 2013).

Problemi malih i srednjih preduzeća vezani za nedostatak znanja i iskustva mogu se prevazići: osnivanjem naučnotehnoloških parkova, stvaranjem klastera, formiranjem poslovno-tehnoloških inkubatora i sl. Naučni i tehnološki parkovi su organizacije koje prvenstveno obezbeđuju neophodnu infrastrukturu za

razvoj inovacionih aktivnosti preduzeća koja primenjuju nove tehnologije². Naučni parkovi, su uglavnom integrisani sa univerzitetima i tehnološkim, odnosno naučnim centrima, i omogućavaju premošćivanje jaza između istraživačkih i razvojnih institucija i privrede. Povezivanjem malih i srednjih preduzeća sa ovim institucijama, pruža im se mogućnost korišćenja resursa i rezultata naučnotehnoloških istraživanja koja se vrše na univerzitetima i istraživačkim centrima, razvoj inovacija, transfer i implementacija novih tehnologija itd. Time se znatno može povećati njihov inovativni kapacitet (Stefanović, Ivanović-Djukić, 2010, 187-208).

Iskustva razvijenih zemalja i zemalja u razvoju pokazuju da veoma značajnu meru za podsticanje inovativnosti malih i srednjih preduzeća može predstavljati stvaranje klastera³. Klusterskim povezivanjem ublažavaju se nedostaci MSP vezani za ograničene proizvodne resurse, nemogućnost finansiranja inovativnih projekata, nedostatak znanja i informacija i sl. Povezivanjem malih i srednjih preduzeća u klaster omogućava se povećanje njihove inovativnosti putem sledećih aktivnosti: a) sprovođenje većih investicionih projekata (zahvaljujući udruživanju sredstava i lakšem privlačenju eksternih investitora), b) snižavanja troškova osvajanja novih proizvoda (zahvaljujući zajedničkom angažovanju članica klastera kao i korišćenju znanja univerziteta i drugih potpornih institucija), c) boljeg pristupa informacijama o tehnološkim projektima i podsticajima koje se sprovedu na nacionalnom i internacionalnom nivou (zahvaljujući dobroj povezanosti sa vladinim i drugim javnim institucijama), d) boljeg pristupa fondovima i kreditnim linijama iz kojih se mogu finansirati inovativni projekti (lokalni investitori i finansijske institucije, budući da poznaju rad klastera, mogu brže odobriti potrebna sredstva i zaračunati manje kamate na pozajmljeni kapital) itd. Prednosti klusterskog povezivanja za proces uvođenja inovacija ogledaju se još i u bržem uočavanju potreba potrošača što može uticati na usmeravanje i koncentrisanje inovacija u pravom smeru, zatim u bržem odgovoru na zahteve kupaca i prikupljanju kritične mase resursa da se inovacija brzo implementira. Potrebni inputi, veštine, sredstva i kadrovi su često na raspolaganju vrlo brzo na određenoj lokaciji, što može doprineti njihovom lakšem povezivanju i boljem iskorišćavanju za realizaciju inovativnih projekata. Lokalni investitori i finansijske institucije, budući da poznaju rad klastera, mogu brže odobriti potrebna sredstva i zaračunati manje kamate na pozajmljeni kapital. Svi ovi faktori smanjuju rizike poslovanja, ali predstavljaju i svojevrjne

² Zakon o inovacionoj delatnosti RS (Član 23) definiše naučni i tehnološki park kao “privredno preduzeće koje unutar određenog prostora obezbeđuje infrastrukturne i profesionalne usluge visokoškolskim ustanovama, inovacionim organizacijama, kao i komercijalnim preduzećima visoke i srednje tehnologije u određenom naučnom, istraživačkom i razvojnom ili proizvodnom grupisanju u cilju njihovog povezivanja radi značajno brže primene novih tehnologija, stvaranja i puštanja na tržište novih proizvoda i usluga”.

³ Klasteri predstavljaju geografsku koncentraciju međusobno povezanih preduzeća i institucija podrške u određenoj oblasti (Porter, 2008, 77-90)

barijere ulaska firmi van klastera, kao i onih privrednih subjekata koja ne mogu doprineti njegovom uspehu (Stefanović, Ivanović-Djukić, 2010, 187-208).

