

**UNIVERZITET EDUKONS
Fakultet poslovne ekonomije
Sremska Kamenica**

**RAZVOJ INOVATIVNOSTI I
KONKURENTNOSTI MALIH PREDUZEĆA
- KOMPARATIVNA ANALIZA POSLOVNE
PRAKSE REPUBLIKE SRBIJE I BOSNE I
HERCEGOVINE**

doktorska disertacija

**Mentor:
Prof. dr Nenad D. Penezić**

**Kandidat:
Admir I. Beganović, master ekonomista**

Sremska Kamenica, 2015.

**UNIVERZITET EDUKONS
Fakultet poslovne ekonomije
Sremska Kamenica**

**RAZVOJ INOVATIVNOSTI I
KONKURENTNOSTI MALIH PREDUZEĆA
- KOMPARATIVNA ANALIZA POSLOVNE
PRAKSE REPUBLIKE SRBIJE I BOSNE I
HERCEGOVINE**

doktorska disertacija

**Mentor:
Prof. dr Nenad D. Penezić**

**Kandidat:
Admir I. Beganović, master ekonomista**

Sremska Kamenica, 2015.

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

Redni broj: RBR	
Identifikacioni broj: IBR	
Tip dokumentacije: TD	Monografska dokumentacija
Tip zapisa: TZ	Tekstualni –tampani materijal
Vrsta rada (dipl, mag, dr): VR	Doktorska disertacija
Ime i prezime autora: AU	Admir Beganovi , master ekonomista
Mentor (titula, ime, prezime, zvanje): MN	Dr. Nenad D. Penezi , redovni profesor
Naslov rada: NR	Razvoj inovativnosti i konkurentnosti malih preduze a - komparativna analiza poslovne prakse Republike Srbije i Bosne i Hercegovine
Jezik publikacije: JP	srpski
Jezik izvoda/apstrakta: JI	Dr. Nenad D. Penezi , redovni profesor
Zemlja publikovanja: ZP	Republika Srbija
Uf e geografsko podru je: UGP	AP Vojvodina
Godina: GO	2015.
Izdava : IZ	autorski reprint
Mesto i adresa: MA	Njego–eva br. 29 - Br ko-Distrikt Bosna i Hercegovina
Fizi ki opis rada: FO	10 poglavlja, 243 strane, 35 slika, 49 tabelarnih prikaza, 222 fus-note, 218 izvora kori– ene literature
Nau na oblast:	Ekonomska teorija

NO	
Nau na disciplina: ND	Upravljanje razvojem malih preduze a
Predmetna odrednica, klju ne re i: PO	Ekonomija zasnovana na znanju, privredna struktura, inovativnost, konkurentnost, preduzetni-tvo, malo preduze e, strategija razvoja, istraflivanje i razvoj.
UDK	
uva se u: U	Biblioteka Univerziteta Educons- Fakultet poslovne ekonomije Novis Sad ó Sremska Kamnenica, Vojvode putnika br.87- Republika Srbija
Vafna napomena: VN	-
Izvod/Apstrakt IZ	Predmet ove doktorske disertacije jeste analiza dostignutog stepena inovativnosti malih preduze a u privrednoj strukturi Republike Srbije u pore enju sa, strukturno srodnom, privrednom strukturom Bosne i Hercegovine u smislu razumevanja nuffnog podsticanja i unapre enja konkurentnosti kao vitalnog uslova rasta i razvoja nacionalne ekonomije. Istovremeno, <i>cilj</i> istraflivanja je da se na temelju uvida u privrednu praksu razvijenih ekonomija, iskustava zemalja koje su ve zakora ile u proces tranzicije, zatim strukturalne i dinami ke analize institucionalne i poslovne prakse u privredi Republike Srbije, odnosno Bosne i Hercegovine, kao i studiranja relevantne doma e i inostrane literature, kreira prilog razvoju, na inovativnosti malih preduze a, zasnovanoj konkurentnosti nacionalne privrede kao svojevrsnog doprinosa razvoju preduzetni ke ekonomije ó ekonomije zasnovane na znanju.
Datum prihvatanja od strane NN ve a: DP	
Datum odbrane: DO	
lanovi komisije (ime i prezime, titula, zvanje, naziv institucije, status): KO	Predsednik: Dr Slobodan V. Vidakovi , redovni profesor lan: Dr fiarko Risti redovni profesor lan: Dr Nenad D. Penezi redovni profesor

KEY INFORMATION DOCUMENTATION

Number *consecutive: ANO	
Identification number: INO	
Document type: DT	Monographic publication
Type of record: TR	Textual material, printed
Contents code (BA/BSc, MA/MSc, PhD): CC	PhD
Author: AU	Admir Beganovi , master of economics
Mentor (title, name, post): MN	Nenad D. Penezi , Ph.D. full professor
Document title: TI	The development of innovation and competitiveness of small firms - comparative analysis of business practices of Republic of Serbia and Bosnia and Herzegovina
Language of main text: LT	Serbian
Language of abstract: LA	Serbian- English
Country of publication: CP	Republic of Serbia
Locality of publication: LP	AP Vojvodina
Year of publication: PY	2015.
Publisher: PU	Author
Place of publication: PP	Njego-eva br 29 ó Br ko District of Bosnia and Herzegovina
Physical description: PD	10 chapters, 243 pages, 35 pictures, 49 tables, 222 footnotes, 218 sources of relevant literature

Scientific field: SF	Economic Theory
Scientific discipline: SD	SME Management
Subject, Key words SKW	Knowledge based economy, economic structure, inovation, competitiveness, entrepreneurship, small firm, development strategy, research and development.
UC (universal class. code)	
Holding data: HD	Library of Educons University-Faculty of Business Economy Novi Sad - Sremska Kamnenica, Vojvode Putnika 87, Republika Srbija
Note: N	-
Abstract: AB	The subject of this doctoral thesis is the analysis of the achieved level of innovation of small firms in the economic structure of the Republic of Serbia in comparison with structurally related, economic structure of Bosnia and Herzegovina in terms of necessary understanding the need to encourage and improve competitiveness as vital conditions of growth and development of the national economy. At the same time, the aim of the research, based on insight into the economic practice of the developed economies, the experience of countries that have already stepped into the transition process, then the structural and dynamic analysis of institutional and business practices in the economy of the Republic of Serbia, and Bosnia and Herzegovina, as well as studying relevant domestic and foreign literature, is to create a kind of contribution to the development of competitiveness of the national economy as an entrepreneurial economy - knowledge based economy.
Accepted by Sc. Board on: AS	
Defended/Viva voce Ph D exam. on: DE	
PhD Examination Panel: DB	Chairperson: Slobodan V. Vidakovi , PhD, Full professor Member: fiarko Risti , PhD, Full professor Member: Nenad D. Penezi , PhD, Full professor

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Aktualnost istraflivanja - pregled teorijskih gledi-ta od zna aja za planirano istraflivanje	1
1.2. Predmet i cij istraflivanja	6
1.3. Osnovne hipoteze u istraflivanju	14
1.4. Metodologija istraflivanja	14
1.5. Struktura rada	15
2. MALO PREDUZEĆE KAO FENOMEN IMANENTAN TRŽIŠNOJ PRIVREDI	18
2.1. Vrednovanje pozicije i veli ine preduze a u privrednoj strukturi.....	18
2.2. Definisane malog preduze a na temelju kriterijuma za kategorizaciju preduze a po veli ini.....	22
2.3. Mesto i uloga preduzetni kog sektora u savremenoj privredi.....	24
2.4. Inovativna priroda preduzetni kog procesa	28
3. INOVATIVNA ULOGA PREDUZETNIKA U SAVREMENIM USLOVIMA	32
3.1. Tmpeterov model kreativne destrukcije	32
3.2. Ekonomika inovacije - kreiranje nove vrednosti	35
3.3. Tipologija inovacija	40
3.4. Izvori inovacija	46
3.5. Inovacione strategije malog preduze a.....	51
4. INOVACIONA POLITIKA EU U FUNKCIJI RAZVOJA KONKURENTNOSTI ...	56
4.1. Ekonomija zasnovana na znanju i inovacijama	56
4.2. Lisabonska deklaracija	71
4.3. Strategija Evropa 2020.....	74
4.4. Globalni index inovativnosti ó GII	80
5. INOVATIVNOST I KONKURENTNOST MALIH PREDUZEĆA U REPUBLICI SRBIJI.....	87
5.1. Pokazatelji dru-tveno-ekonomske konkurentnosti Republike Srbije	87
5.2. Vitalni indikatori inovativnost i konkurentnost malih preduze a u Republici Srbiji ..	91

5.3.	Rezultati politike podrške inovativnosti malih preduzeća.....	96
5.4.	Strategija razvoja preduzetništva i konkurentnosti za period 2014-2020.	100
6. INOVACIONI KAPACITET I KONKURENTSKI POTENCIJAL MALIH		
PREDUZEĆA U BOSNI I HERCEGOVINI.....		
		102
6.1.	Analiza konkurentnosti privredne strukture BiH.....	102
6.2.	SWOT analiza konkurentne pozicije privrede BiH.....	107
6.3.	Faze razvoja i konkurentnosti malih preduzeća u BiH.....	109
6.4.	Održiva konkurentnost bosanskohercegovačke privrede i MSP sektora.....	118
6.5.	Indeks politike razvoja (inovativnosti) malih preduzeća.....	126
7. INOVATIVNOST PREDUZEĆA KAO FAKTOR UNAPREĐENJA		
KONKURENTNOSTI PRIVREDNE STRUKTURA.....		
		129
7.1.	Uzorak i metodologija istraživanja.....	129
7.2.	Dobijeni rezultati i diskusija.....	129
8.	ZAKLJUČAK.....	177
9.	LITERATURA.....	186
10.	PRILOZI.....	199
10.1.	Prilog 1. Login na eSurvey Creator (na online anketu).....	199
10.2.	Prilog 2. Online anketa.....	200
10.3.	Prilog 3. Izvorni rezultati sa stranice eSurvey Creator.....	205

POPIS SLIKA:

Slika 1. 12 stubova konkurentnosti.....	26
Slika 2. GEM model ekonomskog rasta.....	27
Slika 3. Model preduzetnikog procesa.....	29
Slika 4. Dinamika i uticaj preduzetni ke inovacije - model 1.....	37
Slika 5. Dinamika i uticaj preduzetni ke inovacije - model 2.....	39
Slika 6. Interaktivni model inovacija - Technology push.....	44
Slika 7. Osnovna dihotomija savremene privrede.....	63
Slika 8. Medjusobni uticaj znanja i procesa stvaranja nove vrednosti.....	66
Slika 9. Dijagram nacionalnih vrednosti.....	83
Slika 10. Kretanje indeksa globalne konkurentnosti za Srbiju i zemlje iz okruženja.....	87
Slika 11. Vrednost IGK po stubovima konkurentnosti, 2011-2013.	88
Slika 12. Rang konkurentnosti BiH, 2004-2012.....	116
Slika 13. Radijalni grafikon konkurentnosti BH privrede.....	117
Slika 14. Ključna ograničenja poslovanja MSP sektora u BiH.....	118
Slika 15. Pitanje 1. Vrsta delatnosti anketiranog preduzeća.....	126
Slika 16. Pitanje 2. Broj zaposlenih u anketiranom preduzeću.....	126
Slika 17. Pitanje 3. Kada je registrovano anketirano preduzeće?.....	127
Slika 18. Pitanje 4. Vlasnička struktura privrednog društva.....	128
Slika 19. Pitanje 5. Na koji način je nastalo preduzeće?.....	128
Slika 20. Pitanje 6. Kojem nivou menadžmenta pripadate?.....	129
Slika 21. Pitanje 7. Nivo obrazovanja većine zaposlenih u anketiranom preduzeću!.....	129
Slika 22. Pitanje 8. Da li je inovativnost sadržana u strategiji razvoja anketiranog preduzeća?.....	130
Slika 23. Pitanje 9. Ocenite zainteresovanost zaposlenih za I&R aktivnosti i inovacije u anketiranom preduzeću!.....	131
Slika 24. Pitanje 10. Da li menadžment preduzeća podržava razvoj i inovativnost zaposlenih?.....	132
Slika 25. Pitanje 11. Da li društvene institucije zakonskom regulativom podržavaju inovativnost u Vašem ekonomskom okruženju?.....	133
Slika 26. Pitanje 12. Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Vašem preduzeću u proteklom periodu.....	133
Slika 27. Pitanje 13. Da li opstanak Vašeg preduzeća zavisi od primjene inovativnosti?.....	134
Slika 28. Pitanje 14. Ocijenite u kojoj mjeri su dosadašnje odluke menadžmenta u realizaciji inovativnih ideja u Vašem preduzeću bile rizične!.....	135

Slika 29. Pitanje 15. Da li u Va-em preduze u bilo promjena u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilago avanju promjena na trfli-tu u cilju ve e konkurentnosti?.....	136
Slika 30. Pitanje 16. Da li je bilo inovacija u Va-em preduze u u blifem proteklom periodu? .	136
Slika 31. Pitanje 17. U razvoju inovativnih ideja u va-em preduze u najvi-e udjela su imali zaposleni!.....	137
Slika 32. Pitanje 18. Primjena inovativnosti u Va-em preduze u vezana je za:	138
Slika 33. Pitanje 19. Ocenite uspe-nost Va-e preduze a u pogledu konkurentnosti u poslednjoj obra unskoj godini u odnosu na druga konkurentska preduze a.	139
Slika 34. Pitanje 20. Ocenite menadftment Va-eg preduze a u pogledu preduzetni ke kulture!	140
Slika 35. Model razvoja inovacija u cilju pove anja konkurentnosti	171

POPIS TABELA:

Tabela 1. EU definicija malog preduze a	23
Tabela 2. Kriterijumi za kategorizaciju preduze a po veli ini u Republici Srbiji.....	23
Tabela 3. Razvrstavanje pravnih osoba u Federaciji BiH.....	23
Tabela 4. Mehanizmi, strate-ka prednost i primjeri inovativnosti.....	36
Tabela 5. Uporedni pregled disruptivne i marginalizovane tehnologije	42
Tabela 6. Indeks globalne konkurentnosti, 2007-2014.....	85
Tabela 7. Rang zemalja prema Indeksu globalne konkurentnosti (2007-2014).....	85
Tabela 8. Vrednost IGK po stubovima konkurentnosti, SRB: 2012-2014	87
Tabela 9. Vanjska trgovina BiH. 2006-2011.....	100
Tabela 10. Spoljnotrgovinska razmena BiH sa glavnim trgovinskim partnerima, 2011	101
Tabela 11. SWOT analiza razvoja bosanskohercegova ke ekonomije	104
Tabela 12. Indeks odrflive konkurentnosti	115
Tabela 13. Rang konkurentnosti BiH i odabranih zemalja iz okruflenja	116
Tabela 14. Klju ni faktori DBP-a, 2012	116
Tabela 15. BiH i indeks globalne konkurentnosti	117
Tabela 16. Klju na ograni enja brfem razvoju preduzetni kog sektora u BiH (%)	118
Tabela 17. Rang BiH po svim stubovima konkurentnosti, 2012-2013.....	119
Tabela 18. Rangiranje MSP sektora u BiH prema Doing Business izve-taju, 2012	123
Tabela 19. Ukupna vrednost Krombahove alfe za sve varijable	142
Tabela 20. Vrednost Krombahove alfe za pojedina ne varijable	142

Tabela 21. Deskriptivna analiza varijabli primjene inovativnih aktivnosti	142
Tabela 22. Vrednost MANOVE	143
Tabela 23. Varijansa varijabli.....	144
Tabela 24. Koraci u provo enju diskriminacione analize.....	145
Tabela 25. Vrednost Wilkinsove lambde po koracima diskriminacione analize	146
Tabela 26. Vrednost kanoni ke korelacije	147
Tabela 27. Diskriminaciona funkcija	147
Tabela 28. Deskriptivna analiza varijabli u pogledu konkurentskih aktivnosti	149
Tabela 29. Vrednost MANOVE	150
Tabela 30. Koraci u provo enju diskriminacione analize.....	151
Tabela 31. Vrednost Wilkinsove lambde po koracima diskriminacione analize	151
Tabela 32. Vrednost kanoni ke korelacije	152
Tabela 33. Diskriminaciona funkcija	152
Tabela 34. Korelaciona analiza varijabli za provo enje inovativnih aktivnosti	154
Tabela 35. Zbirni model.....	155
Tabela 36. ANOVA	155
Tabela 37. Doprinos povezanosti varijabli u modelu vi-estruke regresijske analize	156
Tabela 38. Zbirni model.....	157
Tabela 39. Rezultati ANOVE kod vi-estruke regresije	157
Tabela 40. Doprinos povezanosti varijabli u modelu vi-estruke regresijske analize	158
Tabela 41. Zbirni model.....	159
Tabela 42. Rezultati ANOVE kod vi-estruke regresije	159
Tabela 43. Doprinos povezanosti varijabli u modelu vi-estruke regresijske analize	160
Tabela 44. Zbirni model.....	162
Tabela 45. Rezultati ANOVE.....	162
Tabela 46. Doprinos povezanosti varijabli u modelu vi-estruke regresijske analize	163
Tabela 47. Zbirni model.....	164
Tabela 48. Rezultati ANOVE kod vi-estruke regresije	164
Tabela 49. Doprinos povezanosti varijabli u modelu vi-estruke regresijske analize	165

POPIS SKRAĆENICA

AOFI	Agencija za osiguranje i finansiranje izvoza Republike Srbije
AEP	Analiza efekata propisa
AEZ	Analiza efekata zakona
ANOVA	Analiza varijanse
APR	Agencija za privredne registre
ATP	Analiza trening potreba
AUR	Analiza uticaja regulative
BDP	Bruto Društveni Proizvod
BiH	Bosna i Hercegovina
CARDS	Program šPomoć zajednici pri obnovi, razvoju i stabilizaciji
CBBH	Centralna Banka Bosne i Hercegovine
CEFTA	Sporazum o slobodnoj trgovini Centralne Evrope
CEFTA	Sporazum o slobodnoj trgovini u Centralnoj Evropi/ Central European Free Trade Agreement
CIP	Program šJačanja konkurentnosti i inovativnosti
DBP	Domaći i bruto proizvod
DEP	Direkcija za ekonomsko planiranje BiH
DJPS	Dijalog javnog i privatnog sektora
EAR	Evropska agencija za rekonstrukciju
EBRD	Evropska banka za obnovu i razvoj
EBSN	Evropska mreža za podršku e-biznisu
EFRM	Evropska fondacija za menadžment kvalitetom
EICC	Euro info korespondentski centar
EIS	Evropski inovacioni skor
EK	Evropska Komisija
EPMP	Evropska povelja za mala preduzeća
EPO	Evropska organizacija za patente
EUP	Evropska Unija podrška
EU	Evropska Unija
FBiH	Federacija Bosne i Hercegovine
FDI	Direktna strana ulaganja/ Foreign Direct Investment

FIS	Finansijski informacioni sistemi
FP 7	Okvirni program 7
FPO	Fond za preduzetni ko obrazovanje
FRRS	Fond za razvoj Republike Srbije
GEM	Me unarodni projekat za istraffivanje i merenje preduzetni kih aktivosti
GTZ	Nema ka organizacija za tehni ku saradnju
HACCP	HACCP standardi
IAS	Me unarodni ra unovodstveni standardi
IFC	Me unarodna finansijska korporacija
IKT	Informacione i komunikacione tehnologije
IPA	Instrument za pretpristupnu pomo
IR	Istraflivanje i razvoj
IRI	Investment Reform Index
IS	Informacioni sistem
ISO	Me unarodna organizacija za standarde
ISS	Institut za standardizaciju Srbije
IT	Informacione tehnologije
JIE	Jugoisto na Evropa
KE	Ekspert angaflovan na kratak rok
LS	Lokalna samouprava
MANOVA	Multivarijaciona analiza varijanse
MDULSU	Ministarstvo za drflavnu upravu i lokalnu samoupravu
MERR	Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja
MF	Ministarstvo finansija
MN	Ministarstvo za nauku i tehnolo-ki razvoj
MNK	Multinacionalne kompanije
MOS	Ministarstvo omladine i sporta
MPRD	Ministarstvo pravde
MPRO	Ministarstvo prosvete
MPT TM	Ministarstvo poljoprivrede, -umarstva i vodoprivrede
MRSP	Ministarstvo rada i socijalne politike

MSP	Mala i srednja preduzeća i preduzetnici
MTU	Ministarstvo trgovine i usluga
NBS	Narodna banka Srbije
NIP	Nacionalni investicioni plan
NSZ	Nacionalna služba za zapošljavanje
NTI	Nauka, tehnologija i inovacije
OECD	Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
PC	Pravosudni centar
PDV	Porez na dodatnu vrednost
PIS	Pravo intelektualne svojine
PJPS	Partnerstvo javnog i privatnog sektora
PKS	Privredna komora Srbije
PO	Preduzetničko obrazovanje
PPU	Prufilaoci poslovnih usluga
PU	Poslovna udruženja
PUR	Procena uticaja regulative
PUS	Poreska uprava
PZ	Projektni zadatak
RA	Regionalna agencija za razvoj MSP i preduzetništva
RAMSPP	Republička agencija za razvoj MSP i preduzetništva
RGZ	Republički geodetski zavod
RP	Rukovodilac projektnog tima
RPK	Regionalna privredna komora
RRA	Regionalna razvojna agencija
RS	Republika Srpska
RSEDP	Program šireg regionalnog društveno-ekonomskog razvoja
RZS	Republički zavod za statistiku
SDC	Švajcarska agencija za razvoj i saradnju
SIDA	Švedska agencija za razvoj međunarodne saradnje
SIEPA	Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza
SIPPO	Program Švajcarske za promociju izvoza

SME	Mala i srednja preduze a/ Small and Medium Enterprise/Entity
SMECA	Fond za osiguranje i finansiranje spoljnotrgovinskih poslova
SRID	Strategija razvoja informacionog dru-tva u Republici Srbiji
SRR	Savet za regulatornu reformu
SRRS	Savez ra unovo a i revizora Srbije
SSP/SAA	Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju/ Stabilization and Association Agreement
TTP	Tim za tehni ku podr-ku
UB	Udrufenje banaka
UJN	Uprava za javne nabavke
UNCTAD	Konferencija za trgovinu i razvoj Ujedinjenih Nacija/ United Nations Conference on Trade and development
UNDP	Program UN za razvoj
UNIDO	Organizacija Ujedinjenih Nacija za industrijski razvoj
USAID	US agencija za me unarodni razvoj
USAID	Ameri ka agencija za me unarodni razvoj/ United States Agency for International Development
USPTO	US organizacija za patente
VSS	Vrhovni sud Srbije
V ^T SS	Visoke -kole strukovnih studija
WB	Svjetska Banka/ World Bank
WEF	Svetski ekonomski forum/ World Economic Forum
ZSB	Program Zapo ni sopstveni biznis

1. UVOD

1.1. Aktuelnost istraživanja - pregled teorijskih gledišta od značaja za planirano istraživanje

Inovacije su ključni dio preduzetničkog procesa i njihovo uvođenje na tržište predstavlja centralni zadatak preduzetnika koji mora doneti neku novinu ili, u suprotnom, njegov ulazak na tržište nema smisla, niti ekonomsku logiku. U poslovnom smislu, inovacija može značiti znatno više od razvoja novog proizvoda ili tehnologije. Ideja inovacije podrazumeva bilo koji novi na in realizacije neega –to za rezultat ima kreiranu *novu vrednost*. Inovacija može značiti novi proizvod ili uslugu, ali može istovremeno biti i novi na in isporuke postojećeg proizvoda ili usluge (recimo, na jedan brži, jeftiniji i konvencionalniji na in nego ranije). Ukratko, sa aspekta ovog zadatka preduzetnika, *inovacija jednostavno znači raditi nešto na nov, drugačiji i bolji način*. Istovremeno, zadatak preduzetnika je i da takvu kreiranu novu vrednost isporu i kupcima. Iza ovoga mora stajati profitabilna proizvodnja inoviranog proizvoda ili usluge i jedna dobro organizovana i vođena organizacija koja će zadržati takvu novu vrednost i zadržati je od udara konkurencije.

Inovacije su opet prihvaćene kao ključni faktor konkurentnosti nacija i organizacija. Njihova važnost još je izraženija zahvaljujući i savremenim procesima kao što su: povećana globalna konkurentnost, skraćivanje životnog ciklusa proizvoda, povećanje tehnološke sposobnosti te sve brže menjaju i zahtevi kupaca.¹ Razvoj novih proizvoda i usluga od presudne je važnosti za rast i opstanak malih i srednjih preduzeća. Ipak, dok s jedne strane mala i srednja preduzeća moraju inovirati, s druge strane takođe moraju minimizirati svoje troškove. U poređenju s velikim preduzećima mala i srednja preduzeća susreću se s nizom problema kad je reč o inovacijama.

Za početak, resursi kojima raspolažu kudikamo su oskudniji bilo da je reč o novcu ili kvalitetnim i adekvatno edukovanim kadrovima. Veliki problem predstavlja im i nedostatak stabilnih prihoda od postojećih proizvoda (tzv. krave muzare) koji bi olakšao prelazak na potpuno nove proizvode i tržišta.² S druge strane, često se navodi kako zahvaljujući i fleksibilnosti, neformalnim strukturama kao i dobrim vezama s okruženjem, mala i srednja preduzeća imaju određene prednosti u odnosu na velike organizacije. Koji su od navedenih

¹ Baković T., Ledić Purić D. Uloga inovacija u poslovanju malih i srednjih preduzeća, Poslovna izvrsnost, 2011, 5(1)

² Ibidem.

faktora izraženiji te kako uspešno povezati izgradnju inovacionog potencijala (malog) preduzeća i strategiju preduzeća samo su neka od pitanja koja će biti obrađena u radu.

Postoji veliki broj definicija inovacija koje se u pravilu razlikuju obuhvatom i vrstom inovacija koje definišu. Garcia i Calantone³ nude jednu od univerzalnih definicija te inovacije u poslovnom okruženju opisuju kao aktivnosti koje su nove ili drugačije od postojećih. Drugi ključan aspekt definisanja inovativnosti jest razlikovanje između pojmova invencije (nove ideje) i inovacije. Inovacije su proces transformacije tih ideja u praktičnu upotrebu. Definicije inovacija mogu se razlikovati, ali sve naglašavaju važnost dovršavanja razvoja i praktične upotrebe novih saznanja, a ne samo izum odnosno invenciju.⁴

Inovacija esto biva zamenjena s invencijom, međutim između ta dva pojma postoji bitna razlika. Invencija je samo prvi korak dugog procesa koji vodi do rasprostranjivanja i efektivne upotrebe dobre ideje (Tidd, Bessant, 2009)⁵, te kako bi postala inovacija, invencija se mora konvertovati u proizvod ili uslugu koje potrošači i vole. Inovacija podrazumeva oboje, invenciju i komercijalizaciju⁶ ili drugim rečima uspešno konceptualizaciju i plasman novih proizvoda i usluga na tržište.⁷

Inovativnost se može manifestovati u obliku novih proizvoda, novih procesa ili novih poslovnih sistema⁸. Inovativnost, u slučaju usvajanja postojećih tehnologija ili proizvoda, može biti nova za preduzeće ili nova za tržište.

Najvažniji aspekti inovacija mogu se sagledati kao:⁹

- Uvođenje nekog novog barem za postojeću organizaciju (novi proizvod ili usluga, nova tehnologija ili nova organizaciona forma),

³ Garcia, R., Calantone, R. "A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: A literature review." *Journal of Product Innovation Management*, 2002., 19(2).

⁴ Tidd, J., Bessant, J., "Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change", 4th edition, Chichester, John Wiley and Sons. 2009

⁵ Ibidem.

⁶ Afuah A. "Innovation Management: Strategies, Implementation and Profits", Oxford University Press, 2003.

⁷ Çakar, N.D., Ertürk, A., "Comparing Innovation Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: Examining the Effects of Organizational Culture and Empowerment", *Journal of Small Business Management* 48(3)

⁸ Crespell, P., Hansen, E., "Managing for Innovation: Insights into a Successful Company", *Forest Products Journal*, 2008., 58(9)

⁹ Tomljenović, Lj. "Upravljanje promjenama u funkciji povećanja uspešnosti malih i srednjih poduzeća", Ekonomski fakultet u Rijeci, 2007.

- Procesni aspekt inovacije ó inovacija predstavlja aktivnosti/etape kao što su formulisanje ciljeva, dizajn i organizacija, implementacija i monitoring neeg novog/inovativnog,
- Kontinuirano inoviranje koje predstavlja proces koji je stalno prisutan i uključuje suoavanje s uvek novim i brzim promjenama i izazovima.

U literaturi se mogu pronaći različite vrste inovacija. Razlikuju se tehničke i administrativne inovacije. Tehničke inovacije teže postizanju poboljšanih ili kompletno novih proizvoda, usluga, procesa. S druge strane, administrativne inovacije odnose se na organizacionu strukturu i administrativne procese i ne utiču nužno na tehničke inovacije.

Pojedini autori (Afuah, 2003), Boer i Daring (2001) specificiraju tri tipa inovacija: proizvodne, procesne i organizacione. Razlikuje se i postupno inoviranje ó u okruženju koje tek retko ne može biti naručeno, inoviranje na mah, cikličko inoviranje kada promene slede jedna drugu, konstantno inoviranje ó suoavanje s uvek novim i brzim promjenama i izazovima, inoviranje povezano sa životnim ciklusom proizvoda, sistemsko/planirano inoviranje, inoviranje kao deo spontanih / slučajnih procesa itd. (Tomljenović, 2007). Pullen i dr. (2010) kao temeljne vrste inovacija izdvajaju *inkrementalne*, koje podrazumevaju permanentno unapređenje egzistirajućih proizvoda i *radikalne*, kao svojevrsan diskontinuitetni momenat i rezultat ingenioznosti preduzetnika, koji donosi bitnu promenu u tržišnim uslovima.

Tidd i Bessant¹⁰ ističu dve ključne karakteristike inovacija kojih moraju biti svesna sva preduzeća, nezavisno od njihove veličine:

- Inovacija nije pojedinačan događaj, inovacija je proces kojim se mora upravljati.
- Uticajima na proces mora se upravljati kako bi uticali na ishod što znači da, osim što se mora, procesom se i može upravljati.

1. Brojni autori ističu kako inovacije moraju postati deo organizacione strategije¹¹. Neke od prednosti koje inoviranje donosi su sledeće: pružaju i nove ponude i iskustva raste zainteresovanost klijenata; preduzeće savladava konkurenciju i ulazi na nove tržišta

¹⁰ Tidd, J., Bessant, J., *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 4th edition, Chichester, John Wiley and Sons. 2009

¹¹ Madrid-Guijaro, A., Garcia, D., Van Auken, H., *Barriers to Innovation among Spanish Manufacturing SMEs*, *Journal of Small Business Management*, 2009., 47 (4)

segmente; preduze e pokre e novo poslovanje¹². U radu e biti potencirane i neke od strategija koje preduze a koriste za stvaranje inovacionog potencijala, posebno racionalni i inkrementalni pristup stvaranju inovacija kao uvod u neke od najkori-tenijih podela inovacija.

Racionalna strategija pod velikim je uticajem vojni kih iskustava, u kojima se u pravilu strategija sastoji od tri koraka:¹³

- Opisivanje, razumevanje i analiza okruženja,
- Odre ivanje pripadaju ih akcija na temelju odra enih analiza i
- Provo enje odlu enog toka akcije.

Ovdje se radi o linearnom modelu racionalnih postupaka: procena, odre ivanje, akcija. Sve navedeno ekvivalentno je SWOT analizi odnosno analizi zajedni kih snaga i slabosti u kontekstu eksternih prilika i pretnji. Namera ovoga pristupa je pomo i preduze u: spoznati dominantne trendove u konkurentskom okruženju, pripremiti se za promenjivu budu nost, osigurati dovoljno dugoro an fokus, koncentracija na svaki radni dan, osiguranje uskla enosti ciljeva i postupaka, funkcionalna specijalizacija i geografski disperzirano preduze e. Prema

Porteru, preduze a moraju odabrati izme u dve trffi-ne strategije¹⁴:

- Vo stvo u inovacijama: cilj preduze a je biti prvo na trffi-tu, temelji se na tehnolo-kome vo stvu. Zahteva snaflnu tefnju preduze a prema kreativnosti i preuzimanju rizika te bliske veze s glavnim izvorima relevantnog novoga znanja i potrebama i povratnim informacijama potro-a a.
- Sledbenik u inovacijama: preduze a ciljaju na ka-njenje na trffi-tu, bazirano na opona-anju i u enju iz iskustva tehnolo-kih lidera. Zahteva snaflnu posve enost analizi konkurencije, znanje obrnutog influenjinga, smanjenje tro-kova i u enje u proizvodnji.

¹² Bowonder, B. i dr., "Innovation strategies for creating competitive advantage", *Research Technology Management*, 2010., 53(3)

¹³ Tidd, J., Bessant, J., "Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change", 4th edition, Chichester, John Wiley and Sons. 2009

¹⁴ Ibidem.

Sli no kao Porter, Pullen i dr.¹⁵ inovacione subjekte prema kori-tenim strategijama dele na:

- Prospektore: organizacije koje kontinuirano eksperimenti-u u potrazi za novim trffi-nim prilikama. Naj e- e su upravo oni izvor promena i nesigurnosti na koje konkurencija mora odgovarati. Organizacije koje preferiraju opisane karakteristike sklonija su generisanju radikalnih inovacija.
- Analizatore: organizacije koje nastoje da zadrfe stabilne, limitirane linije proizvoda i usluga. Poslovanje temelje na operativnim rutinama i postizanju efektivnosti kroz formalizovane strukture. U isto vreme oni prate i paflljivo biraju niz obe avaju ih novih proizvoda iz razli itih industrija. Organizacije koje preferiraju opisane karakteristike sklonija su generisanju inkrementalnih inovacija.

Bowonder i dr.¹⁶ sprovedi su istraffivanje s ciljem prepoznavanja najefikasnijih inovacionih strategija u svrhu kreiranja konkurentske prednosti te su naveli dvanaest strategija koje su se kroz istraffivanje pokazale najfunkcionalnijima i najefektivnijim u praksi. Istraffivanje koje e se sprovesti u ovom radu e ukazati na specifi nosti svake od ovih pojedina nih strategija. Sve ove strategije osiguravaju prostor za katalizaciju otvorenih inovacionih procesa, odnosno tefnju za pomeranjem inovacija iz granica laboratorija za istraffivanje i razvoj ka na inu na koji preduze e planira svoju budu nost i sprovo enje planova.

Strate-ke inovacije su logi ne jer su esto strategija i inovacija dve strane istoga nov i a. Razumevanje odnosa izme u strategije i inovacije ini osnovu postajanja inovativnim. Ipak, kako navodi Brooke Dobni¹⁷ strategija i inovacije me usobno se isklju uju i po definiciji i po funkciji. Me utim, odgovaraju a perspektiva i efektivno upravljanje omogu uju njihovu komplementarnost i koegzistenciju na obostranu korist. Prema ovom autoru inovacija je stanje u kojem se organizacija nalazi, dok je strategija proces kojim se ne-to obavlja. Menadfleri moraju приметiti kako se inovativnost postife internalizacijom u zaposlene, a ne kao jedan od strate-kih ciljeva.

¹⁵ Pullen, A., i dr., "Successful Patterns of Internal SME Characteristics Leading to High Overall Innovation Performance", *Creativity and Innovation Management*, 2009., 18(3),

¹⁶ Bowonder, B., i dr., "Innovation strategies for creating competitive advantage", *Research Technology Management*, 2010., 53(3)

¹⁷ Dobni, C.B., "Achieving synergy between strategy and innovation: The key to value creation", *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 2010., 5.

Upravo zbog velikog naglaska na upravljanju rizicima, merenju, prolim rezultatima kao i detaljnom planiranju strategija esto dovodi do guenja inovativnosti. e- e no -to bi trebale, umesto uvo enja konteksta za podr-ku inovacijama, organizacije poku-avaju da uklju e inovacije u strate-ki proces. Poku-aji predstavljanja inovacije kao strate-ke inicijative koja bi se trebala usmeravati kroz strate-ki proces pokazali su se neuspelima. Na navedeni na in izaziva se hiperkonkurencija. Organizacije koje posluju na taj na in, inovativno- u ne u vr- uju svoju strate-ku poziciju ve je, u poku-aju da budu inovativne - razre uju.¹⁸

1.2. Predmet i cilj istraživanja

Zna ajni mislioci druge polovine XX veka, me u kojima se posebno isti u Draker, Bel i Tofler zastupali su stav da budu nost naprednih privreda mora biti tesno povezana sa upotrebom znanja i informacija, isti u i da isto kao -to su pretefno zemljoradni ke privrede svojevremeno preobrafene industrijalizacijom, tako e i industrijalizovane privrede biti preobrafene inovacijama zasnovanim na znanju. Danas smo deo tog novog sveta u kome glavne sirovine vi-e nisu, kako kafe Araja¹⁹ (Araya, 2010), ugalj i elik proizvedeni na ma-inama ve proizvodi inovirani ljudskom ma-tom. Zato Florida²⁰ kafe da je za dru-tvo i drflavu klju no da obezbede stvaranje kreativnih kapaciteta koje u osnovi poseduju sva ljudska bi a. Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj ó OECD²¹ tako e isti e da je znanje postalo vode i inilac proizvodnje i rasta, -to je podstaklo pove anje ulaganja u visoke tehnologije, obrazovanje radne snage i ja anje produktivnosti. Danas najve e u e- e u stvaranju dodate vrednosti u razvijenim privredama ne proisti e iz tzv. materijalne proizvodnje ve iz unapre enja produktivnosti i inovativnosti.

Nova industrijska politika rukovodi se -to bezbolnijem vo enju privrede izme u propusta drflave i propusta trffi-ta. Teorijsko utemeljenje postojanja nove industrijske politike je upravo u postojanju nesavr-enosti trffi-ta. Iskustvo tzv. Stare industrijske politike ukazuje na slabosti drflavnog intervencionizma koji je izlazio iz okvira otklanjanja slabosti trffi-ta i pretvorilo se u izvor propusta drflave time -to su progla-avani pobednici na trffi-tu ó poznato kao šbiranje

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Araya, D., "Educational Policy in the creative economy". In D. Araya & M.A. Peters (Eds.), *Education in the creative economy: Knowledge and learning in the age of innovation*. New York: Peter Lang, 2010.

²⁰ Florida, R., "The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life". New York: Basic Books, 2002

²¹ OECD, "Organization for Economic Co-operation and Development", *The Knowledge Based Economy*, Paris, 1996

pobednika i špavanje gubitnika; radilo se o primeni pogrešnih i/ili prejakih mera ili o odsustvu neophodnih mera za ispravljanje propusta tržišta. U sprovođenju nove industrijalizacije država mora uvažavati sva loša iskustva prethodnih modela industrijalizacije - ne sme ulaziti u tzv. vertikalno (pre)usmeravanje resursa ka određenim podsektorima ili preduzeća jer bi to bilo vraćanje na kompromitovanu, staru industrijsku politiku. Država može da podstigne npr. šelene tehnologije horizontalnim merama, a to znači podržavanje istraživanja i razvoja, posebno u oblasti novih tehnologija uz razvoj potrebnih veština koje vode inovacijama i najboljim tehnologijama i proizvodima. Međutim, ti podsticaji ne smeju biti usmereni na određena preduzeća već na sve one koji se tim procesima bave.

Ključno je uspostaviti ravnotežu između autonomije države i neophodne saradnje sa privatnim sektorom u određivanju optimalnih intervencija industrijske politike. Previše bliska veza sa privatnim sektorom može stvoriti pristrasnost mera industrijske politike i otvoriti prostor korupciji dok premala povezanost može dovesti do neefikasnih mera nove industrijske politike. Evropska unija nalazi povezanost kroz traženje znanja, odnosno integraciju obrazovanja, istraživanja i inovacija, kao stubove ekonomije zasnovane na znanju, što je i krajnji cilj Lisabonske strategije za unapređenje konkurentnosti EU.

Suština traženja znanja je stvaranje dodatne vrednosti koja -to kvalitetnije povezivanje obrazovanja sa istraživanjima i inovacijama. Uloga obrazovanja je daleko -ira od onoga -to predstavlja učenja i podučavanja. Ta -ira socijalna uloga akademske zajednice ogleda se u razvoju zaokruženih ličnosti omogućiavaju i pojedincima ulaganje u ljudski kapital koje na kraju obezbeđuje viši kvalitet života i podizanje životnog standarda. Ovaj proces ostvaruje ekonomsku vrednost koja se ogleda u razvoju kreativnosti i inovativnosti koje stvaraju dodatnu vrednost.

Inovacije predstavljaju korišćenje i primenu novih znanja kroz istraživanja sa ciljem komercijalne upotrebe. Još davno je TMumpeter²² (Schumpeter, 1942) utvrdio da inovacije obuhvataju: inovacije proizvoda, inovacije procesa, organizacione inovacije i inovacije koje vode otvaranju novog tržišta i obezbeđuju razvoj novih izvora ponude sirovina. OECD²³ je u šOslo uputstvima (eng. *Oslo Manual*) utvrdio sledeće četiri tipa inovativnosti: (a) inovacije proizvoda koje obuhvataju robe ili usluge koje su nove ili značajno unapređene u odnosu na njihove odlike ili upotrebu; (b) inovacije procesa koje obuhvataju primenu novih ili značajno

²² Schumpeter, J.A., *Capitalism, Socialism and Democracy*, Taylor & Francis, 1944.

²³ OECD, Eurostat. *Oslo Manual - Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd Edition. OECD Publishing, 2005

unapređenih metoda u proizvodnji ili isporuci proizvoda; (v) inovacije u marketingu koje se vezuju za uvođenje novih marketing metoda uključujući i značajne promene u dizajnu proizvoda ili pakovanju, plasiranju proizvoda, promociji ili obrazovanju cena, i, (g) inovacije u organizaciji koje se odnose na sprovođenje novih organizacionih metoda u poslovnoj praksi preduzeća, organizaciji poslovanja i spoljnim odnosima.

Prva dva tipa su blisko povezana sa tradicionalnim shvatanjem inovativnosti koje se zasniva na tehnološkim inovacijama, dok su sledeća dva po prirodi netehnološkog karaktera i predstavljaju novinu u savremenom poimanju inovativnosti. Uvođenje bilo kog novog estetskog proizvoda ili varijacije proizvoda tretira se kao meka inovacija. Primeri takvih inovacija estetski su u muzici, izdavaštvu, filmu, modi, umetnosti ili video igricama, a posebno su vezani za tzv. kreativne industrije.

Teška kriza, nametnula je razvijenim privredama izmeću ostalog i cilj da se obezbede inovativnost i stvaranje znanja. Pre krize fokus je bio na tome kako da Evropa unapredi svoj sistem inovacija smanjujući i zaostajanje za Sjedinjenim Američkim Državama (SAD). Ono što je tada predstavljalo ključni problem bilo je zaostajanje u istraživanju i razvoju koje je Evropa imala u odnosu na SAD. U međuvremenu problem se proširio. Kako ova kriza ima sistemski karakter veoma je mali prostor za značajniji rast tražnje, bilo domaće ili izvozne, da bi se ona u skorije vreme uskladila sa ponudom. Postoje i proizvodni jaz je veoma velik što znači da je sadašnji nivo proizvodnje znatno ispod potencijalnog nivoa, ostavljajući i ogroman deo kapaciteta neiskorišćenim. Oni dodaju da kontraargument da ekonomska kriza može pružiti osnove za ekonomsku obnovu (gašenje industrije stanogradnje može stvoriti nove prilike za ulaganja) i za inovacije.

Konkurentnost je danas u fokusu svih zemalja koje tragaju za održivim dugoročnim razvojem. Traže se novi modaliteti jačanja produktivnosti, a snažan oslonac ovim tečajima su inovacije i znanje, odnosno ljudski kapital. Znanje je prepoznato kao nosilac rasta produktivnosti i privrednog rasta, ime je stavljen i novi fokus na informacije, tehnologije i proces učenja u snaženju ekonomskih performansi. Znanje je znatno širi koncept od informacije koja sadrži šznati-taž i šznati-za-taž komponentu znanja. No, postoje i oblici znanja koji su bliski tržišnim modalitetima, odnosno ekonomskim resursima koji su itekako važni u privrednom životu i deo su analitičkih postavki proizvodnih funkcija. Te oblike znanja (tzv. izvedeno znanje), izraženim u pitanjima šznati kako-ž i šznati ko-ž, teže je prepoznati i meriti.

Ulaganjem u znanje povećava se proizvodni kapacitet ostalih proizvodnih inioaca, ali se i omogućava njihova transformacija u nove proizvode i procese. Imaju i u vidu da ove investicije karakteristično uglavnom povećani prinosi u odnosu na ulaganja, jasno je da su one od ključnog značaja za dugoročni privredni rast. Prema neoklasičnoj proizvodnoj funkciji dodavanjem novih jedinica kapitala prinosi opadaju i taj efekt može da se kompenzuje novim tehnološkim procesima. U novim teorijama privrednog rasta, znanje povećava prinos na investicije, što zauzvrat opet doprinosi akumulaciji znanja. To se dešava kao rezultat podsticanja efikasnijih metoda proizvodne organizacije, kao i stvaranjem novih i poboljšanjem postojećih roba i usluga. Time se otvara mogućnost održivog povećanja investicija koje može da vodi i dugoročnom privrednom rastu. Znanje se tako i prenosi iz jedne industrije u drugu i time se jedna ideja višestruko koristi uz veoma male dodatne troškove.

Inovacije su rezultat brojnih interakcija između u privrede, države i akademske zajednice u procesu razvoja nauke i tehnologija. Rezultat tih interakcija jeste i oblikovanje nacionalnog inovacionog sistema. Interakcije unutar ovog sistema vrše uticaj na inovativnost i performanse preduzeća i privrede u celini. Od vitalne važnosti je šposobnost i mogućnosti distribucije znanja u sistemu, odnosno mogućnost da inovatorima obezbedi pravovremeni pristup relevantnim stofflerima znanja.

Danas, gotovo svakodnevno, slušamo o zaokretima na političkoj sceni, razvoju novih ekonomskih modela i instrumenata i prednostima novih tehnologija. Ove promene se šhrane jedna drugom i imaju globalni karakter. Razvoj informacione tehnologije omogućio je kapitalu da traga za novim investicionim prilikama znatno efikasnije i efektivnije nego ranije. *Uspeh* se vidi mnogo brže, a *neuspeh* kašnjava bez imalo samilosti.

Jedna od ključnih promena u modernom svetu je sve veća osetljivost i odgovornost savremenog biznisa. Potrošači i oekuju stalna unapređenja proizvoda i usluga koje konzumiraju. U borbi za očuvanje svojih pozicija na tržištu, pojedinci i organizacije moraju da reaguju mnogo brže, da budu agilni i inovativni. Promene predstavljaju istovremeno i *poslovne prilike (šanse)* i *probleme*. Poslovne prilike dolaze u obliku novih mogućnosti i izazova za bolju budućnost. Na drugoj strani, problemi leže u neizvesnosti koje takve nove mogućnosti kreiraju. Reaguju i na takve izazove, cilj preduzetničke aktivnosti jeste da se iskoristi prednost koje takve prilike donose i istovremeno odgovori na neizvesnost i rizik.

Kao inovativna i dinamična poslovna aktivnost kreativno nadahnutih ljudi, preduzetništvo ima vitalni značaj za razvoj nacionalnih privreda. Iste zajedničke karakteristike je poslovanje u uslovima brzih promena, nesigurnosti i rizika, što zahteva nov pristup biznisu, nove poslovne orijentacije i strategije. Najveće efekte i najbolje rezultate u takvim uslovima postižu preduzetnici i rastuće firme koje neguju preduzetnički menadžment.²⁴ Orijehtacija na stalne promene (povoljne, zdrave, okrenute ka budućnosti) i strategiju inovacija, kao odgovor na izazove nestabilnog okruženja predstavlja osnovnu karakteristiku preduzetničkog menadžmenta. Preduzetništvo traži menadžment različit od postojećeg, ali jednako sistematičan, organizovan i svrshodan. Preduzetnički menadžeri aktivno traže mogućnosti, prilike, promišljeno rizikuju uvođenjem i promene i poboljšanja.