U savremenim uslovima poslovanja koje karakterišu zaoštrena konkurentna borba i zahtevi za stalnim inovacijama, veoma značajnu ulogu u podsticanju inovativnosti malih i srednjih preduzeća mogu imati high-tech inkubatori (često se nazivaju tehnološkim inkubatorima). Tehnološki inkubatori predstavljaju oblik saradnje između univerziteta, kao obrazovnih i naučnoistraživačkih institucija i preduzeća. Ova saradnja omogućava da se znanja i ideje istraživača na fakultetima i diplomiranih studenata prenose preduzećima u funkciji generisanja inovativnih proizvoda (Stefanović, Ivanović-Djukić, 2010, 187-208).

Osim direktnih mera, država može raditi na podsticanju saradnje malih i srednjih preduzeća sa velikim firmama u funkciji povećanja njihovih inovativnih kapaciteta. Pronalaženjem strateških partnera ili pružanjem različitih vrsta olakšica malim preduzećima koja stupaju u ovaj oblik saradnje sa velikim poslovnim sistemima može se uticati na povećanje inovativnosti MSP. U strateškim partnerstvima obično povezane firme razmenjuju resurse, tehnologiju, znanja, vrše zajednička ulaganja u oblasti proizvodnje, marketinga, snabdevanja, distribucije i sl. Na taj način, mala i srednja preduzeća mogu obezbediti nedostajuće finansijske resurse, tehnologiju i komplementarnu imovinu potrebnu za sprovođenje inovativnih projekata. Transfer tehnologije i pravo na korišćenje ekskluzivnih i neekskluzivnih prava u marketingu i proizvodnji predstavljaju velike koristi za mala preduzeća za buduće aktivnosti inoviranja i istraživanja (Stefanović, Ivanović-Djukić, 2010, 187-208).

Ovim i velikim brojem sličnih mera može se uticati na ublažavanje ograničenja malih i srednjih preduzeća vezanih za primenu inovacija i povećati njihova konkurentnost kao i konkurentnost privrede.

4. Inovativnost malih i srednjih preduzeća u Srbiji

Slično ostalim zemljama sveta i u Srbiji je učešće malih i srednjih preduzeća u privrednoj aktivnosti izuzetno veliko. Prema Izveštaju Nacionalne agencije za regionalni razvoj iz 2011. godine, u 2010. godini od ukupno 319.044 preduzeća, sektor malih i srednjih preduzeća obuhvata 318.540 preduzeća, odnosno 99.8%. Sektor malih i srednjih preduzeća u Srbiji angažuje 43.9% ukupnih investicija, ostvaruje 44.5% izvoza i 52.3% ukupnog uvoza. (Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2011). Ovi podaci pokazuju da su mala i srednja preduzeća od strategijskog značaja za ekonomski razvoj zemlje i da predstavljaju veoma važne privredne aktere. Uz to mala i srednja preduzeća u Srbiji su lakše prevazišla negativne implikacije krize od velikih preduzeća⁴. Zahvaljujući

⁴ Ova praksa je potvrđena u zemljama Evropske unije i u ostalim razvijenim zemljama.

izraženom preduzetništvu i visokom stepenu fleksibilnosti u poslovanju preduzeća ovog sektora su se brže prilagodila novonastalim tržišnim promenama od velikih preduzeća i postala poluge privrednog razvoja.

Kako bi se maksimizirali kapaciteti i iskoristili potencijali MSP u Srbiji, potrebno je u postkriznom periodu nastaviti sa naporima ekonomske politike usmerenih na osnivanje novih preduzeća, subvencionisanje poslovanja postojećih i unapređenje kapaciteta za jačanje inovativnosti istih. Na ovaj način obezbeđuje se poslovni ambijent koji je pogodan za razvoj konkurentnog sektora malih i srednjih preduzeća. Konkurentna mala i srednja preduzeća koja svoje poslovanje baziraju na znanju i tehnologiji kao strategijskim resursima i inovativnosti kao poslovnoj filozofiji, obezbeđuju rast proizvodnje, izvoza, opšte produktivnosti i unapređuju položaj zemlje na međunarodnom tržištu.

U tom pravcu u Srbiji se sprovodi niz mera. Tako, na primer, „Nacionalna agencija za regionalni razvoj” pruža direktnu podršku razvoju konkurentnosti malih i srednjih preduzeća i preduzetnika kroz učešće u finansiranju troškova konsultantskih usluga (implementacija inovacija, priprema biznis plana, istraživanje tržišta, sertifikacija i standardizacija, unapređenje procesa proizvodnje, uvođenje novih sistema kvaliteta,) u vidu bespovratnih sredstava. „Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja RS” u saradnji sa „Nacionalnom agencijom za regionalni razvoj” obezbeđuju bespovratna finansijska sredstva (u vrednosti od 100.000-1.500.000 dinara), malim i srednjim preduzećima u funkciji jačanja njihove inovativnosti. Opšti cilj ove mere jeste jačanje kulture investiranja malih i srednjih preduzeća i preduzetnika u inovativne projekte radi povećanja konkurentnosti, dok su specifični ciljevi: povećanje investicija u tehnološke i netehnološke inovacije, podsticanje saradnje MSP sa institutima, laboratorijama i tehnološkim parkovima i povećanje broja malih i srednjih preduzeća koja sprovedu inovativne projekte. Sredstva iz navedenog fonda se mogu koristiti za: uvođenje novih proizvoda, inoviranje postojećih proizvoda i usluga i uvođenje novog procesa proizvodnje (Nacionalna agencija za Regionalni razvoj, 2013).

Od 2005. godine, Ministarstvo privrede RS je pokrenulo „Projekat podrške razvoju klastera”. Kao rezultat tih aktivnosti nastao je veliki broj klastera u Srbiji, kao što su: Automobilski klaster, Klaster proizvođača malih poljoprivrednih mašina i opreme BIPOM, Klaster proizvođača cveća – Šumadijski cvet, Klaster proizvođača obuće opštine Knjaževac, itd.

Navedene mere predstavljaju značajnu podršku razvoju inovativnosti sektora malih i srednjih preduzeća u Srbiji, međutim problem je u tome što su sredstva koja se iz navedenih fondova nude ograničena, tako da na njih može računati samo određeni broj malih preduzeća i preduzetnika. Takođe, mere vezane za osnivanje klastera nisu imale veliki uticaj na unapređenje poslovanja MSP u Srbiji. Zbog toga sprovođenje navedenih mera još uvek nema zadovoljavajuće

rezultate vezane za uvođenje inovacija u malim i srednjim preduzećima. O tome najbolje svedoče podaci o niskoj inovativnosti MSP u Srbiji.

U Srbiji tek svako četvrto preduzeće sprovodi sopstvene inovacije, a svako osmo ima dugoročno uspostavljenu saradnju sa naučnoistraživačkim institucijama. Kada se posmatra odnos između veličine preduzeća i zastupljenosti inovacija zaključuje se da su inovacije u malim preduzećima zastupljene sa 29.10%, dok je njihovo učešće u srednjim preduzećima 40.32%. Dobijeni podaci o samim inovacijama koje su zastupljene u malim i srednjim preduzećima govore da inovacije proizvoda i usluga imaju učešće u poslovanju malih preduzeća od 24.86%, a u srednjim preduzećima 33.30%. Inovacije procesa su agregatno više zastupljene od inovacija proizvoda i usluga, i to 31.15 % u malim i 43.54% u srednjim preduzećima. Od ukupnog broja svih navedenih inovacija, 36.46 % inovacija je potpuno novo na tržištu, dok je 63.54% inovacija novo samo za preduzeće.

Ovakvi podaci upućuju na činjenicu da, za razliku od malih i srednjih preduzeća u razvijenim zemljama, mala i srednja preduzeća u Srbiji nisu dovoljno prihvatila inovacije kao strateški resurs. Sličan zaključak se može izvesti i na osnovu ostvarenih efekata uvedenih inovacija, koji su prikazani u tabeli 1.