Preduzetništvo se potvrdilo kao odgovor na mnoge probleme u potrošnji, kao pravi put u pronalasku novih mesta i pozicija na postojećim tržištima uprkos masovnoj ponudi i beskompromisnoj konkurenciji, ali i kao način stvaranja i razvoja novih tržišta. Otuda se preduzetništvo smatra novim sektorom savremene privrede, a preduzetnici kreatorima novih radnih mesta. Zahvaljujući preduzetništvu i preduzetnicima, brže raste broj novih poslova nego zaposlenih u postojećim institucijama, organizacijama i preduzećima. Otuda, savremeni svet zahteva više preduzetnika i više od preduzetnika.²⁵

O preduzetnicima se sa puno opravdanja govori kao o agentima promena i tržišnih prilika, kao o osobama čiji su poslovni poduhvati odgovori na probleme koji proizilaze iz promena, i koje iz njih stvaraju nešto. Oni su osobe nestandardnih poslovnih profila za koje su promene, neizvesnosti i rizik prirodno stanje u kome pronalaze poslovne inspiracije, a kreativnost i inovativnost su temeljna poslovna filozofija. Biti preduzetnički kreativan i inovativan znači i imati sposobnost da se suoje sa neizvesnošću u neizvesnim situacijama i znači i imati potrebna znanja da bi se prepoznala prilika i pronašao pravi način da se ona pretvori u uspešan biznis.

U današnjem svetu, u okvirima poslovnih aktivnosti, dominiraju mala preduzeća (više od 95% poslovnih aktivnosti u svim državama su zasluga ovih privrednih subjekata). Ukoliko se govori o fleksibilnosti, otvorenosti, dinamici i inovativnosti, mala preduzeća su u prednosti pred velikim preduzećima, dok su s druge strane prisutne barijere pretežno finansijske prirode (nemogućnost finansiranja poslovnih ideja, nepovoljni finansijski uslovi itd.). U cilju uspešnog suoavanja sa prilikama i pretnjama, preduzeća moraju obratiti pažnju na rastu u

²⁴ Penezi, N.D., *Preduzetništvo-savremeni pristup*, Akademska knjiga, Novi Sad, 2009.

²⁵ Ibidem.

konkurenciju koja je rezultat različitih unutrašnjih i spoljnih faktora. Razlike u proizvodnim uslovima, inovacijama, prihvatanje novih tehnologija i tržinskih znanja, kao i pristup resursima, predstavljaju osnovne kategorije na koje bi menadžment svakog malog ili srednjeg preduzeća trebao obratiti pažnju.

Osnovne prednosti koje, u odnosu na velika preduzeća, poseduje sektor malih i srednjih preduzeća su smanjene barijere uzrokovane hijerarhijom, veća fleksibilnost u procesu donošenja odluka, kraće razdoblje povratne informacije o potrebama potrošača i tržišta, kao i lakše uspostavljanje partnerskih odnosa s preduzećima prikladnim za postizanje sinergijskih poslovnih rezultata²⁶. U poređenju s velikim preduzećima, mala i srednja preduzeća poseduju ograničene resurse i imaju mali uticaj na tržište. Njihov opstanak zavisi od mogućnosti da iz dostupnih resursa izvuku maksimum te da brzo pronađu u tržištu nišu i prilagode joj se na odgovarajući način. Otuda, brza reakcija na promene predstavlja ključnu sposobnost koja malim i srednjim preduzećima može osigurati opstanak²⁷.

Mala i srednja preduzeća vrlo su značajan pokretač zaposlenosti i privrednog rasta, što postiflu upravo svojim inovacionim aktivnostima²⁸. Podaci od 1970-ih nadalje ukazuju kako mala i srednja preduzeća mogu značajno doprineti inovacijama i ekonomskom rastu²⁹. Prema tome, u interesu samog preduzeća, ali i celokupne privredne strukture je da se, stvore povoljni uslovi za realizaciju inovativnih aktivnosti³⁰. Jedan od problema s kojima se suoavaju tranzicijske ekonomije kad je reč o inovacijama jest problem kopiranja mera za stimulisanje inovacija iz razvijenih zemalja bez uvažavanja lokalnih specifičnosti³¹ (Radas i Boffi, 2009).

Među najvažnijim aspektima uspeha malih preduzeća nedvosmisleno je inovativnost kao primer rapidnog rasta preduzeća koja su poslovanje započela kao mala i srednja, npr. Starbucks, Apple Computers, Dell itd.³². Navedena preduzeća su u mogućnosti da kapitalizuju bliskost koju održavaju s potrošačima, kao i fleksibilnost pomoću koje su spremna da

²⁶ Paunović, Z., Prebežac, D., "Internationalization of small and medium sized enterprises," *Tržište*, 2010., 22(1)

²⁷ Zhang, J., Li, H. & Ziegelmayer, J.L., "An empirical study of the relationship between IT infrastructure flexibility and IT responsiveness in SMEs: A resource-based analysis. Proceedings of the Thirteenth Annual Meeting of the Americas Conference of Information Systems, 2008

²⁸ Boffi, Lj., Radas, S., "Učinci inovacijskih aktivnosti u malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj," *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 2005., 15(103)

²⁹ Black, G., "The Geography of Small Firm Innovation," Kluwer Academic Publishers, Boston, 2005.

³⁰ Boffi, Lj., Radas, S., "Učinci inovacijskih aktivnosti u malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj," *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 2005., 15(103)

³¹ Radas S., Boffi, Lj. "The Antecedents of SME Innovativeness in an Emerging Transition Economy," *Technovation*, 2009., 29.

³² Hausman, A. "Innovativeness among small business: Theory and propositions for future research," *Industrial Marketing Management*, 2005., 34(8)

zadovolje brzo promenjive zahteve potrošača. U tom trenutku ova preduzeća stižu u vrednu konkurentsku prednost. Problem održavanja tih veština može pomoći da se objasni zašto veliki postotak takvih poslovanja propadne³³. Neke karakteristike malih preduzeća sugeriraju potrebu za povećanom sposobnosti reagovanja na promenjive potrebe okruženja. Bliskost između vlasnika i potrošača malih preduzeća može doprineti podsticaju za inovacije zbog lakog načina putem kojeg vlasnici mogu prepoznati nezadovoljene potrošačeve potrebe.

Manje birokratije i višestruke klanske strukture, što je svim malim poslovanjima zajedničko, može poboljšati poverenje unutar organizacije, komunikaciju i kooperativnu kompetenciju, a ta činjenica umnogome doprinosi inovativnosti unutar malih preduzeća. Takođe, vlasnici poseduju višestruko operativnog znanja što u kombinaciji s odličnim poznavanjem sopstvenih potrošača može i mora biti pretvoreno u inovativna rešenja³⁴.

Neki autori³⁵ navode kako su inovacije i preduzetništvo usko povezani te svoju tezu potkrepljuju tvrdnjom da ta dva pojma povezuje niz zajedničkih atributa kao što su nesigurnost, istovremeno preuzimanje rizika i prepoznavanje trfičnih prilika, izdržljivost u suprotstavljanju izazovima te težnja ka uspehu. Isto se inovacije prevode ili zamenjuju s pojmom istraživanja i razvoja. No, bez obzira na sve sličnosti, to gledajući je preusko pogotovo ako se pogledaju manja preduzeća ili preduzeća koja posluju na terenu odnosno preduzeća za koja se ne bi reklo da intenzivno rade na istraživanju i razvoju. Osim toga, razvoj proizvoda u malim (i srednjim) preduzećima isto je usko isprepleten s poslovanjem u celini te se posledično radi o manje formaliziranim uslovima unutar organizacionog poslovanja (primer: malo ili srednje preduzeće koje nema odvojeni ili slučajni sektor za istraživanje i razvoj).

Nadalje, Rammer, Czarnitzki i Spielkamp³⁶ navode kako mala i srednja preduzeća kad je reč o inovacijama imaju dve mogućnosti. Prva je samostalni rad na inovacijama kroz sopstvenu funkciju istraživanja i razvoja, dok drugu opciju predstavlja primena jedne ili nekoliko praksi upravljanja inovacijama među kojima isti uključuju: upravljanje ljudskim potencijalima, timski rad, potraga za spoljnim izvorima i kooperacija.

³³ Ibidem.

³⁴ Ibidem.

³⁵ Oksanen, J., Rilla, N., *ÖInnovation and entrepreneurship: new innovations as source of competitiveness in Finish SMEs*, International Journal of Entrepreneurship, 2009., 13,

³⁶ Rammer, C., Czarnitzki, D., Spielkamp, A., *ÖInnovation success of non R&D performers: substituting technology by management in SMEs*, Small Bus. Econ., 2009., 33.,

Ključno inoviranje malih preduzeća nalazi se u pristupu znanju stvorenom izvan preduzeća a pri-
emu su na prvom mestu univerziteta i velike organizacije^{37 38}. Otuda, mala preduzeća su
posebno podložna uticaju efekta šireg geografskog prelivanja. Takvo znanje dolazi, na primer, iz
izvora kao što su: investitori, informisani kupci, tzv. servis provajderi i davaoci
specijalizovanih poslovnih usluga (dizajniranje, marketing itd.). Robinson i Stubberud³⁹ kao
ključne izvore znanja odnosno inovacionog inputa navode: samo preduzeće, klijente,
dobavljače, konkurenciju, konferencije, univerzitete, vladu, konsultante, naučne časopise i
profesionalce. Rammer, Czarnitzki i Spielkamp⁴⁰ takođe navode kako najbolje inovacione
rezultate ostvaruju preduzeća koja kontinuirano sprovode sopstveno istraživanje i razvoj ali uz
navedeno poseduju i jake veze sa spoljnim izvorima znanja.

Kada je reč o preduzeću ima koja interno istraživanje i razvoj zamenjuju praksama upravljanja
inovacijama, istraživanje je pokazalo kako optimalnu kombinaciju predstavljaju upravljanje
ljudskim potencijalima i timski rad, ali opet i ova kombinacija mora biti podržana eksternim
znanjem. Takođe, preduzeća koja su kombinovale određene alate za upravljanje inovacijama
podržane spoljnim znanjem ostvarila su identične inovacione performanse kao i ona koja su
ulagala u sopstveni program istraživanja i razvoja.

Imajući sve ovo u vidu, *predmet* ove doktorske disertacije jeste analiza dostignutog stepena
inovativnosti malih preduzeća u privrednoj strukturi Republike Srbije u poređenju sa,
strukturno srodnom, privrednom strukturom Bosne i Hercegovine u smislu razumevanja
nužnog podsticanja i unapređenja konkurentnosti kao vitalnog uslova rasta i razvoja
nacionalne ekonomije. Istovremeno, *cilj* istraživanja je da se na temelju uvida u privrednu
praksu razvijenih ekonomija, iskustava zemalja koje su već zakoračile u proces tranzicije,
zatim strukturalne i dinamičke analize institucionalne i poslovne prakse u privredi Republike
Srbije, odnosno Bosne i Hercegovine, kao i studiranja relevantne domaće i inostrane
literature, kreira prilog razvoju, na inovativnosti malih preduzeća, zasnovanoj konkurentnosti
nacionalne privrede kao svojevrsnog doprinosa razvoju preduzetničke ekonomije i ekonomije
zasnovane na znanju.

³⁷ Schuetze, H. S., "How do small firms innovate in British Columbia?" U: Mothe, J., Paquet, G. (eds), *Local and Regional Systems of Innovation*, Kluwer Publishers, 1998

³⁸ Black, G., "The Geography of Small Firm Innovation", Kluwer Academic Publishers, Boston, 2005.

³⁹ Robinson, S., Stubberud, H. A. "Inspiring Innovation in Norway", *Proceedings of the Academy of Studies in International Business*, 2010., 10(2).

⁴⁰ Rammer, C., Czarnitzki, D., Spielkamp, A., "Innovation success of non R&D performers: substituting technology by management in SMEs", *Small Bus. Econ.*, 2009., 33.

1.3. Osnovne hipoteze u istraživanju

Pri tome, pošto se od sledećih hipoteza:

- Mala preduzeća u razvijenim privredama su tradicionalno izvor lokalnog i nacionalnog rasta i razvoja (nova radna mesta, inovacije, stimulacija konkurentnosti). Otuda ova preduzeća u uslovima tranzicije, predstavljaju nufan segment u dinamiziranju i usklađivanju privredne strukture.
- Osnivanje i funkcionisanje malih preduzeća i njihovo uspešno uključivanje u privrednu strukturu, podrazumeva postojanje jasne, tržišno valorizovane preduzetničke ideje, obezbeđene finansijske podrške, adekvatne organizacione strukture, tehničkog know-how i sl.
- Ambijentalno okruženje u kojoj funkcionišu mala i srednja preduzeća u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini utiče na njihovu različitost i uspešnost u poslovanju kroz primenu inovativnosti i konkurentnost na tržištu.
- Ekonomski napredak permanentnog usavršavanja inovacija je presudno povezano sa podržavanjem razvoja zaposlenih u preduzeću, prilagođavanjem organizacije zahtevima tržišta i ostvarivanja uspešnosti preduzeća u pogledu konkurentnosti.
- Inovacije i preduzetništvo predstavljaju kritične faktore nacionalne konkurentnosti, uslovljene postojanjem preduzetničke kulture, ali i institucija otvorenih za razvoj preduzetništva.
- Inovacija, kao funkcija visoko izučenog (veštog) rada je funkcija triključna na faktora: kreiranja novog znanja u nauci, tehnologiji i menadžmentu; raspoloživosti visoko obrazovane radne snage i postojanja preduzetnika sposobnih i voljnih da preuzmu rizik transformacije inovacije u biznisu.

1.4. Metodologija istraživanja

Istraživanje koje će biti sprovedeno u okviru ovog rada bazira se na sledećim osnovnim metodama: analiza, komparativna analiza, sinteza, anketiranje, modelovanje, dijalektički, sintetički i verifikacioni. Korišćenje ovakve metodologije omogućuje razumevanje mehanizama usobne zavisnosti pojava značajnih za ovo istraživanje, zatim prelaz kvantitativnih u kvalitativne promene i obratno (dijalektički, odnosno sintetički metod), kao i proveru određenih teorijskih pretpostavki upoređivanjem sa konkretnom ekonomskom stvarnošću i utvrđivanjem stepena istinitosti tih pretpostavki (verifikacioni metod). Za potvrđivanje

teorijskih pretpostavki kod istraffivanja pojava u ekonomskoj stvarnosti koje se mogu kvantitativno izraflavati, verifikacioni metod bazira e na statistici i ekonometriji.

Pored navedenih op-tih metoda, istraffivanje e se temeljiti i na primeni posebnih postupaka, odnosno metoda koje e omogu iti ispitivanje specifi nih ekonomskih pojava i zadovoljavanje razli itih ciljeva istraffivanje ekonomske stvarnosti (indukcija, dedukcija, analiza, sinteza, analogija, apstrakcija, komparacija, statisti ki metodi i dr.). Dokazivanje postavljenih hipoteza statisti ki e se vr-iti putem programskog re-enja IBM SPSS v.20. i multivarijacione analize varijanse.

Analiza u radu e podrazumevati i kori-enje doma e i strane literature (šdesk researchō), kriti kom osvrtu na rezultate prakti kih istraffivanja objavljenih u literaturi (šcase studyō), uz komparaciju sa saznanjima do kojih se do-lo na osnovu analize doma e privredne prakse (šfield researchō). U realizaciji dela istraffivanja u okviru šdeskō metoda, koristi e se tako e i baza podataka relevantnih privrednih i drflavnih institucija.

1.5. Struktura rada

U *uvodnom poglavlju* obrazlaflu se predmet, polazi-ta i ciljevi istraffivanja, ukazuje na zna aj i aktuelnosti istraffivanja, postavljaju se hipoteze, obra uje teorijsko-metodolo-ki okvir istraffivanja i uspostavlja osnovna struktura-zadaci istraffivanja.

Drugo poglavlje rada (*Malo preduzeće kao fenomen imanentan tržišnoj privredi*) posve eno je analizi *anatomije* i *fiziologije* malog preduze a kao fenomena imanentnog trfli-nim uslovima privre ivanja. U analizi se polazi od vrednovanja kriterijuma za klasifikaciju preduze a po veli ini, obzirom da u ekonomskoj teoriji niti poslovnoj praksi ne postoji kvalitativno odre enje mikro, odnosno malog preduze a. Istovremeno, izvr-eno je pore enje ovih kriterijuma u poslovnoj praksi Republike Srbije/BiH sa kriterijumima Evropske unije i obja-njena (posebno inovativna) uloga koju mala i srednja preduze a imaju u privrednom razvoju.

U *trećem poglavlju* (*Inovativna uloga preduzetnika u savremenim uslovima*) analiza utemeljena na ^Tšmpeterovom (*Joseph Schumpeter*) shvatanju inovativne uloge preduzetnika u savremenom razvoju (*model kreativne destrukcije*), doprinosi razumevanju odnosa invencije i inovacije, te potencira specifi nosti modeliranja inovacione strategije malog preduze a,

bazirane na različitim tipovima i izvorima inovacija. Ovde se konstatuje da je konkurentnost danas u fokusu svih zemalja koje tragaju za održivim dugoročnim razvojem. Traže se novi modaliteti jačanja produktivnosti, a snažan oslonac ovim teženjama su *inovacije i znanje*, odnosno ljudski kapital. Znanje je prepoznato kao nosilac rasta produktivnosti i privrednog rasta, ime je stavljen i novi fokus na informacije, tehnologije i proces učenja u snaženju ekonomskih performansi.

Četvrto poglavlje rada (*Inovaciona politika EU u funkciji razvoja konkurentnosti*) posvećeno je analizi najvažnijih strategija i razvojnih ciljeva EU u posljednjoj deceniji, kao i vitalnih pokazatelja inovativnosti i konkurentnosti evropskih ekonomija. Prema viziji *evropske socijalne tržišne ekonomije 21. veka*, kao ključni prioriteti ove nove strategije definisani su: *inteligentni rast* (ekonomija zasnovana na znanju), *održivi rast* (ekonomija koja efikasno troši resurse, ekološki usmerena i konkurentna) i *integrativni rast* (ekonomija koja ima visoku stopu zaposlenosti i socijalnu i teritorijalnu integritet). Znanje i inovacije i dalje ostaju motori ekonomskog rasta. Analiza obuhvata i *Globalni indeks inovativnosti* kojim se stiče uvid u inovacione performanse konkretne privredne strukture i rangiranje zemalja ocenom inovacionih inputa i inovacionih outputa, odnosno indikatora koji postoje u okviru ove dve kategorije. Upravo ovo je vitalna podloga za komparativnu analizu sprovedenu u narednim poglavljima.

Peto poglavlje rada (*Inovativnost i konkurentnost malih preduzeća u Republici Srbiji*) temelji se na Porterovom (*Michael Porter*) modelu nacionalne konkurentnosti prema kojem nacionalno blagostanje nije nasleđeno, već stvoreno strateškim izborima. U formulisanju nove teorije nacionalne konkurentske prednosti, Porter uključuje: faktore proizvodnje, uslove traženja, srodne i prateće delatnosti, strategiju preduzeća, strukturu, rivala. Posebna pažnja u ovom poglavlju data je analizi konkurentnosti (investicione, troškovne) malih preduzeća u privrednoj strukturi Republike Srbije i njihovoj inovacionoj aktivnosti i ukazano na moguće pravce / prioritete u jačanju inovativne, samim tim i konkurentske pozicije preduzetničkog (MSPP) sektora u Republici Srbiji.

U šestom poglavlju (*Inovacioni kapacitet i konkurentski potencijal malih preduzeća u Bosni i Hercegovini*), primenom metode analogije, istražuje se konkurentska pozicija privredne strukture Bosne i Hercegovine i izvode zaključci na temelju sprovedene SWOT analize BH privrede. Održiva konkurentnost bosanskohercegovačke privredne strukture i sektora malih i srednjih preduzeća kao dominantnog (99,8%) privrednog segmenta analizirana je u skladu sa

postignutim Indeksom globalne konkurentnosti i dosadašnjim strategijama i programima razvoja. Ostvarena inovativnost malih preduzeća u Bosni i Hercegovini istraživana je u svetlu dosadašnjih strateških dokumenata i razvojne agende bosanskohercegovačke privrede u novijem periodu.

U *sedmom poglavlju* istraživanja sprovedena je komparativna analiza inovacionog potencijala malih preduzeća posmatranih privrednih struktura u funkciji razvoja, odnosno unapređenja nacionalne konkurentnosti. On-line anketom obuhvaćeno je ukupno 111 malih preduzeća, a u diskusiji i potvrđivanju postavljenih hipoteza korišćena je multivarijaciona analiza varijanse, kao i druge izvedene i srodne kvantitativne metode. Za potrebe ovakve analize, razvijen je i odgovarajući set varijabli kojima se ispituju definisane hipoteze. U ovom delu rada prezentovan je obimni istraživani materijal, statistički, odnosno kvantitativno obrađen, na temelju kojeg je u zaključnim razmatranjima data diskusija koja se odnosi na postavljene hipoteze.

Osmi deo rada (Zaključak) predstavlja sintezu rezultata analiza iz prethodnih poglavlja, daje diskusiju postavljenih hipoteza i ukazuje na dalje pravce razvoja i unapređenja inovativnosti u funkciji konkurentne pozicije posmatranih struktura. Zajednički preduslov za ostvarivanje održivog društveno-ekonomskog razvoja i uspešan završetak procesa evropskih integracija je razvoj privrede, koja svojom dugoročnom konkurentnošću gradi na privatnoj preduzetničkoj inicijativi, znanju, primeni novih tehnologija i inovativnosti. Imperativ za unapređenje konkurentnosti je stalno ulaganje u inoviranje poslovnih modela, proizvoda i usluga. Pobjednička strategija malog preduzeća trebala bi da se zasniva na inovacijama, razvoju partnerstava, strategiji diversifikacije i težnji za osvajanjem regionalnog tržišta.

U *devetom delu* istraživanja (*Literatura*) navodi se spisak navođene i korišćene literature. *Deseti deo (Prilozi)* sadrži sve priloge koji su dopuna za potpunije sagledavanje pojedinih tematskih oblasti, kao i sprovedenog istraživanja

2. MALO PREDUZEĆE KAO FENOMEN IMANENTAN TRŽIŠNOJ PRIVREDI

2.1. Vrednovanje veličine i pozicije preduzeća u privrednoj strukturi

Preduzeće predstavlja specifični organizacioni sistem svojstven jedino tržišnoj privredi. Kao *svojevrсна kolekcija ljudskih, materijalnih, finansijskih i informativnih resursa*, savremeno preduzeće predominantno je determinisano usaglašenim u svoje misije sa zahtevima koje generiše njegovo okruženje. Priroda savremenih privrednih struktura je u velikoj meri određena vrstom preduzeća, njihovom veličinom, načinom na koji su osnovana i na koji ostvaruju svoj rast, metodama obavljanja poslovne aktivnosti i njihovim međusobnim odnosom.

Tako, u savremenoj, razvijenoj privredi, posebno u razvijenijim zemljama, mogu se naći preduzeća različitih veličina. Postoje i novoosnovana mala i velika preduzeća dajući sinergijski efekat u privredi. Poslovna efikasnost i efektivnost malih preduzeća je dobrim delom rezultat ekonomije vremena-nove tehnologije i proizvoda iz laboratorija dolaze na tržište i veoma kratkom vremenskom periodu. Od inovacije do komercijalizacije, potreban je za manja preduzeća kraći vremenski period, jer se u najvećem broju usmerena na jedan tržišni segment.

Struktura savremenog tržišta ostavlja prostor tzv. *otkrivenih niša*, i za nastup malih preduzeća koja, koristeći tehnologiju nižeg stepena savršenosti, uspevaju da proizvedu konjunkturalne količine robe. Njihovo postojanje predstavlja vrlo bitan uslov stabilnog funkcionisanja tržišta. Ako na tržištu nastupi stanje visoke tražnje (konjunktura), mala preduzeća su ta koja povećavaju ukupnu ponudu, dok veliki proizvođači uglavnom drže oko vrednosti stabilne tražnje. Na drugoj strani, u slučaju pada konjunkturalne tražnje, mali su ti koji nisu u mogućnosti da izdrže konkurentsku borbu sa velikim proizvođačima, pa postepeno smanjuju obim ponude i/ili se povlače sa tržišta. Sav ovaj dinamizam neprihvatljiv je za velike proizvođače iz prostog razloga – to se u slučaju naglog rasta tražnje oni ne mogu brzo prilagoditi i usmeriti kapacitete ka optimalnoj proizvodnji na višim nivoima. U slučaju pada tražnje, ova preduzeća ne mogu izdržati povećanje ukupnih fiksnih troškova po jedinici proizvoda, pa se i ne upuštaju u investiranje u kapacitete koji bi mogli da odgovore na konjunkturalna kolebanja tražnje. Na ovaj način, i veliki proizvođači daju tržišni legitimitet malim preduzećima.

Tolerantnost velikih preduze a prema malim preduze ima je u toliko ve a, ukoliko je po pravilu, i nivo konkurencije u jednoj privredi vi-i. To je razlog -to u razvijenijim zemljama sveta, u savremenoj trffi-noj strukture postoji veliki broj malih preduze a. Postojanje i funkcionisanje, velikog broja malih preduze a u razvijenim zemljama nije samo rezultat konkurencije, oscilacija u konjunkturi i tolerancije velikih preduze a. Ima sasvim opravdanih razvojno - tehnolo-kih razloga zbog kojih u svakoj vitalnoj privrednoj strukturi veliki broj malih preduze a, kao i vrlo nagla-en tempo njihovog nastajanja i propadanja.

Ako bismo fleleli da ukaflemo na neke od najzna ajnijih prednosti velikih preduze a, koje se esto negativno formuli-u kao nedostaci malih preduze a, onda bi to bilo⁴¹:

- U oblasti *proizvodnje* za pojedine privredne grane, prednosti velikih preduze a mogu se svesti na opadanje ukupnih tro-kova po jedinici proizvoda. Tehnolo-ke prednosti veli ine ili obima odnose se na svaki faktor, fenomen ili svojstvo funkcije proizvodnje koji rezultira u opadanju tro-kova po jedinici kada dodje do pove anja obima proizvodnje, pod ostalim nepromenjenim uslovima. Ovo rezultira iz efikasnijeg kori-enja rada, materijala i fizi kog kapitala kao rezultat veli ine, obima ili samog iskustva.
- Pri *nabavci* ve ih koli ina osnovnog i reproduktionog materijala, veliko preduze e na osnovu njegove ve e trffi-ne mo i i na osnovu degresije tro-kova prevoza, po pravilu uspeva da ostvari povoljnije cene od malog preduze a. Pored ovoga, veliko preduze e mofe da isklju i posrednika i da se direktno snabdeva kod proizvodja a sirovina i ostalih materijala neophodnih za kontinuiran proces proizvodnje. Me utim, prednosti kupovine u velikim koli inama ne moraju biti ograni ene samo na veliko preduze e. Ove prednosti isto tako mogu da koriste i mala preduze a putem zajedni ke nabavke. Ako se radi o inputu ili specifi noj vrsti ingredijenata koji je trajan, pa se tako mofe kupovati odjednom, u ve im koli inama i za duffi period, uz mogu nost kori-enja koli inskog rabata, istu ekonomiju mogu da uflivaju i mala preduze a.
- Prednosti velikih preduze a u oblasti *prodaje* zavise, pre svega, od veli ine trffi-ta i jedinstvenosti potrebe. Na velikom trffi-tu, velika preduze a pokazuju nifle tro-kove prodaje po jedinici proizvoda u pore enju sa malim preduze ima. Isto tako, specijalizacija kadrova u prodaji treba da donese koristi koje velikim

⁴¹ Penezi , N.: Preduzetni-tvo-savremeni pristup, Fakultet poslovne ekonomije, Univerzitet Edukons, 2009, str.152.

preduze ima prufu realne prednosti nad onim malim. Na velikim i jedinstvenim trfii-tima, velika preduze a imaju prednost i kod masovnih medija, radija, TV i sl. Me utim, na trfii-tima diferenciranih potreba, sredstva li ne propagande (i prodaje) su daleko delotvornija, pa se mogu isto tako uspe-no koristiti od malih i srednjih preduze a.

- Glavne prednosti velikog preduze a u odnosu na malo ogledaju se, pre svega, u oblasti *finansija*. Velika preduze a mogu lak-e do i do kredita, obi no imaju ve i potencijal za interno finansiranje, a esto im se prufaju mnogobrojne poreske olak-ice za razliku od malih preduze a. Rast preduze a pretpostavlja investicije, a one se moraju finansirati. Za mala i srednja preduze a, oblast finansiranja se mofle smatrati "uskim grlom" koje spre ava njihov pravovremeni i dovoljan rast.
- Sistematski i na dugi rok postavljen *istraživački rad* nesumnjivo mofle biti finansiran samo od velikih preduze a. Preduze a sa velikom prodajom su sposobnija da podnesu fiksne tro-kove uklju ene u istraffivanje i razvoj, i da ove svedu na relativno mali procenat - izdvajanja u odnosu na ukupne resurse. Velika preduze a imaju ekonomsku mo da brzo lansiraju nova otkri a na trfii-te i da prihvate ve e rizike u istraffivanju i razvoju. Na drugoj strani, postoje primeri u kojima su mala preduze a ponekad uspe-nija u istraffivanju, sa bitno ve om rentabilno- u od velikih preduze a, ali su to pojedina ni primeri koji ne mogu tako lako da ospore napred navedene prednosti velikog preduze a. Oni pokazuju da mala preduze a poseduju sasvim ozbiljne -anse za interni rast (zajedni ko istraffivanje i razvoj, uzimanje licenci i dr.).
- Pokazalo se da su *upravljanje i rukovodjenje* velikim preduze ima znatno teffi i uzrokuju ve e tro-kove nego upravljanje i rukovodjenje u manjem preduze u. Medjutim, to se vi-estruko kompenzira uspe-nijim ostvarivanjem zadataka, bilo putem pouzdanijeg planiranja ili propulzivnije organizacije ili uspe-nog informisanja

Privrede koje funkcioni-u na temelju slobodne preduzetni ke inicijative, osnivanje i funkcionisanje preduze a vezuje za poku-aj trfii-ne valorizacije preduzetni ke ideje. Svako novoosnoivano preduze e donosi novu kombinaciju faktora proizvodnje i novu -ansu za ostvarivanje profita. Propadanjem preduze a gasi se jedna preduzetni ka ideja, tako da proces nastajanja i nestajanja preduze a predstavlja, u stvari, efikasan mehanizam trfii-ne privrede i selekcije preduzetni kih ideja, kao jedan od svakako najzna ajnijih faktora razvoja preduze a.

Privredna praksa razvijenih zemalja pokazala je da je provera ovih ideja daleko racionalnija na primeru malog nego velikog preduzeća. Istovremeno, uobičajeno je da, mada to nije pravilo, da nove preduzetničke ideje ulaze u komercijalnu primenu upravo preko malih i srednjih preduzeća. Istina, opsefna fundamentalna istraživanja koja provode velike kompanije i specijalizovane naučne institucije nezamisliva su u malim preduzećima, pa otuda i konstatacija da se naučno-tehnološka revolucija ne može temeljiti na njima. Mala preduzeća su vrlo efikasna u razvijanju i tržišnoj privredi komercijalnih ideja koje nastaju na bazi već naučno dokazanih istraživanja.

Mala i srednja preduzeća karakteristične visok stepen fleksibilnosti i inovativnosti. To su i najvažnije pretpostavke poslovne efikasnosti i efektivnosti tržišno orijentisanih privrednih subjekata. Otuda i razlog da najefikasnija velika preduzeća u razvijenim privredama poivaju na sistemu malih šsavez slona i p eleö. Konzistentnost tog sistema i sinergetske veze ostvaruju se preko kapitala i odgovarajućih na ina upravljanja. S ciljem da izbegnu rizik u inovativnom i konjunktturnom smislu, velika preduzeća produbljuju asortiman svoje proizvodnje, organizuju određeni broj malih i srednjih preduzeća. Na taj način, oni smanjuju masu kapitala izloženu riziku pojedinačnih preduzetničkih poduhvata, kao i konjunktturnih kolebanja na tržištu pojedinih proizvoda.

Danas, centar nove konkurencije je preduzetnički vid preduzeća. Naravno, u proizvodnji nekih proizvoda velika preduzeća su još uvek neizbežna, što neosporno definiše njihovu ekonomsku efikasnost. Međutim, proporcionalno sa rastom produktivnosti u proizvodnji specifičnih roba nastaje prepreka ulaska novih preduzeća, ali ne do nivoa potpune konkurencije. U takvim slučajevima, gde istu robu proizvodi staro veliko preduzeće i malo novo preduzeće, prednost dugoročne efikasnosti su na strani manjeg preduzeća. Velika preduzeća se trajnije prilagođavaju tržištu i time manje utiču na razvoj. Cene proizvoda i usluga velikih preduzeća su povoljnije i one su zadržale dominaciju u onim oblastima gde preovladava taj oblik konkurencije. Međutim, necenovni oblici konkurencije prednost daju onim preduzećima koja se u celini bolje prilagođavaju.

2.2. Definisiranje malog preduzeća na temelju kriterijuma za kategorizaciju preduzeća po veličini

U savremenim uslovima, definisanje pojma malog preduzeća nije ni malo jednostavno, prevashodno zbog toga –to utvrđivanje da li je jedno preduzeće zanatsko, malo i srednje ili veliko zavisi od niza faktora koji se, uz to, razlikuju po zemljama i sektorima. Zbog toga ni u zapadnoevropskim zemljama, a ni u svetskim razmerama, dugo nije bilo jednostavnog pristupa u definisanju tog pojma, a po pravilu, koristila su se dva osnovna kriterijuma: broj zaposlenih i investirani kapital ili bruto prihod. Svaka zemlja morala je za svoju privrednu strukturu da definiše, polazeći od odnosa ova dva kriterijuma, –to je malo preduzeće u određenim privrednim delatnostima.

U teorijskom smislu, moguće je razlikovati: *statički*, *funkcionalni* i *institucionalni* (vlasnički) kriterijum. *Statički kriterijum* prilikom kategorizacije polazi od odgovarajućih statističkih obeležja privrednih subjekata i to: obima ostvarene proizvodnje, visine ostvarenog prihoda, vrednosti angažovanih sredstava, broja zaposlenih radnika (do 200) i tehničke opremljenosti. Dobra strana primene statističkog kriterijuma u klasifikaciji preduzeća po veličini jeste u tome –to su obeležja koja uzima za ocenu da li je neko preduzeće veliko, srednje ili malo, uglavnom, poznate statističke veličine, kako po obimu, tako i po strukturi.

Funkcionalni kriterijum prilikom klasifikacije preduzeća po veličini polazi od definicije i zadataka koje određeni privredni subjekat ima u društvenoj reprodukciji, odnosno privredni zemlje kao celine. Otuda je ovaj kriterijum kvalitativno precizniji u odnosu na statistički kriterijum kategorizacije preduzeća, ali prilično uslovnog karaktera, pa se zbog toga teško može koristiti u statističke svrhe. *Institucionalni – vlasnički kriterijum* polazi od pripadnosti instituciji kod koje je registrovano odgovarajuće preduzeće, odnosno razgraničenje malih preduzeća od velikih ovde se vrši putem registracije.

S obzirom na različitost teorije i prakse zemalja u svetu, i definisanje malog preduzeća je najviše uslovljeno specifičnostima njihovog društvenog i ekonomskog razvoja, karakterom svojih nad sredstvima za proizvodnju, političkim stavovima i opredeljenjima, kao i dostignutim stepenom društvenog i ekonomskog razvoja. U ekonomijama zemalja Evropske unije, preduzetnički (*SMEs - Small and Medium – sized Enterprises*) sektor (*mikro, mala i srednja preduzeća*) imaju danas centralnu ulogu, smatraju se osnovnom pokretačkom snagom privrednog razvoja, jer su osnovni izvor radnih mesta i novih poslova, preduzetničkog duha i inovativnosti, pa su zbog toga ključna u podsticanju konkurentnosti i zaposlenosti. Na jednom

jedinstvenom tržištu, bez internih granica, od esencijalnog značaja je utvrditi zajedničku definiciju malog preduzeća, kako bi se unapredila njihova poslovna kohezivnost i efikasnost, kao i prenebregnule sve moguće distorzije konkurencije.

Evropska komisija je 1996. godine, na osnovu prethodnih preporuka, usvojila prvu zajedničku definiciju (ubrzanu nas kriterijumima za kategorizaciju preduzeća), koja je bila primenjivana u EU ekonomija. U maju 2003. godine, usvojene su nove preporuke EC (European Commission) za definisanje mikro, malog i srednjeg preduzeća, pre svega, kao rezultat ekonomskog razvoja na prostoru EU od 1966. godine. Tako je 1. januara 2005. godine, prihvaćena nova definicija, s ciljem da se dalje unapredi poslovno okruženje za makro, mala i srednja preduzeća i istovremeno promovirati preduzetništvo, investicije i privredni rast.⁴²

Tabela 1. EU definicija malog preduzeća

Kategorija preduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji prihod	Vrednost imovine
SREDNJE	< 250	× € 50 miliona (1996 god. € 40 miliona)	Ö € 43 miliona (1996. god. € 27 miliona)
MALO	< 50	Ö € 10 milona 1996. god. € 7 milona	Ö € 10 milona 1996. god. € 5 milona
MIKRO	< 10	Ö € 2 milona (Nije ranije definisano)	Ö € 2 milona (Nije ranije definisano)

Izvor: Eurostat,

Kao što vidimo, ključni kriterijumi za klasifikaciju preduzeća po veličini su: *broj zaposlenih*, *ukupan prihod* i *vrednost imovine*. Ovi isti kriterijumi sadržani su i u zakonskoj regulativi u Republici Srbiji (Zakon o raunovodstvu, 2013.) koja regulira razvrstavanje pravnih lica prema veličini⁴³:

Tabela 2. Kriterijumi za kategorizaciju preduzeća po veličini u Republici Srbiji

Kategorija preduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji prihod	Vrednost imovine
SREDNJE	< 250	do 35 mil. €	do 17,5 mil. €
MALO	< 50	do 8,8 mil. €	do 4,4 mil. €
MIKRO	< 10	do 700.000,00 €	do 350.000,00 €

Takođe, primenjuju i istovetne kriterijume, Zakon o raunovodstvu i reviziji u Federaciji Bosne i Hercegovine, ova preduzeća definiše na sledeći način⁴⁴:

⁴² European Commission, 1966.

⁴³ Zakon o raunovodstvu, Sl. glasnik RS br. 62/2013, član 6.

Tabela 3. Razvrstavanje pravnih osoba u Federaciji BiH

Kategorija preduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji prihod	Vrednost imovine
VELIKO		Više od gornjih vrednosti kod najmanje dva krit.	
SREDNJE	50 - 250	od 2 do 8 mil. KM	od 1 do 4 mil. KM
MALO	< 50	< 2 mil. KM	< 1 mil. KM

Imaju i u vidu EU kriterijume za kvalifikaciju preduzeća po veličini, potom na osnovu zakonske odrednice koje regulišu ovu oblast, kao i potrebe za analizom praktičnih aspekata poslovanja ovih privrednih subjekata, definisano je malo preduzeće. U tom smislu, pod malim preduzećem podrazumevamo *proizvodne i uslužne privredne subjekte iz skoro svih delatnosti, zanatstva i domaće radinosti, sklone inovacijama, sa većom tržišnom fleksibilnošću i brzinom odlučivanjem, koje zapošljavaju do 50 radnika. Osnivač je ujedno i strateg, sa svim obeležjima lidera, intuitivan, inventivan, sposoban da otkriva nove poslove, dugoročno orijentisan, vizionar, spreman da motiviše i pokrene sve zaposlene u jednoj manje formalizovanoj organizaciji da se maksimalno angažuju na realizaciji ciljeva preduzeća.*⁴⁵

2.3. Mesto i uloga preduzetničkog sektora u savremenoj privredi

Preduzetnički (MSPP) sektor doprinosi razvoju ekonomije u svim aspektima. Ovaj sektor dovodi do raznovrsnosti i širenja ekonomskih aktivnosti, stimulacije domaćeg preduzetništva i tehnologije i stvaranja novih poslova. Mala i srednja preduzeća treba da doprinesu samozapošljavanju, rastu zaposlenosti, jačanju konkurentnosti, rastu izvoza i ravnomernom regionalnom razvoju.

Nova se radna mesta sve više otvaraju u novim malim preduzećima, a ne u velikim. Zemlje u kojima je preduzetništvo razvijenije imaju manje problema sa nezaposlenošću. U mnogom ekonomijama pozicija malih i srednjih preduzeća je veoma značajna, s obzirom da predstavljaju dominantnog poslodavca – to se ogleda u njihovom udelu u ukupnom broju zaposlenih, kao i doprinosu bruto domaćem proizvodu. Za mnoge ljude MSP sektor predstavlja budućnost posmatrano kroz zaposlenje, odnosno nova radna mesta.

Trend po kome velika preduzeća nastavljaju s procesom otpuštanja radnika, rezultira time da se otpušteni radnici i menadžeri sve više ulaze u svoje sopstvene poslovne poduhvate, popunjavaju i tržišne niše proizvode i pružaju i različite vrste usluga, esto i

⁴⁵ Penezi, N.D., *Preduzetništvo-savremeni pristup*, Akademska knjiga, Novi Sad, 2009., str. 162-163.

biv-im poslodavcima od konsultantskih do mnogih drugih vrsta podrške. Biv-i menadžeri i radnici koji su otpušteni sve više osnivati i voditi male preduzetničke firme koje pružaju visok kvalitet i visoku vrednost proizvoda i usluga svojim kupcima na in na koji to nisu bili u mogućnosti rade i u velikim birokratizovanim kompanijama.

Cilj svake ekonomije jeste da poveća konkurentnost, stvori više radnih mesta i poveća ulaganje u znanje. Ovo su pretpostavke rasta izvoza, odnosno ravnopravnog nastupa na otvorenom tržištu i mogućnosti opstanka u uslovima jakih konkurentskih pritisaka, ne samo na inostranom tržištu već i doma em, koji su zbog procesa liberalizacije sve prisutniji. U postizanju tog cilja ključnu i najveću ulogu imaju mala i srednja preduzeća sposobna kontinuirano i dinamično prilagođavati se tržišnim zahtevima.

Novim preduzetničkim inicijativama, kojima se pokreću nova preduzeća ili preusmerava postojeća, jača se konkurentnost i potiču se ostala preduzeća da odgovore uvođenjem inovativnih rešenja. Na ovaj način se čine inovacije u preduzeću ima na području organizacije, procesa, proizvoda, usluga i nastupa na tržištu, a što sve dovodi do jačanja konkurentne sposobnosti cele privrede. Ovaj proces potrošača ima donosi pogodnosti u vidu boljeg kvaliteta proizvoda, većeg izbora i nižih cena.

Biv-e socijalističke zemlje se opredeljuju za tržišnu privredu i oslobađaju privatnu inicijativu. Na samom početku tranzicionog procesa u biv-im socijalističkim ekonomijama bila je prisutna neusklađena struktura preduzeća po veličini, odnosno postojao je nedovoljan broj preduzeća sa manjim brojem zaposlenih.

Mala i srednja preduzeća, bez obzira na svoj nepovoljan početni položaj, treba da budu nosioci rešavanja osnovnih problema neefikasnosti privredne strukture koji su nasleđeni iz prethodnog perioda. Ona treba svojom specijalizovanom proizvodnjom, posebno malim proizvodnim serijama, da preuzmu tržišta koja su društvena i državna preduzeća zbog svog tehnološkog zaostajanja izgubila. Mogu imati značajnu funkciju u lokalnom i regionalnom razvoju, posebno kada se teži diversifikaciji privredne strukture ili zameni, odnosno dopuni lokalnih velikih industrijskih sistema među kojima se mnogi i zatvaraju.

MSP sektor u nerazvijenim ekonomijama pruža mogućnost primene savremenih rešenja i prakse razvijenih zemalja na kojima su one izgradile svoju privrednu snagu i konkurentnost. Pri tome se misli na transfer savremene tehnologije, davanje većeg značaja ulaganju u istraživanje i razvoj, neprestano inoviranje, lakše prilagođavanje tržišnim promenama,

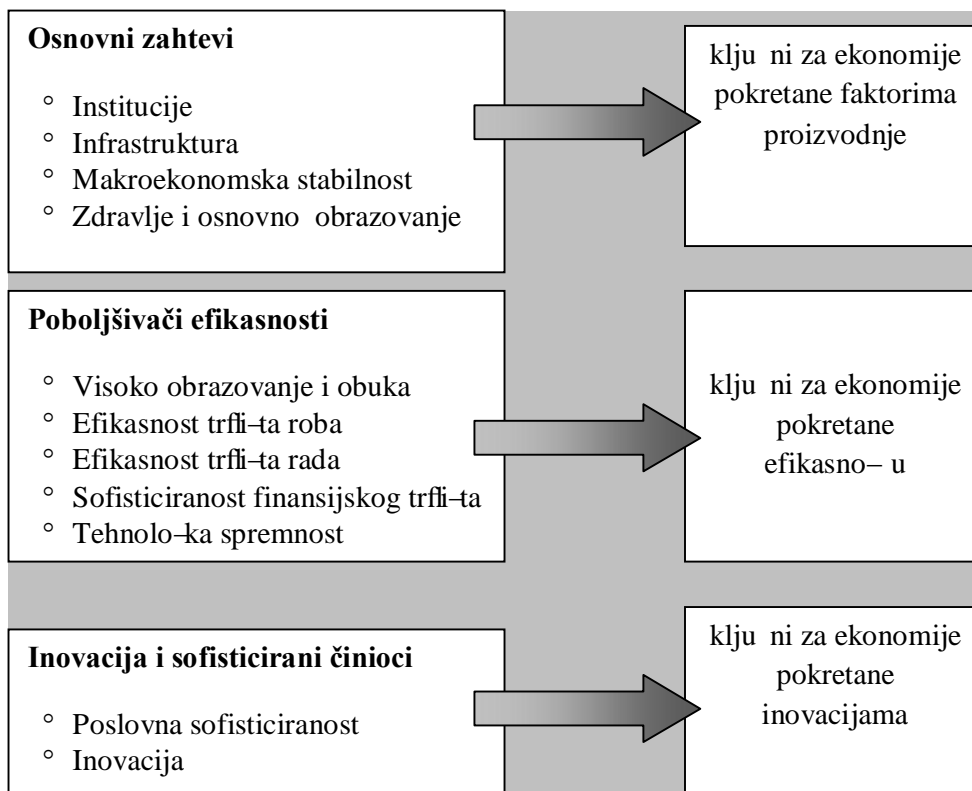
primenu najnovijih znanja iz menadžmenta i organizacije, uključivanje u svetske trgovinske tokove i zastupljenost preduzetničkog duha koji stalno pomiče granice preduzeća i cele privrede.

Tesna je veza između malih i srednjih preduzeća s jedne strane i preduzetnika s druge. Naime, preduzetnici ne deluju sami, oni angažuju saradnike i brojnu radnu snagu za realizaciju svojih poslovnih aktivnosti i poduhvata. Stoga mala preduzeća postaju važan inilac novog zapošljavanja, omogućavaju lakše zadovoljavanje preduzetničkih inicijativa, povećavaju mobilnost radne snage, predstavljaju jednu od poluga primene savremenih tehnologija, povećavaju konkurentnost i deluju na ukupnu efikasnost privređivanja. Preduzetnici i mala preduzeća danas predstavljaju najdinamičniji deo mnogih ekonomija.