Tabela 1. Ostvareni efekti uvedenih inovacija u malim i srednjim preduzećima

Ostvareni efekti (%)	Ukupno	Mala preduzeća	Srednja preduzeća
Povećanje asortimana proizvoda i usluga	23.64	21.77	29.69
Zamenjeni zastareli proizvodi i procesi	19.51	18.95	21.33
Prodor na nova tržišta i porast tržišnog učešća	14.99	13.11	21.09
Poboljšanje kvaliteta proizvoda i usluga	28.82	28.17	30.94
Povećanje fleksibilnosti proizvodnje	17.19	17.60	15.86
Povećanje proizvodnih kapaciteta	18.07	16.32	23.75
Smanjenje troškova rada po jedinici proizvoda	14.94	13.98	18.05
Smanjenje troškova materijala po jedinici proizvoda	11.21	10.31	14.14
Smanjenje štetnog uticaja na okolinu	13.61	12.50	17.19

Izvor: Izveštaj o malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2010. godinu, Nacionalna agencija za regionalni razvoj (2011)
<http://narr.gov.rs/index.php/Dokumenta/Istrazhivanja-i-analize>

Podaci iz tabele 1 pokazuju da su inovacije imale najveći efekat na poboljšanje kvaliteta proizvoda i usluga u ukupnom učešću od 28.82 %, a najmanje efekta na smanjenje troškova materijala po jedinici proizvoda sa 11.21%. Kada je u pitanju asortiman proizvoda i usluga, realizovane inovacije u malim i srednjim preduzećima doprinele su povećanju asortimana za 23.64%, a inovacije kojima su zamenjeni zastareli proizvodi i procesi imaju učešće od 19.51%. Jedna od najznačajnijih posledica realizacije inovacija jeste ulazak na nova tržišta i povećanje tržišnog učešća. Inovacije koje su malim i srednjim preduzećima u Srbiji obezbedile prodor na nova tržišta imaju učešće od 13.11% u malim i 21.09% u srednjim preduzećima. Na osnovu navedenog podatka zaključuje se da su srednja preduzeća ostvarila veću komercijalizaciju svojih inovacija od malih, ali da je relativno učešće ovih inovacija na niskom nivou. Implementirane inovacije obezbedile su fleksibilniji sistem proizvodnje za 17.19% i povećale proizvodne kapacitete malih i srednjih preduzeća za 18.07%. Uticaj inovacija na redukciju troškova imputa je na niskom nivou. Inovacije su 11.21% uticale na smanjenje troškova materijala po jedinici proizvoda i 14.94% na smanjenje troškova rada po jedinici proizvoda. Takođe jedan od značajnih efekata sprovedenih inovacija jeste smanjenje štetnog uticaja na okolinu. Ekoinovacije ostvarile su učešće od 17.19% u srednjim preduzećima i 12.50% u malim preduzećima.

Iako su mnoga mala i srednja preduzeća prihvatila inovacije kao sredstvo za povećanje konkurentnosti kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu, njihova inovativna sposobnost je u početnoj fazi razvoja. Nizak stepen inovativnosti je posledica u najvećem broju slučajeva nedostatka finansijskih sredstava i visokih troškova inovacionih procesa. Međutim, postoji veliki broj malih i srednjih preduzeća koja još uvek nisu prihvatila inovacije kao deo svoje poslovne strategije. Kao najčešći razlozi za to su nedostatak stručnih kadrova 27.61% i neizvesna tražnja i rizik od neadekvatnog tržišnog valorizovanja inoviranih proizvoda 27.30%. Kao ostala ograničenja navode se nedovoljna informisanost o tržišnim mogućnostima, nedostatak edukacija o inovativnim aktivnostima i teškoće u pronalaženju partnera za saradnju.

Zaključak

Može se zaključiti da je globalna ekonomska kriza ostavila brojne probleme privredi i preduzećima na globalnom nivou. Da bi se ovi problemi rešili u postkiznom period, treba sprovoditi veliki broj različitih mera. Jedna od veoma značajnih grupa mera kojima se može povećati konkurentnost privrednih subjekata, a samim tim i nacionalna konkurentnost je podsticanje inovativnosti.