Danas, na području EU/28 ekonomija aktivno je 21,3 preduzeća, od kojih 99,8% su privredni subjekti koji zapošljavaju do 250 radnika. Ovaj sektor učestvuje sa 67% u ukupnoj zaposlenosti i doprinosi sa 57% BDP-u. U okviru grupe mikro, malih i srednjih preduzeća, mikro preduzeća zapošljavaju najviše radnika, skoro 39 miliona, a u ukupnom broju preduzeća učestvuju sa oko 92%.⁴⁶ Ključno pitanje za svaku ekonomiju postaje pitanje konkurentnosti.

U izveštajima Svetskog ekonomskog foruma o konkurentnosti nacionalnih ekonomija, polazi se od stava da postoje brojne komponente konkurentnosti od kojih svaka reflektuje jedan njen aspekt. Sve ove komponente su grupisane u 12 stubova konkurentnosti. Ovi stubovi nisu nezavisni, već su povezani jedni s drugima i međusobno se pojačavaju.

⁴⁶ First Section of the Annual Report on EU Small and Medium-sized Enterprises, EIM Business & Policy Research, Zoetermeer 2009., str. 20. (projekat je poručila Evropska komisija, Generalna direkcija za preduzetništvo i industriju).



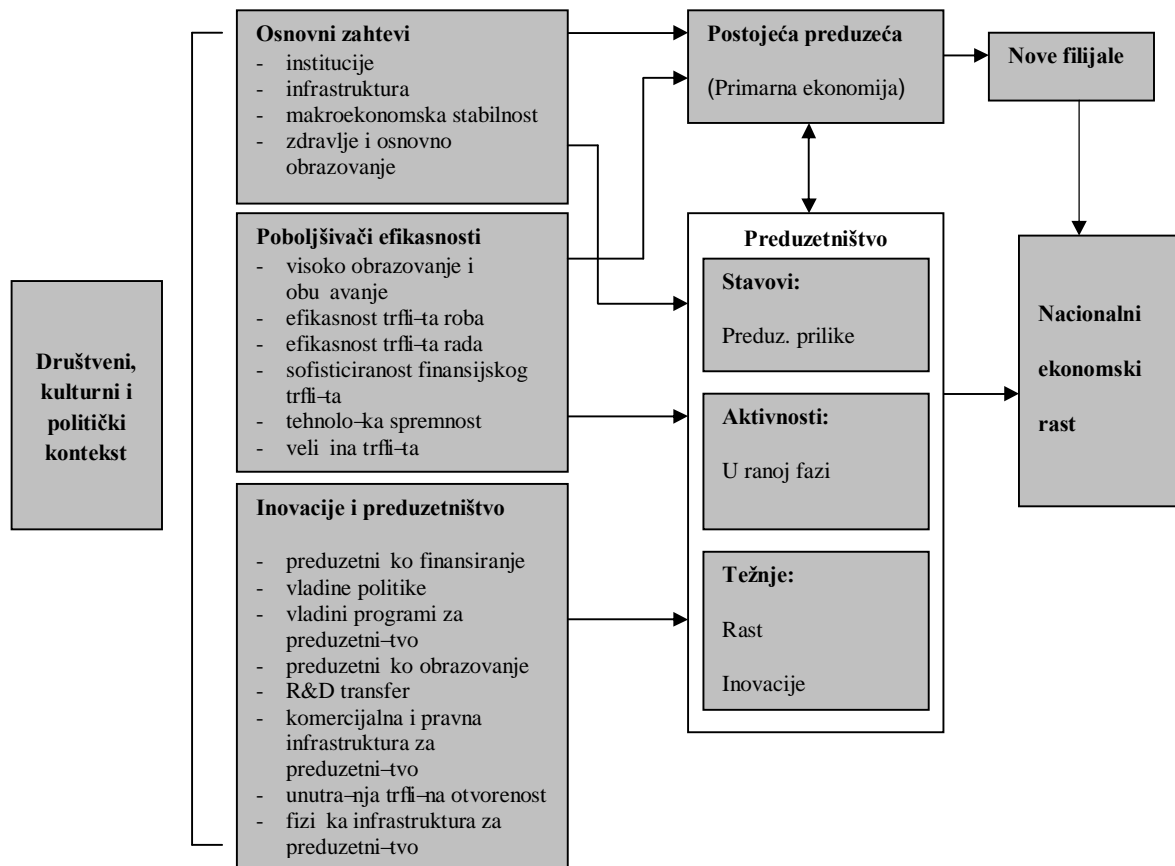
Slika 1. 12 stubova konkurentnosti

Također, stubovi se dele na tri podgrupe od kojih je svaka ključna za određenu fazu ekonomske razvijenosti⁴⁷.

Istraživači na GEM (Global Entrepreneurship Monitor - najveća tekuća studija o razvoju preduzetništva u svetu) u svom modelu ekonomskog rasta usvajaju relevantne nacionalne uslove iz Globalnog indeksa konkurentnosti za ekonomske aktivnosti pokretane faktorima proizvodnje i za ekonomske aktivnosti pokretane efikasno- u i istovremeno -ire identifikuju okvirne uslove koji su specifični za inovacije i preduzetništvo. Preduzetnički okvirni uslovi (EFCs) odražavaju značajne odlike društveno-ekonomske sredine za koje se očekuje da imaju značajan uticaj na preduzetnički sektor. Sledeća slika prikazuje GEM-ov model ekonomskog rasta u kome posebnu ulogu ima preduzetništvo:⁴⁸

⁴⁷ The Global Competitiveness Report 2009-2010, World Economic Forum, Geneva 2009., str. 8.

⁴⁸ Niels Bosma, Jonathan Levie, 2009 Executive Report, Global Entrepreneurship Monitor, 2010., str. 12.



Slika 2. GEM model ekonomskog rasta

Prethodni model pokazuje da ekonomski rast pojedinih nacionalnih ekonomija, koji je pod snažnim uticajem kulturnih, političkih i društvenih činilaca, predstavlja rezultat delovanja dvaju različitih, ali komplementarnih mehanizama, s međusobno povezanim aktivnostima. Jedan od njih generički najznačajniji i već utemeljena uložena preduzeća, bez obzira na njihovu veličinu. Povećanje rasta tih preduzeća i ekspanzija njihovog poslovanja povećava potražnju za proizvodima i uslugama nacionalnih privreda, uključujući i povećane tržišne izgleda za brojna mikro, mala i srednja preduzeća.

2.4. Inovativna priroda preduzetničkog procesa

Preduzetništvo je, kao inovativni i svrshodni proces, u prirodnom skladu sa suštinom vekovnih potreba da stalno nešto radi, da menja, stvara i afirmira svoje rezultate. Osobe i pojedinci preduzetničkog duha i predispozicija čine da samostalno osmišljavaju i oblikuju

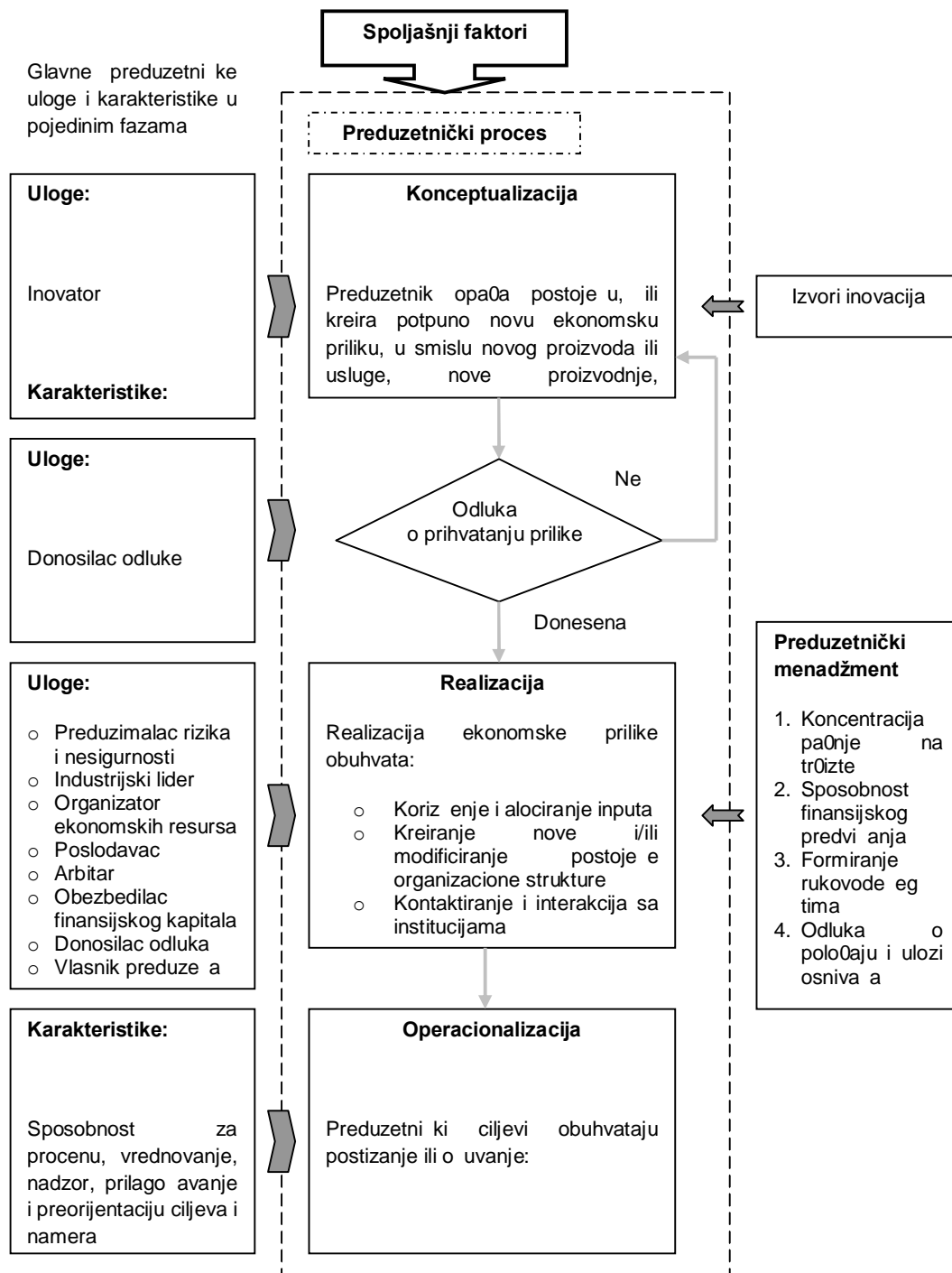
svoje poslovne aktivnosti, da kroz njih ispolje i potvrde svoj kreativni identitet. Oveku u ostvarivanju tih potreba i zahteva, koji su imanentni njegovom biću u njegovoj suštini, teži da ima slobodu inicijative, slobodu delovanja.⁴⁹

Otvoreno društvo, koje oslobađa inicijativu pojedinaca, koje ne ograničava i ne ugrožava prirodnu potrebu ovekada da menja, usavršava i unapređuje u ambijentu takmičenja sa drugima, bogato je društvo sa sigurnom perspektivom. Razvijene zemlje sveta su već u drugoj polovini devetnaestog veka poele stvaraju uslove za oslobađanje privatne preduzetničke inicijative i razvoj slobodnog preduzetništva, kroz koje je afirmisana poslovnost i profesionalizam. Ti principi su ugrađeni u društveno mišljenje i stavove, u kulturu, u svest ljudi, u religiju, u obrazovanje, u svakodnevno ponašanje.

Tako oslobodjena preduzetnička inicijativa i preduzetnički duh otvorili su širom vrata za stvaralaštvo, inovacije, izazove, uzbuđenja, takmičenja i sticanje profita kao nagrade za najuspješnije. To je značajno podsticalo privrednu i ekonomsku aktivnost, dovelo do osvajanja mnogobrojnih novih poslovnih područja, razvoja potpuno novih proizvoda i tržišta i rezultiralo u postupnom napućanju siromaštva i stvaranja nove, bogatije budućnosti zasnovane na radu, znanju, naukom i tehnološkom progresu.

U poslovnom ambijentu otvorenom i pogodnom za razvoj i promene pojedinac postaje aktivan nosilac promena i doprinosi oslobađanju društva od siromaštva, stagnacije i zaostajanja. Stvaraju se, dakle, preduzetničke ekonomije u kojima dominantno mesto imaju preduzetničke inicijative i preduzetnički principi poslovanja.

⁴⁹ Penezi, N.D., „Preduzetništvo-savremeni pristup“, Akademska knjiga, Novi Sad, 2009.



Slika 3: Model preduzetničkog procesa

Gornja slika pokazuje da preduzetnički proces započinje fazom konceptualizacije. Na osnovu vlastitih izvora informacija preduzetnik opaža postojeću ili kreira potpuno novu ekonomsku priliku u smislu novog proizvoda ili usluge, nove proizvodnje, marketinga ili metoda

isporuke. Do punog izražaja dolaze inovatorske sposobnosti preduzetnika, koje se karakteri- u sposobno- u uo avanja ili kreiranja nove ekonomske prilike. Preduzetnik može kreirati i ve i broj prilika i to vi-e puta sve dok se ne opredeli za pravu. U fazi dono- enja odluke preduzetnik se nalazi u ulozi donosioca odluke i mora raspolagati sposobno- u procene i vrednovanja ekonomskih prilika.

Izborom odgovaraju e ekonomske prilike po inje faza realizacije preduzetni kog procesa. Zapo inje intenzivno kori- enje i alociranje inputa, stvara se organizaciona struktura preduze a (ili modifikuje postoje a), sprovode se intenzivne aktivnosti interakcije sa nadležnim institucijama i postepeno se grade partnerski odnosi na trži- tu, a sve u cilju postizanja sinergetskog efekta. Preduzetniku predstoji najpre, obavljanje uloge nekoga ko preuzima rizik i nesigurnost, potom uloge industrijskog lidera kao i organizatora ekonomskih resursa.

Svedoci smo stalne i intenzivne preduzetni ke aktivnosti. Preduzetnici stalno poku- avaju napraviti inovacije, te na osnovu njih ste i prednosti u odnosu na konkurente i pove ati trži- no u e- e -to dovodi do pove anja profita. Inovacije mogu biti sasvim novi proizvodi i usluge, ali esto se radi o inoviranju postoje ih proizvoda i usluga, proizvodnog procesa i marketin- kog nastupa. Poku- ava se u i u proizvod konkurenata, ali sa dosta diverzifikacija i izmena na proizvodu i usluzi i sa tako er diferenciranim posebnim marketingom.

3. INOVATIVNA ULOGA PREDUZETNIKA U SAVREMENIM USLOVIMA

Poslovna praksa beflfi velike napore preduze a da, u zadovoljavanju potreba svojih potro-a a, budu uspe-niji od konkurencije i time ostvare bolji poloflaj na trfli-tu i bolje poslovne rezultate. Potrebe potro-a a i aktivnosti konkurencije esto su podsticaj preduze ima da na trfli-te lansiraju zna ajno modifikovane ili nove proizvode, ili dopune svoj proizvodni asortiman proizvodima koji su novi za preduze e. Upravo kroz inovacije, preduze a nastoje da pobolj-aju svoje poslovne rezultate i ostvare rast na trfli-tu⁵⁰, a po-to imitacija predstavlja jedan od na ina difuzije inovacije, ona predstavlja veoma zna ajan faktor u ostvarenju konkurentske prednosti preduze a, pri emu bi preduze e moralo po-tovati na ela poslovne etike.

3.1. Šumpeterov model kreativne destrukcije

Po eci razvoja teorije inovacija povezuju se sa analizama Jozefa Šumpetera (*Joseph Schumpetera*) u prvoj polovini pro-log veka, koji je inovacije ozna io kao osnovni faktor tehnolo-kog progresa i ekonomskog razvoja u smislu zamene starih tehnologija novima, -to je nazvao *kreativnom destrukcijom ili stvaralačkim razaranjem*. Sredi-na ta ka u Šumpeterovim analizama bila je konstatacija da se *kapitalizam može razumeti samo kao evolucijski proces kontinuirane inovacije i „kreativno razaranje“⁵¹*.

Šumpeter je isticao zna aj tehnolo-kih inovacija za ekonomski razvoj, a za iniciranje inovacija podjednak zna aj pridaje invencijama koje su izazvane traflnjom i egzogenom nau nom otkri u. On isti e me uzavisnost ova dva faktora, pri emu u ranim fazama ve i zna aj pridaje egzogenom nau nom otkri u koje direktno menja tehnolo-ku osnovu proizvodnje jednog broja preduze a, dok kasnije, kada privredna grana dostife zrelost koju karakteri-e nova tehnologija i novo trfli-te proizvoda, od sve ve eg zna aja postaje traflnja za novim proizvodima, koja direktno uti e na dalje -irenje tehnolo-ke inovacije privrednom granom tako da je prihvata ve ina preduze a.

Zna aj inovacija je ogroman, jer tehnolo-ke inovacije predstavljaju srfl tehnolo-kog progresa, koji je najvafniji faktor rasta produktivnosti, tehnolo-kog rasta i ekonomskog razvoja. Tehnolo-ke inovacije su jedan od najvafnijih faktora za ostvarivanje konkurentske prednosti.

⁵⁰ Boffi Lj., U inci sastavnica trfli-ne orijentacije na razvoj inovacija proizvoda, Privredna kretanja i ekonomska politika, 2006, 16(2).

⁵¹ Schumpeter, J. A., Kapitalizam, socijalizam i demokracija, Globus, Zagreb, 1982.

Pod tehnolo-kim progresom podrazumevaju se usavr-avanja postoje ih i uvo enje novih sredstava za rad, predmeta rada i procesa rada (tehnologije i organizacije proizvodnje).

Delovanje tehnolo-kog progressa dovodi do strukturnih promena u proizvodnom procesu, -to ima za posledicu ve u masu proizvoda, skra enje vremena proizvodnje, -tednju sirovina, sniflavanje tro-kova po jedinici proizvoda i pobolj-anje kvaliteta proizvoda. Uticaj tehnolo-kog progressa na porast produktivnosti (koji se standardno meri analizom reziduala u proizvodnoj funkciji) toliko je veliki da se smatra da oko polovine stope privrednog rasta poti e od njega. Tehnolo-ki progres zadovoljava rastu e i, u principu, neograni ene ljudske potrebe, ali i stvara nove potrebe (primer: foto-aparat, televizor, fotokopirni aparat, mobilni telefon, automobil, avion, ultrazvuk, skener itd.).

Kapitalizam je po prirodi oblik ili metoda ekonomske promene te nikada ne moe biti stacionarna. Temeljni impuls koji postavlja i odrflava kapitalisti ki generator u pokretu, dolazi iz novih potro-ahkih dobara, novih metoda proizvodnje ili transporta, novih trffi-ta, novih oblika industrijske organizacije koja kapitalisti ka preduze a stvaraju. Otvaranja novih trffi-ta, stranih ili doma ih, ilustruju isti proces industrijske mutacije koji neprestano revolucionir-e privrednu strukturu iznutra, neprestano uni-tavaju i staru, neprestano stvaraju i novu vrednost. Ovaj proces kreativne destrukcije je bitna injenica u kapitalizmu i u zemljama u tranziciji. U Tjampeterovoj viziji kapitalizma, inovativni ulazak preduzetnika bila je destruktivna sila koja ostvaruje stalni privredni rast, ak kao -to uni-tena vrednost renomiranih preduze a i radnika koji su uflivali odre eni stepen monopolske mo i proizlazi iz prethodnih tehnolo-kih, organizacionih, regulatornih i ekonomskih paradigmi.

Preduze a koja ostvaruju profit i donose novac iz tehnologija koja zastarevaju moraju se nuffno prilagoditi poslovnom okruflenju i stvoriti nove tehnologije. U novije vreme, internet je delovao kao katalizator za kreativne destrukcije. Internet je omogu io preduze ima da se takmi e na trffi-tima izvan svog geografskog poloflaja, dolaze i do vi-e potro-aa, ja aju i profitabilnosti, smanjuju i tro-kove u obra unskim procesima i kreiraju i pionirske, nove tehnike za poslovanje. Primer je na in na koji on-line besplatne novinske stranice kao -to su *The Huffington Post* i *Zero Hedge*⁵², dovode do kreativnog uni-tenja tradicionalnih papirnatih novina. *Christian Science Monitor*, objavio je 2009. god. da vi-e ne e objavljivati dnevne novine, ali e biti dostupne na online dnevniku i osigurati nedeljna print izdanja.

⁵² Hoffman, D., "First Amendment Award for Outstanding Journalism: Best Blog Zero Hedge", Wall St. Cheat Sheet (August 4, 2009), Includes interview with co-founder "Tyler Durden", Retrieved May 12, 2010

Seattle Post je postao isključivo online 2009. god. Tradicionalna francuska *Alumni mreža*, koja obično naplaćuje svojim pretplatnicima, na mreži online ili putem papirnatih imenika u opasnosti je od kreativne destrukcije i slobodnog socijalnog umrežavanja, suočena sa sličnim problemom kao što su *LinkedIn* i *Viadeo*.

Na kraju 20. i početkom 21. veka ekonomisti su se koncentrisali na postizanje stanja ravnoteže, ali ima i onih koji smatraju da tržišna ekonomija ne funkcioniše tako, jer u kapitalističkoj privredi preduzetnik i inovator preuzimaju rizik i pokreću novu efikasniju proizvodnju i starih i novih proizvoda. Kod Marksa nalazimo vrstu stav da kapitalistički način proizvodnje uništava feudalne i tradicionalne odnose i poretke. Za razliku od Marksa koji je sve to pripisivao kapitalističkim ekonomijama, Šumpeter je video da tržišni kapital uništava sve prethodne generacije: postoji proces industrijske mutacije, biološki termin, koji neprekidno menja ekonomsku strukturu iznutra, neprekidno ruši i staru i neprekidno stvaraju i novu. Ovaj proces kreativne destrukcije suština je kapitalizma. Ta kreativna destrukcija, ili stvaralačka promena, prema Šumpeteru, odvija se na sledeći način: „Preduzetnik nije pronalazač nego inovator, inovator pokazuje da proizvod može biti uspešan ako podigne celu ekonomiju, ali isto tako uništava organizacije i ljude čija je tehnologija postala starijom i neprofitabilna. Kapitalizam se kao sistem ne može razvijati a da ne proizvodi u početku kratkoročne gubitke da bi imao dugoročne dobitke. Bez inovacija nema preduzetnika, bez preduzetnika njih dostignuća nema kapitalistički pogon.“⁵³

Atmosfera industrijskih revolucija jedina je u kojoj kapitalizam može da preživi. Ovo Šumpeterovo shvatanje je odbačeno. Ekonomisti se vraćaju Smitu, popularizuju i izazove savremenog razvoja: obezbeđivanje svojinskih prava, poštovanje ugovora, obezbeđivanje građanskog poretka. Ali najteže je obezbediti posao upravljanja kreativnom destrukcijom, tako da se kapitalizam ne bi urušavao unutar iz suštinskih političkih razloga. Šumpeter nije verovao da se najbolji razvoj i uspeh može postići demokratijom. Jer, demokratija je neprijateljski nastrojena prema velikim nejednakostima, a socijalizam je to još i više. Kapitalizam kao sistem stvara nejednakosti. Kombinacija tržišnih ekonomija i političkih demokratija kojima se današnje razvijene zemlje hvale, a zemlje u tranziciji obruću prihvataju, ipak nisu sigurne za dugoročnu stabilnost. Nijedna zemlja koja hoće brz ekonomski razvoj, ne može za duži vremenski period biti i politička demokratija.

⁵³ Schumpeter J.A., „Business cycles : a theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process“, New York : McGraw-Hill Book Company, 1939.

3.2. Ekonomika inovacije - kreiranje nove vrednosti

Uspešna inovacija je proces u kome se nove ideje transformišu, kroz ekonomsku aktivnost, u održivi rezultat koji kreira novu vrednost. Znači, inovacija je *proces*, a ne samo *ideja*; inovacija je ostvarena tek kada je ideja transformisana u izlaz (rezultat) koji ima vrednost. Drugim rečima, inovacija je proces konverzije novih ideja u komercijalni uspeh na tržištu, odnosno njihovo komercijalno eksploataisanje.

Istraživanje i kreativnost pojedinca (preduzetnika) dovodi do otkrića - invencije. Pre nego što invencija, kao ideja, postane komercijalno održiva inovacija, nužno je uložiti mnogo rada u razvoj, pri čemu ne sve ideje prođu i uspešan put do komercijalne eksploatacije. Invencije su kulminacija istraživih aktivnosti i predstavljaju nove ideje, skice, ili modele za nove proizvode ili procese. Invencije vrlo često mogu biti patentirane. Ali ovo nije dovoljno da bi nešto bilo inovacija. Nedostaje mu komercijalna upotreba ili korišćenje. Inovacija je komercijalna aplikacija otkrića⁵⁴

Inovacija nije vezana samo za proizvode. Mnogobrojni su primeri inovacije u servisima u privatno i javnom sektoru. Na primer, Karolinska Hospital, bolnica u Stokholmu je uspela da radikalno unapredi brzinu, kvalitet i efektivnost svojih usluga i da zahvaljujući inovacijama skratiti listu čekanja za 75%, a otkazivanje tretmana za čak 80%. U oblasti bankarstva, UK First Direkt je postala najkompetitivnija banka, privlači i mesečno 10.000 novih korisnika, zahvaljujući usluzi telefonskog bankarstva zasnovanog na sofisticiranom IT sistemu. Sličan pristup u osiguranju, koji je koristio Direct Line prouzrokovao je radikalnu promenu tržišta osiguranja i danas se koristi od strane svih vodećih osiguravajućih kuća. Niz kompanija koje se bave prodajom preko interneta, poput Amazon.com, su u potpunosti promenili način na koji se u svetu prodaju knjige, muzika, putovanja, dok su eBay i drugi aukcije doveli u dnevne sobe mnogih domova.⁵⁵

Ono što ove organizacije imaju zajedničko jeste da njihov nesumljivi uspeh u velikoj meri dolazi kao rezultat inovacije. Iako kompetitivna prednost može nastati kao posledica velike kompanije ili raspolaganja resursima, sve više dominantnu poziciju na tržištu zauzimaju

⁵⁴ Oksanen, J., Rilla, N., *ÖInnovation and entrepreneurship: new innovations as source of competitiveness in Finnish SMEs*, International Journal of Entrepreneurship, 2009., p. 13

⁵⁵ Menadžment inovacija i promena, radni materijal, str. 4 (www.crnarupa.singidunum.ac.rs). - posećeno 12.10.2014.)

kompanije koje su u stanju da mobilizuju znanje, tehnologije i iskustvo da konstantno kreiraju nove proizvode, procese i usluge.⁵⁶

Inovacija donosi *bogatstvo, korisnost i blagostanje* na više različitih načina. Brojne empirijske studije pokazuju da novi proizvodi na tržištu doprinose zadržavanju i povećavanju tržišnog udela i istovremeno utiču na povećanje ukupnih prihoda. Kod postojećih proizvoda na tržištu, koji se, recimo, nalaze u zreloj fazi svog životnog ciklusa, rast prodaje i povećanje prihoda od prodaje ne nastaju samo uspešnom primenom strategija "voštva u troškovima", već uvođenjem i necenovnih faktora konkurentnosti - "novinama" u dizajnu, kvalitetu, postprodajnom servisu i sl. U situaciji kada se usled brzog i dinamičnog razvoja nauke i tehnologije gotovo svakodnevno smanjuje životni ciklus proizvoda, sposobnost da se stari proizvodi sve brže zamenjuju novim (inoviranim), sve više dobija na važnosti.

Iako se najčešće novi proizvodi i usluge doživljavaju kao vrhunac inovacije, inoviranje procesa je podjednako važno. Sposobnost da se napravi nešto što niko drugi ne može ili da se uradi to na bolji (jeftiniji, kvalitetniji, brži, efikasniji...) način od drugih predstavlja značajan izvor konkurentnosti i konkurentne prednosti. Jedno od osnovnih objašnjenja kako savremene preduzetničke organizacije (mala preduzeća) opstaju u nepredvidivom konkurentskom okruženju jeste konstantno inoviranje što istovremeno predstavlja veliku pretnju po potencijalne protivnike na tržištu.

Razumeti inovaciju zna i govoriti o promenama. Ova promena ne mora biti obavezno tehnološka, ali najveći broj inovacija koje su unapredile ljudsko društvo nastaje upravo kao posledica tehnoloških promena (prva industrijska revolucija - parna mašina, druga industrijska revolucija - električna energija i primena nafte, treća (industrijska) informaciona revolucija - pojava i primena računara i naprednih komunikacionih tehnologija). Potom, sledeća ključna dimenzija promene jeste stepen inovacije koja se odnosi na konkretni proizvod ili uslugu. Nije isto, na primer, inovirati dizajn nekog proizvoda u odnosu na potpuno novi koncept takvog proizvoda. Drugim rečima, stepen novine može biti minoran, inkrementalan ili radikaln.

U preduzetničkoj ekonomiji, inovacija je normalna, redovna, stabilna i kontinuirana pojava.⁵⁷ Preduzetništvo je proces u kojem pojedinac ili grupa organizovanim naporom koriste povoljne prilike, ostvaruju stratešku prednost i stvaraju novu vrednost⁵⁸.

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ Robins, S.P., Kolter M., *Menadžment*, 8. Izdanje, Beograd, Data Status, 2005, str. 40.

Tabela 4. *Mehanizmi, strateška prednost i primjeri inovativnosti*

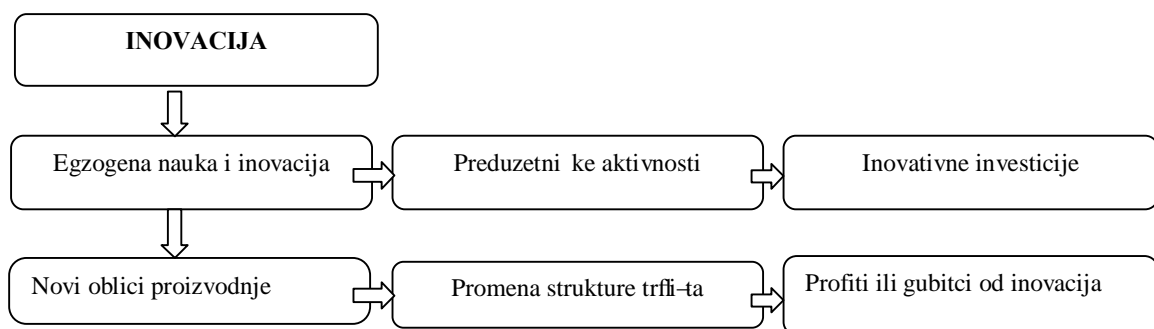
Mehanizam	Strateška prednost	Primer
Novina u proizvodu ili usluzi	Ponuditi ne-to -to niko drugi ne može	Ponuditi prvi ... vokmen, mašinu za pranje sudova, kameru ... svetu
Novina u procesu	Ponuditi to na način na koji drugi ne mogu - brže, po nižoj ceni, više prilagođeno kupcu...	Internet bankarstvo, online prodaja knjiga...
Kompleksnost	Ponuditi ne-to -to e drugima biti teško da osvoje i imitiraju	Rolls - Royce i avio motori - samo skup konkurenata može ovladati kompleksnim mašinstvom i metalurgijom
Pravna zaštita intelektualne svojine	Ponuditi ne-to -to drugi ne mogu dok ne plate licencu ili drugu vrstu naknade	Vrhunski lekovi poput Prozac, Zentac i drugi.
Dodati/proširiti faktore kompeticije	Pomeriti osnovu kompeticije - na primer sa cene proizvoda, na cenu i kvalitet proizvoda, ili cenu, kvalitet i ponudu proizvoda	Japanski proizvođači automobila su sistematski proširivali faktore u kojima fleđe da se takmiče, od cene ka kvalitetu, ka fleksibilnosti, mogućnosti izbora, skraćivanju vremena između lansiranja novih proizvoda...
Tajming	Prednost onog koji prvi ulazi na tržište - biti prvi na tržištu sa novim proizvodom može biti vredno značajnog udela u tržištu tog proizvoda. Prednost onoga koji brzo ulazi za prvima na tržište - ponekad biti prvi na tržištu znači preleđati šđeđe ije bolesti, i može biti bolje ako posmatramo nekog dugog kako pravi greške na neispitanom terenu, a zatim brzo ući na tržište sa sličnim proizvodom	Amazon.com i Yahoo! - drugi mogu samo da prate njihov uspeh, ali je prednost na njihovoj strani. Palm Pilot i drugi personalni digitalni asistenti (PDA) koji su osvojili veliki udeo u tržištu. Zapravo, koncept i dizajn su razvijeni na bazi Apple-ovog neuspešnog proizvoda Newton nekoliko godina ranije. Glavni Newton-ovi problemi su bili veliki inače, i prepoznavanje rukopisa.
Robustan dizajn	Ponuditi ne-to -to predstavlja platformu na kojoj se mogu graditi varijacije i druge generacije proizvoda	Boeing 737 - iako star preko 30 godina, osnovni dizajn se i dalje adaptira i nadograđuje kako bi koristi različitim korisnicima.
Postavljanje novih pravila	Ponuditi ne-to -to predstavlja potpuno nov koncept proizvoda ili procesa - drugačiji način na koji se stvari rade - koji ini dotadašnje/stare procese/proizvode viškom	Pisa mašina naspram Word i sličnih programa na savremenim računarima, led naspram fluorescenta i zamrzivača, električno osvetljenje naspram gasnih i naftnih lampi.
Rekonfiguracija sistema	Pronađi novi način na koji se delovi sistema mogu uklopiti da funkcionišu zajedno - na primer, izgradnja efektivnijih mreža,	Benetton u odevnoj industriji, Dell u računarima, Toyota u svom supply chain menadžmentu

⁵⁸ Menadžment inovacija i promena, radni materijal, str. 7 (www.crnarupa.singidunum.ac.rs. - posećeno 12.10.2014.)

	outsourcing i koordinacija virtuelnim kompanijama	
Nešto drugo?	Suština inovacije je u traženju novih načina da se nešto uradi i stekne strateška prednost - tako da se uvek potražuje prostor za nove načine sticanja i zadržavanja kompetitivne prednosti	Nepster? Ova firma je počela sa softverom koji je omogućavao zaljubljenicima u muziku da razmenjuju svoje omiljene numere preko Interneta - Nepster, obezbeđuje P2P (person to person) vezu obezbeđujući i brzu vezu. Ali njen potencijal da promeni arhitekturu i model upotrebe Interneta je znatno veći. Ovaj servis je odgovoran za celitavu generaciju novih programa i servisa.

Timperter je inovacije proglasio osnovnim faktor tehnološkog progressa i ekonomskog razvoja, u smislu zamene starih tehnologija novim, što je, kao što smo već naveli, nazvao škreativnom destrukcijom. Timperter je prvi uočio značaj razvoja novog proizvoda za ekonomski razvoj, smatrajući da je konkurentnost organizacije koja se postiže uvođenjem novog proizvoda daleko značajnija od one koja je zasnovana na marginalnim promenama cena već postojećih proizvoda. Timperter je inovaciju definisao kao šnovu kombinaciju postojećih resursa. Ovu aktivnost kombinovanja nazvao je preduzetni kom funkcijom i vezao je za preduzetnika i preduzetništvo. U vezi sa ovim, ponudio je i dva modela:

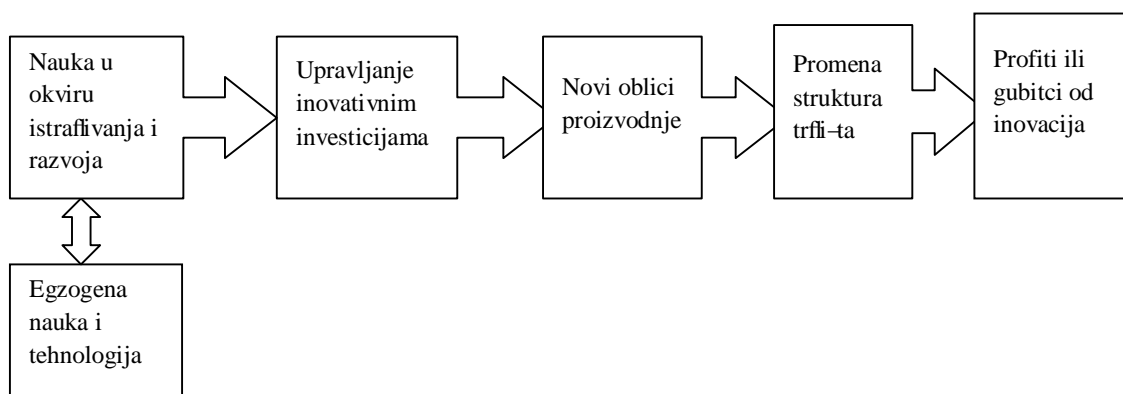
Prvi model se odnosi na uticaj tehnoloških inovacija na ekonomski razvoj u periodu pre Drugog svetskog rata, kada su razvoj nauke i iz nje proizlaže invencije bile egzogene u odnosu na preduzeća, a time i nezavisne od stanja traženja za proizvodima. U takvoj su situaciji neki preduzetnici, spremni da preuzmu rizik, prihvatili invenciju, razvijali je i primenjivali direktno u proizvodnji, shvatajući i moguću potencijal inovacije koji se kroz profite realizovati u budućnosti.



Slika 4. Dinamika i uticaj preduzetničke inovacije - model 1.

Izvor: Adaptirano prema: Narayana, V.K., „Managing Technology and Innovation for Competitive Advantage“, Prentice Hall, 2001

Drugi model u ve o j meri odgovara periodu posle Drugog svetskog rata kada su aktivnosti istraffivanja i razvoja velikih preduze a obuhvatila i nau na istraffivanja i tehnolo–ki razvoj, u tesnoj interaktivnoj vezi sa egzogenim nau nim i tehnolo–kim razvojem. Ovim modelom Timpeter je etrdesetih godina pro–log veka vizionarski nagovestio ono –to se desilo u krajem XX i po etkom XXI veka- velike kompanije, zahvaljuju i ulaganjima u istraffivanje i razvoj, postaju nosioci tehnolo–kog razvoja u svetu. Sve je po elo pre 140 godina otvaranjem prve istraffiva ke laboratorije u kompaniji BASF u Ludvigshafenu, a danas se najve i istraffiva ki rad odvija u okviru velikih kompanija koje izdvajaju ogromna sredstva za tehnolo–ki razvoj (Mickrosoft, IBM, Intel, GE, GM, Tojota, Mazda, Volksvagen, Dipon, Nokia, Samsung, Boeing, Airbus, Lockheed Martin, Pfizer, Roche).



Slika 5. Dinamika i uticaj preduzetničkih inovacija - model 2

Izvor: Adaptirano prema: Narayana, V.K., „Managing Technology and Innovation for Competitive Advantage“, Prentice Hall, 2001

Piter Draker (*Peter Drucker*), uveni guru menadffmenta, inovaciju posmatra kao "specifičan alat preduzetnika, sredstvo pomoću koga oni koriste promenu kao mogućnost za različiti posao ili uslugu."⁵⁹ i upozorava da je u globalnoj revoluciji znanja, organizacija koja nije spoozna da inovira, osu ena je na propast i nestajanje. Majkl Porter (*Michael Porter*) posebno isti e zna aj zna aj inovativnosti, tj. sposobnosti preduze a da realizuje uspe–ne inovacione

⁵⁹ Sto–i B., Menadffment inovacija ó ekspertni sistemi, modeli i metodiö, Beograd, FON, 2007., str. 3

projekte, za sticanje konkurentne prednosti.⁶⁰ Kristofer Frimen (*Christopher Freeman*) je definisao inovacije u odnosu na inovacione aktivnosti i procese, isti u i da inovacija obuhvata tehni ki dizajn, proizvodnju, menadžment i komercijalne aktivnosti koje su uključene u marketing novog, odnosno unaprije enog proizvoda ili prvu komercijalnu upotrebu novog, odnosno unaprije enog procesa ili opreme.⁶¹

Evropska komisija definiše inovaciju kao šunapre enje i pove anje opsega proizvoda i usluga i povezanih tržišta; uspostavljanje novih metoda proizvodnje, nabavke i distribucije; uvo enje promena u menadžmentu, organizaciji i uslovima rada zaposlenih.⁶² Prilikom definisanja inovacije mogu se uzeti u obzir etiri aspekta posmatranja: *preduzetništvo, konkurentna prednost, inovacione aktivnosti i procesi i priroda inovacije*.⁶³

Inovativnost, kao vitalni atribut savremene preduzetni ke organizacije (malog preduze a) ini otvorenosti organizacije prema promenama, uspešnom upravljanju promenama i uspešnom prihvatanju promena. Inovativnu organizaciju karakteriše okrenutost prema kupcima i tržištu i oslanjanje na tehnologiju kao resurs za postizanje konkurentnosti, otvorenost i orijentacija prema promenama, što predstavlja uslov za visok stepen inovativnosti preduze a. Istovremeno, osnovni faktori koji uti u na inovativnost su specifi no konkurentsko okruženje u grani kojoj pripada organizacija i sposobnost same organizacije da upravlja promenama i unosi novine.

3.3. Tipologija inovacija

U literaturi postoji veliki broj razli itih klasifikacija inovacija. Tampeter je identifikovao pet tipova inovacija:⁶⁴

1. Uvo enje novog proizvoda,
2. Uvo enje novog na ina proizvodnje,
3. Otvaranje novog tržišta,
4. Osvajanje novog izvora sirovina ili poluproizvoda,
5. Stvaranje nove organizacije.

⁶⁰ Draker, P.F., *ŠInovacije i preduzetništvo ó praksa i principiö*, Beograd, Privredni pregled, 1991.

⁶¹ Freeman, C., *ŠEconomics of Industrial Innovationö*, 3rd Revised Edition, Routledge, 1997.

⁶² European Commission. Green Paper on Innovation. European Commission, December 1995.

⁶³ Ibidem..

⁶⁴ Jean-Jacques S... *ŠScience, technologie et développement: le problème des prioritésö* Revue TiersMonde, Tome, 1986., 27(105), str.. 213.

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD - *Organisation for Economic Co-operation and Development*) navodi slede u podelu:⁶⁵

1. Inovacije proizvoda/usluga,
2. Inovacije procesa,
3. Inovacije organizacije,
4. Inovacije marketinga.

Inovacije proizvoda predstavljaju uvo enje prizvoda koji je potpuno nov ili zna ajno unapre en –to se ti e njegovih karakteristika ili namene. Preduze e ulazi u projekat novog proizvoda, jer novi proizvod mo fle: biti izvor konkurentske prednosti, pobolj –ati organizacioni imidfl, osnafliti marketing/brend, obezbediti mogu nosti za poja anje ili promenu strate –kog pravca; obezbediti povrat uloflenih sredstava i povoljno uticati na ljudske resurse (primeri inovacija proizvoda: novi materijali - teflon, kevlar, instant fotografija, kamera u mobilnom telefonu, margarin bez holesterola, GPS i sl.). Inovacije usluga su tako e od vrlo velikog zna aja obzirom da poslednjih godina tehnologija dobija sve ve i zna aj u uslugama, –to doprinosi eksponencijalnom rastu ovog sektora i omogu ava savremenim organizacijama da pobolj –aju svoju efikasnost i efektivnost i unaprede svoje usluge.

Inovacije procesa predstavljaju primenu novih ili zna ajno pobolj –anih metoda proizvodnje, koji se mogu sastojati u promeni opreme, promeni softvera, organizaciji ili tehnologiji proizvodnje. Inovacija procesa ima za cilj pove anje efikasnosti, tj. sniflenje tro –kova po jedinici proizvoda (pimeri inovacije procesa: uvo enje nove opreme - lasera, senzora, automatizovane opreme, digitalizacija procesa –tampanja i sl.).

Inovacije organizacije ili organizacione inovacije predstavljaju implementaciju novog metoda organizacije u preduze u (primeri inovacija organizacije: promena organizacije radnih mesta, formiranje timova radi unapre enja poslovanja, uvo enje standarda kvaliteta proizvoda i sl.).

Kona no, *inovacije marketinga* predstavljaju primenu novog marketing metoda koji uklju uje zna ajne promene u dizajnu proizvoda, pozicioniranju, promociji ili ceni proizvoda (primeri

⁶⁵ OECD, Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris, OECD Directorate for Science, Technology and Industry, Industry Committee, 1991

inovacija marketinga: uvođenje direktne ili ekskluzivne prodaje, korišćenje metoda varijabilne cene robe, promocija novog robnog ffiga, reklamiranje novog proizvoda i sl.).⁶⁶

Teoreti ar strategijskog menadžmenta Geri Hamel (*Gary Hamel*) definiše inovacije menadžmenta kao napu–tanje tradicionalnih principa menadžmenta ili napu–tanje uobi ajenih formi organizacije, –to bitno menja na in na koji se posao menadžmenta obavlja.⁶⁷ Jednostavnije re eno inovacije menadžmenta menjaju na in rada menadžera, tj. kako menadžeri rade ono –to rade.

Prema kriterijumu prirode inovacija, postoje dve velike grupe inovacija:⁶⁸

- *Radikalne* (suštinske) inovacije predstavljaju velika unapre enja na nivou stanja tehnologije.
- *Suštinske* inovacije imaju za rezultat potpuno nove proizvode, usluge ili procese. One se mogu predstaviti kao proces u kojem je poznat pravac istraffivanja, ali je krajnji rezultat nepoznat.

Profesor na Harvardskoj poslovnoj –koli (Harvard Business School), Klejton Kristensen (Clayton M. Christensen), je podelio inovacije u dve velike grupe:

- Ustaljene (tradicionalne) inovacije - Predstavljaju inkrementalna pobolj–anja postoje ih proizvoda ili procesa.
- Disruptivne inovacije - Predstavljaju tehnolo–ke inovacije koje uvode potpuno nove proizvode na trffi–te, koji izazivaju pravu tehnolo–ku revoluciju ili inovacije koje pobolj–avaju proizvode/usluge na na in na koji trffi–te ne o ekuje, tako –to naj e– e imaju niflu cenu ili su namenjeni druga ijoj grupi potro–a a.⁶⁹

Disruptivna inovacija kreira nove proizvode koji zadovoljavaju potpuno nove potrebe potro–a a koje do tada nisu ni postojale ili omogu ava potpuno novoj grupi potro–a a pristup proizvodu koji je u ranijem periodu bio dostupan samo potro–a ima sa visokim dohotkom ili potro–a ima sa odgovaraju im ve–tinama. Disruptivna inovacija kreira proizvod koji

⁶⁶ Schumpeter, J.A., *Business cycles : a theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process*, New York: McGraw-Hill Book Company, 1939.

⁶⁷ OECD, Eurostat, Oslo Manual - Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. OECD Publishing, 2005

⁶⁸ Jovanovi , P., *Leksikon menadžmenta*, Beograd, FON, 2003.

⁶⁹ Christensen, C.M., *The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book that Will Change the Way You Do Business*, Collins Business, 2003.

pronalazi jednostavnu primenu u donjem segmentu tržišta, a onda nezaustavljivo napreduje ka vrhu, što kao posledicu ima potiskivanje postojećih konkurenata sa tržišta.

Preduzetnici koji se zasniva na disruptivnim inovacijama je specifičan i ima sledeće osobine: niže profitne stope, manje ciljno tržište i jednostavnije proizvode koji ne moraju izgledati podjednako atraktivno kao postojeći proizvodi, ukoliko se kao mera upoređenja uzmu osobine proizvoda koji se već nalaze na tržištu. Tipičan primer disruptivne inovacije novog proizvoda koji izaziva tehnološku revoluciju je telefon - da je prvobitni telekomunikacioni gigant, Bell odlučio da napravi komunikacioni uređaj sličan telegrafu, samo malo poboljšan, verovatno bi ovaj poduhvat bio kratkog daha. Umesto toga, preduzeće je odlučilo da problem komunikacije reši drugačije i to na toliko koristan način da je ova disruptivna inovacija ponudila sve prednosti koje je telegraf posedovao. Tako je zahvaljujući novom proizvodu, telefonu, Bell uništio Western Union na tržištu komunikacija.