Inovacije su osnovni pokretač privrednog rasta i razvoja. Uvođenje novih i poboljšanih tehnologija, razvijanje novih i unapređenih ideja, stalno unapređivanje kvaliteta proizvoda i usluga, jedan je od osnovnih uslova za

opstanak svake kompanije na tržištu. Dobar preduslov za razvoj inovativnih ideja imaju mala i srednja preduzeća, zahvaljujući velikom stepenu fleksibilnosti i jednostavnoj organizacionoj strukturi. U isto vreme mala preduzeća predstavljaju značajnu pokretačku snagu ekonomskog razvoja svake zemlje i potencijalne generatore preduzetničkih ideja i inovacija. Međutim, ozbiljno ograničenje MSP je nedostatak finansijskih resursa, znanja i tehnologije za sprovođenje istraživanja i razvoja i realizacija tehnoloških inovacija koje imaju najveći doprinos povećanju konkurentnosti. Da bi se ovaj problem rešio, potrebno je da država sprovodi niz mera. U radu je objašnjeno kako se inovativni kapaciteti malih i srednjih preduzeća mogu povećati sprovođenjem direktnih finansijskih podsticaja, osnivanjem naučnotehnoloških parkova, tehnoloških inkubatora i podsticanjem saradnje sa velikim preduzećima.

Srbija kao nedovoljno razvijena zemlja koja teži članstvu u Evropskoj uniji, treba da bude u većoj meri uključena u međunarodnu razmenu i da značajnije poveća udeo izvoza i uvoza u BDP. Izvozna orijentacija domaćih preduzeća treba da se zasniva na razvoju novih tehnologija koje će omogućiti proizvodnju inovativnih proizvoda i proizvoda višeg stepena obrade. Iz tih razloga, potrebno je sprovođenje velikog broja podsticajnih mera u pravcu povećanja inovativnosti privrednih subjekata, naročito inovativnosti malih i srednjih preduzeća koja imaju izuzetno veliko učešće u privredi.

U Srbiji se sprovode određene mere za podsticanje inovativnosti, ali s obzirom na to da je inovativnost MSP u Srbiji na daleko nižem nivou od proseka EU, može se zaključiti da su ove mere nedovoljne. Zato se kreatorima makroekonomske politike može sugerisati da mnogo više podsticaja obezbeđuju za inovativnost MSP, jer se uspostavljanjem produktivnog istraživačkog i inovacionog sistema, kreiranjem baza znanja i tehnologija mogu unaprediti poslove performanse MSP, povećati njihova konkurentnost, a samim tim i konkurentnost privrede u celini.

Literatura

- Bugar, D., Tomić, G., Tomić, A. (2012) Managing innovation-a factor of competitiveness in the global context, International Scientific Conference, „SYMORG 2012: Innovative management and business performance“, Faculty of Organizational Sciences Belgrade: 1845-1852.
- Busse, C. and C. M. Wallenburg (2011), “Innovation Management of Logistics Service Providers: Foundations, Review and Research Agenda”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41 (2): 187-218.
- Borch, O. and E. Madsen (2007) “Dynamic capabilities facilitating innovative strategies in SMEs”, *Technoentrepreneurship*, 1 (1): 109-125
- Eisenhardt, K.M. and J.K. Martin (2000) “Dynamic capabilities: What are they?” *Strategic entrepreneurial challenge of constructing a resource base*, *Academy of Management Journal*, 21 (3): 1105–1121.