Nove preduzetničke organizacije poseduju sposobnost da stvari vide na drugačiji način. Kristensen je otkrio da su nove kompanije nadigrale dobro razrađena preduzeća, *šod najjednostavnijih do najradikalnijih, kompanije koje vode industriju u svakoj fazi razvoja i primene disruptivnih tehnologija su bile kompanije novopridošle u industriju, a ne ustaljeni i potvrđeni lideri*.¹⁷ Da preduzetničke organizacije imaju boljim inovatorima? Jedna jedina stvar - one su sposobne da prepoznaju mogućnosti i problemima pri ulaganju u novi način. One nisu opterećene starim načinima mišljenja ili uverenjima o tome kako se oduvek radilo. Jasno je da velike kompanije imaju nekoliko prednosti u odnosu na male.

Tabela 5. *Uporedni pregled disruptivne i marginalizovane tehnologije*

Disruptivna inovacija	Marginalizovana tehnologija
Musketa	Luk i strela
Papir	Pergament
Telefon	Telegraf
Internet telefonija	Fiksna telefonija
Tekst procesor	Pisala mašina
Motorno vozilo	Zaprešno vozilo
Tranzistor	Vakumska lampa
Ekran sa tečnim kristalom LCD	Ekran sa katodnom cevi
Digitalna fotografija	Fotografija sa filmom
Muzika u digitalnom formatu-mogućnost preuzimanja sa interneta	CD/ DVD

Izvor: Draker P., „Inovacije i preduzetništvo”, Beograd, Privredni pregled, 1991. str. 17.

Uspešni proizvodi uvek su imitirani ili poboljšavani od strane drugih preduzeća. Iz tog razloga, ova faza se često označava i kao faza imitacije. Kao što se može primetiti posmatranjem faza inovacionog procesa, inovacija mora biti potvrđena na tržištu da bi bila priznata kao inovacija. U suprotnom, radi se samo o još jednom pronalasku (inenciji).

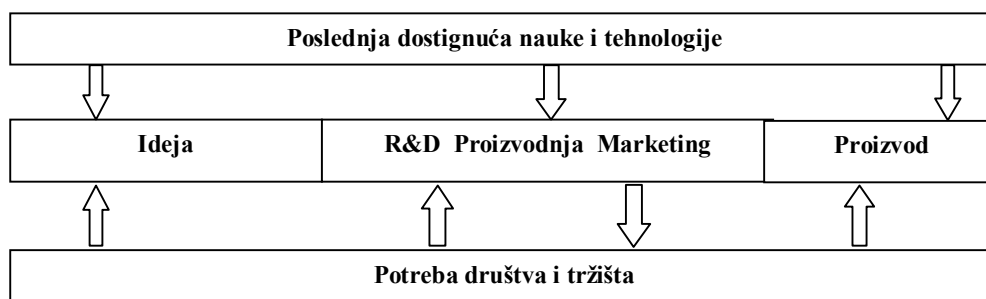
Sa aspekta tržišta, inovacija može nastati na dva načina:

- *Vučena od strane tražnje („demand pull“)* – Identifikuju se potrebe potrošača i stvaraju se novi proizvodi (ili inoviraju stari) kako bi se odgovorilo tim potrebama. Takvi proizvodi uglavnom donose stabilne prihode i nose relativno mali rizik, s obzirom da su nastali usled potrebe koja je identifikovana na tržištu (primeri: automatski menjač kod automobila, karavan, kabriolet, viagra).
- *Gurnuta od strane ponude („supply push“)* – Ponuda nije zasnovana na tržišnoj potrebi, već preduzeće samo kreira potrebe i tražnju za svojim proizvodom. Ovakve inovacije nose mnogo veći rizik (ali i veći potencijalni profit), prvenstveno zbog činjenice da tržište može da ne prihvati proizvod. Velike inovacije uglavnom nastaju na ovaj način, iz razloga što tržište nije dovoljno efikasno u kreiranju novih potreba.

Za definisanje strategije tehnološkog razvoja moguće su tri pristupa u određivanju odnosa tehnologije i organizacije:

- *Technology push* je model gde inicijativa za inovacije dolazi od R&D, a tržište je primalac rezultata istraživanja i razvoja.
- *Market-pull* je model koji se predstavlja relacijom: *izražena potreba na tržištu – marketing – istraživanje i razvoj – proizvodnja*. Ovaj pristup inovaciji pomera inicijativu za inovaciju iz R&D funkcije ka tržištu, odnosno ka preferencijama kupaca. Uloga tržišta u ovom modelu se potpuno menja, jer potrebe kupaca zahtevaju da R&D vrši inoviranje u cilju zadovoljavanja zahtjeva kupaca. Suština ovog pristupa je da najpre treba uočiti potrebu, a potom je ispuniti, čime se znatno povećavaju šanse za plasman na tržištu, konkurentnost i poslovni uspeh.
- *Strategy pull* predstavlja model koji se javlja u teoriji i praksi u novije vreme i insistira na proaktivnom delovanju preduzeća. On ne polazi ni od R&D, ni od tržišta, tj. od zahteva kupaca, već u njihovom sadejstvu sagledava strategije moguće kompanije.

Interaktivni model inovacije povezuje modele *technology push* i *market pull*.⁷⁰ Model nema po etnu ta ku, ve se inovacija posmatra kao interakcija trffi-ta, dostignu a nauke i tehnologije i sposobnosti preduze a, a informacijski tokovi ukazuju da inovacija mođe nastati u razli itim ta kama. Generisanje ideja zavisi od tri komponente: sposobnosti preduze a, potreba trffi-ta i nau nog i tehnolo-kog razvoja. U centru modela se nalaze funkcije R&D, proizvodnje, marketinga i prodaje. Tokovi komunikacije se uspostavljaju na principu povratne sprege.



Slika 6. *Interaktivni model inovacija - Tehnology push*

Inovacija poslovnim modelom (*Business Model*) se naziva mehanizam pomo u kojeg se nekim poslom nastoji ostvariti prihod i dobit. Poslovni model predstavlja metod i skup pretpostavki koje obja-njavaju kako jedna preduzetni ke organizacija stvara novu vrednost i ostvaruje profit u konkurentskom okruženju. Poslovnim modelom se inovaciji sa tehnolo-kim obeleđjima nastoji dodeliti vrednost s trffi-nim obeleđjima.

Postupak oblikovanja poslovnog modela (*Business Model Design*) prikladnog za inovacije tehnolo-kog utemeljenja, sa -est koraka, su predlofili Henri esbrou (*Henry Chesbrough*) i Ri ard Rozenblum (*Richard S. Rosenbloom*): *predlog vrednosti, tržišni segment, struktura lanca vrednosti (value chain), stvaranje prihoda, pozicija u mreži vrednosti (value network) i konkurentska strategija*.⁷¹

⁷⁰ Trott, P., *ōInnovation Management and New Product Development*, London, Prentice Hall, 2009.

⁷¹ Izraz potie od obija monarha iz Jugoisto ne Azije (Burma, Tajland, Laos i Kamdbodfa) da drfke bijele slonove, koji su bili simbol pravednog vladanja i prosperitetne drflave. Monarh je povremeno poklanjao bijelog slona svojim plemi ima, kao znak uvađavanja. Zbog injenice da su se ove fivotinje smatrale svetim, kao i zbog toga -to je zakonom bilo zabranjeno da se koriste za rad, dobijanje ovakvog poklona je istovremeno bilo i blagoslov i prokletstvo. Plemi i su morali da drfke fivotinju koju nijesu smjeli da upotrijebe u bilo kakve prakti ne svrhe, a u isto vrijeme imali su velike tro-kove oko njenog izdrđavanja.

3.4. Izvori inovacija

Još u petom veku prije nove ere, grčki državnik i orator Demosten je govorio da su mali događaji često poeci velikih poduhvata. Slično tome, Peter Draker kaže da povoljnih prilika ima svuda, da se često pojavljuju, a kada se pojave pružaju veliku šansu. Međutim, te prilike traže mnogo više od puke sreće ili intuicije - one traže da preduze i tragaju za njima. Mogućnosti su izvor inovacija, naravno, moraju se razumeti. Ako se ne razumeju nije moguće i na njih računati. Pored razumevanja mogućnosti potrebno je i znanje da se posao obavi.

Prema Drakeru, izvori inovacija mogu biti:⁷²

- Neoskivanost,
- Nepodudarnost,
- Potreba procesa,
- Privredne i tržišne strukture,
- Demografska kretanja,
- Promene u opasnosti,
- Novo znanje.

Neoskivani uspeh predstavlja situaciju u kojoj pojedinac ili organizacija sasvim slučajno dolaze do inovacije. Ovakav uspeh često zateče sve protagoniste nespremne. Neretko se događa da nagli porast traženja, prouzrokovan neoskivanim uspehom, bude iskorišćen od strane nekog imitatora. Primeri neoskivanog uspeha su otkriće penicilina od strane Aleksandra Fleminga ili otkriće najlona od strane američke kompanije Dicon (DuPont). Aleksandar Fleming, škotski biolog i farmakolog je u početku penicilin video kao antiseptik. Kasnija istraživanja su dovela do spektakularne primene penicilina kao leka, a kasnije do otkrića i drugih antibiotika. Američka hemijska kompanija Dicon se preko 130 godina bavila proizvodnjom municije i eksploziva. Jednog vikenda, jedan asistent je slučajno ostavio upaljenu svetiljku u jednoj od laboratorija. Hemikar Valas Karoters, u ponedjeljak ujutru, otkrio je da se tkanina u kotlu smrzla, odnosno pretvorila u neka nepoznata vlakna. Slučajno otkriće dovelo je, nakon deset godina upornih i skupih istraživanja, do proizvodnje fantastičnog najlona (veštačke svile).

⁷² Draker P. *Šest inovacija i preduzetništvo*, Beograd, Privredni pregled, 1991.

Na velikoj Svetskoj izložbi 1939. godine, Dicon je predstavio prve najlon arape i druge proizvode od najlona. Uskoro je po etkom Drugog svetskog rata do-lo do ogromne proizvodnje novog materijala potrebnog za izradu padobrana, -atora, konopa, -etkica, mreža i dr. Ono -to je posebno interesantno u itavoj pri i o najlonu je to -to se isti slu aj dogodio vi-e puta u laboratorijama velikih njema kih hemijskih kompanija, sa istim rezultatom, ali deset godina ranije. Tako e je interesantno da su Nemci poku-avali da prona u ve-ta ki proizvedena vlakna, ali su odbacivali slu ajno proizvedena vlakna, jer to nije bilo planirano i pedantno ispo etka zapo injali nove eksperimente.

Neokativni proma-aj (nepodudarnost) - Inovacija zahteva intuiciju, ali i logiku, tj. ozbiljnu i rigoroznu sveobuhvatnu analizu. I pored toga, de-avaju se neokativni proma-aji. Proma-aji su gre-ke koje veoma esto mnogo ko-taju, ali proma-aji ponekad predstavljaju mogu nost za ne-to drugo, neokativano, ponekad kvalitetnije od istraffivanog. Nedostatak papira na trffi-tu nau nici, istraffiva i, poslovni ljudi i drugi su poku-avali da re-e na razli ite na ine. Jedan od tih poku-aja je bio i eksperiment Ser Vilijama Krispa (*Sir William Crisp*) da od krompira koji sadrffi velike koli ine skroba dobije papir. Ser Krisp je prvo sekao krompir na veoma tanke listove, a zatim ih je su-io kako bi izvukao vodu iz njih. Naravno, nije uspeo da dobije papir, ali je zato dobio ips (crisp).⁷³

Neuspeh i neokativni proma-aj doveli su do otkri a jednog veoma rasprostranjenog i traflenog proizvoda -irom sveta. Zahvaljuju i proma-aju koji je doveo do otkri a drugog proizvoda Ser Krisp se obogatio i postao svetski poznat. Kompanija W.L. Gore je poku-avaju i da unapredi proizvodnju flice za bicikl proizvela flice Elixir za akustične gitare, koje su rezultat propalog poku-aja inovacije flice za bicikl. Tako je neuspeh i neokativni proma-aj inovacije flice za bicikl doveo do fantastičnog pranalaska flice za gitaru.

Neokativni spoljni dogaja - neokativan dogaja esto moffe da bude inovativna -ansa koju treba iskoristiti u pravom trenutku. Za razliku od neokativnog uspeha ili neokativnog proma-aja koji su interni dogaja i iz organizacije, neokativni spoljni dogaja je šne-to -to dolazi spolja iz okruffenjaö i o emu treba veoma voditi ra una, jer su u pitanju promene na trffi-tu ili vi-a sila (rat, globalna kriza, elementarne nepogode i sl.).

Neokativni spoljni dogaja je mogu nost, ali da li e biti iskori-ena zavisi od organizacija, njihove organizacije i menadffmenta u njima. Na primer, prelazak sa poslovnih na personalne ra unare u svetu se desio dosta naglo. U IBM, kao najve oj kompaniji za proizvodnju

⁷³ Lajovi D., Vuli V., Tehnologija i inovacije, Ekonomsko fakultet Podgorica, 2006.

ra unara, –ezdesetih godina pro–log veka vladala je poslovna strategija: budu nost pripada centralizovanim sistemima kompjutera velikih mogu nosti, sa velikom memorijom i velikim kapacitetima. Na osnovu ovakve strategije IBM je koncentrisao svoje resurse na odrflavanje svog liderstva na trfli–tu velikih kompjutera. Sredinom sedamdesetih godina XX veka desio se neo ekivani spoljni dogaja.

Tih godina tinejdferi su iznenadno po eli da igraju kompjuterske igre. Pojavila se potreba za malim kompjuterima koji su znatno manjeg kapaciteta i znatno manje memorije. Odjedanput je krenulo naglo –irenje personalnih kompjutera. Sa aspekta IBM, to je izgledalo haoti no, skupo, neracionalno i sl. Me utim, kupci su razmi–ljali druga ije. Suprotno o ekivanjima, IBM se blagovremeno uklju io u proizvodnju personalnih ra unara i to upravo u trenutku kada je trfli–te eksplodiralo. Ve nakon tri godine IBM je postao vode i svetski proizvo a perspnalnih ra unara i to sa skoro istom predno– u u odnosu na ostale konkurente, kao i kod velikih ra unara. Zahvaljuju i pravilnoj proceni situacije koja je nastala zbog pravog –oka koji je izazvala potrafnja za personalnim ra unarima kompanija IBM je izrasla u pravog giganta. Nova znanja Inovacije zasnovane na znanju predstavljaju šsuper-zvijezduo preduzetni–tva.

Inovacije zasnovane na novom znanju - inovacije koje uspeju na trfli–tu, donose najve i profit. Inovacije koje imaju izvor u znanju, razlikuju se od svih drugih inovacija po dve osnovne karakteristike - dufline vremenskog raspona i injenici da predstavljaju konvergenciju vi–e raznih vrsta znanja. Vremenski raspon od inovacije do novog proizvoda je dufla kod inovacija zasnovanih na znanju u odnosu na sve druge inovacije. Vreme realizacije ine dva vremenska perioda, i to: prvo, postoji dug vremenski period izme u inovacije, tj. pojave novog znanja i po etka njegove primenjivosti na tehnologiju, i drugo, vreme koje protekne pre nego –to se rezultati nove tehnologije ne pretvore u nove proizvode, procese ili usluge.

Vreme realizacije potrebno da od znanja postane inovacija zasnovana na znanju, je svojstvena prirodi samog znanja. Ovo vreme se stalno skra uje. Heron iz Aleksandrije je jo–62. godine nove ere opisao i napravio prvi model parne ma–ine. Smatra se da je jedna takva ma–ina otvarala vrata na Aleksandrijskoj biblioteci. Me utim, bilo je potrebno da pro e 1.700 godina kako bi parna ma–ina po ela da se koristi u svetu. Rudolf Dizel je 1897. godine projektovao novi motor. Bila je to velika inovacija i toga je bio svestan veliki broj ljudi. Me utim, godine su prolazile ali nije bilo prakti ne primene ovog pronalaska. Tek 1935. godine, posle 38.

godina, Amerikanac Karl Ketting je preprojektovao Dizelov motor, osposobivši ga za korišćenje za pogon automobila, kamiona, autobusa, lokomotiva i brodova.

Aleksandar Fleming je 1928. godine pronašao penicilin, ali je do njegove primene došlo tek nakon više od deset godina. Engleski biohemičar Howard Florey je počeo da radi na daljim istraživanjima penicilina deset godina kasnije, ali je II svjetski rat značajno ubrzao primenu penicilina. Druga karakteristika inovacija zasnovanih na znanju je da one predstavljaju konvergenciju više raznih vrsta znanja, tj. da nisu zasnovane na jednoj vrsti znanja. Avion koji su konstruisala braća Rayt je rezultat dva korena znanja. Jedan je benzinski motor koji su napravili Karl Benč Gotfrid Daimler, a drugi je razvoj aerodinamike eksperimentom sa jedrilicama. Spajanjem ova dva znanja koja su nastala nezavisno jedan od drugog, nastao je prvi avion u civilizaciji. Bivši profesor na Harvardskoj poslovnoj školi, Henri Chesbrough (Henry W. Chesbrough), sugerirao prelaz sa zatvorenog na otvoreni model inovacija.

Stari pristup inovacijama, nazvan model zatvorena inovacija, zasniva se na nekoliko ključnih pretpostavki:

1. Svi pametni ljudi u našoj oblasti rade u našim preduzećima,
2. Da bismo ostvarili profit od istraživanja i razvoja i inovacija, moramo sami da otkrijemo, razvijemo i plasiramo inovacije,
3. Ako je prvi otkrijemo inovaciju, prvi ćemo izaći na tržište,
4. Ako prvi stignemo na tržište, mi smo pobednici,
5. Trebalo bi da kontrolišemo razvoj intelektualne svojine koji sprovode naši pametni ljudi da konkurenti ne bi profitirali od naših ideja.

Nasuprot tome, model otvorena inovacija, uključuje saradnju i oslanjanje na znanje i resurse konkurenata i ostalih strateških partnera. Zapravo, ovaj model zahteva da otvoreno pokažete svoju intelektualnu svojinu, preskočite organizacione granice da biste postigli inovativne ciljeve i dozvolite ostalima da učestvuju i podelite dobitak sa vama.

Ovaj model se zasniva na sledećim pretpostavkama koje su potpuno suprotne od pretpostavki zatvorenog modela:

1. Ne rade svi pametni ljudi za nas. Neki pametni ljudi koji su nam potrebni rade na drugim mestima,

2. Trebalo bi da profitiramo kada ostali koriste našu intelektualnu svojinu ukoliko to unapređuje poslovni model naše inovacije,
3. Interno istraživanje i razvoj nisu jedini način kojim se dodaje vrednost; možemo imati koristi i od istraživanja i razvoja koje obavljaju druge kompanije,
4. Projekat ne mora originalno da potiče od nas da bismo mi imali koristi od njega,
5. Unapređivanje poslovnog modela inovacija bolje je nego da prvi izađemo na tržište.

Analizirajući uobičajene greške koje čine preduzeća u svojim inovativnim aktivnostima, Rozabet Mos Kanter daje sugestiju da kompanije ne treba da se usredsrede samo na krupne radikalne inovacije, već i na manje inkrementalne koje mogu da donesu velike profite.⁷⁴ Ona sugerira uvođenje tzv. piramide inovacija sa tri nivoa: sa velikim, srednjim i malim inovacijama. Potpuno je jasno da velike kompanije imaju nekoliko prednosti u odnosu na male. Zbog svoje snage na tržištu, one mogu angažovati značajne resurse da bi rešile problem i najčešće su u poziciji da pridobiju tržište kada je inovacija u pitanju. Međutim, sposobnost sagledavanja sa novim, svežim pristupom i oslobođenost od ograničenja koji često sputavaju velika preduzeća, mogu malim i preduzetničkim organizacijama pružiti prednost. Mala i srednja preduzeća su najzajajni generator inovacija. Mala preduzeća za istu sumu uloženog novca, uspevaju da proizvedu četiri puta više inovacija od srednjih preduzeća, čak 24 puta više inovacija od velikih preduzeća.

Profesor na Univerzitetu MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) Dejvid Birš je krajem sedamdesetih godina prošlog veka istraživao izvore rasta biznisa. Rezultati istraživanja su bili pravo iznenađenje za njega: mali biznisi stvaraju najveći broj radnih mesta. Nakon toga Birš, a i drugi istraživači su izneli mnoštvo dokaza da privredu ne pokreću samo velike kompanije. Mala preduzeća i preduzetništvo su bili glavna komponenta privrede. Mali biznisi su stvorili tri četvrtine neto broja novih radnih mesta u SAD-u (2,5 miliona od ukupno 3,4 miliona). Mali biznisi (sa manje od 500 zaposlenih) zapošljavaju više od polovine radne snage u privatnom sektoru (54 miliona u 2001. godini) i odgovorni su za više od 50% nepoljoprivrednog privatnog BDP. Mala preduzeća, u odnosu na velika, proizvode trinaest do četrnaest puta više patenata po zaposlenom i zapošljavaju 39% kadrova u oblasti visoke

⁷⁴ Small Business Administration, *The smallbusiness economy* Washington DC., 2005.

tehnologije (kao što su naučnici, inženjeri i kompjuterski programeri). Osim toga, male preduzetničke kompanije su zaslužne za 55% svih inovacija.⁷⁵

Preduzetnici ne treba da žure sa inovacijama. Za takve inovacije je potrebno mnogo novca i mnogo vremena da bi se razvile. Inovacijama zasnovanim na novom znanju je potrebno od 25 do 35 godina kako bi po ele da daju pozitivne rezultate na tržištu. Novo preduzeće nema ni mnogo novca da ulaze, ni vremena da čeka da bi se njegova ideja isplatila. Zato su za preduzetničke karakteristike manje, širok raspon inovacije koje brzo nalaze tržište i omoguće avajanje profita. No i takve, konzervativne inovacije nisu uvek predodređene na uspeh.

Rezultat uspešnog istraživanja i razvoja je znanje koje se koristi preduzeće u i potrošači ima. Kvalitetno obavljen proces istraživanja i razvoja je preduslov za uspeh inovacije na tržištu. S obzirom na kompleksnost i specifičnost samog procesa, preduzeće se često nalaze u dilemi kako da pristupe samom istraživanju, kao i kako da nastupe na tržištu. Kada je u pitanju istraživanje, javlja se dilema da li samostalno razvijati proizvod ili se povezati sa nekom drugom organizacijom i obavljati zajedničko istraživanje i razvoj. U drugom slučaju proces može biti i manje koštao, ali se rezultati moraju deliti što smanjuje potencijalni profit.

3.5. Inovacione strategije malog preduzeća

Jedno od izuzetno važnih izvora konkurentnosti malog preduzeća jeste da ono bude agent promena, motorna snaga u inovativnosti i generisanju novih ideja. Inovaciona strategija malog preduzeća šodnosi se na donošenje strateških odluka iz oblasti razvoja novih proizvoda, usluga, procesa, kojima se usklađuju sposobnosti preduzeća i mogućnosti koje postoje u okruženju, radi ostvarivanja dugoročnih poslovnih ciljeva.⁷⁶

Ključni faktori⁷⁷ koji utiču na izbor inovacione strategije su: *interni* (tehničke mogućnosti, organizacione sposobnosti, uspeh tekućeg poslovnog modela, finansiranje, vizija top menadžmenta i *eksterni* (mogućnosti eksterne mreže, struktura poslovnog područja, konkurencija, stopa tehnoloških promjena, inovaciona matrica).

⁷⁵ Chandler A., *Strategy and Structure*, MIT Press, 1962.

⁷⁶ Davila T., Epstein M.J., and Shelton R., Shelton D.R., *Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It*, Updated Edition, Wharton School Pub, 2006.

⁷⁷ Stošić, B., *Menadžment inovacija - ekspertni sistemi, modeli i metodi*, Beograd, FON, 2007.

Poznati teoreti ari strategijskog menadžmenta Urban i Hauser prave razliku između inovacione strategije lidera (proaktivne strategije) i strategije sledbenika (reaktivne strategije):⁷⁸

Proaktivna strategija (strategija lidera) obuhvata:

- a) *Strategiju baziranu na R&D* ó preduze a se opredeljuju za inovacije koje su rezultat istraffiva ko razvojnog rada, –to zahteva veliki broj angaflovanih kadrova i velika finansijska sredstva, kao i visok rizik; preduze a prave svojom inovacijom prve prodore na trffi–tu (primer: Teflon ó Dipon, Instant fotografija ó Polaroid);
- b) *Preduzetničku strategiju* - preduze a imaju inovacione aktivnosti sa visokim rizikom, uz kori–enje uo enih prilika, koje nemaju uvek za rezultat veliki tehnolo–ki napredak; ovu strategiju esto karakteri–e ideja iji je nosilac jedna li nost (preduzetnik) ili manja grupa ljudi koji se angafljuju na realizaciji ideje (primer: Kala–njikov, Head, Sem Volton, Starbucks, Microsoft, Apple);
- c) *Strategiju nabavke* - (akvizicionu strategiju) ó inovaciona strategija u kojoj preduze e ostvaruje inovaciju kupovinom (akvizicijom) druge kompanije u cilju obezbe enja novog proizvoda, tj. inovacija se obezbe uje akvizicijom preduze a koje je prethodno sopstvenim razvojem proizvelo novi proizvod - difuzija, horizontalni transfer (primer: kupovina Compaqa od strane HP);
- d) *Strategiju baziranu na marketingu* ó preduze e ostvaruje inovacije na osnovu inicijative marketing funkcije i naj e–e to zna i konkurentnu, agresivnu inovaciju proizvoda (primer: Sigurnosno staklo - 3M, Registracija internet domena ó GoDaddy).

Za reaktivnu strategiju (strategiju sledbenika) se opredeljuju preduze a koja prihvataju ulogu inovacionog sledbenika, tj. odgovaraju na zahteve i potrebe kupaca i aktivnosti konkurencije. Kada su u pitanju strategije lidera i sledbenika i trajnost leaderske pozicije mi–ljenja nau nika su razli ita. Ve ina istraffivanja ukazuje na to da pioniri na trffi–tu ostvaruju najve u prednost. Kompanije kao –to su Koka-Kola, Hallmark, Campbell, Amazon.com i dr. ostvarile su trajnu trffi–nu dominaciju.⁷⁹ Gregori Karpenter (Gregory S. Carpenter) i Kent Nakamoto (Kent

⁷⁸ Davila T., Epstein M.J., and Shelton R., Shelton D.R., öMaking Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It, Updated Editionö, Wharton School Pub, 2006.

⁷⁹ Robinson W.T., Fornell C., Sources of Market Pioneer Advantages in Consumer Goods Industries, Journal of Marketing Research, 22(3)

Nakamoto) su istraffivanjem utvrdili da je 19 od 25 kompanija koje su 1923. godine bile trffi–ni lideri i nakon 60 godina, ta nije 1983. godine, odrflalo takvo trffi–no liderstvo.⁸⁰

Sli no tome Vilijam Robinson (Wiliam T. Robinson) i Sungvok Min (Sungwook Min) su ustanovili da je me u odabranim kompanijama koje se bave proizvodnim dobrima, 66% onih koje su bili pioniri opstalo najmanje 10 godina, u pore enju sa 48% onih koje su bile rani pratioci.⁸¹ Pioniri su kori–enjem odre enih prednosti uspevali odre eno vreme da zadrffe lidersku poziciju. Ako su kupci zadovoljni novim proizvodom onda zbog inercije kupci su mu verni.

Proizvod pionira je uglavnom usmeren na sredi–nji deo trffi–ta –to privla i vi–e kupaca. Pionir ostvaruje prednosti u vidu ekonomije obima, tehnolo–kog liderstva, patenata, marketinga, posedovanja retke imovine i ostalih prepreka za ulazak drugih na trffi–te. Oprezan pionir mofle dugo da odrflava svoje liderstvo ako primenjuje razli ite strategije. Me utim, prednost pionira ne mora da bude trajna.⁸²

Tako e, vafni elementi inovacione strategije preduze a su:⁸³

- Kada (vremenska strategija - vreme ulaska);
- Gde (prostorna strategija);
- Kome (potencijalni kupci ciljnog trffi–ta);
- Kako (trffi–na strategija uvo enja).

Kada je u pitanju *vreme ulaska-tajming* novih inovativnih proizvoda, inovativno preduze e (prvi pokreta) je, uop–teno gledano, u prednosti u odnosu na konkurenciju, jer prvo ima novi proizvod i novo trffi–te. Poslovna praksa pokazuje da to i nije uvek slu aj, pa je veoma vafno proceniti kada nastupiti na novom trffi–tu sa novim proizvodom. Postepeno plasiranje je manje rizi no, jer zahteva manje resursa i sluffi kao neka vrsta testiranja trffi–ta. Me utim, postepeno plasiranje otvara –irom vrata za rekciju konkurenata. Rano plasiranje novog proizvoda u velikim razmerama zahteva ve e resurse, ali zato vrlo uspe–no predupre uje odgovor konkurencije. Na pitanje *kada lansirati inovaciju*, jedan od najpo–tovanijih mislilaca u oblasti

⁸⁰ Urban, G. L., i dr. öMarket Share Rewards to Pioneering Brands: An Empirical Analysis and Strategic Implications.ö Management Science, June, 1986, str. 645-659.

⁸¹ Carpenter, G. S., Nakamoto K., öConsumer Preference Formation and Pioneering Advantageö, Journal of Marketing Research, August, 1989., str. 285-298.

⁸² Schnaars, S. P., öManaging Imitation Strategiesö, New York, The Free Press, 1994.

⁸³ Levitt, T., öTed Levitt on Marketingö, Harvard Business Press, 2006

marketinga i menadžmenta, Teodor Levitt (*Theodore Levitt*) je, kao odgovor, ponudio koncept šzagriplene jabuke. Preduze u na raspolaganju stoje tri mogu nosti:⁸⁴

Pionirski nastup - (jabuka je so na, zagrizi prvi) - Ozna ava nameru preduzetnika da snafno izgradi vode u trfli-nu poziciju na samom po etku lansiranjem inovacije, jer na novom trfli-tu nema konkurencije. Ovaj nastup je opravdan u slede im slu ajevima: kada inovaciju nije lako kopirati, kada postoji visok stepen lojalnosti kupaca prema brendu proizvo a a i kada je mogu e ostvariti tro-kovne prednosti ranim izborom kanala distribucije.

Rani nastup - (ako je jabuka stvarno so na, zagrizi drugi veliki zalogaj) - sadrflan je u strategiji organizacije da se mukotrpan i rizi an teret pionirskog nastupa prepusti konkurenciji. Preduze e, odmah nakon pionirske faze, lansira inovaciju koja je zasnovana na unapre enom proizvodu, niflim proizvodnim tro-kovima i razvijenijim marketing sposobnostima u odnosu na pionire.

Kasniji nastup - Ovaj pristup mofle imati prednosti ukoliko se osobine proizvoda brzo menjaju i kasnije standardizuju, pa preduze e koje kasnije nastupi mofle imati nifle tro-kove u odnosu na organizacije koje su prihvatile prva dva pristupa. Konkurent snosi tro-kove edukacije kupaca. Njegov proizvod mofle da pokafle nedostatke koje organizacija koja kasnije nastupa na trfli-tu mofle na vreme da izbegne. Preduze e koja ima kasniji nastup mofle da utvrdi veli inu trfli-ta. Me utim, kasniji nastup nosi sa sobom najve i rizik, jer su se preduze a koja su ranije nastupila ve pozicionirala na trfli-tu.

Drugi vaflan aspekt inovacione strategije je pitanje *gde* lansirati novi proizvod: na jednoj lokaciji, u jednom regionu, nekoliko regiona, na nacionalnom trfli-tuili me unarodnom trfli-tu. Sve preduzetni ke organizacije uglavnom vremenom razvijaju i pro-iruju planiranu trfli-nu rasprostranjenost inoviranog proizvoda. Naravno prostorna strategija zavisi od veli ine organizacije. Mala preduze a e se opredeliti za neki atraktivan grad i postepeno -iriti svoje trfli-no u e- e. Kada je u pitanju *kome je namenjen novi proizvod*, preduzetni ka organizacija mora usmeri svoju po etnu distribuciju i promociju ka najboljim grupama potencijalnih kupaca prema odre enim karakteristikama.

⁸⁴ Ansoff I., *Corporate Strategy Business Policy for Growth and Expansion*, McGraw-Hill Book Company, 1965.

Tako je veoma važno da se generiše velika prodaja –to je pre moguće, da bi se privukli i drugi potencijalni kupci. Četvrti važan aspekt inovacione strategije je *kako* - organizacija mora da utvrdi akcioni plan za uvođenje novog proizvoda na nova tržišta. Primer izvanredno osmišljene tržišne strategije uvođenja novog proizvoda je firma Apple i lansiranje proizvoda iPod.

4. INOVACIONA POLITIKA EVROPSKE UNIJE U FUNKCIJI RAZVOJA KONKURENTNOSTI

4.1. Ekonomija zasnovana na znanju i inovacijama

Preduzetništvo je jedna od najznačajnijih pojava savremenog doba po kojoj se ovo doba bitno razlikuje od ranijih historijskih epoha. Naime, u sisteme kultura ranijih historijskih epoha nije se uklapalo racionalno maksimiranje bogatstva odnosno profita. Bogatstvo je primarno bila neka vrsta nagrade za lojalnost državi ili flivljenja u skladu sa verskim i moralnim na elima ili pravilima (Biblija, Kuran i sl.). Drugim reima, bogatstvo nije bilo u funkciji ve-tog preduzetništva ili mudrih poslovnih transakcija na osnovu kriterijuma isplativosti, tj. prihvatanja trgovine samo ako je korist ve a od tro-ka. U srednjem veku preduzetništvo nije bilo preduslov za sticanje ekonomske i politi ke mo i.

Me utim, postoje i drugi primeri, koji pokazuju da je mogu a ideja o maksimalizaciji profita. U petnaestom stolje u Venecija je bila sredi-te svetske trgovine i najve i lu ki grad na svetu. Trgovanje se vi-e ne svodi samo na pojedince, trgova ke putnike, ve postaje koordinisano iz jednog centra. Tek u drugoj polovini osamnaestog veka se stvaraju uslovi za korenite promene. 1764. godine James Watt usavr-ava parnu ma-inu. Ovaj pronalazak izaziva veliki preokret u proizvodnji, odnosno revoluciju u prera iva kim delatnostima. Manufakturna proizvodnja je zamenjena fabri kim radom. Promene koje je izazvala primena parne ma-ine predstavljaju prvu industrijsku revoluciju.⁸⁵ Otpo eo je razvoj koji je od kraja osamnaestog veka do sredine devetnaestog vekaa temeljito izmenio ranije politi ke, privredne i dru-tvene odnose u zna ajnom delu sveta.

Dru-tvo prelazi iz feudalnog u moderno gra ansko dru-tvo. Broj fabrika se pove ava u kojima radi sve vi-e radnika. Tako e dolazi do promena na selu. Raniji isklju ivo ru ni rad u zemljoradnji se po inje zamenjivati ma-inskim. Primenjuju se i nau na dostignu a, na primer, pronalazak ve-ta kog ubriva, selekcija boljeg semena i stoke i sli no). Dolazi do ukidanja feudalnih odnosa na selu i ja anja privatnih preduzetnika.

U drugoj polovini devetnaestog veka i na po etku dvadesetog veka dolazi do novih nau nih spoznaja i brojnih tehni kih otkri a. Nastaje druga industrijska revolucija koja izaziva velike promene u privredi i dru-tvu. U Sjedinjenim Ameri kim Drflavama otkriven je 1859. godine

⁸⁵ Industrijska revolucija je dovela do pojave velikih industrijskih preduze a sa slofenim birokratskim strukturama, a postepeno i do potreba za traflenjem spoljnih izvora finansiranja, daljnje ekspanzije -irenja poslovanja i razvoja menadflmenta.

prvi izvor nafte koja će postupno postati najvafniji izvor pogonske energije u svetu. 1879. godine je pronađena električna sijalica. Nikola Tesla je pronašao elektro motor koji je radio na naizmeničnu struju i na načinio je pronalasci koji su omogućili jeftin prenos električne energije na velike udaljenosti i njenu masovnu primenu. 1877. godine je konstruisan prvi motor sa unutrašnjim sagorevanjem, a 1885. godine su izrađeni prvi moderni automobili sa benzinskim motorom. Ovi i mnogi drugi pronalasci u oblasti industrije, saobraćaja, radio tehnike, telefonije, fotografije, medicine i drugim oblastima korenito menjaju svakodnevnicu i svet uveliko počinje da liči na svet kakav danas postoji.

Savremene privredne strukture danas karakteriziraju brze, dinamične veoma kompleksne promene koje sve značajnije utiču na ponašanje pojedinaca i istovremeno opredeljuju razvojne strategije organizacija. Ekonomija kakvu danas poznajemo menja se iz dana u dan i prilagođava društvu, registruje i, pri tome, stalne promene navika, ukusa i drugih trendova u potrošnji novih proizvoda kod potrošača. U uslovima kada je promena jedina konstanta, savremena ekonomija u suštini predstavlja koegzistenciju masovne ekonomije i informacione ekonomije (ekonomije zasnovane na znanju).⁸⁶

Masovna ekonomija mora postojati da bi zadovoljila masovne potrebe za dobrima bez kojih ne bi bila moguća ovekova egzistencija. Ova masovnost se ispoljava u proizvodnji na ekonomiji obima i maksimalnoj eksploataciji energenata, a s druge strane u sferi potrošnje se ispoljava na masovnoj potrošnji dobara kao i na akumulaciji materijalnog bogatstva.

Osnovni trendovi u društveno-ekonomskim procesima koji postoje od vremena industrijskih revolucija pa do danas su sledeći:⁸⁷

- Dugoročne društveno-ekonomske promene,
- Stvaranje i promene u društvenoj podeli rada,
- Meritokratizacija društva,
- Profesionalizacija rada.

Dugoročne društveno ekonomske promene karakteriziraju dominacija privrede i uloga i značaj države. Feudalno agrarno društvo, liberalno industrijsko društvo i više ili manje

⁸⁶ Penezi N.D., *Preduzetništvo u savremeni pristup*, Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica, 2009. godine, str. 30.

⁸⁷ Mrnjavac fi., *Nestaje li radništvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour disappear in the knowledge based economy?)*, urednik Dragomir Sunda, Znanje u temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002., (Treća znanstvena konferencija katedri za teorijsku ekonomiju, Opatija 2002.), str. 200.

intervencionisti ko postindustrijsko društvo su glavne faze dugoročne tranzicije. Udeo manualnih radnika se smanjuje, stvara se nova elita visoko stručnih menadžera, inženjera, naučnika radnika. Umni rad zauzima sve važniju ulogu. Aktivno stanovništvo se pomiče iz primarnog sektora preko sekundarnog ka tercijarnom.

Dugoročne društveno-ekonomske promene su nezamislive bez njele podele rada. Podela procesa proizvodnje na sastavne delove i ustupanje tih delova različitim zaposlenicima, drugim preduzećima ili institucijama predstavlja podelu rada. Podela rada je, između ostalog, ograničena vremenskim dimenzijama posla koji treba obaviti, ali i obimom, rasponom veličina potrebnih da se posao izvrši. Vremenska dimenzija posla zahteva da ljudi rade zajedno da bi završili neki posao. Jedan čovek ne može sam da napravi most, sagradi zgradu ili da vodi čitavu fabriku. S druge strane, ukoliko se posao radnog mesta obavlja u okviru proizvodnog procesa u kojem je neophodno da dinamika različitih aktivnosti bude usklađena zbog prirode procesa (pokretna traka), onda je određivanje skupa zadataka po radnim mestima povezano sa usklađivanjem trajanja njihovog izvršenja.⁸⁸

U njele razlikuju se horizontalna i vertikalna podela rada. Pod horizontalnom podelom rada se podrazumeva podela celokupnog zadatka na više ili manje jednakovredne podzadatke koji od izvršilaca zahtevaju podjednake kvalifikacije i pri čemu izvršioči imaju podjednaka ovlašćenja u odlučivanju i podjednako su nagrađeni. Svojsvo horizontalne podele rada je da svaka dodatna podela na sve ufe zadatke omogućuje sve veće u specijalizaciju pri kojoj specifične veštine i znanje izvršilaca o vlastitom poslu postaje sve veće jer se izvršioči koncentrišu na sve ufe područje.⁸⁹ Vertikalna podela rada pokazuje određeni stepen samostalnosti izvršilaca posla. Da bi se završio svaki posao mora biti planiran, izvršen i kontrolisan, Radno mesto čiji zadaci su takvi da obuhvataju sve tri faze, ili najviše i deo, imaju nisku vertikalnu specijalizaciju.⁹⁰ Raspoređivanje proizvodnih aktivnosti na manje delove i dalje raslovanje na sastavne delove toga posla dovelo je do pojave dekvifikacije a s druge strane do pojave novih znanja i zanimanja. Vertikalna podela rada je uslovala odvojavanje umnog od fizičkog rada.

Savremeni industrijski razvoj karakteriše sve veće prisutnost vertikalne podele rada. Sve veća mehanizacija i automatizacija dovela je do toga da se posao deli na sastavne delove koji za

⁸⁸ Ondrej J., i dr. Projektovanje organizacije, FON, Beograd, 2013.

⁸⁹ Mrnjavac fi., Nestaje li radništvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour disappear in the knowledge based economy?), urednik Dragomir Sunda, Znanje o temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002., (Treća naučna konferencija katedri za teorijsku ekonomiju, Opatija 2002.), str. 200.

⁹⁰ Ondrej J., i dr. Projektovanje organizacije, FON, Beograd, 2013.

koje je potrebno ustanoviti jednostavnije zadatke. Verikalna podela rada je simbol savremenog menadžmenta i ona predstavlja motor svih privrednih kretanja, a kulminacija ove podele rada usledila je primenom pokretne trake u Fordovim fabrikama. Ovo je omogućilo pojavu masovne proizvodnje iji su karakteristike manji troškovi –to je rezultiralo stvaranju velikih kompleksnih organizacija.

Vertikalnu podelu rada i fordistički proces su uslovile objektivne društvene okolnosti. U vreme industrijalizacije radna snaga koja se oslobodila iz poljoprivrednog sektora nije imala uglavnom nikakvo obrazovanje ili višegodišnju majstorsku obuku tradicionalnih zanatlija. Preduslov da se oni uključe u proizvodne procese je upravo bilo rastavljanje ovih procesa na jednostavne zadatke za koje su se ovi radnici mogli brzo priužiti.⁹¹ Pojava masovne jeftine proizvodnje pojačala je klasne i društvene nejednakosti među ljudima. Rezultat primene vertikalne podele rada rezultira stvaranje hijerarhije u preduzeću koja je karakterisala različiti nivoi planiranja, koordinacije, organizacije i kontrole koje upravo i predstavljaju bazične menadžerske funkcije.

Razvoj tehnologije primjenom masovne proizvodnje uslovljava je potrebu da se pri rukovanju sve složenih strojeva traži obrazovana radna snaga. U poslednje vreme se u razvijenim zemljama pojavljuju trendovi ublažavanja vertikalne podele rada i pojava tzv. postfordizma u kojem fleksibilna specijalizacija potiskuje rutinsku masovnu proizvodnju. Sve kompleksniji proizvodni procesi, nesigurnost tržišta, sve izraženije konkurencijsko nadmetanje i sve veći zahtevi za kvalitetom određenih proizvoda su u pojedinim područjima onemogućili opstanak fordističke proizvodnje. Sve kraći proizvodni ciklusi zahtevaju promene u organizaciji rada i razgradnju skupe vertikalne podele rada koja se isplati jedino pri dugoročnoj masovnoj proizvodnji. U praksi to znači naglašavanje značajja grupnog rada i ohrabrujuće motivisane radne snage koja se sama donosi odluke i ispravno postupati brže nego –to bi to kruta hijerarhijska organizacija mogla postići.

Verikalna podela rada se javila najpre u razvijenim zemljama kao –to je Japan gde su zaposleni unutar preduzeća najobrazovaniji i prisutna je velika lojalnost preduzeća u zahvaljujući razvijenom organizacionom kulturom. Međutim, u zemljama gde postoji velika pojava nekvalifikovanih radnika u smislu znanja i obrazovanja ovakva podela rada nebi bila moguća. Budući da takva struktura znanja nisu rasprostranjena svuda, samo u nekim

⁹¹ Mrnjavac fi., Nestaje li radništvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour disappear in the knowledge based economy?), urednik Dragomir Sunda, Znanje – temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002., (Treća znanstvena konferencija katedri za teorijsku ekonomiju, Opatija 2002.), str. 201.

podru jima poslovanja i nekim regijama, mođe do i do razgradnje vertikalne podele rada i nehijerarhijske organizacije.

Domet promena fordisti kog razvoja u postfordisti ki je u podru ju industrijske proizvodnje zna ajan, ali ne sme se precenjivati. Postfordizam nije nužno slede a faza u razvoju koja zamenjuje fordizam. Ovo zato –to je fordizam zahvatio samo deo radne snage, pa to isto važi i za postfordizam. Zna ajan deo zaposlenih u javnoj upravi, obrtni–tvu, u nekim industrijskim pogonima i u usluđnim delatnostima ne e biti zahva en tim promenama, jer su ve od ranije ođpodfordisti kiö organizovani, ili zato –to e ođfordizamö i dalje za specifi ne proizvodne procese predstavljati optimalnu organizaciju.⁹²

Dru–tvo biva odre eno procesima meritokratizacije dru–tva i profesionalizacije zanimanja. Bitno obeleđe meritokracije dru–tva je veliko zna enje znanja, stru nosti, kvalifikacije i uspe–nosti na poslu za pozicioniranje i status u dru–tvu. To je potpuno suprotno u odnosu na dru–tvo u kojem se status i privilegije nasle uju, –to zna i da etni ko poreklo, veroispovest ili pripadnost kastama, partijama ili neformalnim grupama imaju odlu uju u ulogu za postizanje dru–tvenog statusa. Dru–tvene promene ka meritokraciji oslobodile su mo an potencijal kreativnosti, inovacija i individualnog zalaganja, te pokrenule dru–tvenu i regionalnu mobilnost. Jo– uvek se dru–tvo svakim danom kre e sve vi–e u tom pravcu, i u budu nosti dru–tvena mo ne e vi–e proizilaziti kao u pro–losti iz poseda zemlje, sirovina ili kapitala, ve organizovanog znanja. U postindustrijskom dru–tvu znanje predstavlja osu oko koje e se organizovati dru–tvena struktura.⁹³

Posao koji obavlja radnik odre uje njegov položaj u dru–tvu nezavisno do njegovog porekla ili bra nog stanja, posao je taj koji odre uje njegovu poziciju u hijerarhiji dru–tva. Sa boljom pozicijom njegova hijerarhija u dru–tvu se pove ava ime se uzdiđe u dru–tvenim klasama. Profesionalizacija zanimanja je usko vezano za posao jer upravo profesija radnika odre uje koji e on posao obavljat. Drflava posti e razvoj uvo enjem obaveznog –kolovanja, te propisivanjem zakonskih regulativa koje trebaju zaposlenici da ispunjavaju kako bi obavljali odre enja zanimanja. Ti propisi koje donosi zakonodavac ili profesionalno udruđenje sluđe u prvom redu da spre e da odgovorne poslove obavljaju nestru ne osobe koje bi time mogle naneti –tetu korisnicima. Na taj na in se pove ava sigurnost i stabilnost dru–tvenog sistema.

⁹² Mrnjavac fi., Mođe li se i treba li se radno zakonodavstvo suprotstaviti ođfleksploatacijiö, Financijska teorija i praksa 2003, 27(4), str. 403.

⁹³ Mrnjavac fi., Nestaje li radni–tvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour deasapear in the knowledge based economy?), urednik Dragomir Sunda , Znanje ö temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002., (Tre a znanstvena konferencija katedri za teorijsku ekonomiju, Opatija 2002.), str. 202.

Time i one koji ulažu napore da bi postigli potrebnu stručnost za obavljanje poslova, država povećava opću efikasnost u društvu. Država se trudi da postane oslonac za kvalitet obrazovanja i time doprinosi mobilnosti u obavljanju poslova.

U smislu odnosa rada i tehnologije mogu se razlikovati četiri aspekta rada:⁹⁴

- *Zadaci transformacije:* oni koji pretvaraju inpute (materijal, energija, informacije) u outpute upotrebom određenih instrumenata (oprema, uređaji, procedure). Na njih je isključivo usmerena tejlorska analiza koja je do najmanjih detalja proučava postupke i pokrete radnika kako bi se njihovim optimiranjem postigli maksimalni učinci. Tipični primeri su radnici na tekućoj traci koji sklapaju delove u gotov proizvod, ili radnici unovone koji po tačno određenoj proceduri prerađuju određeni tip podataka u drugi korisniji preduzeću;
- *Zadaci održavanja:* su oni koji omogućuju sistemu funkcionisanje održavajući ga u zahtevanom stanju;
- *Zadaci inoviranja:* su oni koji su usmereni na to da unaprede i poboljšaju ili uvedu nove metode i procedure rada (rešavanje problema);
- *Zadaci koordinacije i kontrole:* moraju osigurati integrisanje različitih delova sistema kako bi delovali kao celina.

Kod svakog radnika mogu se uočiti sva četiri aspekta rada iako to nije predviđeno formalnom organizacijom preduzeća. Čak i radnik na tekućoj traci zahvaljujući svome iskustvu često ima priliku za inovaciju, a nužno svoje delovanje koordinira s ostalim radnicima. Međutim, organizacijska forma određuje koliki značaj pojedini aspekt imaju u definisanju uloge radnika u privrednom procesu. Fordistički pristup je odvojio fizički od intelektualnog dela rada te time stvorio privid konfliktnog odnosa između rada i znanja.

Masovna proizvodnja relativno homogenih potrošačkih dobara omogućava je iskorišćenje ekonomije obima i smanjivanja troškova po jedinici proizvoda. Masovna proizvodnja je imala za posledicu koncentraciju ljudi i kapitala u velike proizvodne jedinice s proizvodnim linijama koje su delovale po definisanim ritmovima zahtevajući stalno prisustvo svih radnika budući da je svaki sudelovao u zasebnoj fazi proizvodnog procesa. To je stvorilo pogodno okruženje zapošljavanja velikog broja ljudi na tačno definisanom mestu, s tačno definisanim radnim

⁹⁴ Ibidem.str. 204.

vremenom u kojem su izvršavali ta no određenu nepromenjivu funkciju za koju im je poslodavac davao dogovorenu platu i sigurnost u obliku dugoročnog ugovora o zapošljavanju. Takav je sistem rada osigurao izuzetan privredni rast sve do pred kraj dvadesetog stoljeća. Globalizacija i privredni rast izvan tradicionalnih delatnosti uz uvođenje novih tehnologija uslovljava značajne promene u tradicionalnom pristupu radu.⁹⁵

Nove tehnologije na neke od navedenih aspekata rada imaju supstitucijski i inak, a na neke multiplikacijski te za budućnost najavljuju novu podelu i organizaciju rada. Mehanizacija je omogućila da se na brži i precizniji način izvode standardizovani poslovi specijalizacijom svakog stroja za pojedinačnu operaciju. Automatizacija omogućila da se istav niz operacija samostalno izvodi te na taj način sve više preuzima repetitivne i standardizirane aspekte transformacije koje je pre mogao samo čovek obavljati. I repetitivni aspekti koordinacije se također delimično apsorbuju, ali rastuća kompleksnost sistema povećava potrebe za kompleksnom kontrolom i koordinacijom koju može osigurati samo ljudski rad. Poslovi održavanja i inoviranja kvantitativno i kvalitativno sve su zahtevniji jer po svojoj prirodi omogućuju da automatski sistemi funkcionišu i rešavaju nove zadatke.⁹⁶

Kraj osamdesetih i početkom devedesetih godina prošlog veka su označile razdoblje rekonstruisanja i otpuštanja zaposlenih u velikim svetskim korporacijama. Smatralo se da sve brže rasprostranjenost novih tehnologija uništava poslove i da će u budućnosti povećanje outputa biti postizano uz sve manju potrošnju za radom. Takav pristup je bio pogrešan, a iskustvo višegodišnjeg održavanja pune zaposlenosti američke privrede potpuno ga je demantovalo. Rad u budućnosti neće biti jednostavni nastavak dosadašnjih obrazaca, nego će neumitno doći do značajnih promena u strukturi i prirodi zaposlenosti koje će postaviti nove izazove pred individualne radnike, preduzeća i institucije. Uvođenje novih tehnologija neće biti samo u izmeni strukture značajna pojedinih delatnosti, već će se organizacija rada i zahtevi za zanimanjima u skoro svim sektorima privrede bitno promeniti.

Hiljade godina trajao je period u kome je poljoprivreda bila dominantna privredna aktivnost. Ona je stvarala gotovo sav nacionalni dohodak. Taj period se okončava krajem osamnaestog veka s prodorom industrijske revolucije i pojavljuju se prve države koje su na čitavoj teritoriji

⁹⁵ Mrnjavac fi., Može li se i treba li se radno zakonodavstvo suprotstaviti ofleksploataciji?, Financijska teorija i praksa 2003, 27(4), str. 403.

⁹⁶ Mrnjavac fi., Nestaje li radništvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour disappear in the knowledge based economy?), urednik Dragomir Sunda, Znanje – temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002., (Treća znanstvena konferencija katedri za teorijsku ekonomiju, Opatija 2002.), str. 206.

imale razvijenu industriju. U današnje vreme udeo poljoprivrede u stvaranju društvenog proizvoda je mnogo manji, pogotovu u razvijenim zemljama.

Na kraju devetnaestog veka 41% radne snage je zaposleno u poljoprivredi i oko 60% stanovništva živi u ruralnim područjima. Na kraju dvadesetog veka samo 1,9% zaposlenih radi u poljoprivredi i manje od jedne četvrtine stanovništva živi u ruralnim područjima, a 2002. godine u sektoru poljoprivrede u bruto domaćem proizvodu Sjedinjenih Američkih Država je samo 0,7%.⁹⁷ Slična je situacija i u drugim razvijenim zemljama. Radna snaga angažovana u poljoprivredi od ukupne radne snage 2001. godine u Japanu iznosi 3,8%, a u Australiji 4,5%.⁹⁸ U manje razvijenim zemljama poljoprivreda još uvek zapošljava značajan broj radnika. Poljoprivredna radna snaga 2001. godine u dve najmnogoljudnije zemlje iznosi u Kini 67,1%, a u Indiji 59,2%.⁹⁹

Od pedesetih do osamdesetih godina dvadesetog veka najviše se razvija industrija i masovna ekonomija. Dominirale su velike korporacije koje su tehnologijom masovne proizvodnje preplavile tržište velikom količinom jeftine robe. One su iskoristile dotadašnje izume i inovacije koje su omogućile razvoj masovne proizvodnje i potrošnje, posebno trajnih potrošnih dobara kao što su automobili, kućni aparati, oprema za stanove i sl. Velike organizacije su tada do kraja usavršile na inženjersku i organizaciju, i uspele da proizvedu potrošne proizvode, kao i tehnologiju za proizvodnju ovih proizvoda po celom svetu.

Međutim razvojem novih tehnologija, došlo je do spoznaje da su se potrošači i zasitili "standardnih" dobara, a da su na drugoj strani, zaposleni zasitili monotonijskim konceptom rada na tekućim radnim mestima. Istovremeno su nastale velike korporacije, zbog svoje ogromne moći, sve manje vodila računa o stvarnim potrebama kupaca, posebno manjih grupa koje nisu bile zadovoljne "monotonim" proizvodima masovne proizvodnje.

Na taj način je, krajem pedesetih godina prošlog veka, došlo do svojevrsnog tehnološkog diskontinuiteta i jednog novog talasa preduzetništva koji je umnogome izmenio poslovni reljef savremenih tržišnih struktura, i to:¹⁰⁰

⁹⁷ Ibidem, str. 2.

⁹⁸ Selected Indicators of Food and Agriculture Development in Asia-Pacific Region 1992-2002, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok, 2003., Table 164. Population and agricultural labour force.

⁹⁹ Ibidem.

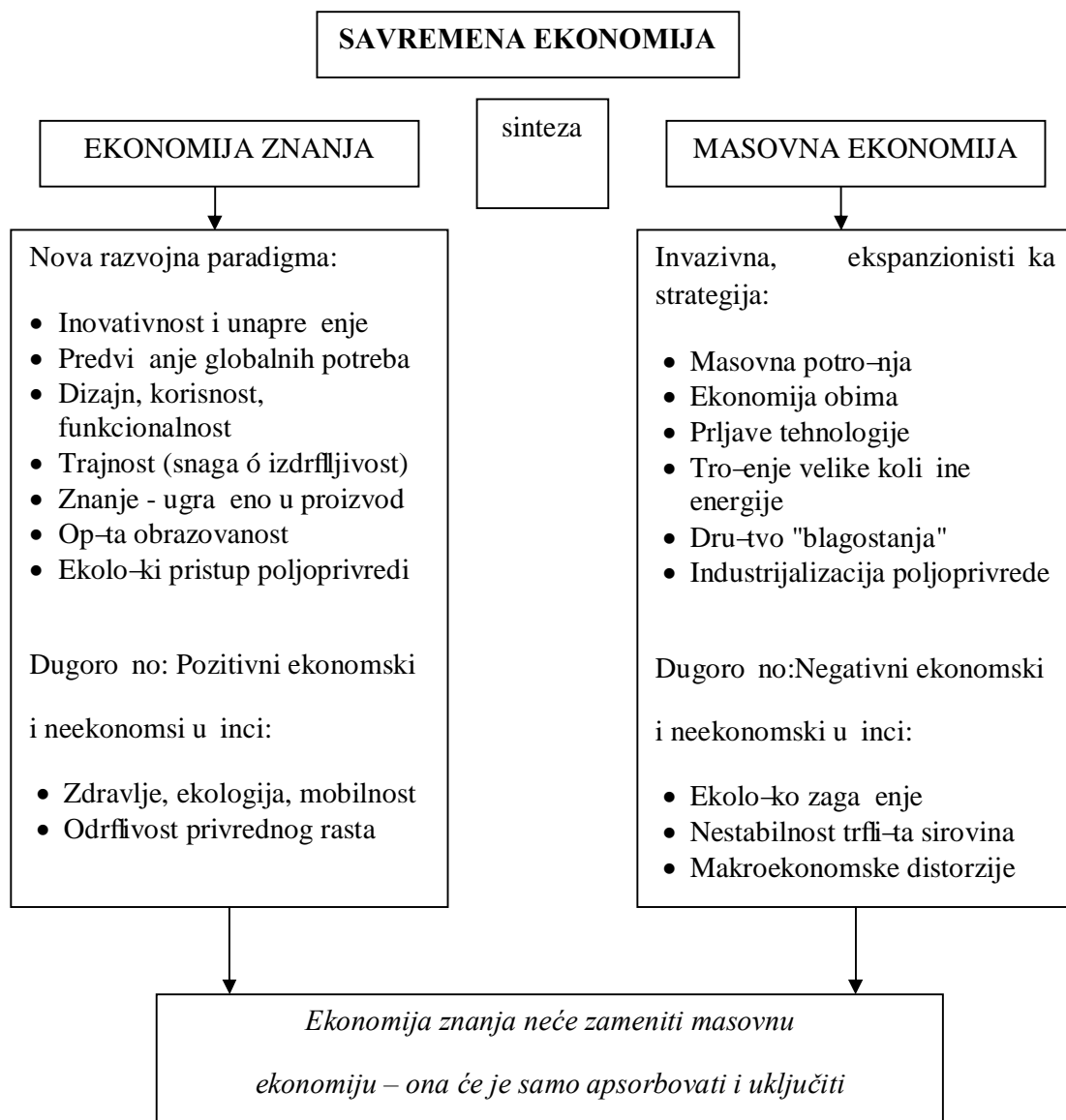
¹⁰⁰ Penezi N.D., Preduzetništvo u savremeni pristup, Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica, 2009. godine, str. 33.

- Dinami nim nastojanjem brojnih novih preduzetni kih jedinica, odnosno malih preduze a (individualno preduzetni-tvo) koja su vlasnicima omogu ila bavljenje poslovima koji su im bliffi, kojima ispunjavaju svoje snove i koji ih uistinu oboga uju, a da time, istovremeno, na jedan druga iji, celishodniji na in zadovoljavaju potrebe manjih grupa potro-a a i popunjavaju trffi-ne ni-e koje su se javile na tokovima ponude korporacija;
- Nufnim preoblikovanjem tih istih velikih korporacija u dinami nija preduze a, sada mnogo vi-e fokusirana na svoju osnovnu delatnost ó brzo osvajanje inovativnih proizvoda, njihovo povezivanje sa uslugama i razvoj novih proizvodnih procesa i oblika distribucije. Brze i korenite promene od korporacija zahtevaju prilagodljivost, inicijativu, poroaktivnu ulogu zasnovanu na inovativnom pona-anju, odnosno razvoju unutra-njeg (internog, korporativnog) preduzetni-tva.
- Za tre i talas promena u ekonomskoj sferi dru-tva karakteristi no je da znanje postaje glavni proizvodni faktor, rad postaje fleksibilan i interesantiji. Dakle, ekonomija zasnovana na znanju razlikuje se od masovne ekonomije, pre svega, po radikalnoj promeni u odnosu prema radu i prihvatanju novih vrednosti u dru-tvu. Ekonomija zasnovana na znanju koristi iste one tradicionalne proizvodne faktore (prirodne faktore, radni snagu i kapital) kao i masovna ekonomija, samo -to su oni postali sekundarni. Ekonomija zasnovana na znanju koristi ove faktore u vi-estruko manjem obimu i ono -to je najvafnije tim faktorima daje dodatnu vrednost.

Savremena tehnologija koristi znatno manje energije, sirovina i radne snage, a postifle znatno bolje efekte u ekonomskom smislu. Ono -to dodaje novu vrednost proizvodima je novi kvalitet koji predstavlja rezultat primene inteligentnih re-enja tj. znanja. Takav novi kvalitet se ispoljava u nizu osobina kao -to su: dizajn, funkcionalnost, izdrfljivost i trajnost.

Proizvodi i usluge u koje je ugra eno znanje su lep-i, trajniji, funkcionalniji i tro-e manje energije u odnosu na one koji poti u iz produkcije masovne ekonomije. Ono -to ekonomija zasnovana na znanju prepoznaje kao neprocenjivu vrednost sa aspekta ekonomske efikasnosti i efektivnosti jeste inovativnost i uloga znanja u kreiranju novih proizvoda.

Ova koegzistencija masovne ekonomije i ekonomije zasnovane na znanju zna i i uzajamno delovanje jedne ekonomije na drugu. Tako, promene u tipu dominantne delatnosti dovode do promene ne samo u na inu fivota nego i do promene u svim drugim delatnostima. Kad je industrija postala glavna delatnost, usledila je industrijalizacija poljoprivrede. Kad se tre i sektor privrede uzdigao, u svoje vreme modernom tehnologijom, do-lo je do automatizovanja industrije.



Slika 7. Osnovna dihotomija savremene ekonomije

Kad je usledio novi talas tehnologija sa biotehnologijom, telekomunikacijama, informacionim tehnologijama i drugim, onda su i poljoprivreda i industrija i nifli deo tre eg sektora opet

dofiveli promene. Postavlja se pitanje koje su to delatnosti koje ine ekonomiju zasnovanu na znanju. Pre svega se radi o proizvodnim delatnostima zasnovanim na visokim i srednje visokim tehnologijama, i znanjem intenzivnim usluflnim delatnostima.

Prethodna slika je prikazala koegzistenciju masovne ekonomije i ekonomije zasnovane na znanju kao i njihove karakteristike,¹⁰¹Visoko-tehnolo-ka proizvodnja (High-technology manufacturing) obuhvata slede e delatnosti:¹⁰²

- Proizvodnju kancelarijskih ma-ina i ra unara;
- Proizvodnja radio, televizijske i komunikacione opreme i ure aja;
- Proizvodnja medicinskih preciznih i opti kih instrumenata i satova;
- Proizvodnja farmaceutskih, medicinskih hemikalija i botani kih proizvoda;
- Proizvodnja aviona i svemirskih brodova.

Proizvodnja zasnovana na srednje visokim tehnologijama (Medium-high-technology manufacturing) obuhvata slede e delatnosti:¹⁰³

- Proizvodnja hemikalija i hemijskih proizvoda sem proizvodnje farmaceutskih, medicinskih hemikalija i botani kih proizvoda;
- Proizvodnja ma-ina i opreme (-to nije drugde klasifikovano);
- Proizvodnja elektri nih ma-ina i ure aja (-to nije drugde klasifikovano);
- Proizvodnja motornih vozila, prikolica i poluprikolica;
- Proizvodnja druge transportne opreme sem izgradnje i remonta brodova i amaca i sem proizvodnje aviona i svemirskih brodova.

Znanjem intenzivne usluge (Knowledge-intensive services) obuhvataju slede e delatnosti:¹⁰⁴

- Vodeni transport;
- Vazdu-ni transport;
- Po-ta i telekomunikacije;
- Kompjuterske i povezane aktivnosti;

¹⁰¹ Ibidem.

¹⁰² Europe in figures ó Eurostat yearbook 2009, Office for Official Publications of the European Communities, Luksemburg, 2009., str. 477.

¹⁰³ Ibidem.

¹⁰⁴ Ibidem.

- Istraživanje i razvoj;
- Finansijsko posredovanje;
- Osiguranje i penzioni fondovi sem obaveznog socijalnog osiguranja;
- Aktivnosti u vezi nepokretnosti, rentiranje i poslovne usluge;
- Obrazovanje;
- Zdravstvo i socijalni rad;
- Rekreacija, kultura i sportske aktivnosti.

Gornje podele je izradio Eurostat,¹⁰⁵ a zasnivaju se na Statističkoj klasifikaciji ekonomskih aktivnosti u Evropskoj zajednici (NACE Rev. 1.1).¹⁰⁶ Nasuprot gornje pomenutim delatnostima postoje u savremenoj ekonomiji i one delatnosti, bez kojih se tako er ne može, ali koje su manje zasnovane na znanju. Tako Eurostat ubraja određene delatnosti u proizvodne delatnosti zasnovane sa srednje niskim tehnologijama (proizvodnja koksa i raznih vrsta goriva, proizvodnja gume i plastičnih proizvoda, metalni proizvodi, mineralni proizvodi, brodogradnja) i niskim tehnologijama (proizvodnja prehrambenih proizvoda, pića, duvana, tekstila i tekstilnih proizvoda, kofe i kofeinskih proizvoda, drveta i drvnih proizvoda, pulpe, papira i papirnih proizvoda, izdavaštva i štamparska delatnost).

U manje znanjem intenzivne uslužne delatnosti ubraja veleprodaju i maloprodaju, popravku motornih vozila, hotelijerstvo i restoranstvo, kopneni i cevovodni transport, aktivnosti putničkih agencija, uklanjanje smeća i otpadaka i sanitetsko-zdravstvene mere, javna administracija, obavezno socijalno osiguranje i druge.

Koliki je značaj znanja i inovativnosti govori i podatak Eurostata da je u zemljama Evropske unije 2006. godine radilo 1.301.000 istraživača i to 49,3% u preduzećima, 13,9% u državnom sektoru i 35,6% u sektoru obrazovanja.¹⁰⁷

Znanje, kao izuzetan resurs, mora biti u funkciji stvaranja dodatne vrednosti. Zato je u obrazovnom sistemu potrebno postaviti nove sisteme vrednosti i standarde kako bi se što efikasnije upravljalo ljudskim resursima, posebno u upravljanju informacijama. Uspešni primeri iz

¹⁰⁵ Evropska komisija, Eurostat (statističko biro Evropske komisije).

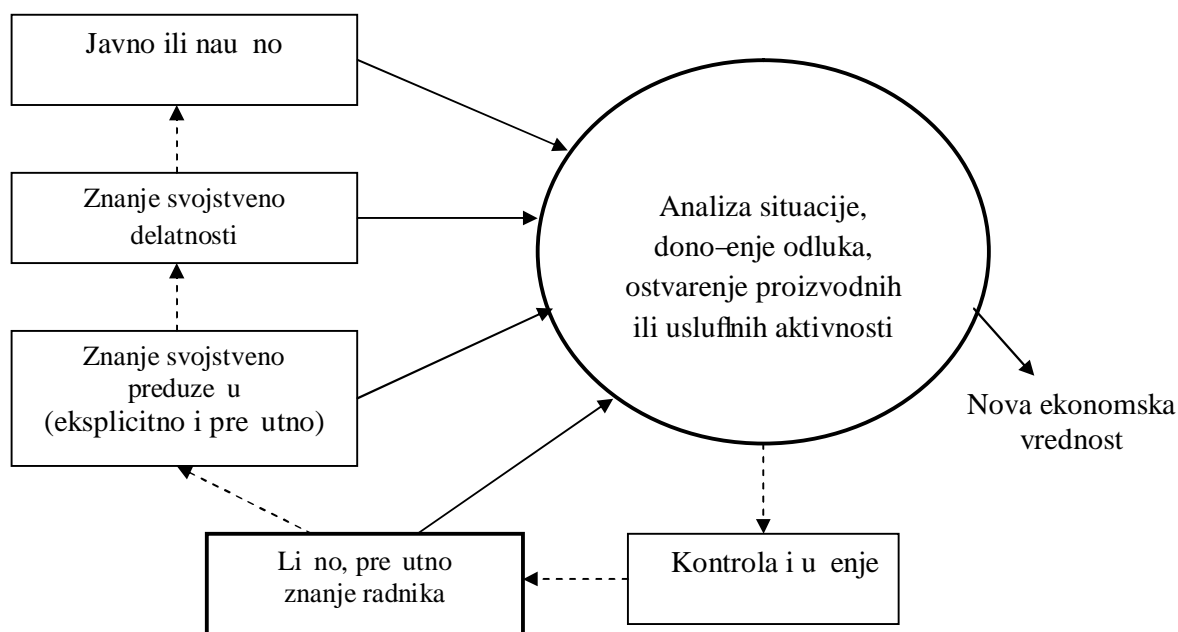
¹⁰⁶ Statistical Classification of Economic Activities in the European Community, Rev.1.1, Commission of the European Communities (Statistical Office/Eurostat), Commission Regulation (EC) No. 29/2002 of 19 December 2001 amending Council Regulation (EEC) No. 3037/90 on the statistical classification of economic activities in the European Community (Official Journal of the European Communities No. L 6, 10.1.2002, p. 3).

¹⁰⁷ Europe in figures ó Eurostat yearbook 2009, Office for Official Publications of the European Communities, Luksemburg, 2009., Tabela 14.1: Istraživači po institucionalnim sektorima, 2006, str. 480.

prakse su dokazali da menadžment ljudskih resursa ima mehanizme i metode za generisanje znanja kroz procese, kojim se usklađuju individualne potrebe i ciljevi organizacije.¹⁰⁸

Potrebno je razlikovati pojmove podatka, informacija i znanja da bi se razumela uloga znanja u radnom procesu. Podaci su činjenice prikupljene i stavljene na raspolaganje u eksplicitnom obliku. Informacija se javlja kad se te činjenice mogu staviti u kontekst neke situacije (objašnjenja, komentari, podloga za korektivne i preventivne mere). Znanje je upotreba tih informacija za stvaranje nove vrednosti kroz ekonomsku aktivnost. Ono je informacija kombinovana s iskustvom, kontekstom, interpretacijom i primjenom. Radnik u ekonomiji zasnovanoj na znanju donosi odluke i stvara novu vrednost kombinujući i naučno znanje, znanje svojstveno delatnosti, znanje svojstveno vlastitom preduzeću i svoje osobno prethodno znanje. Istovremeno kroz tu aktivnost iskustveno stiče novo prethodno znanje i uvećava svoju sposobnost za stvaranje novih vrednosti.

Ove procese prikazuje sledeća slika:¹⁰⁹



Slika 8. Međusobni uticaj znanja i procesa ostvarivanja nove ekonomske vrednosti

¹⁰⁸ Hodfi A., Upravljanje intelektualnim kapitalom u funkciji privrednog razvoja i unapređenja konkurentnosti, časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije, 2011, 1(2), str. 293.

¹⁰⁹ Feljko Mrnjavac, Nestaje li radništvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour disappear in the knowledge based economy?), urednik Dragomir Sunda, Znanje – temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002., (Treća znanstvena konferencija katedri za teorijsku ekonomiju, Opatija 2002.), str. 206.

Donošenje odluka i rešavanje problema uključuje znatno više od sistematske i racionalne analize. Znanje se deo akcije zasniva na iskustvu i intuiciji, na prethodnom znanju koje se ne može eksplicitno izraziti.

Za ostvarenje privrednih rezultata osim stvaranja znanja potrebno je posvetiti se i distribucijom toga znanja kroz formalne i neformalne mreže. U savremeno vreme Internet se značajno ustupio kao na in da se znanje prenosi stvaraju i pri tome informativno društvo. Međutim to dodatno naglašava značaj prethodnog znanja kako upotrebljavati i prilagođavati kodificirano znanje. Prethodno znanje je ukorenjeno u umu pojedinca ili grupe i ne može se tako jednostavno prenositi. To daje dodatni značaj kontinuiranom učenju kako pojedinaca, tako i preduzeća.

Pravi se razlika između četiri vrste znanja koje su značajne za ekonomiju zasnovanu na znanju: znati šta, znati šta zašto, znati šta kako i znati šta ko. Znanje je mnogo širi pojam od informacije, koja se uglavnom odnosi na znati šta i znati šta zašto komponente znanja. Druga dva tipa znanja znati šta kako i znati šta ko su uglavnom prethodne vrste znanja jer se teže kodifikuju i mere.

Objašnjenje četiri kategorije znanja je sledeće:¹¹⁰

- Znati šta (know what) se odnosi na znanje o činjenicama. Koliko ljudi živi u Nju Jorku? Koji sastojci su potrebni za izradu palačinki? Kad je bila bitka kod Vaterloa? Sve su ovo primeri ove vrste znanja. Ovde je znanje najbliže pojmu informacije i može biti razloženo na delove. U nekim složenim oblastima, stručnjaci moraju imati mnogo ovakvog znanja da bi izvršili svoje poslove. Izvršioći stručnih i medicinskih poslova pripadaju ovoj kategoriji;
- Znati šta zašto (know why) se odnosi na znanje o zakonitostima po kojima deluje priroda, društvo i ljudski um. Ova vrsta znanja leži u osnovi tehnološkog razvitka. Nastajanje ovakvog znanja je često u specijaliziranim organizacijama, kao što su istraživačke laboratorije i univerziteti. Da bi došlo do ove vrste znanja preduzeća moraju saradivati sa ovim organizacijama.
- Znati šta kako (know how) se odnosi na veštine ili sposobnosti da se nešto uradi. Kada trgovci prokušaju o tržišnim izgledima za novi proizvod ili kada kadrovski menadžer odabira i obučava osoblje moraju koristiti svoje znanje šta kako. Isto se

¹¹⁰ OECD (1996) The Knowledge-Based Economy, OCDE/GD(96)102, <http://www.oecd.org/dataoecd/51/8/1913021.pdf>, str. 12.

odnosi i na kvalifikovanog radnika koji rukuje komplikovanim mašinama. Znati ó kako je tipičan oblik znanja koji se razvija i zadržava unutar pojedinačnih preduzeća ili istraživačkog tima. Kako znanja postaju kompleksnija pojačavaju se kooperativni odnosi između preduzeća. Jedan od najvažnijih razloga za formiranje industrijskih mreža je potreba za deljenjem i kombinovanjem elemenata ovakve vrste znanja.

- Prethodno navedeno je također razlog zašto znati ó ko (know ó who) postaje sve važnije. Ta vrsta znanja obuhvata informacije o tome ko zna šta i ko zna kako šta činiti, ali najvažnije obuhvata sposobnost uspostavljanja odnosa sa specijalizovanim grupama kako bi se efikasno koristila njihova znanja. To je važnije u ekonomijama gde su veštine široko rasute zbog visoko razvijene podela rada među organizacijama i stručnjacima. Za moderne menadžere i organizacije je važno da koriste ovu vrstu znanja u odgovoru na sve prisutnije promene. Znati ó ko je u osnovi prethodno znanje koje je teško transferisati i interno je organizaciji važnije nego i jedno drugo znanje.

Dok se znati ó šta i znati ó zašto mogu usvajati čitanjem knjiga, slušanjem predavanja i pristupom bazama podataka, druga dva tipa znanja su prvenstveno ukorenjena u praktično iskustvo i socijalne interakcije. Znati ó kako se tipično usvaja u situacijama u kojima po etnik sledi i oslanja se na veštiskolege. Znati ó ko se uglavnom učini kroz socijalnu interakciju. Razvija se kroz svakodnevno poslovanje sa kupcima, dobavljačima i nezavisnim subjektima. Znati ó ko se ne može lako prenositi kroz formalne kanale informisanja.

Kako pristup informacijama postaje sve jeftiniji i lakši, veštine i sposobnosti vezane uz odabir i efikasnu upotrebu informacija postaju ključne. Prethodno znanje kako baratati s kodificiranim znanjima dobija naročitu važnost. Kodificirano znanje se može posmatrati kao materijal koji treba transformisati, a prethodno znanje kao alat za obradu tog materijala. Sposobnost odabira relevantne informacije i odbacivanje nepotrebne, prepoznavanje pravila u informacijama, interpretacija i dekodiranje informacija, kao i učenje novih i zaboravljanje starih veština se sve više traže.

Akumulacija prethodnog znanja potrebnog da se izvuče maksimalna korist iz znanja zašto se sve više i brže kodifikuje i prenosi pomoću informacionih tehnologija može se ostvariti jedino učenjem usmerenim kako na kodificirano, tako i na prethodno znanje. Potrebno je i formalno

obrazovanje, ali i sposobnost da se kroz rad i aktivnosti prikupljaju i primenjuju nova teoretska i analiti ka znanja. Sve e se vi-e mo i zaraditi na kodificiranom i pre utnom znanju nego na manualnom radu. Obrazovanje postaje sve zna ajnije za ekonomiju zasnovanu na znanju, a u enje postaje oru e individualnog i organizacijskog napretka. Proces u enja je mnogo vi-e od samog zavr-etka formalnog obrazovanja. U ekonomiji zasnovanoj na znanju u enje kroz rad je od centralnog zna aja.

Temeljni aspekt u enja je pretvaranje pre utnog znanja u kodificirano i njegova primena u praksi gde se na toj osnovi ponovo razvijaju nova pre utna znanja. Me usobnim oslanjanjem i kombinacijom znanja, kolektivno se ostvaruju multiplikovani u inci i zato e u ekonomiji zasnovanoj na znanju uspeh odrediti ne samo koli ina individualnog znanja, ve i na in na koji pojedinci ostvaruju me usobne odnose.

Pomak ka ekonomiji zasnovanoj na znanju je doveo do toga da je znanje postalo kriti ni resurs za postizanje ekonomskog uspeha. Zbog rastu eg pritiska za promenama i zaposleni i preduze a su suo eni sa nestabilnim okrufenjem. I zaposleni i preduzetnici su suo eni sa novim zadacima i problemima, te moraju razvijati nove ve-tine i sposobnosti znatno brfle i e-e nego ranije. Da bi se mogli odrflati u nejasnoj i nepoznatoj situaciji zaposleni i preduzetnici moraju u iti itavog flivota. Oni koji su u tome sporiji, nekvalifikovani, hendikepirani, stariji ima e te-ko e pripremiti se za nove uloge jer kontinuirano u enje mo fda prevazilazi njihove sposobnosti. Oni koji nisu spremni kontinuirano u iti i usvajati nova znanja mogu se lako na i izvan produktivnih procesa.

4.2. Lisabonska strategija

Evropska unija je 2000. godine, u Lisabonu usvojila strategiju razvoja poznatu kao Lisabonska strategija sa strate-kim ciljevima da EU do 2010. godine, postane najkonkurentnija i najdinami nija privreda na svetu, zasnovana na znanju, sposobna da ostvari odrflivi ekonomski rast sa ve im brojem i kvalitetnijim radnim mestima i ja om socijalnom kohezijom.¹¹¹

¹¹¹ European Council, Presidency conclusions, Lisbon, 23-24 March, 2000, internet: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm. Detaljne informacije o celom Lisabonskom procesu na: http://ec.europa.eu/archives/growthandjobs_2009/

Inovacije su bile u samom centru nove agende jer su putem nje se transformisala znanja u dodatnu vrednost, te se pokretali novi poslovi u uticalo na rast kako preduzeća koje primenjuje inovacije tako i društva gdje se te inovacije primenjuju. Na osnovu toga je u agendi skrenuta pažnja da je potrebno što više preduzetnika i inovativnih preduzeća i potrebno je jačanje veza između preduzeća i istraživačkih odnosno sa obrazovnim institucijama te tako stvoriti infrastrukturu za ekonomiju znanja koji pokreću kreativni pojedinci. S tim u vezi ključna komponenta Lisabonske strategije bila je razvoj i unapređenje znanja što je podrazumevalo veća ulaganja u obrazovanje i stručno usavršavanje, nauku i tehnološka istraživanja i inovacije.

Glavni pokretali i inovacije izvan preduzeća, pokrivaju tri inovacione dimenzije: ljudski resursi, otvorenost, odličan i atraktivan istraživački sistem, i finansijska podrška. Aktivnosti preduzeća na fokusiranje inovacionih pokazatelja grupisane su u tri dimenzije inovacija; vlasnička ulaganja, veze i preduzetništvo i intelektualne imovine. Izlazi pokrivaju rezultate preduzeća - inovacijskih aktivnosti u dve inovacione dimenzije: inovatori i ekonomski učinci.

Početni postavljeni kvantitativni ciljevi koji su postavljeni do 2010. godine su bili: prosečna stopa rasta 3%; stalna stopa zaposlenosti oko 70%, potom zadržati oko 50% radnika starosti između 55 i 64 godine u radnom odnosu te na taj način produžiti radni vek za još 5 godina; iz ukupnog GDP-a izdvojiti za potrebe istraživanja i razvoja 3%; te 30% evropske populacije da koristi brzi Internet.

Pošto je izvršenje ovih ciljeva bilo u nadležnosti članica utvrđeno je novi mehanizam za sprovođenje Lisabonske strategije. Uspostavljen je otvoreni metod koordinacije koji ima za cilj da se nacionalne politike država članica usmeravaju prema zajedničkim ciljevima Evropske unije postavljeno Lisabonskom strategijom. Otvoreni metod koordinacije podrazumeva zajedničko utvrđivanje ciljeva, zajednički izbor indikatora za praćenje i komparaciju rezultata u državama članicama i razmenu informacija o primenjenim rešenjima.

U periodu od 2008. do 2010. godine, Evropska komisija i zemlje članice EU sprovodile su aktivnosti definisane u ovom zakonu, kako bi se ublažile administrativne prepreke, pomogle malim i srednjim preduzećima kod pristupa finansijskim sredstvima i podržao njihov nastup na novim tržištima. Iako je većina inicijativa predviđenih u ovom zakonu inicirana, rezultati sprovođenja do sada realizovanih aktivnosti pokazuju da se puno više mora uraditi u smislu pomoći malim i srednjim preduzećima.

Napredak je u inženjerstvu kroz akcije na jačanje malih i srednjih preduzeća u nekoliko područja:

1. 100 000 malih i srednjih preduzeća imali su direktne koristi od finansijskih instrumenata iz Okvirnog programa konkurentnost i inovacije, kojim se kreiralo više od 100 000 radnih mesta.
2. Kroz direktivu o kašnjenjima kod plaćanja postiglo se da javne vlasti sada moraju izmiriti račune svojim dobavljačima u roku od 30 dana, čime su poboljšani tokovi gotovinskog poslovanja.
3. U većini zemalja članica EU vreme i troškovi za osnivanje preduzeća znatno su smanjeni, istovremeno smanjuju i prosek EU za registraciju društva s ograničenom odgovornošću sa 12 dana i 485 € u 2007. na 7 dana i 399 € u 2010. godini,
4. Usklađivanje Internet procedura i postupaka, kao i mogućnosti za zajednički nastup, učinili su sudjelovanje u procesima javne nabavke lakšim i pristupačijim za MSP-a,
5. Novi EU MSP centar u Kini pomogao malim i srednjim preduzećima kod pristupa kineskom tržištu.

Iako su sve države članice priznale važnost brze implementacije ovog zakona, pristupi preduzete aktivnosti, kao i realizovani rezultati primene, znatno variraju među državama članicama EU. Revizija realizacije naglašava da države članice moraju pojačati svoje napore na unapređivanju preduzetništva i malih i srednjih preduzeća kako bi se maksimalno podržalo preduzetništvo u današnjoj teškoj ekonomskoj situaciji.

Iako nije ostvaren primarni cilj Lisabonske strategije da transformiše EU u najdinamičniju i najkonkurentniju privredu sveta, ne može se reći da je ona neuspešna projekat, već da su ostvareni različit uspešni rezultati kada se radi o dostizanju kvantitativnih ciljeva, a slabiji na polju implementacije. Kada je reč o ciljevima, rezultati su bolji u oblasti rasta i zapošljavanja, a lošiji na polju istraživanja i razvoja. U implementaciji Strategije problem je bio u otvorenom metodi koordinacije koji nije imao pravno obavezujuću snagu. Pored toga, među zemljama članicama postojale su znatne strukturne razlike, pa se primena integriranih smernica po principu štedna mera za sve¹¹² pokazala neadekvatnom.

¹¹² Samardžija, V., H. Butković, H.: From the Lisbon strategy to Europe 2020, prilog M. Mrak, IMO, Zagreb, 2010, str. 7

Prema dokumentu Evropske komisije o evaluaciji rezultata Lisabonske strategije, generalna ocena je pozitivna iako nisu dostignuta dva osnovna cilja (stopa zaposlenosti $\acute{6}$ 70% i ulaganje u nau no-tehnolo-ka istraflivanja od 3% BDP).¹¹³ Stopa zaposlenosti na nivou EU dostigla je u 2008. godini, 66% (u odnosu na 62% u 2000. godini) pre nego -to je ponovo znatno pala usled svetske ekonomske i finansijske krize. Ukupna ulaganja u I&R marginalno su pove ana, sa 1,82% u 2000. godini, na 1,9% od BDP u 2008. godini.¹¹⁴

Naflalost, finansijska i ekonomska kriza je tokom 2008-2009. godine dovela do znatnog pada privrednih aktivnosti ime je gotovo poni-tena ve ina rezultata usko vezanih za lisabonske ciljeve. Samo u 2009. godini, BDP na nivou EU pao je za 4%. U periodu od marta 2008. do decembra 2009. godine, nezaposlenost se pove ala za 7 miliona, dok je industrijska proizvodnja pala za 20%.¹¹⁵ Ipak, pokazalo se da su zemlje lanice EU koje su najvi-e poodmakle u ostvarivanju lisabonskih reformi najspremnije do ekale krizna vremena.¹¹⁶

4.3. Strategija Evropa 2020

Neostvoreni strate-ki ciljevi EU postavljeni 2000. godine i dalje su odraflavali glavne izazove s kojima se suo avaju kako Evropska unija u celini tako i njene lanice, pa je jo- 2008. godine, na nivou EU po eo proces stvaranja novog strate-kog okvira za razvoj u periodu od 2010. do 2020. godine. Proces je rezultirao dokumentom Evropske komisije šEvropa 2020: strategija za pametni, odrffivi i inkluzivni rastö u kojoj su na sveobuhvatan na in prikazani najvafniji elementi novog programa (mart, 2010).¹¹⁷ Evropski savet postigao je dogovor o

¹¹³ European Commission, Lisbon Strategy Evaluation Document SEC (2010) 114 final, Brussels. 2 2. 2010.

¹¹⁴ Radi se o proseku za celu EU, iako su neke drflave kao Danska, Finska, Tvedska prema-ile 3%, a druge su bile blizu (Austrija, Nema ka), Eurostat.

¹¹⁵ European Commission, Europe 2020 $\acute{6}$ Background Information for the Informal European Council, 11.2. 2010, http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/statements/pdf/20100210_3_en.pdf

¹¹⁶ Najbolje rezultate u sprovo enju Lisabonske strategije imale su nordijske zemlje, Austrija i Holandija, ne-to slabije Francuska, Nema ka i Velika Britanija, a lo-ije Tpanija, Portugal, Gr ka i Italija, Tilford, S. and Whyte, P. The Lisbon Scorecard X: The Road to 2020. Centre for European Reform. 2010, http://www.cer.org.uk/pdf/rp_967.pdf

¹¹⁷ European Commission, EUROPE 2020 A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, COM (2010) 2020 final, Brussels, 3.3.2010, internet: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>

novoj strategiji 25. i 26. marta, a odluka je sluffbeno usvojena na Evropskom samitu 17. juna 2010. godine¹¹⁸

Potreba da se defini-e novi strate-ki razvojni okvir EU za period posle 2010. godine, zvani no je izraflena na sastanku Evropskog saveta¹¹⁹, u martu 2008. godine. Lideri zemalja lanica zaklju ili su da e biti neophodno da se nastave strukturne reforme, odrflivi razvoj i ja anje socijalne kohezije i posle 2010. godine, oslanjaju i se na dobre rezultate Lisabonske strategije. Evropski savet je pozvao Komisiju, Savet EU i nacionalne koordinateure za Lisabonsku strategijuda po nu da razmi-ljaju o pravcima nove strategije za period posle 2010. godine.¹²⁰ To je motivisalo mnoge organizacije i pojedince da formiraju ideje o novoj strategiji na osnovu analize i ocene postignu a Lisabonske strategije. Zvani na javna rasprava je po ela 24. novembra 2009. godine, kada je Komisija objavila dokument Konsultacije o budu oj strategiji EU 2020 u kojem je dala op-te karakteristike budu e strategije i pozvala sve zainteresovane da do 15. januara 2010. godine dostave svoje predloge.¹²¹

Strategija Evropa 2020 ima kratkoro ni cilj da obezbedi uspe-an izlazak iz aktuelne ekonomske i finansijske krize i da istovremeno obezbedi odrflivu budu nost sa vi-e posla i boljim uslovima flivota.¹²² Polazne osnove u izradi Strategije bile su: plan izlaska iz ekonomske krize; suo avanje s globalnim izazovima; kontinuitet u sprovo enju ó nastavak Lisabonske strategije; ja a finansijska podr-ka; bolja koordinacija sa ostalim politikama EU; bolja podela rada izme u institucija EU i zemalja lanica; novi mehanizmi za sprovo enje; ja i instrumenti evropskog ekonomskog upravljanja i ja anje konkurentnosti na evropskom nivou.¹²³

Strategija Evropa 2020 fokusirana je na tri me usobno povezana prioriteta¹²⁴:

- Pametan rast - razvoj ekonomije zasnovane na znanju i inovacijama (nau no-tehnolo-ka istraflivanja i razvoj, inovacije, obrazovanje i digitalno dru-tvo),
- Odrflivi rast - istovremeno podsti e konkurentnost i proizvodnju koja se efikasnije odnosi prema resursima, i

¹¹⁸ European Council, Brussels, 17 June 2010, Conclusions, internet: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/council_conclusion_17_june_en.pdf

¹¹⁹ European Council, 13/14 March 2008, Presidency conclusions, Brussels

¹²⁰ Kronja J., i dr., Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011.

¹²¹ Consultation on the future "EU 2020" strategy, COM (2009)647 final, Brussels, 24.11.2009

¹²² Miri O., Spasi P., Unapre enje teritorijalne kohezije posredstvom razvoja saobra ajne infrastrukture i za-tite flivotne sredine, AGENDA, 2012., 5,

¹²³ Kronja J., i dr., Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011.

¹²⁴ Kronja J., i dr., STRATEGIJA Evropa 2020: etiri godine kasnije: vodi , Grafolik, Beograd, 2015.

- Inkluzivni rast - bolja participacija na tržištu rada, borba protiv siromaštva i socijalna kohezija.

Nova strategija kroz pet kvantitativnih ciljeva definiše gde bi EU trebalo da bude kroz deset godina. Postavljeni ciljevi su međusobno povezani, tako da postizanje cilja u oblasti obrazovanja povećava zaposlenost, a povećanje stope zapošljavanja smanjuje siromaštvo. Unapređeni kapaciteti za razvoj istraživanja, razvoj i inovacije u svim sektorima privrede, kombinovani sa efikasnijim korišćenjem resursa, povećavaju konkurentnost i stvaraju nove poslove (novu vrednost). Investiranje u čiste, nisko-ugljeni tehnološki sektori čine životnu sredinu, doprinose borbi sa klimatskim promenama i kreiranju novih poslovnih i radnih mogućnosti.¹²⁵

Da bi se ispunili navedeni ciljevi Evropska unija je lansirala sedam vodećih inicijativa (engl. *flagship initiatives*) koje razrađuju specifične akcije koje treba da se ostvare kako na nivou EU tako i na nivou zemalja članica.

Pet glavnih ciljeva strategije Evropa 2020¹²⁶:

- Povećati stopu zaposlenosti populacije starosti od 20. do 64. godine sa 69% na 75% kroz veći učešće mladih ljudi, starijih radnika i nekvalifikovanih radnika i bolju integraciju legalnih migranata.
- Povećati procenat BDP koji se izdvaja za istraživanje i razvoj sa 1,9 na 3%.
- Ostvariti do 2020. klimatsko-energetski cilj od 20% smanjenja emisije gasova koji izazivaju efekat staklene bašture u odnosu na 1990. godinu, (ili čak za 30% ako dozvole uslovi), 20% povećanje udela obnovljivih izvora energije u finalnoj potrošnji i za 20% povećanje energetske efikasnosti.
- Smanjiti stopu ranog napuštanja škole na ispod 10% sa trenutnih 15%, uz istovremeno povećanje procenta stanovništva sa diplomom visokoškolske ustanove sa 31% na 40%.
- Smanjiti broj ljudi koji žive ispod linije siromaštva za 25%, što će predstavljati izlazak preko 20 miliona ljudi iz siromaštva.

¹²⁵ Kronja J., i dr., Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011.

¹²⁶ Kronja J., i dr., STRATEGIJA Evropa 2020: četiri godine kasnije: vodič, Grafolik, Beograd, 2015.

Da bi se ispunili navedeni ciljevi Evropska unija je lansirala sedam vodećih inicijativa (engl. flagship initiatives) koje razrađuju specifične akcije koje treba da se ostvare kako na nivou EU tako i na nivou zemalja članica.¹²⁷

Pametnan rast

- Inicijativa Unija inovacija. Unapređuje okvirne uslove i pristup za finansiranje istraživanja i inovacija u cilju transformisanja inovativnih ideja u proizvode i usluge koji će kreirati nove poslove i podsticati rast.
- Inicijativa Mladi u pokretu. Unapređuje performanse obrazovnih sistema i stimuliše uključivanje mladih ljudi na tržište rada.
- Inicijativa Evropska digitalna agenda. Usmerena na razvoj digitalnog jedinstvenog tržišta i promociju njegove prednosti za firme i domaćinstva, podržava razvoj Interneta velike brzine i širokopolasni pristup Internetu za sve.

Održivi rast

- Inicijativa Resursno efikasna Evropa. Stimuliše prelaz na resursno efikasnu, nisko-ugljeničnu ekonomiju uz veći stepen korišćenja obnovljivih izvora energije, modernizaciju transportnog sektora, unapređuje konkurentnosti i energetske bezbednost.
- Inicijativa Industrijska politika za eru globalizacije. Unapređuje poslovno okruženje, posebno za MSP i podržava razvoj jake i održive industrijske baze konkurentne na globalnom nivou.