- European Commission (2012) "European Innovation Management Landscape", EU: European Commission, http://www.symples.fr/uploaded/pdf/1-IMPove-European_Innovation%20Management_landscape.pdf (pristupljeno:31.10.2013.)
- European Commission (2012) "Annual Report on small and midium – size enterprises in the EU", European Commission, <http://www.eubusiness.com/topics/sme/report-smes-11> (pristupljeno: 31.10.2013)
- European Commission (2013) "COSME Programme for the competitiveness of enterprises and SMEs 2014-2020", http://ec.europa.eu/cip/files/cosme/cosme_factsheet_final_en.pdf (pristupljeno:31.10.2013)
- Galende, J. and De la Fuente J. (2003) "Internal factors determining a firm's innovative behavior", *Research Policy*, 32 (5): 715-736.
- Ivanović-Djukić, M. (2008) „Strategy of small and medium enterprises in terms of globalization“, International Scientific Conference, „Competitiveness in the Condition of a Global Economy“, Faculty of Economics, Niš: 317-324
- Kaufmann, H. R. (2009) "The Contribution of Entrepreneurship to Society", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7 (1): 59-72.
- Kaufmann H., H. Tsangar and D. Vrontis (2012) "Innovativeness of European SMEs: Mission not yet accomplished", *Economic research*, 25 (2): 333-360.
- Khazanchi, S., Lewis, M.W. and Boyer, K.K., (2007), "Innovation-Supportive Culture: The Impact of Organizational Values on Process Innovation", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41 (2): 187-218.
- Lazić, M. (2013), "Upravljanje intelektualnom svojinom u funkciju unapređenja uspešnosti poslovanja preduzeća" (master rad), Niš: Ekonomski fakultet.
- Martín-de Castro, G., M. Delgado-Verde, J.E. Navas-López and J. Cruz-González (2013), "The moderating role of innovation culture in the relationship between knowledge assets and product innovation" *Technological Forecasting and Social Change*, 80(2):351
- McAdam, R., S. Moffett, S.A. Hazlett and M. Shevlin (2010), "Developing a Model of Innovation Implementation for UK SMEs: A Path Analysis and Explanatory Case Analysis", *International Small Business Journal*, 28 (3): 195-214.
- Milisavljević, M. (1993), *Inovacije i tehnološka strategija preduzeća*, Beograd: Ekonomski fakultet Beograd.
- Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja (2011) "Izveštaj o malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2010. godinu", Beograd: Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, www.policycafe.rs/financial-research.php (pristupljeno: 31.10.2013)
- Molina-Morales, F.X., P. M. Garcia-Villaverde and G. Parra-Requena (2011), "Geographical and cognitive proximity effects on innovation performance in SMEs: a way through knowledge acquisition", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13 (1):1-21.
- Nacionalna agencija za regionalni razvoj (2011), "Izveštaj o malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2010. godinu", Beograd: Nacionalna agencija za regionalni razvoj <http://narr.gov.rs/index.php/Info/Konkursi/Javni-poziv-za-jachanje-inovativnosti-u-2011> (pristupljeno, 2.7.2013.).

- Porter, M.(2008) „Clusters and The New Economy of Competition“ *Harvard Business Review*, 3:77-90.
- Romero, I. and J. A. Martine-Roman (2012), “Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behaviour in small business”. *Research Policy*, 41(1), 178-189.
- Schumpeter, J. (1947), “The creative Respose in Economic History” *The Journal of Economic History*, 7 (2): 149-159.
- Stefanovic, S. and Ivanovic-Djukic M. (2011), Support to the Development of Entrepreneurship in the Nišava Region in order to Increase Competitiveness and Overcome Economic Crisis, Thematic collection of papers: *Experiences in Overcoming the Global Economic Crisis – The Cases of Italy and Serbia*, Faculty of Economics Nis, University Ca'Foscari-Venice: 187-208.
- Thompson J., Strickland A., (2001), “Crafting and Executing Strategy: Text and Readings”, Irwin McGraw-Hill, New York.
- Urbancová H. (2013) “Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge”, *Journal of competitiveness*, 5 (1): 82-96.
- World Economic Forum (2012) “The Global Competitiveness Index Raport 2012–2013”, World Economic Forum, “http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_CompetitivenessIndex_Ranking_2012-12.pdf (pristupljeno, 15.03.2013

ENCOURAGING INNOVATIVENESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN SERBIA TO SUPPORT COMPETITIVENESS IMPROVEMENT IN THE POST-CRISIS PERIOD

Abstract: The global economic crisis has taken a number of consequences. In order to overcome them, many of various measures on macroeconomic and microeconomic level should be implemented in the post-crisis period. A large number of developed and developing countries as a key lever in the post-crisis period would recognize the SME sector, so that the greatest number of macroeconomic policies aims at fostering its competitiveness. Previously, a competitive advantage of SMEs was generally founded on focusing on specific markets, competing in fragmented industry or on cost leadership. Nowadays, the ability to innovate is the most important source of their competitiveness. However, since the capacities of SMEs to introduce technological innovations are generally limited, strong macroeconomic support for increasing innovativeness of SMEs is necessary. This paper will explain measures which may increase innovativeness of SMEs and the impact of SMEs innovations on their competitiveness and the competitiveness of the economy in which they operate. A special emphasis will be on the analysis of innovativeness of the SMEs in Serbia.

Keywords: innovation, competitiveness, small and medium-sized enterprises, global economic crisis.