Inkluzivan rast

- Inicijativa Agenda za nove veštine i poslove. Stvara uslove za modernizaciju tržišta rada, povećanje veština i znanja radne snage, povećava stopu zapošljavanja i usklađivanje ponude i potražnje, između ostalog kroz bolje uslove za mobilnost radne snage.

¹²⁷ Kronja J., i dr., Vodič kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011.

- Inicijativa Evropska platforma protiv siromaštva. Obezbeđuje ekonomsku, socijalnu i teritorijalnu koheziju; jača svest i unapređuje osnovna ljudska prava osoba suočenih sa siromaštvom i socijalnom isključenosti, obezbeđuje njihovo aktivno učešće u društvu.

Ciljevi Lisabonske strategije nisu predstavljali neke dodatne kriterijume za države na putu prema članstvu u Uniji, iako su politike EU prema tim državama odražavale sadržaj Strategije u sklopu kratkoročnih i srednjoročnih prioriteta. Za razliku od Lisabonske strategije, u strategiji Evropa 2020 izričito se ističe važnost ovog programa za države kandidate i države susjedstva, koji ima značajan potencijal kao putokaz za ubrzanje i kompatibilnost reformskih procesa u budućim državama članicama. „*Strategija Evropa 2020 nije relevantna samo unutar EU, već nudi značajan potencijal zemljama kandidatima i našim susjedima i pomaže im da ubrzaju svoje reforme. Proširenje prostora na kojem se primenjuju pravila EU kreiraće nove mogućnosti kako za EU tako i za njene susede.*“¹²⁸

Evropa 2020 je strategija koja opredjeljuje članice Evropske Unije na ekonomski rast koji je: (1) ambiciozan i pametan i razvoj ekonomije zasnovane na znanju i inovacijama (2) održiv i resursno efikasne, ekološki i drugačije održive i globalno konkurentne ekonomije i (3) inkluzivan i ekonomije visoke zaposlenosti koje ostvaruju socijalnu i teritorijalnu koheziju.¹²⁹

Jedan od ciljeva strategije Evropa 2020 je poboljšanje uslova za istraživanje, inovacije i razvoj. Dva su faktora značajna za primenu ove strategije. Prvi, ostvarivanje pojedinačnih ciljeva je uslovljeno ostvarivanjem ostalih ciljeva ove strategije. Ne može se baviti samo jednim od ovih ciljeva da bi se zanemarilo. Drugi faktor je poboljšanje uslova za istraživanje i razvoj te razvijanje inovacija. Ovaj faktor se izdvaja jer ovaj faktor se izdvaja jer on ima ulogu oskoda za razvoj zemalja jer je zasnovan na znanjima, koji su osnovni prioritet za razvoj Evrope.

Samo na takav način se omogućava:

- Povezivanje zaposlenosti i inovacija
- Energetsku sigurnost
- Održavanje životne sredine i rješavanje problema klimatskih promena,
- Povećanje socijalnu inkluziju

¹²⁸ Europe 2020 - A Strategy for sustainable, smart and inclusive growth, EC, 2012., p.23.

¹²⁹ Carić M., Smičko O., Model preduzetništva visokokolske ustanove, Zbornik radova 1. međunarodne konferencije učenika za preduzetništvo, Zagreb, 2011.

- Ja anjeme unarodne konkurentnosti
- Bolju stratešku poziciju evropskih ekonomija u odnosima sa drugim ekonomijama.

Ova i druga strateška opredeljenja doprinela su ja anju finansijske i druge podrške istraffivanjima i razvoju i gajenju inovacija u zemljama članicama EU. Ali, sugerisani nivo izdvajanja za istraffivanja i razvoj (IR) je samo delimično dostignut, jer su ukupna ulaganja u IR u EU iznosila 2010. godine, tek 2% BDP. Pored toga, IR kapaciteti su ostali primetno fragmentirani, nedovoljno povezani i integrisani sa drugim sektorima (slaba povezanost istraffivanja, visokog obrazovanja i proizvodnog sistema), manje atraktivni za ulaganja i još ne emu slabiji od ovih kapaciteta u SAD, Japanu, naprednim zemljama Jugoisto ne Azije, u novije vreme u Kini, Indiji, itd. Ve ina članica EU razvijala je, u okviru ove strategije, sopstvene mere podrške privatnim IR aktivnostima, ali i zapostavljala prioritete u alokaciji javnih sredstava za IR.¹³⁰

Iz ovih i drugih razloga rezultati IR sistema EU u celini tokom prve decenije XXI veka, esto upozoravaju e, zaostaju za rezultatima ovih sistema u SAD, Japanu, Kini, itd. Finansijska kriza je, krajem 2010. godine, u EU dovela do poja ane nedeljivosti privrede kada su u pitanju ulaganja u IRI i do restrikcija u budffetima iz kojih se inansiraju javna istraffivanja i razvoj. Stoga se u EU, koja ffeli svoj dalji razvoj da zasniva na znanju, ulozvono za uzbunu. Glavni cilj je da ulaganje u istraffivanja i razvoj u 2020. godini, dostignu nivo od bar 3% BDP EU pošto se procenjuje da bi se inovacijama koje bi otuda proistekle kreiralo oko 3,7 miliona novih radnih mesta i 2025. godine, poveao BDP EU za 795 milijardi evra.¹³¹

Inicijativa vodilja, u okviru ovog cilja, je nazvana Unija inovacija. Nju ini, za sada, 13 tzv. klju nih inicijativa za poboljanje uslova i za pristup finansiranju istraffivanja, razvoja i inovacija. Osnovni zadatak Unije inovacija je da se inovativne ideje pretvore u proizvode, procese i usluge koji dovode do ekonomskog rasta i kreiranja novih radnih mesta. Dakle, akcenat se sada stavlja na stvaranje onih uslova za istraffivanja, razvoj i inovacije koje e osigurati da se inovativne ideje pretvore u nove proizvode, procese i usluge.¹³²

¹³⁰ Todi D., i dr., Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011.

¹³¹ Ibidem

¹³² Kronja J., i dr., Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011.

U prošlosti fokus politika istraživanja i razvoja su bili ulazi u ovaj sistem, tj. finansiranje istraživanja, opremljenost laboratorija, broj istraživača, naučna literatura i informacije, itd. U strategiji Evropa 2020 fokus se usmerava i na izlaze ovog sistema tj. na naučne inovacije, objavljene naučne radove, zaštićene patente, inovacije nastale naučnim inovacijama i znanju, nove tehnologije, doprinos inovacijama unarodnoj konkurentnosti, na racionalizaciju upotrebe postojećih i razvoj novih resursa (posebno energetskih), na doprinos razvoju "zelene ekonomije" i zaštiti životne sredine, itd. Dostizanje željenih ishoda, uticaja i doprinosa istraživanja i inovacija ekonomskom rastu i socijalnoj dobrobiti zahteva organizacionu rekonstrukciju istraživačkih sistema unutar EU, u prvom redu ka defragmentaciji, jačanju saradnje, umrežavanjima, i sl.¹³³

4.4. Globalni indeks inovativnosti (GII)

Svetski ekonomski forum definiše konkurentnost kao skup institucija, propisa i drugih činilaca koji određuju nivo produktivnosti zemalja. Poznatiji nivoa konkurentnosti naziva se Globalni indeks konkurentnosti (*Global competitiveness index- GCI*) i bavi se merenjem proseka više mikroekonomskih i makroekonomskih komponenata, koji se pojedinačno vrednuju na skali od 1 do 7. Svi mereni pokazatelji su grupisani u dvanaest stubova i odražavaju različite aspekte slofene ekonomske stvarnosti.¹³⁴

Prvi stub - institucije. Institucionalni ambijent je određen zakonskim i administrativnim okvirom unutar koga pojedinci, preduzeća i vlade, u međusobnoj interakciji generišu prihode i obezbeđuju ekonomski prosperitet. Vafnost kvalitetnog institucionalnog ambijenta je potvrđena u uslovima aktuelne krize, tokom koje je uloga državnih institucija bila vafna u rešavanju ekonomskih problema. Uređenje institucionalnog ambijenta je izuzetno slofen posao. Pre svega on podrazumeva obezbeđenje zaštite svih oblika svojine, jer je to osnovni preduslov za privlačenje stranih investicija. Takođe, veoma je vafna institucionalna podrška razvoju tržišnih sloboda, pronalazku optimalnog nivoa regulacije, sprečavanju korupcije, oslobađanju pravosuđa od političke zavisnosti, zaštiti životne sredine, itd. Iako navedene

¹³³ Todi D., i dr., Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011

¹³⁴ Raić, Pavlović N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>

aktivnosti stvaraju značajne ekonomske troškove i time usporavaju privredni rast, neophodno je težiti kreiranju institucionalnog ambijenta koji omogućava efikasno poslovanje.¹³⁵

Drugi stub- infrastruktura. Razvijena i efikasna infrastruktura je osnov konkurentnosti. Ona je bitna za osiguranje efikasnog ekonomskog funkcionisanja, kao što je i važno determinisanje faktora lokalnih ekonomskih aktivnosti i vrsta aktivnosti i sektora koji mogu razviti ekonomiju. Dobro razvijena infrastruktura smanjuje efekte udaljenosti između regija što rezultira integriranjem nacionalnih tržišta i povezivanjem uz male troškove na tržištima u drugim zemljama i regijama. Pored toga kvalitetna i sveobuhvatna infrastrukturna mreža značajno utiče na ekonomski rast i smanjuje dohodovne nejednakosti i siromaštvo. S tim u vezi, dobro razvijena transportna i komunikaciona infrastrukturna mreža je preduslov za sposobnost manje razvijenih zajednica da povećaju osnovne ekonomske aktivnosti i usluge. Efikasna mreža za transporta roba, ljudi i usluga, kao što su dobri putevi, željeznice, luke, aviotransport, omogućavaju poduzetnicima da blagovremeno plasiraju svoje robe i usluge na tržište, i pružaju mogućnost olakšanog kretanja radnika do najpogodnijih radnih mjesta. Ekonomije takođe u monogome zavise i od dobre snabdjevenosti električnom energijom kao i od telekomunikacione mreže.¹³⁶

Treći stub- makroekonomska okruženje. Za razvoj konkurentnosti, izuzetno je važna stabilnost makroekonomskog okruženja. Drugim rečima, potrebno je obezbediti što viši ekonomski rast, smanjiti nezaposlenost, obezbediti stabilnost cena (nisku inflaciju) i izbegavati deficite platnog bilansa. Svi ovi ciljevi makroekonomske politike se nalaze u međusobnim odnosima koji zavise od agregatne potražnje i promena u privrednom ciklusu. Na primer, u ekspanzivnoj fazi poslovnog ciklusa dolazi do rapidnog smanjenja nezaposlenosti, kao i do rasta agregatne potražnje, što podgreva inflaciju i podstiče uvoz (usled smanjenja cijena između stvarnog i potencijalnog outputa). Inflacija snižava konkurentnost domaćih proizvoda što smanjuje izvoz, dok se istovremeno zbog rasta potražnje povećava uvoz, što na kraju vodi ka deficitu platnog bilansa¹³⁷. Postoje i mnogi drugi mehanizmi koji potvrđuju zavisnost makroekonomskih varijabli, a to je kvantifikacija, važnost i ispravnost predmet flustrih ekonomskih rasprava. Općenito zaključak je da makroekonomska stabilnost

¹³⁵ Cvetković K., Arsić Lj., Milićević Z., Unapređenje globalne konkurentnosti malih i srednjih preduzeća u Srbiji, Međunarodna naučna konferencija Menadžment 2014, Beograd, 2014.

¹³⁶ Konkurentnost 2014-2015 Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2014.

¹³⁷ Savković R., Ekonomija- osnove (drugo izdanje), Naučna knjiga, Beograd, 2006.

pomaže podizanju konkurentnosti, te da svaka vlada treba da radi na njenom odrflavanju, trude i se istovremeno da svoje tro-kove svede na minimum.¹³⁸

Četvrti stub- Zdravlje i osnovno obrazovanje. Lo-a zdravstvena slika radne snage pove aava tro-kove poslovanja, zbog estog odsustva bolesnih radnika i niskog nivoa efikasnosti njihovog rada. Zato su investicije u podizanje nivoa zdravstvene za-tite vafne, kako u ekonomskom, tako i u moralnom pogledu. Sa druge strane, obrazovanje je vafno zbog podizanja kvaliteta flivota ljudi i osiguranja dru-tvenog i ekonomskog napretka. Nedovoljno obrazovana radna snaga mođe da obavlja samo osnovne- manualne poslove i esto postoje ozbiljne pote-ko e u prilago avanju naprednim proizvodnim procesima i tehnologijama. Nivoi zdravlja i obrazovanja su mnogo vi-i u ekonomski razvijenim zemljama, zbog ve ih mogu nosti investiranja u obrazovanje i zdravstvo.¹³⁹

Peti stub- Visoko obrazovanje i obuka. Kvalitetno visoko obrazovanje i stru ne obuke su presudni za one ekonomije koje flele da unaprede jednostavne proizvodne procese i proizvode. Dana-nja ekonomska globalizacija zahtijeva da ekonomije stvaraju dobro educirane radnike koji su u stanju da se prilagode rapidnim promenama u okruflnju. Ovaj stub meri upis u enika u srednje i visoko obrazovanje kao i kvalitet edukacije procjenjen od strane poslovnih zajednica. Step en stru ne obuke kadrova doprinosi konkurentnosti zbog vafnosti stru ne i kontinuirane obuke u poslu (zanemarivana u mnogim ekonomijama), koja e obezbediti konstantno unapre enje ve-tina radnika i prilagoditi potrebama razvijene ekonomije.¹⁴⁰

Šesti stub- efikasnost tržišta roba. Pod efikasno- u trffi-ta roba se podrazumeva mogu nost i sposobnost produkcije -irokog asortimana proizvoda i usluga u datim odnosima ponude i traflnje. Efikasnost ovog segmenta trffi-ta zavisi od uslova traflnje, koji su determinisani orijentaciom ka potro-a ima i njihovom sofisticirano- u koja korespondira sa kupovnom mo i. Globalizovana trffi-ta odlikuju se vi-kom ponude u odnosu na potraflnju, -to favorizuje poziciju potro-a a. Zato proizvo a i moraju biti fokusirani na njih, u smislu pove anja stepena kastomerizacije ponude. Sa druge strane, velike poreske stope ili restriktivna i

¹³⁸ Ra i fi., Pavlovi N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>

¹³⁹ Cvetkovi K., Arsi Lj., Mili evi Z., Unapre enje globalne konkurentnosti malih i srednjih preduze a u Srbiji, Me unarodna nau na konferencija Menadflment 2014, Beograd, 2014.

¹⁴⁰ Konkurentnost 2014-2015 Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2014.

diskriminatorna pravila vezana za vlasništvo stranaca ili strane direktne investicije u velikoj meri mogu uticati na smanjenje efikasnosti tržišta roba, pa samim tim i konkurentnosti.¹⁴¹

Sedmi stub- efikasnost tržišta rada. Efikasnost i fleksibilnost tržišta rada su presudni za osiguravanje da se radnici najefikasnije iskoriste u privredi uz uslov da tržište potiče radnike da uložite najveće napore da na posao koji je kvalitetno i stručno raditi. Tržište rada stoga mora biti fleksibilno za brzo pomeranje radnika iz jedne privredne aktivnosti u drugu uz male troškove, kako bi se omogućile zarade bez mnogo socijalnih nemira. Efikasna tržišta rada moraju, također osigurati jasan odnos između u podsticanja radnika i ulaganja njihovog napora, kao i najbolju upotrebu raspoloživih snaga, koje uključuje ravnopravnost penziona i muškaraca u poslovnom okruženju.¹⁴²

Osmi stub- Sofisticiranost finansijskog tržišta. Sofisticirano finansijsko tržište obezbeđuje efikasno usmeravanje finansijskih resursa ka najboljim preduzetnicima i investicionim projektima. Pomenuti resursi obuhvataju međnju granicu, kao i domaće i strane investicije. Pored stabilnog bankarskog sektora, efikasno finansijsko tržište podrazumeva razvijene i alternativne načine finansiranja. To znači da na tržištu mora postojati duboko sekundarno tržište za širok spektar finansijskih instrumenata i derivata.¹⁴³

Deveti stub- Tehnološka opremljenost. U globalizovanom svetu, tehnologije postaju jedan od ključnih elemenata za stvaranje i održavanje konkurentne prednosti. Države moraju biti spremne za usvajanje novih tehnologija i za obezbeđivanje neophodnih uslova za njihovo efikasno korišćenje. Poseban akcenat treba staviti na sposobnost korišćenja informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT) i na njihovu implementaciju u sve dnevne aktivnosti proizvodnih procesa. IKT se može nazvati tehnologijom opće namene zbog toga je izgradnja infrastrukture tog tipa neizbežna za održavanje i podizanje ekonomske konkurentnosti. Takođe, veoma je važno obezbediti pristup izvorima savremenih tehnologija. Kada su u pitanju slabije razvijene države, to se prvenstveno postiže putem stranih direktnih investicija. Sa druge strane, razvijene države koje postavljaju tehnološke standarde, moraju se osloniti na inovacije i ulaganje u sopstveno istraživanje i razvoj.¹⁴⁴

¹⁴¹ Raić, Pavlović N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>

¹⁴² Konkurentnost 2014-2015 Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2014

¹⁴³ Cvetković K., Arsić Lj., Milićević Z., Unapređenje globalne konkurentnosti malih i srednjih preduzeća u Srbiji, Međunarodna naučna konferencija Menadžment 2014, Beograd, 2014.

¹⁴⁴ Raić, Pavlović N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>

Deseti stub- veličina tržišta. Veli ina trfli-ta utie e na konkurentnost, jer velika trfli-ta omogu uju preduze ima da bolje iskoriste -anse na trfli-tu. Tradicionalno, trfli-ta koja su na raspolaganju firmama su ograni ena drflavnim granicama. U eri globalizacije, me unarodna trfli-ta postala su zamena za doma a trfli-ta, a posebno za male zemlje. Dokazano je da je otvorenost trgovine pozitivno povezana s rastom. ak i ako neko novije istraflivanje baca sumlju na to, op-ti ose aj je da trgovina ima pozitivan u inak na rast, posebno za zemlje s malim doma im trfli-tima. U trenutno velikoj me uovisnosti sveta, oporavak od sada-nje recesije zahteva e da drflave pove avaju koli inu robe koju kupuju jedne od drugih, postiflu i tako ve u potraflnju. Daljnje smanjivanje barijera u trgovini e podrflati ovaj proces.¹⁴⁵

Jedanaesti stub- Sofisticiranost poslovanja. Produktivnost neke zemlje zavisi od produktivnosti kompanija koja u njoj posluju. Sofisticiranost poslovanja zemlje podrazumeva kvalitet ukupnih poslovnih veza, kao i šosmi-ljenostõ preduze a koja se iskazuje preko strategija i operativne prakse. Zbog toga je neophodno da svako preduze e kontinuirano unapre uje operativnu efikasnost, po uzoru na najbolju globalnu praksu. To se ti e strategijskog pristupa, pofeljno je implementirati strategiju diferencijacije, -to podrazumeva razvoj inovativnosti. Pribegavanje alternativnim strategijama koje se fokusiraju na vo stvo u tro-kovima, vodi trfline aktere u takozvani šcenovni ratõ, koji esto rezultira smanjenjem kvaliteta proizvoda, pa samim tim i konkurentnosti. Tako e, umreflavanje preduze a (inkubatori, klasteri, strategijske alijanse) predstavlja nezaobilaznu kariku u razvoju konkurentnosti, zbog sinergiskih efekata koje je mogu e ostvariti u mnogim segmentima poslovanja (rast pregovara ke mo i, osvajanje novih trfli-ta, sticanje novih znanja, itd.).¹⁴⁶

Dvanaesti stub- Inovacije. Zemlje u razvoju imaju privilegiju da svoju produktivnost mogu da unapre uju usvajanjem postoje ih tehnologija, -to za razvijene zemlje ne vaffi. Preduze a u razvijenim zemljama moraju sama da kreiraju i razvijaju nove proizvode i procese, kako bi odrflavale konkurentsku prednost. To zahteva okruflenje koje podrflava razvoj inovativnosti, odnosno ulaganja u istraflivanje i razvoj, ostvarivanje saradnje izme u univerziteta i privrede, za-titu intelektualne svojine itd. Preduze a moraju napu-tati koncept tradicionalnih hijerarhijskih organizacionih struktura i unapre ivati pli e strukture koje obezbe uju ve i stepen decentralizacije mo i, neformalniju komunikaciju koja obezbe uje brffi protok

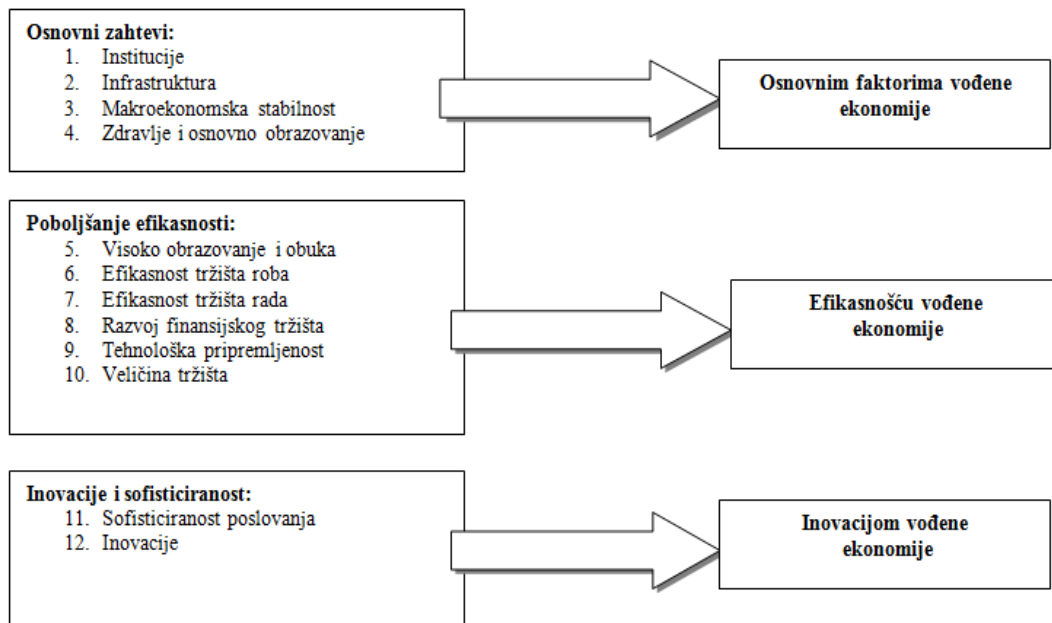
¹⁴⁵ Konkurentnost 2014-2015 Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2014

¹⁴⁶ Rai fi., Pavlovi N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>

informacija i fleksibilnost, kao i sve ostalo –to podstie kreativnost zaposlenih i dovodi do djeljene inovativnosti.¹⁴⁷

Navedenih dvanaes stubova konkurentnosti se grupie u tri cjeline:

- Osnovni faktori vo ene ekonomije,
- Efikasnost vo ene ekonomije i
- Inovacije vo ene ekonomije.



Slika 9. Dijagram nacionalnih vrednosti

Izvor: Drzeniek-Hanouz, M., Dusek, M.. *The Arab World Competitiveness Report 2013*.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_AWCR_Report_2013.pdf preuzeto 20.11.2014

Fazu razvoja u kojoj se ekonomija neke zemlje nalazi, odreuje nivo godi-njeg bruto domaeeg proizvoda po glavi stanovnika (*Gross domestic product per capita- GDPpc*). Za ekonomiju neke zemlje kaemo da se nalazi u prvoj fazi razvoja, ukoliko je njen godi-nji GDPpc manji od 2000 USD. Takve zemlje bi sa ciljem poboljanja konkurentnosti, trebalo da unapreuju institucije, infrastrukturu, makroekonomsku stabilnost, zdravlje i osnovno obrazovanje, jer je re o ekonomijama vo enim osnovnim faktorima. Zemlje iji je godi-nji

¹⁴⁷ Cvetkovi K., Arsi Lj., Mili evi Z., Unapre enje globalne konkurentnosti malih i srednjih preduze a u Srbiji, Me unarodna nau na konferencija Menadflment 2014, Beograd, 2014.

GDPpc izme u 2000 i 3000 USD, nalaze se na prelasku iz prve u drugu fazu razvoja, dok se zemlje sa godi-njim GDPpc izme u 3000 i 9000 USD nalaze u drugoj fazi razvoja. Na prelasku u tre u fazu nalaze se drflave sa GDPpc izme u 9000 i 17000 hiljada USD, dok se visokorazvijenim zemljama smatraju drflave sa godi-njim GDPpc ve im pd 17000 USD.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Ra i fi., Pavlovi N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>

5. INOVATIVNOST I KONKURENTNOST MALIH PREDUZEĆA U REPUBLICI SRBIJI

5.1. Pokazatelji društveno-ekonomske konkurentnosti Republike Srbije

Problematika konkurentnosti se poela afirmisati sa delovanjem Svetskog ekonomskog foruma (SEF) koji su preko Indeksa globalne konkurentnosti merili konkurentnost drflava. Ovaj indeks ima dvanest stubova koje se grupi-u u tri grupe. Prva grupa se naziva Osnovni zahtevi u koje se ukljuuju slede i stubovi: (1) Institucije, (2) Infrastruktura, (3) Makroekonomska stabilnost, (4) Zdravstvo i primarno obrazovanje. Druga se gupa naziva Faktori za pove anje efikasnosti i u ovu grupu spadaju: (5) Visoko obrazovanje i obuka, (6) Efikasnost trfli-ta dobara, (7) Efikasnost trfli-ta rada, (8) Sofisticiranost finansijskog trfli-ta, (9) Tehnolo-ka spremnost i (10). Tre a grupa se nazova: Faktori inovativnosti i sofisticiranosti i u ovu grupu ulaze sljede i stubovi: (11) Sofisticiranost poslovnih procesa i (12) Inovacije.

IGK, kao kompozitni indeks, formira se kao ponderisani proseki vrednosti svakog od navedenih stubova. Ina e, svaki od navedenih stubova sam po sebi predstavlja kompozitni indeks koji se formira kao ponderisani proseki podindikatora¹⁴⁹ ije vrednosti se dobijaju iz dva tipa izvora ó primarnih i sekundarnih. Primarni podaci dobijaju se na osnovu standardizovanih anketa koje se svake godine sprovode u obuhva enim zemljama na koje odgovaraju predstavnici najvi-eg menadflerskog nivoa (štop menadfleriö) preduze a koja formiraju reprezentativni uzorak.

Ovi podaci nazivaju se tako e i šmekim podacimaö¹⁵⁰ (soft data). Broj preduze a koja ulaze u uzorak varira od zemlje do zemlje i zavisi prevashodno od njene veli ine. Uzorak ine mala, srednja i velika preduze a. Udeli preduze a prema veli ini u uzorku precizno su definisani smernicama SEF-a.

Prema izve-taju Svetskog ekonomskog foruma za 2014. godinu Srbija je rangirana na 94. poziciji na listi koja obuhvata 144 zemalje (u odnosu na prethodnu godinu zbog problema sa dostupno- u podataka izostali su podaci za Benin, Bosnu i Hercegovinu, Brunej Darusalam, Ekvador i Liberiju, dok je Tadfikistan ponovo uklju en u uzorak) sa zabelefenom vredno- u Indeksa globalne konkurentnosti (IGK) od 3,90. Pri tome, valja imati u vidu da se teorijska vrednost IGK kre e se u intervalu od 1 do 7. U odnosu na prethodnu godinu vrednost IGK za

¹⁴⁹ Prema izve-taju SEF-a iz 2012. godine u strukturi IGK ima ukupno 111 podindikatora konkurentnosti.

¹⁵⁰ Podindikatore koji se zasnivaju na šmekim podacimaö mogu se nazivati šmekim podindikatorimaö

Srbiju je povećala za 0,13, što je dovelo do pozitivnog pomeranja ranga Srbije za 7 pozicija (sa 101. na 94. mesto na listi).¹⁵¹

Najveća vrednost IGK od 3,90 Srbija je ostvarila u prvog talasa krize 2008. godine, da bi u naredne, 2009. godine vrednost IGK приметно opala na 3,77. Nakon tog perioda usledio je postepeni oporavak, da bi se u 2013. vrednost IGK ponovo spustila na nivo iz 2009. a 2014. vratila na nivo istorijskog maksimuma iz 2008.

U narednim tabelama¹⁵² dati su podaci o vrednosti IGK i rangu Srbije i zemalja iz njenog okruženja za period od 2007. do 2014. godine. Tabelama je obuhvaćeno 11 zemalja i to: Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Grčka, Mađarska, Makedonija, Crna Gora, Rumunija, Srbija, Slovačka i Slovenija. Usled nemogućnosti da se prikupe podaci za Bosnu i Hercegovinu u ovoj godini, vrednosti indeksa i rang nisu prikazani za 2014. godinu.

Tabela 6. Indeks globalne konkurentnosti (2007-2014)

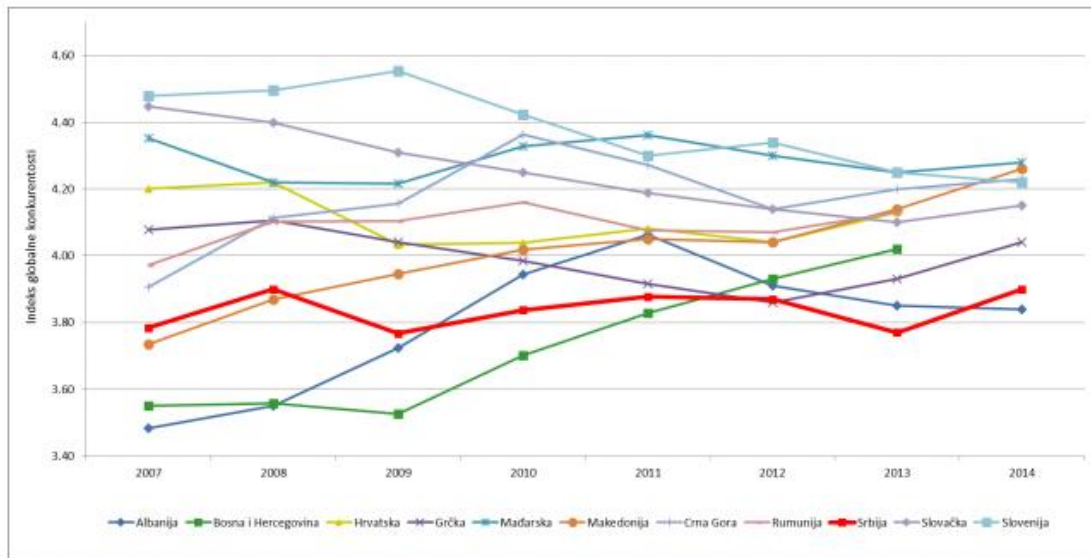
	Albanija	BiH	Hrvatska	Grčka	Mađarska	Makedonija	Crna Gora	Rumunija	Srbija	Slovačka	Slovenija
2007	3,48	3,55	4,20	4,08	4,35	3,73	3,91	3,97	3,78	4,45	4,48
2008	3,55	3,56	4,22	4,11	4,22	3,87	4,11	4,10	3,90	4,40	4,50
2009	3,72	3,53	4,03	4,04	4,22	3,95	4,16	4,11	3,77	4,31	4,55
2010	3,94	3,70	4,04	3,99	4,33	4,02	4,36	4,16	3,84	4,25	4,42
2011	4,06	3,83	4,08	3,92	4,36	4,05	4,27	4,08	3,88	4,19	4,30
2012	3,91	3,93	4,04	3,86	4,30	4,04	4,14	4,07	3,87	4,14	4,34
2013	3,85	4,02	4,13	3,93	4,25	4,14	4,20	4,13	3,77	4,10	4,25
2014	3,84	n.a.	4,13	4,04	4,28	4,26	4,23	4,30	3,90	4,15	4,22

Tabela 7. Rang zemalja prema Indeksu globalne konkurentnosti (2007-2014)

	Albanija	BiH	Hrvatska	Grčka	Mađarska	Makedonija	Crna Gora	Rumunija	Srbija	Slovačka	Slovenija
2007	109	106	57	65	47	94	82	74	91	41	39
2008	108	107	61	67	62	89	65	68	85	46	42
2009	96	109	72	71	58	84	62	64	93	47	37
2010	88	102	77	83	52	79	49	67	96	60	45
2011	78	100	76	90	48	79	60	77	95	69	57
2012	89	88	81	96	60	80	72	78	95	71	56
2013	95	87	75	91	63	73	67	76	101	78	62
2014	97	n.a.	77	81	60	63	67	59	94	75	70

¹⁵¹ Tanasković, S., Ristić, B.: Konkurentna pozicija Srbije u 2014. godini prema Izveštaju Svetskog ekonomskog foruma, Ekonomski fakultet Beograd i Fondacija za razvoj ekonomske nauke (FREN), Beograd, 2015. (www.fren.org.rs, poseteno 12.03.2015.)

¹⁵² Isto, str.2.



Slika 10. Kretanje Indeksa globalne konkurentnosti za Srbiju i zemlje iz okruženja

Izvor: www.fren.org.rs

Prilikom uporeivanja rezultata iz Republike Srbije sa rezultatima ostvarenim u zemljama u okruženju pokazuje da je u 2013. godini je pokazala najlošije rezultate u odnosu na druge zemlje. U 2012 godini je imala neznatno bolje pokazatelje u odnosu na Grčku. Dok je u 2014. godini pokazala bolje rezultate u odnosu na Albaniju. Posmatrajući i prethodne godine najlošije rezultate su ostvarivale zemlje Bosna i Hercegovina te Albanija.

Prevelika osciliranja u vrednosti indeksa, a posledice i osciliranja na rang listi svakako nisu karakteristika Srbije. Nakon blagih porasta vrednosti IGK u 2010. i 2011. godini, 2012. godinu bismo mogli nazvati, kao što je već navedeno, stagnantnom kada je konkurentnost u pitanju.

Takođe može se primetiti da je u poslednje dve godine izražen trend konvergencije vrednosti IGK za izabranu grupu zemalja. Zemlje sa relativno visokim vrednostima IGK u odnosu na Srbiju beleže pad vrednosti, dok zemlje sa niskim vrednostima beleže rast. Kod zemalja sa visokim vrednostima IGK redukcija vrednosti nastupila je kao rezultat neodrživosti osvojenih pozicija, usled naleta krize, te pogoršanja vitalnih parametara koji se odlikavaju kroz kvantitativne podatke, ali i kroz pogoršanu percepciju konkurentnosti zemlje ispitanih top menadžera, što zajednički formira kompozitnu vrednost IGK.

Naredna tabela prikazuje strukturu IGK po nose im stubovima konkurentnosti za poslednje tri godine, pri emu se mođe dobiti jasnija slika promena u kompoziciji ukupne konkurentnosti:¹⁵³

Tabela 8. Vrednost IGK po stubovima konkurentnosti, SRB: 2012-2014.

	2012.	2013.	2014.	Promene 2014/2013.
Stubovi konkurentnosti				
Institucije	3,16	3,20	3,21	
Infrastruktura	3,78	3,51	3,93	↗
Makroekonomsko okruženje	3,91	3,36	3,51	↗
Zdravstvo i osnovno obrazovanje	5,73	5,75	5,76	↗
Visoko obrazovanje i obuka	3,97	4,05	4,25	↗
Efikasnost tržišta dobara	3,57	3,64	3,78	↗
Efikasnost tržišta rada	4,04	3,90	3,73	↘
Sofisticiranost finansijskog tržišta	3,68	3,48	3,50	↗
Tehnološka osposobljenost	4,10	3,94	4,45	↗
Veličina tržišta	3,64	3,68	3,68	
Sofisticiranost poslovanja	3,11	3,18	3,21	↗
Inovacije	2,81	2,85	2,89	↗

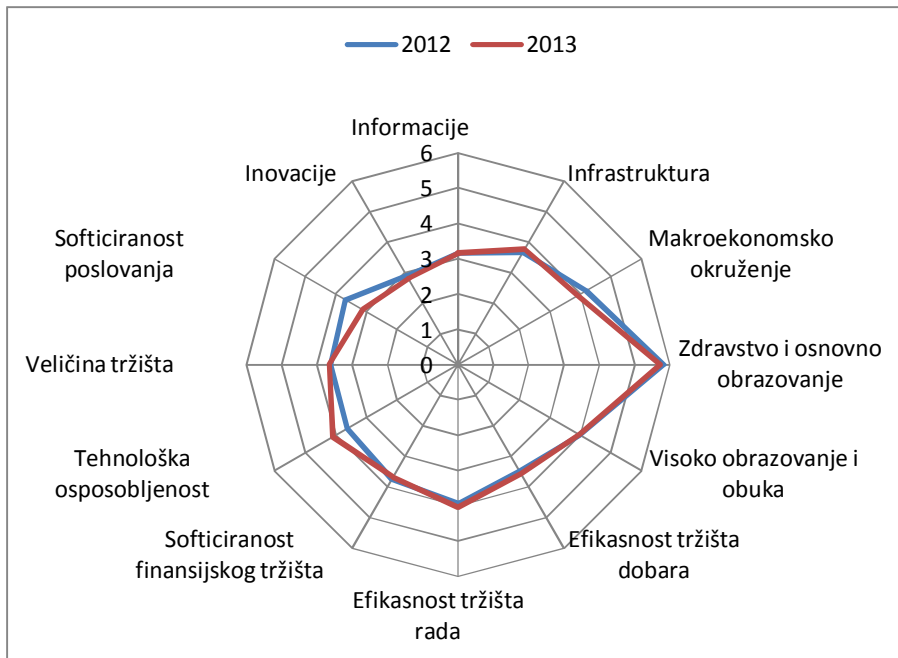
Navedeni podaci ukazuju da je zna ajan rast ostvaren ak u pet segmenata: Infrastrukturi, Makroekonomskom okruženju, Visokom obrazovanju i obuci, Efikasnosti trfi-ta dobara i Tehnolo-koj osposobljenosti. Na ostalim stubovima promene se mogu smatrati minornim, s izuzetkom stuba Efikasnost trfi-ta rada, gde se beleffi blagi pad u odnosu na prethodnu godinu.

Grafi ki prikaz pomo u radijalnog dijagrama pokazuje da je pobolj-anje rezultata stubova IGK u 2013 u odnosu na 2012. godinu pokazali stubovi: efikasnost trffi-nih dobara, tehnlo-ka osposobljenost i infrastruktura. Kod stubova visoko obrazovanje i obuka, veli ina trffi-ta te informacije nije pokazano ni napredovanje ni nazadovanje. Ostali stubovi su pokazali lo-ije rezultate. Rezultat tog napretka je pove ana dostupnost mobilnih i Internet komunikacija u odnosu na prethodni izve-taj Svetskog ekonomskog foruma.

Na ostalih osam stubova promene se mogu smatrati zanemarljivim, jer se uglavnom prime uju na drugom decimalnom mestu. Kona no, i pored minornog napretka i dalje zabrinjava ispodprose na ocena za prvi stub koji meri razvijenost institucijalnog ambijenta

¹⁵³ Risti , B., Tanaskovi , S.(2013), Konkurentna pozicija Srbije u 2013-2014. godini prema Izve-taju Svetskog ekonomskog foruma, Fondacija za razvoj ekonomske nauke, Beograd, (www.fren.org.rs-pose eno 31.03.2015.);

zemlje.¹⁵⁴ Srbija se, prema vrednosti BDP po stanovniku svrstava u zemlje na srednjem nivou razvijenosti.



Slika 11. Vrednost IGK po stubovima konkurentnosti (2012-2013)

Izvor: WEF (2011, 2012)

5.2. Vitalni indikatori inovativnost i konkurentnost malih preduzeća u Republici Srbiji

Uzroci nekonkurentnosti srpske privrede lefe upravo u njenoj sporoj modernizaciji i prestrukturiranju. Jedna od najvažnijih odrednica konkurentnosti je investiranje u obrazovanje, jer uspeh i razvoj kako preduzeća, tako i privrede zavisi od intelektualnog potencijala koji poseduje. Iako je usporila dinamiku sprovođenja započetih reformi, recesija menja uslove poslovanja, stvara prostor na tržištu i oslobađa resurse, time se otvaraju mogućnosti da inovativni pojedinci mogu i iskoristiti poslovnu priliku.

Sektor MSP doprinosi razvoju u zemljama tržišne privrede, kroz povećanje izvoza, dinamiku privrede i njenoj konkurentnosti, s obzirom da imaju najveću sposobnost brzog prilagođavanja tržišnim promenama, predstavlja stabilan izvor novog zapošljavanja i posebno

¹⁵⁴ Intervale stadija razvoja i strukturu pondera koji se koriste pri formiranju IGK-a videti u: WEF, "The Global Competitiveness Report, 2012-2013.", str. 9.

zna ajnu ulogu ima u uravnoteženju regionalnog ekonomskog razvoja. Nedovoljno razvijen sektor MSPP Srbije nije se sna–ao u novonastalim okolnostima.

Troškovna konkurentnost nefinansijskog sektora privrede pobolj–ana je u periodu 2004-2008. godine. Na efikasnije kori–enje raspoloffivih faktora poslovanja ukazuje rast osnovnih indikatora tro–kovne konkurentnosti: BDV realno je pove ana za 7,3% (sektor MSPP 10,9%), prose ni tro–kovi rada za 7,4% (10,4%), a produktivnost rada za 6,8% (4,9%). Do promene u nivou konkurentnosti je do–lo 2008. godine kada su, usled delovanja efekata globalne ekonomske krize, smanjene vrednosti osnovnih pokazatelja tro–kovne konkurentnosti, –to je posebno izrafleno kada se uklju i efekat inflacije, koji se meri godi–njom procentualnom promenom indeksa potro–a kih cena.¹⁵⁵

Nepovoljna kretanja osnovnih poslovnih performansi u periodu krize 2009-2013. godine vi–e su izraflena u sektoru MSPP nego kod velika preduze a. Me utim, iako je produktivnost velikih preduze a pove ana, ne mođe se govoriti o kvalitativnom pobolj–anju njihove konkurentnosti, jer je rezultat ve eg pada zaposlenosti od pada BDV u posmatranom periodu. U okviru sektora MSPP rast produktivnosti ostvaren je samo kod preduzetni kih radnji (od 9,0%), kao rezultat manjeg pada BDV (-23,8%) od pada zaposlenosti (-30,0%). U najnepovoljnijem poloflaju su mikro i mala preduze a koja su u navedenom periodu zabeleflila najve e negativne stope rasta produktivnosti (24,3% i 12,2% respektivno).

Zna ajan pad produktivnosti i konkurentnosti ukupne privrede, a posebno prera iva ke industrije u 2013. godini ukazuje na neophodnost ubrzanja procesa strukturne transformacije privrede i restrukturiranja preduze a, kako bi se pobolj–ala tehnolo–ka struktura i kvalitet industrijskih proizvoda, odnosno pove ala BDV, produktivnost i ukupna konkurentnost. Jedini ni tro–kovi rada (JTR), iskazani kao odnos tro–kova zarada i bruto dodate vrednosti, predstavljaju jo– jedan zna ajan pokazatelj nivoa konkurentnosti.

Konkurentnost merena preko JTR pove ana je samo kod velikih preduze a (JTR su smanjeni za 2,3% u odnosu na 2012.) usled ve eg pada realne vrednosti bruto zarada (-4,3%) u odnosu na pad realne BDV (-2,0). Konstantno smanjenje vrednosti JRT omogu ava povoljniji konkurentski polofla u velikim preduze ima u odnosu na sektor MSPP, iako je

¹⁵⁵ Procena inovativnosti i konkurentnosti malih preduze a kao vitalnog segmenta MSPP sektora u Republici Srbij utemeljena je na Izve–taju o malim i srednjim preduze ima i preduzetni–tvu za 2013. godinu, Ministarstvo privrede i Nacionalna agencija za regionalni razvoj, Beograd, 2014. godina.

u e– e zarada u BDV velikih preduze a i dalje visoko i prelazi 55%. S druge strane, nifni prose ni tro–kovi rada i tro–kovi rada po satu u sektoru MSPP u odnosu na velika preduze a –to mođe da bude u vezi s tim da je u mikro i malim preduze ima radna snaga manje kvalifikovana (ili se deo zarada ispla uje na öcrnoö), –to ne mođe biti osnova za budu i razvoj.

Industrijska konkurentnost dominantno uti e na ukupnu konkurentnost i predstavlja osnovu izvozne konkurentnosti. Dostignuti nivo industrijske konkurentnosti prati se na osnovu analize strukture i produktivnosti prema tehnolo–koj slofenosti proizvodnje. U okviru *Prerađivačke industrije* u Srbiji dominiraju sektori nifne tehnolo–ke slofenosti i nifne produktivnosti (radno i resursno intenzivne delatnosti) pri emu je situacija nepovoljnija kod MSPP u odnosu na velika preduze a. U 2013. godini MSPP iz sektora visoke i srednje visoke tehnolo–ke slofenosti ine svega 10% MSPP Prerađiva ke industrije (28% velika), zapo–ljavaju 17% radnika (32% velika) i stvaraju se 21% BDV MSPP industrijskog sektora (27% velika).

U 2013. u odnosu na 2012. godinu zabeleđeno je pobolj anje ukupne industrijske konkurentnosti zbog pove anja izvoza velikih preduze a, pre svega u : *Proizvodnji motornih proizvoda i prikolica* koji u ukupnom izvozu *Prerađivačke industrije* u estvuje sa 1/5. Rast industrijske konkurentnosti u okviru ove oblasti uglavnom je rezultat rasta proizvodnje proizvoda a automobila *FIAT Srbija*, a uklju ivanjem malih preduze a u njegov lanac dobavlja a ostvaren je pozitivni multiplikatorni efekat na ukupan izvoz *Prerađivačke industrije*. Konkurentnost privrede merena *kretanjem produktivnosti* pogor–ana je u odnosu na prethodnu godinu. Pad produktivnosti ve i je u prerađiva koj industriji (-7,7%) u odnosu na prosek privrede (-4,5%), a u okviru prerađiva ke industrije ve i pad je zabeleđen kod MSPP (-8,3%) u odnosu na velika preduze a (-7,2%). Produktivnost prerađiva ke industrije u 2013. godini za 2,2% je manja nego u 2007. godini (u MSPP manja za 4,5%, a u velikim preduze ima za 1,9% ve a).

U 2013. godini, ukupna spoljnotrgovinska razmena MSPP sektora je smanjena za 15,0 mlrd. dinara (realno za 8,2%), a realni rast spoljnotrgovinske razmene nefinansijskog sektora (2,4%) rezultat je rasta izvoza (32,8%) i uvoza (4,1%) velikih preduze a (kod MSPP izvoz smanjen 3,5% a uvoz 19,6%). Pokrivenost uvoza izvozom ima tendenciju rasta i u 2013. godini i iznosi 72,4%, a u MSPP sektoru 55,3%, –to je na najvi–em nivou od 2007. godine. U spoljnotrgovinskoj razmeni dominiraju proizvodi niske i srednje-niske tehnolo–ke slofenosti sa u e– em od 56,7%. U izvozu sektora MSPP dominiraju proizvodi nifne faze finalizacije i

manje dodate vrednosti (sirovine i radno i resursno intenzivni proizvodi). U cilju unapređenja izvozne konkurentnosti srpskih proizvoda potrebno je da se promeni struktura izvoza u korist tehnološko složenijih proizvoda viših faza prerade koji stvaraju veću dodatnu vrednost po jedinici. Takođe, nužna je i veća geografska diversifikacija izvoza, kao i jačanje pozicija na sadašnjim izvoznim tržištima. Jačanje izvozne konkurentnosti kroz transformaciju izvozne strukture moguće je samo uzajamnim rastom poslovne i investicione aktivnosti doma i stranih preduzeća koja svoje poslovanje zasnivaju na visokim tehnologijama, znanju i inovacijama.¹⁵⁶

Razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT), Interneta i ostalih elemenata informacione tehnologije promenili su osnovne faktore konkurentnosti preduzeća, tako da znanje, inovacije i informacije postaju najvažniji izvori konkurentne prednosti preduzeća na globalizovanom tržištu. Internet i IKT postali su osnova razvoja savremene privrede zasnovane na inovacijama i preduzetništvu, jer omogućavaju: razvoj proizvoda i usluga koji su zasnovani na znanju i primeni visokih tehnologija, transformaciju tradicionalnih delatnosti u pravcu njihove digitalizacije (razvija se elektronska trgovina, elektronsko bankarstvo, elektronsko obrazovanje, elektronski marketing i dr), razvoj potpuno novih delatnosti (npr. društvene mreže, servisi za povezivanje, umrežavanje, učenje i razmenu podataka), razvoj novih oblika organizovanja preduzeća (virtuelna preduzeća) i dr. Sve ove promene zahtevaju novu inženjering i poslovanja MSP i njihovo intenzivnije uključivanje u globalne lance vrednosti i svetsko tržište.

MSP iz Srbije više upotrebljavaju računare u poslovanju u odnosu na proseku i pet zemalja članica Evropske unije iz okruženja (Bugarske, Hrvatske, Rumunije i Slovenije) i Makedonije. Od posmatranih zemalja, najniža upotreba računara je u Rumuniji. Ispod proseka EU su još i Mađarska, Bugarska i Makedonija, a iznad proseka osim Srbije su još samo Slovenija i Hrvatska. U okviru MSP, srednja preduzeća više koriste računare u poslovanju u odnosu na mala preduzeća, što je najviše izraženo u Bugarskoj, Mađarskoj i Rumuniji.

U korišćenju Interneta MSP iz Srbije ne zaostaju za prosekom i zemljama EU iz okruženja. Najveći broj MSP Internetu pristupa putem DSL ili druge vrste fiksne širokopolasne Internet tehnologije. MSP iz Srbije (99%) prema upotrebi DSL na Internetu pristupa Internetu iznad su proseka EU svih zemalja EU iz okruženja. Mobilni

¹⁵⁶ Ibidem, str. 51.

širokopojasni Internet koji se ostvaruje putem 3G mreže koristi 44% domaćih MSP (31% malih i 57% srednjih preduzeća), što je ispod proseka EU, iznad MSP iz Rumunije, Bugarske i Makedonije, ali ispod MSP iz Hrvatske, Maarske i Slovenije. Prema pristupu Internetu putem drugih mobilnih konekcija, MSP iz Srbije (19% MSP i 21% mala i 42% srednja) značajno zaostaju samo za prosekom EU, već i za gotovo svim posmatranim zemljama iz okruženja (osim Rumunije), što ukazuje na neravnomernu razvijenost različitih vidova Internet tehnologije u Srbiji i zaostajanje u primeni najnovijih tehnoloških rešenja.

Iako je napravljen značajan napredak u izgradnji informatičke infrastrukture i primene računara i Interneta u poslovanju, MSP iz Srbije još uvek nedovoljno koriste poslovne servise koje Internet mreža i ostali vidovi IKT omogućavaju (elektronsko poslovanje, elektronska trgovina, elektronsko plaćanje, praćenje i analiza tržišta, pronalaganje potencijalnih poslovnih partnera i sklapanje poslova sa njima, korišćenje elektronskog servisa javne uprave, korišćenje prednosti promocije i komunikacije sa potrošačima, poslovna upotreba veb sajta i dr). Primena ovih elektronskih servisa u poslovanju povećava konkurentsku sposobnost preduzeća i omogućava im ulaz na nova tržišta. Domaća preduzeća zaostaju i u primeni najnovijih kretanja i dostignuća koje Internet i informatička tehnologija omogućavaju, kao što je upotreba društvenih mreža u poslovanju.

Prema upotrebi društvenih mreža u poslovanju (*Facebook, LinkedIn, Xing, Yammer* i dr) MSP iz Srbije (28%) na nivou su proseka EU, ali zaostaju u odnosu na većinu zemalja u okruženju (Makedonije, Slovenije, Bugarske i Hrvatske). Od zemalja u okruženju domaća MSP društvene mreže koriste jedino više od MSP iz Rumunije (20%) i Maarske (25%). Povoljnija je situacija u pogledu upotreba bloga (*Twitter*), jer domaća MSP (10%) ovaj Internet servis upotrebljavaju više od MSP iz svih zemalja u okruženju (Maarske, Rumunije, Bugarske, Hrvatske i Slovenije). Vikipediju u Srbiji koristi 4% MSP, što je ispod proseka EU (6%) i većine zemalja u okruženju (Hrvatske, Maarske, Makedonije i Bugarske), osim Slovenije i Rumunije gde Vikipediju koristi samo 2% MSP.

5.3. Rezultati politike podrške inovativnosti malih preduzeća

Značajni privredni rast i povećanje zaposlenosti u dugom roku moguće je jedino jačanjem ukupne konkurentnosti privrede, što bi se omogućilo značajnim rastom izvoza uz smanjenje spoljnotrgovinskog deficita. Otuda, organizacija poslovanja MSPP sektora, posebno malih preduzeća, mora da bude orijentisana u pravcu ulaganja u znanje i na toj osnovi povećanja produktivnosti rada. Za opstanak preduzeća male veličine na tržištu (koja se osnivaju u velikom broju, ali i u velikom broju gase svoje poslovanje) neophodna je primena visokotehnoloških dostignuća, jer uspevaju samo ona (mala) preduzeća koja prihvataju činjenicu da je znanje osnov poslovanja, povećanje produktivnosti rada imperativ savremenog privrednog razvoja, a stalno unapređivanje i prilagođavanje kvaliteta prema zahtevima svetskog tržišta su ključni ciljevi poslovanja.

U tom smislu, politikama i programima podrške tokom prethodnih nekoliko godina, učinjeni su značajni napori ka unapređenju inovativnih aktivnosti malih preduzeća:

Podrška inovacijama:

Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja (u daljem tekstu: MPNTR) raspisao je peti javni poziv za prijavu i učesniče u realizaciji *inovacionih projekata po programima inovacione delatnosti* (opredeljena budžetska sredstva i drugi izvori finansiranja). Za ovu namenu, iz budžeta je opredeljeno 150 miliona dinara, a rezultati poziva biće poznati u 2014. godini.

Fond za inovacionu delatnost u sklopu Projekta podrške inovacijama u Srbiji koji se finansira iz IPA 2011 i koga administrira Svetska banka, u 2013. godini odobrio finansiranje u okviru Programa ranog razvoja za ukupno 21 projekat u iznosu od 723.753,91 evra, a u okviru Programa sufinansiranja inovacija odobreno je finansiranje za ukupno 10 projekata u iznosu od 640.421,67 evra. Za Program ranog razvoja i Program sufinansiranja inovacija u proseku preko 40% podnetih projekata predložilo saradnju sa institucijama koje se intenzivno bave naučno-tehnološkim istraživanjem i razvojem. U pogledu zastupljenosti industrijskih sektora za Program ranog razvoja i Program sufinansiranja inovacija u 2013. godini najveći broj dolazi iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija.

U 2013. godini, u okviru EU projekta *šIntegrirana podrška inovacijama*” iz IPA10 programskog ciklusa, sprovedene su obuke u oblasti inovacija za 350 MSP od planiranih 300 MSP, obučeno je 44 predstavnika javnog sektora za sprovođenje obuka za MSP, izabrano pet lokalnih inicijativa u oblasti inovacija i istim pružena pomoć u pripremi projekata, izabrano 27 institucija koje će vršiti ulogu lokalnih info centara, izabrano obučeno 27 tehnoloških brokera i uspostavljena mreža tehnoloških brokera Srbije, sprovedena obuka investicione spremnosti preduzeća za 105 od planiranih 100 preduzeća, obučeno 18 lica za pružanje obuke investicione spremnosti preduzeća i pripremljen Nacrt zakona o fondovima preduzetnog kapitala u Srbiji.

Ministarstvo regionalnog razvoja i lokalne samouprave je, preko NARR-a, u 2013. godini, realizovalo *Program podrške regionalnom i lokalnom razvoju u 2013. godini*, pri čemu se jedna od mera odnosila na podršku jačanju inovativnosti i promociji novorazvijenih proizvoda. U okviru Programa podržana su tri srednja preduzeća u ukupnom iznosu od 6.370.000,00 dinara.

Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja je, u partnerstvu sa Privrednom komorom Srbije, Tehničkim fakultetom iz Novog Sada i RTS-om, u 2013. godini, sprovelo projekat *šTakmičenje za najbolju tehnološku inovaciju u 2013. godini*“, kroz koji je opredeljeno 10 miliona dinara, od čega se pet miliona dinara odnosi na nagradni fond.

Kao podrška MSP na aktivnostima stalnog prilagođavanja i poboljšanja proizvodnih procesa, poslovnih procedura i usluga, *Zavod za intelektualnu svojinu* je, u 2013. godini, izvršio 46 dijagnostika intelektualne svojine, koji podrazumeva pripremu i posetu kompaniji radi procene svih faktora intelektualne svojine u preduzeću.

U 2013. godini su održani brojni događaji koji imaju za cilj *promociju inovativnosti*, a čiji su organizatori bili Privredna komora Srbije i Fond za inovacionu delatnost. U tom smislu je potrebno posebno istaći i promotivne aktivnosti Zavoda za intelektualnu svojinu koji je u 2013. godini održao 31 seminar i radionicu o intelektualnoj svojini za institucije za podršku privredi i privredna društva u Srbiji, kao i 12 otvorenih vrata za pružanje informacija o intelektualnoj svojini za 94 učesnika. RZS je u 2013. godini obezbedio indikatore za nastavak učešća Srbije u praćenju inovacija u EU (*Innovation Union Scoreboard*).

Programi EU za podršku inovacijama:

U okviru *Programa za preduzetništvo i inovativnost (EIP)*, jednog od tri stuba *Okvirnog programa za konkurentnost i inovativnost (CIP)*, kojim u Republici Srbiji koordinira Ministarstvo privrede, nastavljeno je sa finansiranjem slede ih projekata u 2013. godini: *SENEKO* (obuka klaster menadžmenta), *Mentori flenskog preduzetni-tva*, *Evropska mrefla preduzetni-tva*, *Kulturne rute u regionu srednjeg i donjeg Dunava*, *Evropske izvrsne destinacije -pristupa nost turisti kih destinacija i direktne garancije a anskoj banci za mikrofinansiranje MSP*.

Nastavljeno je sa realizacijom i finansiranjem 13 projekata iz EU programa *Eureka* koji su odobreni u prethodnim javnim pozivima, kao i njihovim monitoringom. Do kraja 2013. godine zavr-eno je sa realizacijom 8 projekata, a odobreno je za realizaciju 6 projekata sa finansiranjem u e- a iz sopstvenih sredstava.

U okviru *Sedmog okvirnog programa FP7* institucije, istrafliva ke grupe i mala i srednja preduze a u Republici Srbiji su poslale 2.059 predloga projekata od kojih je odobreno 317 projekata od ega se na MSP sektor odnosi oko 90 projekata. Kontribucija Evropske komisije, do sada, za sve odobrene projekte, za period 2007-2013. godine, je iznosila oko 53 miliona evra.

U prvom kvartalu 2013. godine potpisan je Ugovor o realizaciji novog Radnog paketa 2013-2014. godine za projekat *Evropska mreža preduzetništva u Srbiji (EEN)* sa Evropskom unijom. U toku 2013. godine EEN je predstavila svoj rad i mogu nosti koje nudi malim i srednjim preduze ima za razvoj njihovog poslovanja na brojnim doga ajima, radionicama, sajmovima. Tako e, povodom otvaranja javnog poziva za *program Eko-inovacije*, Mrefla je organizovala etiri doga aja s ciljem promocije javnog poziva i informisanja srpskih preduze a o mogu nostima apliciranja za program Eko-inovacije. Program EU za konkurentnost malih i srednjih preduze a *COSME* za period 2014-2020. predstavljen je u decembru u Privrednoj komori Srbije, u organizaciji Ministarstva privrede, Privredne komore Srbije i Evropske mrefle preduzetni-tva u Srbiji.

U 2013. godini nastavilo se sa sprovo enjem EU projekta *Mehanizam za podsticanje inovacija u jugoistočnoj Evropi-FINNO* analize politike, strategija i postoje ih indikatora u oblasti inovacija u svakoj od 11 zemalja u esnica Projekata (gde je u esnica i Republika Srbija), izradu zajedni kog dokumenta šstate-of-the-artō kao i izradu upitnika šSAT-Self

Assessment Tool̄, kao alata za merenje i procenu tehnolo-kih inovacija privrednih subjekata, koji e biti elektronski dostupan.

Podrška izvozu:

SIEPA je, u 2013. godini, realizovala *Program podsticanja konkurentnosti i internacionalizacije srpske privrede*. Kroz Program je podrflano 199 preduze a sa 103.526.591,90 dinara i 6 poslovnih udruženja sa 6.277.069,51 dinara.

U okviru Programa prekograni ne saradnje Srbija - Bosna i Hercegovina, u 2013. godini, po ela je realizacija projekta *EUMETAL 2*, vrednosti 365, 4 hiljada evra, koji ima za cilj da se 20 preduze a (10 srpskih i 10 bosanskih preduze a) iz metaloprera iva kog sektora iz pograni nog podru ja (Sarajevo region i Zlatiborski okrug) podrfe i pripreme za izvoz na inostrana trffi-ta. Realizatori projekta su Sarajevska regionalna razvojna agencija SERDA i Regionalna razvojna agencija Zlatibor, a partneri Ministarstvo ekonomije kantona Sarajevo i NARR.

SIEPA je, tokom 2013. godine, organizovala 3 kompanijske misije i 5 B2B dog a ja. Tako e, u 2013. godini, radila je *sajmove* iz slede ih oblasti: prehrambena industrija, elektronska industrija, gra evinska industrija, automobilska industrija i metalska industrija u zemljama -irom sveta.

SIEPA je u estvovala na konferenciji industrije name-taja *All-Russian Furniture Summit* na kojoj je predstavila potencijale Srbije za investicije u drvnoj industriji. Tokom drugog dana konferencije, SIEPA je asistirala srpskim firmama tokom poslovnih pregovora, koji su bili deo njene organizacije.

PKS je organizovala poslovne susrete doma ih i inostranih privrednika na me unarodnim sajmovima u svetu.

Podrška klasterima:

Nacionalna agencija za regionalni razvoj (NARR) je u 2013. godini realizovala *Program podrške razvoju inovativnih klastera u 2013. godini* kroz koji su podsticane zdrave doma e klaster inicijative u po etnoj i šzreljojō fazi razvoja. Kroz ovaj program podrflano je 17 klastera, u ukupnom iznosu od 12.406.500,00 dinara.

Kroz *Program podsticanja konkurentnosti i internacionalizacije srpske privrede*, SIEPA je pružila podršku klasterima u iznosu od 6.277.069,51 dinara i to za 6 poslovnih udruženja. U 2013. godini nastavljen rad *Saveta za klastere PKS*.

U okviru Programa podrške razvoju konkurentnosti malih i srednjih preduzeća i preduzetnika u 2013. godini, od ukupno sufinansiranih 182 projekta sa 32,4 miliona dinara, 65% se odnosilo na uvođenje standarda kvaliteta, sertifikaciju, resertifikaciju ili oznaku kvaliteta.

Ostale aktivnosti koje imaju za cilj jačanje konkurentnosti malih preduzeća:

Konstantna aktivnost *Centra za franšizing PKS* na informisanju i edukaciji poslovne javnosti (akcenat na MSP) o franšiznom poslovanju MFP.

U toku 2013. godine urađeno je tehničko rešenje i započeto testiranje nove baze investicionih projekata u okviru koje će preduzeća iz Srbije imati priliku da predstavljaju svoje projekte za koje traže investitora ili partnera za zajednička ulaganja.

5.4. Strategija razvoja preduzetništva i konkurentnosti za period 2014-2020.

Preduslov za ostvarivanje održivog društveno-ekonomskog razvoja i uspešan završetak procesa evropskih integracija Republike Srbije je razvoj privrede, koja svoju dugoročnu konkurentnost gradi na privatnoj preduzetnoj inicijativi, znanju, primeni novih tehnologija i inovativnosti. Strategija razvoja preduzetništva i konkurentnosti za period od 2014. do 2020. godine na dosledan i celovit način utvrđuje okvir mera za unapređenje preduzetništva i konkurentnosti u narednom srednjoročnom periodu.

Ovom strategijom nastavlja se politika punog uvažavanja i primene svih dokumenata koji utvrđuju politiku Evropske unije u oblasti preduzetništva i konkurentnosti, pre svega strategije Evropa 2020 i Akta o malim preduzećima. Mera za sprovođenje prioriteta iz ovih dokumenata, sastavni su deo akcionih planova za realizaciju ove strategije i u slučajevima kada nisu izričito obuhvaćeni sadržajem ove Strategije.

Stratešku viziju ini razvoj preduzetni-tva i konkurentnosti, zasnovanog na privatnoj preduzetni koj inicijativi, znanju i inovativnosti, koji e oja ati srpska preduze a u dovoljnoj meri da spremno odgovore na pritisak konkurencije na zajedni kom trfi-tu EU i doprinesu pobolj-anju flivotnog standarda u Republici Srbiji.

Istovremeno, definisani su i slede i *strategijski ciljevi*:

1. Stvaranje povoljnog poslovnog okrufljenja
2. Brffi ukupan rast i razvoj sektora MSPP, pre svega meren kroz rast ukupno stvorene bruto dodate vrednosti sektora
3. Pove anje prose ne veli ine preduze a u Srbiji mereno kroz vi-e prose ne godi-nje stope rasta prihoda i broja zaposlenih po preduze u;
4. Pove anje zaposlenosti;
5. Pove anje ukupnog izvoza, broja izvoznika i prose ne vrednosti izvoza po preduze u; pove anje preduzetni kog znanja i inicijative;
6. Pove anje u e- a proizvoda vi-e faze obrade i ve e dodate vrednosti
7. Razvoj zaokruflenih lanaca snabdevanja / proizvodnje, i ravnomerniji regionalni razvoj MSPP.

Strategijom su definisani i klju ni indikatori i to:

- Ukupan broj malih i srednjih preduze a do 2020 godine: 350.000 (315.412 - 2013.),
- Ukupan broj zaposlenih u MSPP sektoru: 950.000 (768.550 - 2013), i
- Realna prose na godi-nja stopa rasta BDV MSPP sektora: 2015-2020/ 3,0% \pm 1

Sprovo enje Strategije zasniva e se na dvogodi-njim akcionim planovima, koji e se pripremati u saradnji sa svim resorno nadleflnim drflavnim institucijama i kroz dijalog sa privatnim sektorom. Resorna ministarstva i organi drflavne uprave odgovorni su za sprovo enje mera predvi enih akcionim planom, koje se nalaze u njihovoj nadleflnosti.

6. INOVACIONI KAPACITET I KONKURENTSKI POTENCIJAL MALIH PREDUZEĆA U BOSNI I HERCEGOVINI

6.1. Analiza konkurentnosti privredne strukture BiH

Ekonomija Bosne i Hercegovine belefi oporavak i rast u poslednjih 5 godina,¹⁵⁷ ali BiH jo– uvek nije dostigla nivo BDP iz 1991, pa se podaci o rastu trebaju uzimati sa rezervom. U periodu od 2004. do 2008. godine BH ekonomija je rasla po realnim stopama od 6.5% do procenjenih 10% (u 2007. godini). U 2009. godini je do–lo da pada rasta usled posledice ekonomske krize, ali je BiH u 2010. godini ponovo zabeffila rast, istina po ne–to nifloj stopi (2.3%).

Nezaposlenost, jedan od najve ih dru–tvenih problema BiH, raste, delom, kao posledica svetske ekonomske krize. Kod tuma enja zvani nih podataka (registrovana zaposlenost i nezaposlenost) treba uzeti u obzir i injenicu da postoji veliki broj lica koja su registrovana kao nezaposlene osobe zbog ostvarivanja prava, a zapravo rade u neformalnoj ekonomiji, ali je indikativno da nezaposlenost raste a zaposlenost opada.

Broj registrovanih nezaposlenih osoba u BiH u 2011. godini je dostigao 520 hiljada osoba. I pored ove injenice, neto plata konstantno raste, u 2011. godini prose na neto plata od 820 KM (420 Eura), –to BiH uvr–tava u zemlje sa srednjim cenama radne snage. Prose na plata u zemljama - novim lanicama Evropske Unije, Bugarska i Rumunija je 220 (Bugarska) i 340 Eura (Rumunija).¹⁵⁸

Putem *currency boarda* je Bosanskohercegova ka valuta fiksno vezana za evro. Zbog toga je i inflacija relativno niska i kre e se do 3%. Iako je vezana valuta za evro primjetan je znatan rast cena koji je meren indeksom potro–a kih cena (CPI). Ovaj indeks je u 2008 godini dostigao vrijednost pove anja od 7,4%.

U e– e javnih prihoda i rashoda u BDP ostaje visoko sa tendencijom pove anja, te je BiH u 2009. i 2010. godini ostvarila deficit od 1.1% i 2.6%. Iznos novca, u –irem smislu, se konstantno pove ava, u 2010. godini dosegao 48.7% BDP-a, ali ga ne prati kreditiranje privatnog sektora, koje se u periodu od 6 godina pove alo sa 19.4% na 24.4% u 2008, ali je u poslednje dve godine do–lo do kontrakcije na 23% (2009.) i 22.4% BDP-a (2010.). BiH jo– uvek tro–i relativno mala sredstva za servisiranje vanjskog duga (3.3% BDP u 2010. godini),

¹⁵⁷ Poslednji dostupni podaci o nacionalnim ra unima u decembru 2011. godine su za 2010. godinu.

¹⁵⁸ Eurostat, 2011

ali se u narednim godinama može očekivati povećano izdvajanje zbog dospeća kredita koji su uzimani u posleratnom periodu, što se nepovoljno odrazilo na BiH ekonomiju.¹⁵⁹

Rast izvoznih aktivnosti

U 2010. godini je ukupna robna razmena BiH sa inostranstvom iznosila 20.7 milijardi KM, što je povećanje od 15.8% u odnosu na 2009. godinu. Ostvaren je izvoz u vrednosti od 7 milijardi KM, što je povećanje izvoza od 28.3% u odnosu na 2009. godinu. Ostvaren je uvoz u vrednosti od 13.6 milijardi KM, što je povećanje uvoza za 10.2% u odnosu na 2009. godinu.¹⁶⁰

Tabela 9. Vanjska trgovina BiH, 2006-2011.

U hiljadama KM	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Izvoz roba	3.783.280	5.164.339	5.936.895	6.711.690	5.530.377	7.095.505
Promena izvoza	25,57%	36,50%	14,96%	13,05%	-17,06%	28,30%
Uvoz roba	11.785.545	11.389.183	13.898.709	16.286.056	12.348.466	13.616.204
Promena uvoza	18,63%	1,88%	22,03%	17,18%	- 24,18%	- 4,36%
Trgovinski bilans	-7.395.265	-624.844	-7.961.814	-9.574.366	-6.818.089	-6.520.699
Promena trg. bilansa	15,37%	- 15,38%	27,90%	20,24%	- 28,79%	- 4,36%
Ukupna trgovinaUI	14.961.825	16.553.522	19.835.604	22.997.746	17.878.843	20.711.709
Promene ukupne trg.	20,31%	10,64%	19,83%	15,94%	-22,26%	15,84%
Učešće trg.u BDP-u	95%	94%	95%	95%	95%	95%
Pokrivenost izvoz-uvoz	33,84%	45,34%	42,72%	41,21%	44,79%	52,11%

Izvor: Agencija za statistiku BiH, Direkcija za ekonomsko planiranje, 2011

Rezultati pokazuju da postoji veća pokrivenost izvoza sa uvozom kako idu godine, značajno raste ova pokrivenost. U svim posmatranim godinama postoji trgovinski deficiit, koji je u 2011. godini iznosio 6.5 milijardi KM, a u ovoj godini pokrivenost uvoza izvozom je dostigla 52%.

Podatke o rastu izvoza i poboljšanju trgovinskog bilansa treba tumačiti uzimajući u obzir više činjenica. Prema strukturi proizvoda, 34% spoljnotrgovinske razmene BiH čine poluproizvodi i proizvodi sa niskom dodatnom vrednošću, netrajni proizvodi za široku potrošnju imaju udio od 24%, dok kapitalni proizvodi čine 15%, a energija 18% od ukupne robne razmene u 2011. godini.

¹⁵⁹ Analiza konkurentnosti Bosne i Hercegovine u kontekstu pristupnih procesa EU, Centar za Politiku i Upravljanje, Sarajevo 2011.

¹⁶⁰ BiH Ekonomski trendovi 6 godina izveštaj, Direkcija za ekonomsko planiranje BiH, 2011

Kategorije proizvoda u kojima BiH ostvaruje suficit su: drvo i proizvodi od drveta, ode a i obu a, te razni proizvodi u koje spada i name-taj. BiH ostvaruje suficit i u trgovini elektri nom energijom, veliki uvoz nafte i naftnih derivata, a ovi proizvodi spadaju u kategoriju mineralnih proizvoda, ukupan rezultat je negativan.¹⁶¹

U strukturi izvoza iz BiH, dominiraju bazni metali i njihovi proizvodi, (22.7% ukupnog izvoza). Najve i dio ove kategorije odnosi se na aluminijum i elik, koji je rastao u ukupnoj vrednosti zbog rasta cene ovih proizvoda na svetskom trffi-tu. Ovaj izvozni proizvod se u velikoj meri zasniva na uvozu sirovine i na kori-tenju doma e elektri ne energije pod šposebnim uslovima, te se ostvaruje relativno skromna ukupna dodana vrednost (value added).

Drugi zna ajan izvozni proizvod su delovi za auto industriju, koji po statisti kim klasifikacijama spadaju u kategoriju šma-ine i aparati, (9.8% ukupnog izvoza). BiH je zna ajan izvor delova za auto industrije u EU, koje su u poslednje dve godine doffivele oporavak, te je ovo izvozna grana u stalnom rastu, sa relativno visokom dodanom vrednosti.

¹⁶²

Tabela 10. *Spoljnotrgovinska razmena BiH sa glavnim trgovinskim partnerima, 2011.*

Zemlja	Uvoz	Učešće u ukupnom uvozu	Izvoz	Učešće u ukupnom izvozu	Trgovinski deficit	Učešće u trgovinskom deficitu	Promene trgovinskog deficita 2011-2010
Hrvatska	2.058.946	15.1%	1.070.626	15.1%	-988.320	15.2%	8,7%
Nemačka	1.425.0011	10.5%	1.085.9366	15.3%	-339.065	5.2%	- 41.7%
Srbija	1.429.477	10.5%	894.755	12.6%	-534.702	8.2%	- 1.2%
Italija	1.210.391	8.9%	866.022	12.1%	-348.369	5.3%	- 35.4%
Slovenija	808.852	5.9%	611.744	8.6%	-197.108	3.0%	- 33.3%

Izvori: *Agencija za statistiku BiH, Direkcija za ekonomsko planiranje 2011*

Glavni trgovinski partneri BiH su zemlje iz okruženja, sa ve inom ovih zemalja BiH ima negativan trgovinski bilansa.¹⁶³ Dodatni izazov predstavlja injenica da BiH sa ovim

¹⁶¹ Ibidem.

¹⁶² Analiza konkurentnosti Bosne i Hercegovine u kontekstu pristupnih procesa EU, Centar za Politike i Upravljanje, Sarajevo 2011.

¹⁶³ Analiza vanjskotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine za 2010. godinu, Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH, 2010

partnerima ostvaruje razmenu u kojoj uglavnom uvozi proizvode visoke faze obrade (i dodane vrednosti), a izvozi proizvode niskog stepena obrade.

Prema Izveštaju o globalnoj konkurentnosti WEF,¹⁶⁴ BiH je me u 139 rangiranih ekonomija je na 100. Mestu, po op-toj konkurentnosti, BiH se nalazi iza Zambije, koja je na 99. mestu i Kambodfe na 97. Najkonkurentnije svetske ekonomije su ^Tvicarska, Singapur i ^Tvedska, koje se tradicionalno uvek nalaze na elu liste. Od zemalja iz okruflenja, najkonkurentnija je Slovenija, koja je na 57. mestu, zatim Crna Gora, koja je na 60. mestu, te Hrvatska, koja je rangirana kao 76. Srbija se nalazi na 95. mestu, a Makedonija na 79. Albanija je rangirana kao 78., te je pobolj-ala konkurentsku poziciju sa 88. mjesta u prethodnom izvje-taju.¹⁶⁵

U ve ini zemalja u okruflenju konkurentna pozicija s pogor-ala,¹⁶⁶ u BiH se neznatno popravila, ali se BiH na listi i dalje nalazi iza svih zemalja u okruflenju. Klju ni kriteriji za ocenu konkurentne pozicije prema rangiranju WEF su izgra enost institucija i infrastrukture, makroekonomski indikatori, obrazovanje, funkcionisanje trffi-ta, stepen tehnolo-kog razvoja, veli ina, razvijenost poslovnog sektora i stepen inovacija. Kao najve a ograni enja ve oj konkurentnosti BiH navedeni su faktori slabog pristupa kapitalu, visokih poreza, neefikasne javne vlasti, korupcija i slofena poreska legislativa.

Prema me unarodnim pore enjima Svetske banke,¹⁶⁷ BiH je rangirana kao 125. od 183 pore ene ekonomije. Svetska banka rangira ekonomije prema stepenu prilago avanja poslovnog okruflenja, ulaga ima, ispituje regulativu za pokretanje poslovnog poduhvata, dobijanje gra evinskih dozvola, dobijanje priklju aka za struju, registracije vlasni-tva, dobijanje kredita, stepena za-tite investitora, pla anja poreza, liberalnije vanjske trgovine, stepenu sprovedbe ugovora i solventnosti.

Analiza pojedina nih kriterija pokazuje da je BiH najgore rangirana u oblasti dobijanja gra evinske dozvole (163. od 183 rangirane ekonomije) i pokretanju poslovnog poduhvata (162. od 183 rangirane ekonomije), a najbolji pojedina ni rang ima po mogu nosti dobijanja kredita (na 67. mestu) i solventnosti (na 80. mestu od 183 rangirane ekonomije). Lo-rang

¹⁶⁴ Global Competitiveness Report 2011-2012, World Economic Forum, 2011

¹⁶⁵ Global Competitiveness Report 2009-2010, World Economic Forum, 2010

¹⁶⁶ Izvje-taj za 2009-2010 obuhvata 133, dok izvje-taj za 2010-2011 obuhvata 139. ekonomija

¹⁶⁷ Doing Business 2012 Bosnia and Herzegovina Comparing Regulations in 183 Economies, World Bank, 2011

BiH prouzrokovan je pre svega neefikasno – u vlasti u registraciji preduze a, vlasni-tva i dobijanja potrebnih licenci i stepena sprovo enje ugovora (efikasnost rada sudova).¹⁶⁸

U globalnom pregledu trgovinskih tokova,¹⁶⁹ BiH je rangirana kao 80. od 125 pore enih ekonomija, te je pobolj-ala svoj rang sa 102. mesta u prethodnom pregledu.¹⁷⁰ Me unarodna komparacija sprovo enja reformi koju provodi šOrganizacija za ekonomski razvoj i saradnju (OECD)đ, pokazuje da BiH u poslednjih pet godina nije ostvarila pomake ni na jednom polju osim sprovo enja poreskih reformi i reforme procesa registracije preduze a.¹⁷¹

OECD pregled reformi u oblasti ljudskog kapitala¹⁷² pokazuje da BiH u odnosu na poslednji pregled koji je napravljen 2006. godine nije ostvarila pomake u provo enju reformi u oblasti ljudskog kapitala. Napredak BiH u primeni Evropske povelje o malim i srednjim preduze ima¹⁷³ u zadnjem pregledu je tako e ocenjen kao vrlo mali.

Sve me unarodne ocene i pregledi pokazuju da je BiH u lo-oj konkurentskoj poziciji. Klju ni razlozi koji postavljaju BiH na takvo mesto su neefikasnost javne vlasti i zastoj u sprovo enju reformi. Prema oceni investicione klime zemalja koju sprovodi Svetska Banka, neefikasna javna vlast, neefikasan regulatorni reffim, lo-a struktura ekonomije i neefikasno funkcionisanje trffi-ne ekonomije su osnovne karakteristike koje stvaraju lo-u klimu za investitore u BiH.¹⁷⁴

Prema podacima Konferencije za trgovinu i razvoj Ujedinjenih nacija (UNCTAD), BiH je na poslednjem mestu u regionu po privla enju direktnih stranih ulaganja (FDI), od 2010. privukla je tri puta manje investicija od Makedonije, a 15 puta manje od Srbije.¹⁷⁵

Osim lo-e me unarodne konkurentnosti BiH po pitanju privla enja stranih investitora, BH ekonomija i preduze a iz BiH imaju zna ajna ograni enja po pitanju konkurentnosti na me unarodnim trffi-tima.

¹⁶⁸ Analiza konkurentnosti Bosne i Hercegovine u kontekstu pristupnih procesa EU, Centar za Politike i Upravljanje, Sarajevo 2011.

¹⁶⁹ Global Enabling Trade Report, World Economic Forum, 2010

¹⁷⁰ Global Enabling Trade Report, World Economic Forum, 2009

¹⁷¹ šInvestment Reform Index 2010đ, OECD, 2010

¹⁷² šInvestment Reform Index 2009 ó Dimension Human Capital Developmentđ, OECD, 2009

¹⁷³ EU SME Charter Report on BiH, 2008

¹⁷⁴ BiH Investment Climate Assessment, World Bank, 2010

¹⁷⁵ UNCTAD World Investment Report 2011, UNCTAD, 2011

Izvozne grane i proizvodi BiH zasnivaju se na proizvodima sa niskom dodanom vrednosti (value added), te na inputima, npr. elektri na energija, koji su delom ili u potpunosti subvencionisani. Dok je u periodu pre 1991. izvoz BiH po ivao u zna ajnoj meri na gotovim proizvodima ili proizvodima u finalnoj bazi obrade, danas je ta slika obrnuta.

Sli na situacija je i sa proizvodima animalnog porekla, jer BiH nema me unarodno priznatu labaratoriju iji su nalazi me unarodno prihva eni. Re-enja koja trenutno omogu avaju izvoz su ad hoc tipa. Zna ajno ograni enje konkurentske pozicije je prouzrokovano i nedostatkom kadrova odgovaraju ih kvalifikacija, te nedostatkom pristupa novim tehnologijama.¹⁷⁶

6.2. SWOT analiza konkurentske pozicije privrede BiH

Da bi se odrflale konkurentske pozicije Bosne i Hercegovine je potrebno anlzirati prednosti, slabosti, prilike i pretnje. S tim u vezi Bosna i Hercegovina je pripremila dva strate-ka dokumenta: Strategije razvoja BiH 2008 ó 2013. i Strategije socijalne uklju enosti BiH 2008 ó 2013.

Priprema Strategije razvoja BiH i Strategije socijalnog uklju ivanja BiH i podr-ka implementaciji se oslanja na etiri klju na koraka:¹⁷⁷

- Izrada strategija koja uklju uje definisanje ciljeva, prioriteta i mera,
- Izrada Akcionog plana koji se sastoji od akcionih planova BiH,
- Plan i program finansiranja;
- Definisanje sistema monitoringa i evaluacije.

Svrha i cilj dono-ene Razvoje stategije je da se osigura konkurentnija, stabilnija ekonomija koja e dati ve u zaposlenost i ve u socijalnu uklju enost.

¹⁷⁶ BiH Surprising Export Performance ó Will It Last?, World Bank, 2010

¹⁷⁷ Razvojna strategija Bosne i Hercegovine, radni dokumenat, Vije e ministara, Direkcija za ekonomsko planiranje, Sarajevo, 2009.

Tabela 11. SWOT analiza razvoja bosanskohercegovake ekonomije

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ol style="list-style-type: none"> 1. Relativno stabilan makroekonomski ambijent (stabilna unutrašnja i vanjska vrednost valute) 2. Stabilan bankarski sektor 3. Geo položaj (blizina EU i mediteranskih tržišta) 4. Industrijska tradicija 5. Dobro postavljena osnovna transportna i energetska mreža 6. Diverzifikovanost proizvodnje energije i sigurnost nabavke 7. Izvršni prirodni resursi (nezaga i eno zemljište, klimat itd) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nestabilan poslovni ambijent 2. Neformalna ekonomija i korupcija 3. Visok nivo javnih rashoda 4. Slab pristup finansijama, posebno za mikro i mala preduzeća 5. Nedovoljan i fragmentisan okvir za razvoj nebankarskih institucija 6. Zastarjela znanja, veštine, tehnologija i metode upravljanja preduzećima 7. Nedovoljna ulaganja u istraživanje i razvoj 8. Obrazovni sistem nedovoljno uključuje populaciju i nije dovoljno prilagođeno potrebama tržišta 9. Nedovoljno razvijeno jedinstveno tržište unutar BiH (uslovi za registraciju, porezi na dobit, doprinosi, itd) 10. Neizgrađenost i nelicenciranost postojećih institucija kontrole kvaliteta roba u izvozu 11. Nerazvijenost infrastrukture (fizičke, poslovne, naučne) i nizak nivo njenih usluga 12. Tehnološki usmerena strana preduzeća veština (umesto da veštine dolaze) BiH zbog nedostatka tehnološki visokokvalifikovane radne i istraživačke radne snage 13. Ogromno neracionalno korišćenje energije 14. Nedostatak institucija (organa, laboratorija itd), zakona i dokumenata (strategija pravilnika, investicionih programa) te sporo prihvatanje globalnih i EU standarda 15. Velike površine potencijalno obradivog zemljišta pod minama
PRILIKE	PRIJETNJE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Znatni neiskorišćeni resursi (zemlja, radna snaga, kapital, istraživački kadrovi) 2. Razvoj energetskog sektora i uslužnih delatnosti (turizam, posebno zimski i verski, finansijske usluge itd) 3. Privatizacija strateških kompanija i jačanje korporativnog upravljanja 4. Uključivanje u integrativne procese tržišta kapitala u širem i užem okviru (zajedničko delovanje berzi, formiranje zajedničkog indeksa) 5. Uspostava tržišta i institucija na nivou regiona Jugoistočne Evrope (npr. regionalna razvojna banka) 6. Vanjska podrška za procese reformi 7. Vraćanje poverenja u finansijski sistem (npr. rešavanje pitanja stare devizne tečnosti) 8. Mogućnost vojne konverzije i regionalne specijalizacije 9. Mogućnost uključivanja u EU programe (FP7, COST itd) i korišćenje predpristupnih fondova 10. Intermodalni transport, razvoj luka na rijeci Savi i bolja veza sa lukom Ploče 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razvoj političke situacije u BiH i regionu te globalne ekonomske situacije 2. Pogoršanje platnobilansne situacije i velike deviznih rezervi 3. Potencijalna finansijska neodrživost npr. penzionog sistema; 4. Slabo integrisanje u internacionalne sisteme finansijskog nadzora 5. Uvozna inflacija 6. Nedovoljno razumevanje modernih razvojnih procesa (neusvajanje globalnih trendova i uključivanje nosiocima odluka; nepoduzimanje mera za poboljšanje poslovnog okruženja; nepoduzimanje treninga radne snage; nepovećanje sposobnosti procene krupnih investicionih programa) 7. Brži razvoj okruženja u odnosu na BiH, posebno suočavanje sa konkurentnom u firmi zemalja članica EU uz neadekvatne mehanizme zaštite domaće proizvodnje 8. Odliv kadrova (odlazak inteligencije i mladih) 9. Prevelik socijalni pritisak na javni budžet

<ul style="list-style-type: none"> 11. Brfka izgradnja koridora Vc 12. Mogu nost zadovoljavanja vlastitih potreba hranom i ostvarivanje izvoza 13. Energetski potencijal (hidropotencijal me u 8 vode ih u Evropi; zna ajan potencijal solarne energije, te geotermalnih voda, vjetroenergije i biomase) 14. Razvoj ruralnog preduzetni-tva (organska poljoprivreda, ruralni turizam, prerada drveta i bio mase), posebno preduzetni-tva flena 15. Strana ulaganja mogu omogu iti ne samo nova radna mesta i moderne tehnologije nego i stvaranje nove preduzetni ke i radne kulture 	<ul style="list-style-type: none"> 10. Neispunjavanje preuzetih me unarodnih npr. WTO (TBT, SPS, TRIPS...) obaveza (mogu nost tuffbe) 11. Nedovoljna svijest o o uvanju okoline i resursa (npr. stvaranje tehnogenih pustinja zbog odlaganja otpada) 12. Nepostojanje tehni ke infrastrukture koja bi podrflavala razvoj obnovljivih izvora energije 13. Nepovoljni ugovori o trgovini (nespremnost BiH da primeni ugovore na snazi) i neprimerena carinskapolitika (carina na gotove proizvode ukinuta, a ostale na repromaterijale) 14. ¹⁷⁸Širenje zaraznih sto nih i biljnih bolesti 15. Nezainteresovanost internacionalnih fondova za deminiranje -uma i obradivih povr-ina 16. Genetski modifikovana hrana: nema kontrole i regulative u uvozu i proizvodnji 17. Nepoduzimanje mera za suzbijanje i legalizaciju neformalne ekonomije 18. Demografski faktor (nizak natalitet, prafhjenje ruralnih podru ja, nezaposlena populacija iznad 40 sa izgubljenim radnim navikama)
---	--

Izvor: Agencija za statistiku BiH

6.3. Faze razvoja i konkurentnosti malih preduzeća u BiH

Evropska unija je definisala programe iji je zadatak da promovi-u i podrffe realizaciju i implementaciju javnih politika u okviru Evropske unije. Iako su programi zadjednice prvobitno bili komplikovani samo za zemlje lanice EU, 2003. godine je EU odlu ila da ih otvori i zemljama kandidatima i potencijalnim kandidatima. Program za preduzetni-tvo i inovacije - EIP je podprogram Okvirnog programa za konkurentnost i inovacije - CIP, a pokrenut je s namerom da se promovi-e i stimuli-e rast i razvoj sektora preduzetni-tva i inovacija. EIP prufla pomo sektoru malih i srednjih preduze a (MSP) u razli itim oblicima; grantovi, krediti i garancije, davanje usluga, transfer tehnologija i stimulisanje inovacija i eko-inovacija, te uticaj javne politike u ovoj oblasti.¹⁷⁸

Programi EU podrflavaju realizaciju javnih politika Evropske unije u prioritnim podru jima. U periodu 2007 ó 2013 aktivni programi su pre svega usmereni na realizaciju Lisabonske strategije EU koja je usvojena 2000. godine, a iji je strate-ki cilj da EU do 2010. godine postane najkonkurentnija i najdinami nija privreda sveta zasnovana na znanju.

¹⁷⁸ Podr-ka za hrabrost i ideje malih i srednjih preduze a: Programi Zajednice za poduzetni-tvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarne postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

Programi Evropske unije su jedan od finansijskih instrumenta EU u koje tako e spadaju strukturni i kohezioni fondovi.¹⁷⁹ Nekoliko programa EU doprinosi razvoju malih i srednjih preduze a (MSP), i to Okvirni program za konkurentnost i inovacije (CIP ó Competitiveness and Innovation Programme), podprogram CIP-a Program za preduzetni-tvo i inovacije (EIP ó Entrepreneurship and Innovation Programme), FP7: Sedmi okvirni program za nau no istraflivanje, tehnolo-ki razvoj i promotivne aktivnosti, te programi Marco Polo II, Life +, Progress (u okviru kojeg je oblast šZdravlje i sigurnost na raduō), te inicijative kao -to su JEREMEI i EUREKA Eurostars program koji je prvi program specifi no posve en MSP sektoru.¹⁸⁰

Okvirni program za konkurentnost i inovacije (CIP), i njegov podprogram za preduzetni-tvo i inovacije (EIP) najzna ajniji su za MSP, Najpre zbog svojih finansijskih instrumenata a i ostalih instrumenata koje daju podr-ku u poslovanju MSP i usmjeravaju MSP na inovacije i na ja anje preduzetni-tva. EU zna i neposredno upoznavanje institucija i gra ana sa sistemom vrednosti Evropske unije, sa njenim politikama u razli itim oblastima, pravnim propisima i njihovom primenom u praksi, uspe-nim re-enjima i iskustvima drugih evropskih zemalja, kao i na inom i pravilima funkcionisanja EU. U e- e u programima EU tako e je zna ajno kao priprema za kori- enje drugih instrumenata pomo i EU u budu nosti, kao -to su kohezioni i strukturni fondovi Evropske unije.¹⁸¹

Prema Solunskoj agendi programi¹⁸² EU su otvoreni za zemlje kandidatate i potencijalne kandidate. Ovo je bio vaflan politi ki signal zemljama Zapadnog Balkana od strane Evropske unije da ponudi dodatnu predpristupnu podr-ku kroz otvaranje programa EU¹⁸³. U e- e BiH je definisano uredbom Evropske Komisije šPripremanje za u e- e zemalja Zapadnog Balkana

¹⁷⁹ ERDFóEvropski fond za regionalni razvoj, ESFóEvropski socijalni fond; Kohezioni fond; Drugi finansijski instrumenti: kao Instrument predpristupne pomo i (IPA Instrument for Pre-Accession), Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EAFRD) i Evropski fond solidarnosti (EUSF).

¹⁸⁰ Mini vodi kroz programe Unije u finansijskom razdoblju 2014.-2020., Obrta za poslovno savjetovanje i ostale usluge, Zagreb, 2014.

¹⁸¹ Kronja J., Programi evropske zajednice, Fond za otvoreno dru-tvo, Evropski pokret u Srbiji, Loznica, 2009.

¹⁸² U junu 2003. godine Solunski samit EU o Zapadnom Balkanu je potvrdio podr-ku EU evropskoj perspektivi zemalja Zapadnog Balkana. Zajedni kim usvajanjem Deklaracije sve drflave su ujedno prihvatile i sadrflaj dokumenta pod nazivom óSolunski program za Zapadni Balkan: kretanje prema Evropskoj integraciji (Thessaloniki Agenda for the Western Balkans: Moving towards European integration) i EU i SAP drflava (Stabilisation and Association Process - SAP drflave su Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija i Savezna Republika Jugoslavija (sada Srbija i Crna Gora) temeljenih na instrumentima i iskustvima iz procesa pro-irenja, ali uz odre ene uvjete. Istovremeno neke instrumente Procesu stabilizacije i pridruflivanja, koji su do sada bili rezervirani samo za naprednije drflave, ini dostupnim svima-instrumentima i iskustvima iz procesa pro-irenja, ali uz odre ene uvjete. Istovremeno neke instrumente Procesu stabilizacije i pridruflivanja, koji su do sada bili rezervirani samo za naprednije drflave, ini dostupnim svima.

¹⁸³ Island, Norve-ka, Lihten-tajn.

u programima Evropske unije i agencijama u kojoj su postavljeni principi i smernice za u e- e zemalja Zapadnog Balkana u programima Evropske unije.¹⁸⁴

Bosna i Hercegovina i Evropska komisija su potpisale šOkvirni sporazum izme u Evropske Zajednice i Bosne i Hercegovine o op-tim na elima za sudelovanje Bosne i Hercegovine u programima EUđ, prema kojem su za BiH otvorena 24 programa EU.¹⁸⁵ Od 2011. godine BiH u estvuje u dva programa Zajednice; u programu FP7, Sedmi okvirni program za nau no istraffivanje, tehnolo-ki razvoj i promotivne aktivnosti) i u programu, Kultura 2007, dok su izrafleni interesi za u e- e i u drugim programima.¹⁸⁶

Program za preduzetništvo i inovacije EIP i MSP-a u BiH

Program za preduzetni-tvo i inovacije (EIP) je jedan od tri podprograma Okvirnog programa za konkurentnost i inovativnost (CIP) i fokusiran je na ispunjenje -est ciljeva upotrebom razli itih instrumenata i mera. Zbog svojih finansijskih instrumenata, usluga za podr-ku poslovanju, finansiranja inovacija i eko-inovacija koje imaju potencijal za trfli-nu replikaciju, te razvoja javnih politika u ovoj oblasti, podprogram EIP je zna ajan za MSP sektor.

Ciljevi i instrumenti EIP-a su -est policy ciljeva EIP-a, Instrumenti EIP-a¹⁸⁷:

1. Pomo za mala i srednja preduze a u nastajanju (start-up) kao i razvoj MSP-a kroz pristup finansijama,
2. Saradnja MSP-a i razmjena informacija,
3. Promocija inovacija,
4. Ulaganje u inovacije i kreativnost, posebno eko-inovacije,
5. Poduzetni ka i inovacijska kultura,
6. Ekonomske i administrativne reforme koje se odnose na poduzetni-tvo i inovacije.

¹⁸⁴ COM, öCommunication from the Commission to the Council and Parliament Preparing for the participation of the Western Balkan countries in Community programmes and agenciesö, Brussels: 2003., str. 748 <http://www.westernbalkans.info/upload/docs/com03748en.pdf>

¹⁸⁵ Dana 22. novembra 2004. godine je potpisan Okvirni sporazum, a ratificiran 8. januara 2007. godine Okvirni sporazum izme u Evropske Zajednice i Bosne i Hercegovine o op im na elima za sudjelovanje Bosne i Hercegovine u programima Zajednice. Sluflbeni list BiH br. 15/06. [http://www.dei.gov.ba/bih/eu/najvazniji dokumenti/dokumenti/eu/?id=1941](http://www.dei.gov.ba/bih/eu/najvazniji_dokumenti/dokumenti/eu/?id=1941).

¹⁸⁶ Memorandum o razumijevanju izme- u Evropske komisije i BiH o u e- u u programu FP7 je potpisan 24. novembra 2008. godine i stupio je stupio na snagu 1. januara 2009. godine i Memorandum o razumijevanju izme u Evropske komisije i BiH o u e- u u programu Kultura 2007.

¹⁸⁷ Podr-ka za hrabrost i ideje malih i srednjih preduze a: Programi Zajednice za poduzetni-tvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnu postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

U Bosni i Hercegovini trenutno stanje MSP sektora zahteva svaku vrstu pomoći koja bi se mogla staviti na raspolaganje. Prema istraživanjima raznih, kako međunarodnih (Svetske banke), tako i domaće organizacija (Centar za razvoj preduzetništva), preduzetništvo i pokretanje biznisa u BiH je još uvijek na nezavidno niskom nivou. Prema istraživanjima, jedan od razloga se nalazi i u preduzetničkim stavovima i niskom nivou spremnosti potencijalnih preduzetnika da pokrenu biznis.¹⁸⁸ Odnosno, veliki je broj ljudi koji smatraju da su prilike za pokretanje poslovnog poduhvata nepovoljne, te je nizak nivo rizika koji su pojedinci spremni preuzeti.

Trenutno, među potencijalnim privrednicima i akademskom zajednicom, prevladava mišljenje, da u BiH još uvijek nije stvoren povoljan ambijent za razvoj sektora MSP-a. Razlozi za ovakve stavove se ogledaju u nepostojanju jedinstvenog ekonomskog prostora,¹⁸⁹ a ni poreske olakšice, na primer, nisu jednake na celju teritoriji BiH. Sektor MSP je uređen sa tri strategije, dva entitetska zakona, te se dodatno otekuje donošenjem zakonskih regulativa na državnom nivou, kao i u Distriktu Brčko.

Pored trenutnih reformskih napora koji se sprovode u BiH, značajan doprinos rešavanju ovih prepreka može biti pristupanje BiH EIP-u. U tom kontekstu, EIP treba posmatrati kao značajan dodatni mehanizam da se obezbede neophodna sredstva za unapređenje MSP sektora, u cilju postizanja njegove veće konkurentnosti na evropskom i globalnom nivou. Pristupanje EIP-u sa sobom donosi i razmenu pozitivnog iskustva kako među MSP, tako i zemljama koje već učestvuju u ovom programu, što bi doprinelo podizanju svesti važnosti ovog sektora i većjoj umreženosti domaćih i stranih preduzeća.¹⁹⁰

Pri kreiranju preduzetničkog okruženja ključni faktor je raspoloživost finansijskih sredstava za rast i razvoj MSP. Kakvo je preduzetničko okruženje u mnogome zavisi i odluke o otvaranju novih biznisa i ekspanziji MSP u državi.

Zbog svojih finansijskih instrumenata, usluga za podršku poslovanju, finansiranja inovacija i eko-inovacija koje imaju potencijal za tržišnu replikaciju, te razvoja javnih politika u ovoj oblasti, postoje, naime, te je u kontekstu BiH neophodno nastaviti napore kako bi se kreiralo atraktivno okruženje za privlačenje investicija, kako stranih, tako i domaćih. Pored

¹⁸⁸ Globalni monitori poduzetništva: Recesija reducirala poduzetničku aktivnost u BiH. GEM BiH 2009. Tuzla: Centar za razvoj poduzetništva i Univerzitet u Tuzli. <http://cerpod-tuzla.org/Bos/pdf/brosura04.pdf>.

¹⁸⁹ Bijela knjiga Evropske unije, http://www.dei.gov.ba/bih_i_eu/najvazniji_dokumenti/?id=555

¹⁹⁰ Podrška za hrabrost i ideje malih i srednjih preduzeća: Programi Zajednice za poduzetništvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnu postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

raspoloživosti finansijskih sredstava, uslove za rad preduzetnika i mogućnost rasta i razvoja MSP sektora kreira politika vlada, odnosno na in na koji se politike, u segmentu ekonomije, reflektuju na poslovne aktivnosti, a koja se sprovodi kroz vladine programe, obrazovanost i obučenosć sudionika, otvorenost tržišta, razvijenost infrastrukture, itd.¹⁹¹

Tačan iznos vladinih finansijskih podsticaja za MSP na svim nivoima u BiH nije poznat, dok banke, s druge strane, još uvek nisu dosegle nivo spremnosti da investiraju u rizične poslovne poduhvate kakvim se smatraju zahtevi za finansiranje malih i srednjih preduzeća, kao i postojanje velike potrebe za jačanjem postojećih i uspostavljanjem novih kreditno-garantnih fondova u BiH. Kreditno-garantni fondovi obezbeđuju finansijske garancije za stimulisanje poslovne aktivnosti, a samim tim i za sektor MSP-a.¹⁹² Iako su kreditno-garantni fondovi još uvek u samom začetku nastajanja i jačanja, mogu se izdvojiti pozitivni poduhvati kada je u pitanju stvaranje pogodnije klime za razvoj MSP-a. Naime, u Republici Srpskoj egzistira Garantni fond RS12, koji će plasirati 30 miliona KM preko Investiciono-razvojne banke, a u FBiH su formirana četiri kreditno-garantna fonda.

Kreditno-garantni fondovi u FBiH od program EIP, značajni za MSP sektor¹⁹³:

- LINK (Hercegovina) 1 milion KM,
- SERDA (Sarajevo) 1 milion KM,
- BSC Zenica 500 000 KM,
- NERDA (Tuzlanski kanton) 500 000 KM.

Pored domaćih i međunarodnih izvora finansijskih sredstava za MSP, EIP kroz svoje finansijske instrumente¹⁹⁴ obezbeđuje dodatni rizični kapital i garancije za MSP. Finansijski instrumenti EIP-a se plasiraju putem banaka i fondova rizičnog kapitala, a na osnovu sporazuma sa Evropskim investicionim fondom. Ovi instrumenti su jako dobro razvijeni i kroz njih se obezbeđuju sredstva za MSP u različitim razvojnim fazama životnog veka

¹⁹¹ Ibidem

¹⁹² Zakon o garantnom fondu RS.Sl.glasnik RS 50/10. <http://www.NarodnaSkupstina.net/cir/zakoni/zakon.php?idzakona=518>.

¹⁹³ Podrška za hrabrost i ideje malih i srednjih preduzeća: Programi Zajednice za poduzetništvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnu postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

¹⁹⁴ Evropski investicioni fond (European Investment Fund) osigurava kapital za mala i srednja preduzeća a ulaganjem svojih dionica u druge finansijske institucije i davanjem garancija za kredite koji se daju malim i srednjim preduzećima. Pregled ovih aktivnosti može se naći na stranici EIF-a <http://www.eif.org/EIFfor/sme/finance/index.htm>.

preduze a. Me utim u zemljama Zapadnog Balkana, finansijske posredni ke institucije (lizing kompanije, garantne institucije i garantni mutual fondovi), nisu pokazala zainteresovanost za finansijska sredstva EIP-a, te je nemogu e oceniti u kojoj meri bi BiH iskoristila ovaj segment EIP-a.¹⁹⁵

Finansijski instrumenti su jedna od etiri komponente EIP-a. Ostale komponente se ti u pruflanja usluga za MSP kroz Evropsku preduzetni ku mreflu (EEN), inovacija i eko-inovacija i razvijanja javnih politika froz twinning i razmenu najboljih praksi. Zna ajan segment u estvovanja u EIP-u je svakako prekograni na saradnja i transfer tehnologija. Ovaj segment se provodi kroz aktivnosti Evropske preduzetni ke mreffe (EEN) koja je osnovana u BiH po etkom 2009. godine.¹⁹⁶ O ekuje se da se zna ajan dio finansijskih sredstava koje BiH mora obezbediti za u e- e u EIP-u moffe vratiti kroz projekte koje e pripremiti EEN putem granta dodeljenog za sufinansiranje aktivnosti EEN.

Aktivnosti EEN su¹⁹⁷:

1. Trenje i obezbje ivanje informacija (o programu, o tenderima i pozivima za projekte koji se objavljuju u okviru EIP-a, o EU programima, o EU tehni koj regulativi, o korisnim publikacijama i doga ajima),
2. Podr-ka u oblasti inovacija i novih tehnologija za MSP koje trafe nove tehnologije ili ih nude,
3. Istraflivanje i razvoj koji se odnose na EU programe za istraflivanje i razvoj posebno FP7,
4. Saradnja istrafliva kih i akademskih institucija sa MSP,
5. Davanje saveta,
6. Asistiranje MSP da razviju svoju projektnu ideju,
7. Uticaj na kreiranje javnih politika i zakona za podr-ku biznisu MSP,
8. Doprinos tematskim ekspertnim grupama i razvijanju sektorskih politika za MSP.

¹⁹⁵ Detaljnije o finansijskim instrumentima EIP-a u studiji: Vefli Aida; Mira- i , Goran. U e- e Bosne i Hercegovine u podprogramu Zajednice Poduzetni-tvo i inovacije ó EIP, uticaj na razvoj malih i srednjih preduze a u Bosni i Hercegovinió, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarne postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, mart 2011, dostupno na: <http://www.acips.ba>

¹⁹⁶ EEN u BiH ima pet lanica i to Tehnolo-ki park Mostar, Univerzitet u Sarajevu, Vanjskotrgovinska komora BiH, Metalur-ki institut Zenica i RDANW - Regionalna razvojna agencija sjevero-zapad.

¹⁹⁷ Podr-ka za hrabrost i ideje malih i srednjih preduze a: Programi Zajednice za poduzetni-tvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarne postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

Ove se oblasti u stratežkim dokumentima Bosne i Hercegovine povrno tretiraju. Jedino u predlogu šStrategije razvoja MSP u RS 2011-2013š RS se u okviru programa za unapre enje inovativnosti preduze a planira pokretanje programa podr-ke stvaranju i razvoju inovacionih centara u univerzitetskim centrima i podr-ka razvoju inovatora i komercijalizacija inovacija. Najbolji primer institucije u BiH koja se bavi promocijom inovacija i inovativnosti jeste Inovacioni centar Banja Luka (ICBL).¹⁹⁸

Vaflan segment EIP-a se odnosi na eko-inovacije¹⁹⁹ i to prvenstveno na MSP koja su razvila ekolo-ki proizvod, uslugu ili proces, ali koji jo-uvek nisu stavljeni na trfli-te, odnosno ne proizvode se masovno, iz razloga preostalog rizika. Podr-ka se daje inovativnim ekoprijateljskim projektima u podru ju recikliranja materijala (boljeg na ina procesuiranja, inovativni reciklaflni proizvodi), izgradnje odrflivih zgrada (inovativni procesi u gra enju i proizvodnji), procesima u industrijskoj proizvodnji hrane i pi a (smanjenje otpada, recikliranje), zelenom poslovanju i pametnom kupovanju. U svim ovim segmentima, EIP se treba uzeti kao dodatna mogu nost za daljnji razvoj MSP i ja anje konkuretnost MSP sektora.

Pristupanje BiH Programu za preduzetništvo i inovacije – EIP u BiH

Aktivnosti vezane za pristupanja BiH programu EIP po ele su 2006. godine, kada se Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa (MVTEO), obratilo Generalnom direktoratu za industriju i preduzetni-tvo, koji je upravo naleflan za podprogram EIP. Na taj na in je BiH izrazila interes za u e-e u EIP-u. Sam proces pristupanju se sastoji od pregovora sa Evropskom komisijom, po-tovanje njenih internih procedura, prefovaranja o sadrflaju Memoranduma o razumevanju, te upla ivanje ulaznice i aktivnog u e-a u programu EIP. Nakon odre enog vremenskog perioda, vrednivat e se u inak u uticaj u e-a u EIP-u na klju ne aktere u procesu implementacije programa EIP-a, MSP, vladine institucije, komore, razvojne agencije, EEN i generalno, na ekonomski i dru-tveni razvoj BiH.

¹⁹⁸ Inovacioni centar Banja Luka (ICBL) www.icbl.ba je osnovan s ciljem da se u Republici Srpskoj podstakne prelazak na privredu zasnovanu na znanju, privredu koja doprinosi ekonomskom rastu generisanom putem tehnolo-ki naprednih poslovnih rje-enja, visoko kvalifikovane i motivisane radne snage sa pove anom sposobno- u za u e-e u me uregionalnim i evropskim projektima. Unutar ICBL se nalazi poslovni inkubator i trening centar, a pored toga ICBL prufla konsultantske usluge i sluffi kao konferencijski centar.

¹⁹⁹ Izvr-na agencija za kompetitivnost i inovacije ó EACI, pored ostalog, upravlja segmentom eko-inovacija i sa EEN. Ovaj segment EIP-a je usmjeren na prevladavanje prepreka kako bi inovativni eko-proizvodi i procesi postali uspje-ni i primjer za budu e evropske eko-inovacije. Podr-ka se daje inovativnim ekoprijateljskim projektima u podru ju recikliranja materijala (boljeg na ina procesuiranja, inovativni reciklaflni proizvodi), izgradnje odrflivih zgrada (inovativni procesi u gra enju i proizvodnji), procesima u industrijskoj proizvodnji hrane i pi a (smanjenje otpada, recikliranje), zelenom poslovanju i pametnom kupovanju.

Primeri u susednim drflavama²⁰⁰ tehni ke procedure i koraci koji prethode potpisivanju Memoranduma o razumevanju izme u BiH i Evropske komisije mogu biti dugotrajan proces. Ono –to je pozitivno jeste da je u BiH usvojen strate–ki okvir na drflavnom nivou koji se odnosi na razvijanje MSP sektora, kao i injenica da je EEN mrefla uspostavljena, –to su svakako zna ajni pomaci kada je u pitanju pristupanje EIP-u. EEN ima veliki zna aj u prufljanju podr–ke za prikupljanje sredstava iz programa EIP-a, za razliku od Republike Srbije, koje su tek nakon ulaska u EIP osnovale nacionalne EEN mrefle, BiH postoje sve predispozicije za uspostavljanje efikasnog sistema podr–ke korisnicima programa EIP-a, odnosno MSP.

Bosna i Hercegovina se mofle opredeliti da u estvuje samo u nekim merama EIP-a,²⁰¹ kao –to je to slu aj sa Albanijom,²⁰² jer EIP dozvoljava tzv. òà la carte pristup, tako da je mogu e da drflava odlu i u kojim podru jima EIP-a fleli u estvovati. Finansijski doprinos se u tom slu aju ra una samo za odabrana podru ja, a dio finansijskog doprinosa ili ulazne karte za EIP se mofle finansirati u okviru odgovaraju eg instrumenta vanjske pomo i EU. BiH kao zemlja potencijalni kandidat mofle koristiti sredstva iz predpristupnih IPA fondova kako bi platila ve i dio ulazne karte za EIP²⁰³ i to u iznosu do 90% ukupnog iznosa ulazne karte za prvu godinu.

Nepovratna sredstva koja su dostupna u okviru EIP-a zahtevaju visok nivo znanja i ve–tine za upravljanje projektnim ciklusom, jer pozivi za projekte koji se objavljuju svake godine funkcioniu prema na elu izvrsnosti, odnosno bit e finansirani samo najbolji projekti. Iskustvo susednih zemalja nam ukazuje na neke od mogu ih problema, a koji su se odnosili na nesnalafenje malih i srednjih poduzetnika oko vrlo slofene procedure apliciranja; dizajniranje projekta i visoka cena konsultantskih usluga; komplikovanu i dugotrajnu proceduru pronalaska prekograni nih partnera; i nedostupnost konkretnih podataka o projektima koji su u estvovali na pozivu.²⁰⁴

²⁰⁰ O tome svjedo i primer Hrvatske koja je godinu i po ekala da se potvrdi Memorandum o razumevanju izme u Europske Zajednice i Republike Hrvatske o sudelovanju u EIP-u.

²⁰¹ E-mail korespondencija od 04.02.2011. sa Carmen Raluca IPATE, slufbenica za javne politike za Zapadni Balkan, jedinica 2, me unarodni odnosi, Generalni direktorat Evropske komisije za poduzetni–tvo i industriju.

²⁰² Albanija pla a 31% od iznosa koji bi pla ala da u estvuje u cjelokupnom EIP-u, i to 25% za inovacije i eko-inovacije i 6% za analizu javnih politika, –to iznosi 58.348 Eura za 2011. godinu.

²⁰³ Finansijski doprinos i administrativne procedure su obra eni u: COM, šCommunication from the Commission to the Council and Parliament Preparing for the participation of the Western Balkan countries in Community programmes and agenciesš 2003.

²⁰⁴ Podr–ka za hrabrost i ideje malih i srednjih preduze a: Programi Zajednice za poduzetni–tvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnu postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

Evropska komisija od samog početka naglašava²⁰⁵ da u estvovanje u programima Evropske unije zahteva apsorbacione kapacitete u esnika u programu i mogu nost zemlje da u najve oj mogu oj meri iskoristi program u kojem u estvuje. Apsorbacioni kapaciteti, odnosno kapaciteti za apsorpciju fondova, su odre eni makro-ekonomskom situacijom, sposobno– u za sufinansiranje i administrativno - institucionalnim kapacitetima. Ja anje kompetitivnosti, inovacija i preduzetni–tva ostati prioritetni programi EU, kao temeljni preduslovi za stvaranje ekonomije bazirane na znanju, –to je strate–ki cilj politike razvoja EU Europa 2020.²⁰⁶ U tom svetlu, najavljen je program CIP II 2014-2020 ., i te–ko je pretpostaviti koje vrste izmena e pretrpiti teku i Programi Zajednice i kako e izgledati Programi za period 2014-2020.

Na osnovu analize i podataka, predo enih u studiji, mo–femo zaklju iti da se najzna ajniji koristi od u e– a u podprogramu EIP mo–fle o ekivati u sferi: finansijska korist; sprovo enje rojekata u sektoru MSP na svim novoima putem prekograni ne saradnje poslovnih subjekata; razmena know-how, tehnologije, najboljih praksi i nau enih lekcija; uspostavljanje partnerstava; pobolj–anje internih politika u oblasti MSP; sticanje iskustva u u estvovanju u EU programima; razmena informacija; saradnja poslovne zajednice sa institucijama vlasti, kao i organizacijama civilnog dru–tva (pre svega sa udru–fenjima preduzetnika); povezivanje poslovnog sektora sa nau nim sektorom; promocija vrednosti EU; pristup MSP novim finansijskim instrumentima (uspostavljanje potrebne infrastrukture preko bankovnog sektora); podr–ka inovatorima u razvijanju podr–ka i trffi–na replikacija inovacija.²⁰⁷

Zaključak i preporuke za efektivnije pristupanje i učešće MSP-a BiH u EIP-u

Pristupanje EIP-u je od ogromnog zna aja za sektor MSP-a, ali i za privredni razvoj BiH u celini. Rezultati analize ukazuju na neophodnost odre enih promena i preduzimanja aktivnosti na ja anju sektor MSP-a, s ciljem da se u ini inovativnijim i konkurentnijim, a pristupanje EIP-u je dodatna podr–ka ostvarenju ovih ciljeva.

²⁰⁵ COM, „Communication from the Commission to the Council and Parliament Preparing for the participation of the Western Balkan countries in Community programmes and agencies“, 2003.

²⁰⁶ COM, „Europe 2020., A strategy for smart, sustainable and inclusive growth 2020“, 2010., http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm

²⁰⁷ Kroz proces konsultacija e se prikupiti mi–ljenja, stavovi i sugestije vezani za budu e prioritete intervencija EU u oblasti kompetitivnosti i inovacija, te prikupiti mi–ljenje o budu im instrumentima koji e biti kori–teni u ostvarenju zacrtanih ciljeva. S obzirom da e CIP II biti fokusiran na implementaciju strategije Evropa 2020 ve su predlo–fene neke inicijative kao –to su šInovacijska unija, šIndustrijska politika u eri globalizacije, šDigitalna agenda za Evropu, šEfikasnost resursa i šAgenda za nove vje–tine i poslove.

Ja anje MSP sektora e rezultirati ubrzanim ekonomskim rastom, smanjenjem stope nezaposlenosti, te stvaranjem pogodnije klime za privla enje investicija, kako stranih, tako i doma ih. Razvoj i ja anje sektora MSP-a e pove ati konkurentnost na-ih firmi, stvaranja klime pogodne za partnerstava sa inostranim firmama, u cilju preuzimanja zna ajnijnih iznosa finansijskih sredstava iz EIP-a i drugih programa EU. Da bi sektor MSP-a dovoljno oja ao, potrebno je obezbediti dodatni izvor finansiranja i stimulisanja rasta MSP-a sektora, bilo kroz pove anje nivoa subvencioniranja, pruflanjem kreditnih garancija putem razvojnih banaka ili kroz proces informisanja i upoznavanja MSP-a sa mogu nostima koje nude razni Programi EU.²⁰⁸

6.4. Održiva konkurentnost bosanskohercegovačke privrede i MSP sektora

U prethodnom poglavlju se analizirala pozicija BiH privrede i njen IGK u odnosu na druge zemlje. Me utim, Svetski ekonomski forum je od 2011 godine pored IGK predstavila i verzijua Indeksa odrflive konkurentnosti (Sustainable Competitiveness Index (SCI). Indeks odrflive konkurentnosti (The Sustainable Competitiveness Index ó SCI) je uveden u svojoj preliminarnoj verziji. SCI treba ra unati kao elemente koji dugoro no odrflavaju visok nivo konkurentnosti privrede, dru-tva i okoli-a. Ovaj novi Index obuhvata sve elemente koji su ve obuhva eni GCI, koji su vafni i kratkoro no i dugoro no (upravljanje, obrazovanje i zdravstvo, infrastruktura, funkcionisanje trfli-ta i inovativnost). Tako e, integri-e brojne dodatne pokazatelje (npr. demografiju, dru-tvenu koheziju i upravljanje okruflenjem). Na ovaj na in, GCI indeks predstavlja kratkoro ni i srednjoro ni pogled budu nosti, dok SCI predstavlja dugoro ni pogled u trajanju od 20 godina.²⁰⁹

BiH je i dalje najlo-ije ocenjena u oblasti razvoja finansijskog trfli-ta (119. mesto) i efikasnosti trfli-ta robe (109. mesto) i tako e u oblasti poslovne sofisticiranosti (109. mesto). Oblast razvoja finansijskog trfli-ta je ove godine lo-e ocenjena, prvenstveno zbog raspoloflivosti finansijskih usluga (121.mesto), raspoloflivosti sredstava za kreditiranje poduzetnika (127.mesto) i odobrenosti finansijskih sredstava (123. mesto).

U oblasti efikasnosti trfli-ta roba lo-a ocena je prvenstveno zbog intenziteta lokalne konkurencije (138. mesto), stepena trfli-ne dominacije (127. mesto), broj procedura za po etak

²⁰⁸ Podr-ka za hrabrost i ideje malih i srednjih preduze a: Programi Zajednice za poduzetni-tvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnu postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.

²⁰⁹ Konkurentnost 2013.-2014. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2013.

poslovanja (121. mesto), broja dana neophodnih za po etak poslovanja (120. mesto), stepena efekta oporezivanja (109. mesto), tro-kova poljoprivredne politike (100. mesto) i sofisticiranosti kupaca (124. mesto).²¹⁰

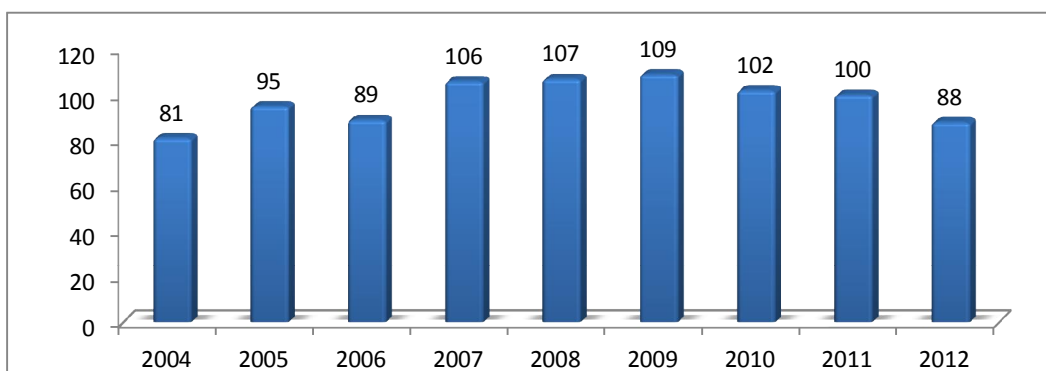
Tabela 12. *Indeks održive konkurentnosti*

Ljudski kapital	Tržišni uslovi	Tehnologija i inovativnost	Političko okruženje i uslovi	Prirodno okruženje
Zdravstveno i osnovno obrazovanje	Efikasnost tržišta rada	Tehnološka spremnost	Institucije	Efikasnost resursa
Visoko obrazovanje i stručna obuka	Razvoj finansijskog tržišta	Poslovna sofisticiranost	Infrastruktura	Menadžment obnovljivih resursa
Društvena kohezija	Velicina tržišta	Inovativnost	Makroekonomsko okruženje	Pogoravanje okoliša
	Efikasnost tržišta roba		Političko okruženje	

Izvor: *Autorovo istraživanje*

Problematici faktori za uspješno obavljanje poslovanja u Bosni i Hercegovini koji utiču na nizak nivo konkurentnosti su²¹¹:

- Pristup finansijskim sredstvima,
- Visoke porezne stope,
- Neefikasna birokratija,
- Korupcija.



Slika 12. *Rang konkurentnosti BiH, 2004. - 2012.*

Izvor: *The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum*

Međutim, se ti e zemalja biv-e Jugoslavije i okruženja, može se reći da su Bosna i Hercegovina (za 12. mesta) i Slovenija (za 1. mesto) ostvarili napredak u odnosu na prošlu godinu, dok

²¹⁰ Papi fi., i dr., Politi ka, ekonomska i socijalna kriza u BiH 2012/2013, Put ka novim politikama, Inicijativa za bolju i humaniju inkluziju (IBHI), Sarajevo, april 2013.

²¹¹ Konkurentnost 2013.-2014. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2013.

Albanija, Crna Gora, Hrvatska i Makedonija bilježe lošije pozicije u odnosu na prethodnu godinu.

Tabela 13. Rang konkurentnost BiH i odabranih zemalja okruženja

Država	2004 (104)	2005 (117)	2006 (125)	2007 (131)	2008 (134)	2009 (133)	2010 (139)	2011 (142)	2012 (144)
Albanija	-	100	98	109	108	96	88	78	89
BiH	-	95	89	106	107	109	102	100	88
Crna Gora	89	80	87	-	65	62	49	60	72
Hrvatska	61	62	51	57	61	72	77	76	81
Makedonija	84	85	80	94	89	84	79	79	80
Slovenija	33	32	33	39	42	37	45	57	56
Srbija	89	80	87	-	85	93	96	95	95

Izvor: The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum

Tabela 14. Ključni faktori GDP-a, 2012.

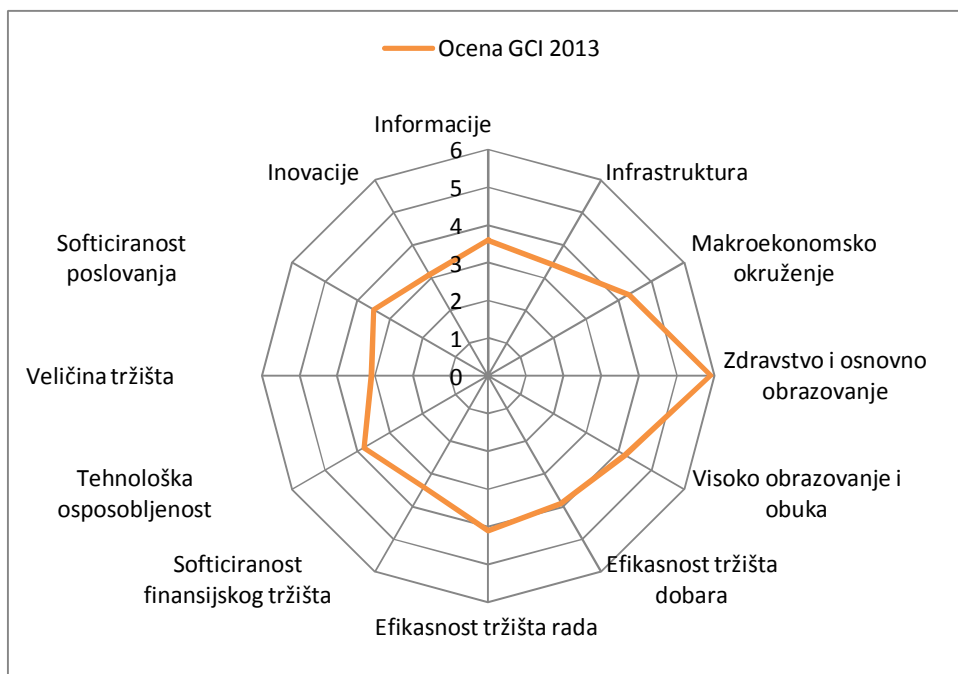
Ključni faktori 2012. godini		Rang	Ocena
Stanovništvo u mil. -3.9 prisutni	GCI 2012-2013(ukupno od 144)	88	3,9
GDP u milijardama USA \$ -18.0	GCI 2011-2012 (ukupno od 142)	100	3,8
GDP per capita USA \$-4.618	GCI 2010-2011 (ukupno od 139)	102	3,7
GDP (PPP) kao udio u % u svetu 60.04	GCI 2009-2010 (ukupno od 133)	109	3,5
	GCI 2008-2009 (ukupno od 134)	107	3,6
	GCI 2007-2008 (ukupno od 131)	106	3,6

Izvor: The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum

Tabela 15. BiH: Index globalne konkurentnosti

Faktori	Rang 2010 2011 (139)	Ocena 2010 2011 (1-7)	Rang 2011 2012 (142)	Ocena 2011 2012 (1-7)	Rang 2012 2013 (144)	Ocena 2012 2013 (1-7)	Prom. ranga
Indeks globalne konkurentnosti	102	3,7	100	3,8	88	3,9	12
Osnovni uslovi	98	4,1	92	4,2	81	4,3	11
I stub: Institucije	126	3,1	109	3,3	85	3,6	24
II stub: Infrastruktura	98	3,2	99	3,2	94	3,4	5
III stub: Makroekonomska stabil.	81	4,5	78	4,6	97	4,3	-19
IV stub: Zdravstvo i osnovno obrazovanje	89	5,4	58	5,8	48	5,9	10
Povećanje efikasnosti	100	3,6	102	3,6	97	3,7	5
V stub: Visoko obrazovanje i stručna obuka	88	3,8	86	3,9	72	4,2	14
VI stub: Efikasnost tržišta roba	127	3,6	115	3,8	109	3,9	6
VII stub: Efikasnost tržišta rada	94	4,2	85	4,2	99	4,1	-14
VIII stub: Razvoj finansijskog tržišta	113	3,5	124	3,3	119	3,4	5
IX stub: Tehnološka spremnost	85	3,4	73	3,6	68	3,8	5
X stub: Veličina tržišta	93	3,1	97	3,0	93	3,1	4
Inovativnost i sofisticiranost faktora	120	2,9	108	3,1	99	3,3	9
XI stub: Poslovna sofisticiranost	115	3,3	108	3,4	109	3,5	-1
XII stub: Inovativnost	120	2,6	104	2,8	80	3,1	24

Izvor: The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum



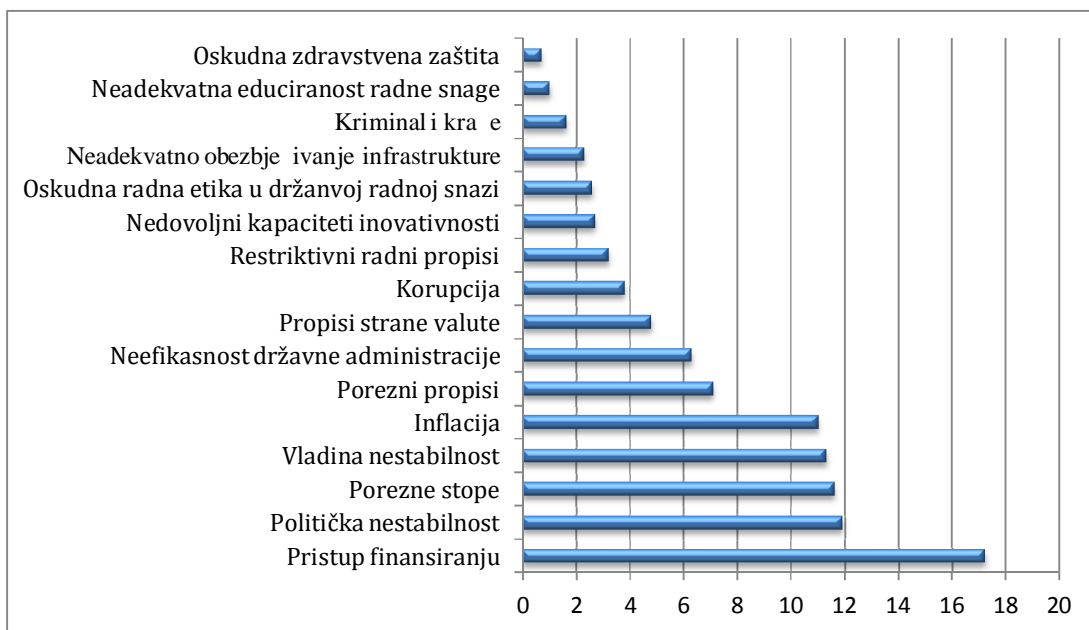
Slika 13. Radijalni grafikon konkurentnosti BH privrede

Izvor: The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum

Tabela 16. Ključna ograničenja brzem razvoju preduzetničkog sektora u BiH, u %

Pristup finansiranju	17,2
Politička nestabilnost	11,9
Poreske stope	11,7
Vlada dobri/ loši potezi	11,5
Inflacija	11,1
Poreski propisi	7,2
Neefikasnost državne administracije	6,4
Propisi - strane valute	4,9
Korupcija	3,8
Restriktivni radni propisi	3,2
Nedovoljni kapaciteti inovativnosti	2,8
Oskudna radna etika	2,7
Neadekvatno obezbeđivanje infrastrukture	2,3
Kriminalne radnje	1,7
Neadekvatno obrazovanje radne snage	0,9
Nedovoljna zdravstvena zaštita	0,5
Ukupno	100

Izvor: The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum



Slika 14. Ključna ograničenja poslovanja MSP sektora u BiH

Izvor: *The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum*

Na nizak nivo konkurentnosti BiH privrede, najviše utiču na otežan pristup finansijskim sredstvima za kreditiranje, politička nestabilnost, visoke poreske stope i odsustvo vizije vladinog sektora. U tabelama koje slede dat je rang BiH po svim stubovima konkurentnosti (12 stubova), zajedno sa podstubovima koji utiču na rang BiH u svakom stubu pojedinačno.²¹²

Konkurencija, tržišna utakmica osnovni je regulator tržišta. Iako neki teoretičari smatraju da konkurentnost nije ništa drugo već merenje bogatstva društva na drugi način, vrlo je važno da ona doprinosi inovativnosti, unapređenju poslovanja i ukupnom ekonomskom rastu. Međutim ako je slaba konkurentnost na globalnom tržištu onda i nacionalna ekonomija trpi. Ovo obično vodi ka protekcionizmu, netransparentnim državnim donacijama i barijerama za ulazak na tržište. Jačanje produktivnosti i opće konkurentnosti mora biti osnovna ideja u provođenju ekonomske politike. Jedino hitne i dobro usmerene politike unapređenja nacionalne konkurentnosti mogu osigurati željeni put razvoju i ukupnom društvenom blagostanju.²¹³

²¹² Ibidem

²¹³ Konkurentnost 2012.-2013. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2012.

Tabela 17. Rang BiH po svim stubovima konkurentnosti. 2012-2013.

I stub: Institucije		
1.	Prava vlasništva	121
2.	Zaštita intelektualne svojine	130
3.	Zloupotreba javnih fondova	56
4.	Povjerenje javnosti prema političarima	80
5.	Neregularna plaćanja i mitovi	63
6.	Neovisnost pravosuđa	78
7.	Priistranost u donošenju odluka državnih službenika	70
8.	Rasipništvo državne potrošnje	139
9.	Teret državnih propisa	84
10.	Efikasnost pravnog okvira u rješavanju sporova	105
11.	Efikasnost pravnog okvira	87
12.	Transparentnost državne politike	112
13.	Vladine usluge za poboljšano poslovanje	60
14.	Utjecaj terorizma na ekonomsko poslovanje	10
15.	Utjecaj kriminala i nasilja na ekonomsko poslovanje	39
16.	Organizirani kriminal	74
17.	Pouzdanost policijske službe	45
18.	Etiko ponašanje preduzeća	134
19.	Jačanje revizije i standarda izvještavanja	119
20.	Efikasnost korporativnih zajednica	61
21.	Zaštita manjinskih dioničara	138
22.	Prednost zaštite investitora, (0-10)	80
II stub: Infrastruktura		
1.	Kvalitet ukupne infrastrukture	139
2.	Kvalitet puteva	134
3.	Kvalitet željeznica	74
4.	Kvalitet luka	142
5.	Kvalitet avio transporta	143
6.	Raspoloživost sjedala po kilometru	138
7.	Kvalitet ponude električne energije	31
8.	Fiksne telefonske linije	104
9.	Preplate na mobilne telefone	48
III stub: Makroekonomska stabilnost		
1.	Vladin suficit/deficit	73
2.	Stopa državne zaduženosti	123
3.	Inflacija	52
4.	Vladin dug	74
5.	Procjena kreditne sposobnosti zemlje	109
IV stub: Zdravlje i osnovno obrazovanje		
1.	Utjecaj malarije na ekonomsko poslovanje	1
2.	Slučajevi malarije	1
3.	Utjecaj tuberkuloze na ekonomsko poslovanje	10
4.	Slučajevi tuberkuloze	72
5.	Utjecaj HIV/AIDS na ekonomsko poslovanje	2
6.	Preovladanost HIV	1
7.	Smrtnost djece	45
8.	Prosjek životni vijek	49
9.	Kvalitet osnovnog obrazovanja	23
10.	Stopa upisa osnovnog obrazovanja	109
V stub: Visoko obrazovanje i stručna obuka		
1.	Upis u srednje škole	60
2.	Upis na fakultete	68
3.	Kvalitet obrazovnog sistema	106
4.	Kvalitet matematičkog i naučnog obrazovanja	21

5.	Kvalitet menadžmenta u školama	50
6.	Pristup internetu u školama	71
7.	Lokalna raspoloživost istraživanja i usluge stručne obuke	113
8.	Obim kadrova za stručnu obuku	109
VI stub: Efikasnost tržišta roba		
1.	Intenzitet lokalne konkurencije	138
2.	Stepen tržišne dominacije	127
3.	Efekti antimonopolske politike	86
4.	Stepen i efekti oporezivanja	109
5.	Ukupna stopa poreza	21
6.	Broj procedura za zapošljavanje biznisa	121
7.	Vrijeme potrebno za zapošljavanje biznisa	120
8.	Poljoprivredna politika	100
9.	Rasprostranjenost trgovinskih barijera	85
10.	Carinske barijere	68
11.	Rasprostranjenost stranog vlasništva	86
12.	Utjecaj propisa poslovanja na direktne strane investicije	108
13.	Teret carinskih procedura	80
14.	Uvoz kao procenat GDP	40
15.	Stepen orijentacije prema kupcu	83
16.	Sofisticiranost kupca	124
VII stub: Efikasnost tržišta rada		
1.	Saradnja između u rada i poslodavaca	89
2.	Fleksibilnost određivanja plaća	91
3.	Rigidnost zapošljavanja	32
4.	Zapošljavanje i otpuštanje prakse	38
5.	Plate i produktivnost	98
6.	Povjerenje u profesionalni menadžment	84
7.	Odliv intelektualaca	140
8.	Udio žena u radnoj snazi	110
VIII stub: Razvoj finansijskog tržišta		
1.	Dostupnost finansijskih usluga	121
2.	Odobrenosti finansijskih sredstava	113
3.	Finansiranje kroz udjel lokalnih tržišta	90
4.	Jednostavan pristup kreditima	123
5.	Raspoloživost poduzetničkog kapitala	127
6.	Utemeljenost banaka	113
7.	Propisi zaštite razmjena	112
8.	Registar zakonskih prava (0-10)	89
IX stub: Tehnološka spremnost		
1.	Dostupnost najsavremenijih tehnologija	89
2.	Nivo usvajanja tehnologija	105
3.	Direktne strane investicije i transfer tehnologije	98
4.	Internet korisnici	42
5.	Obim internet pretplatnika	51
6.	Internet bandwidth	66
7.	Obim pretplatnika mobilne telefonije	70
X stub: Veličina tržišta		
1.	Index veličine domaćeg tržišta	91
2.	Index veličine inostranog tržišta	94
XI stub: Poslovna sofisticiranost		
1.	Obim lokalnih snabdjevača	93
2.	Kvalitet lokalnih snabdjevača	83
3.	Stanje razvojenosti klastera	135
4.	Karakter konkurentske prednosti	130
5.	Procjena vrijednosti mreža	117
6.	Kontrola međunarodne distribucije	122

7.	Sofisticiranost proizvodnog procesa	90
8.	Obim marketinga	99
9.	Spremnost povjeravanja nadzora	76
XII stub: Inovativnost		
1.	Kapacitet za inovacije	101
2.	Kvalitet institucija za naučno istraživanje	72
3.	Potrošnja kompanija na istraživanje i razvoj	90
4.	Saradnja univerziteta i industrije u oblasti istraživanja	48
5.	Državne nabavke proizvoda naprednih tehnologija	94
6.	Raspoloživost naučnika i inženjera	48
7.	Korist patenata	50

Izvor: Federalni zavod za programiranje razvoja

Na samu konkurentnost privrede i sektora MSP u BiH utiču u mnogi direktni i indirektni faktori, jer su samo konkurentna preduzeća nosilac privrednog razvoja. Od svih tih faktora koje utiču na konkurentnost MSP izdvaja se: *visoki troškovi poslovanja, veliko poresko opterećenje, veliki javni dug, slaba ukupna konkurencija koja ne podstiče preduzeća na inovacije i konkurentnost, neregulisan sistem zaštite okoline i upravljanja otpadom, kvalitetna odnosno nekvalitetna saobraćajna infrastruktura, teškoće u likvidaciji preduzeća, neusklađeno zakonodavstvo, slabosti u javnoj upravi itd.*²¹⁴

Najveće smetnje konkurentnosti su smetnje koje uzrokuju državne, odnosno lokalne vlasti, a ne sama preduzeća. Kada se govori o klasičnim smetnjama koje negativno utiču na konkurentnost, mogu biti: horizontalna ograničenja, vertikalna ograničenja i zloupotrebe državne dominacije. Horizontalna ograničenja se ogledaju kroz fiksiranje nabavnih i prodajnih cena, podele tržišnih resursa i dobara, limitiranje ili kontrolisanje istraživanja i razvoja, proizvodnje i marketinga. Vertikalna ograničenja mogu biti u vidu dugoročnih ekskluzivnih (monopolskih) ugovora. Na konkurentnost zemlje posebno mogu uticati kratkoročni nacionalni interesi, ex ante kontrola cena, legalizovan monopol, konkurentnost izmeću samih institucija, netransparentna politika državne pomoći i prevelika, neopravdana zaštita tržišnih resursa.²¹⁵

²¹⁴ Konkurentnost 2013.-2014. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2013.

²¹⁵ Konkurentnost 2012.-2013. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2012.

6.5. Indeks politike razvoja (inovativnosti) malih preduzeća u BiH

Unapređenje poslovne klime jedan je od prioriteta ekonomske politike za Bosnu i Hercegovinu i obaveza preuzetih iz mape puta ka Evropskom partnerstvu i Sporazumu o stabilizaciji i pridruživaju. Smanjenje administrativnih prepreka uz odgovaraju u zakonsku regulativu, dostupna odgovaraju a radna snaga i povoljni izvori finansiranja osnovni su preduslovi za povoljnu poslovnu klimu. Meunarodni izvještaji o poslovnom okruženju i konkurentnosti BiH u svetu, prema rezultatima koje je objavila Svetska banka (Doing Business 2012.), Bosna i Hercegovina je poboljšala poziciju za dva mesta, sa 127. na 125. mesto u svetu.²¹⁶

Poređenje kvaliteta poslovnog okruženja Bosna i Hercegovina i dalje zaostaje za drugim zemljama u regionu.²¹⁷ Napredak je ostvaren u oblasti registracije vlasništva, zemljišta (projekt digitalizacije registracije zemljišta), te pojednostavljene procedura prilikom prijavljivanja i plaćanja doprinosa za zaposlene radnike (jedinstveni sistem registracije, kontrole i naplate doprinosa).

Ekonomije sveta rangirane su prema lakoći poslovanja od 1-183, gde višerangirana zemlja znači da je regulatorna i poslovna okolina povoljnija za poslovanje lokalnih firmi. Pored toga, sam index predstavlja prosek devet pojedinih oblasti i višerazličitih indikatora u pojedinim oblastima koji imaju isti uticaj; po etak posla (BiH rangirana na 162. mesto u svetu), registracija vlasništva, dobijanje kredita, zaštita investitora, plaćanje poreza, prekogranična trgovina, provođenje ugovora, završetak ugovora.

Od svih pojedinih oblasti Bosna i Hercegovina je najlošije rangirana (163. mesto) za dobijanje dozvola za po etak poslovanja. U obzir su uzete; broj poslovnih procedura, broj potrebnih dana da se pojedine procedure završe, potrebna sredstva za registraciju odnosno troškovi po glavi stanovnika kao i minimalni kapital koji je potrebno deponovati da bi se otpočelo s poslom.²¹⁸

²¹⁶ Dokument okvirnog proračuna Kantona Središnja Bosna, Kanton Središnja Bosna, Ministarstvo finansija, Travnik, 2013.

²¹⁷ Poređenje radi, BiH je na 125. mjestu dok joj je najbliža u regionu Albanija na 82. mjestu;

²¹⁸ <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2201>;

Tabela 18. Rangiranje MSP sektora u BiH prema Doing Business 2012

Elementi okruženja	DB 2012 Pozicija	DB 2011 Pozicija	Promjena u poziciji
Početak posla	162	161	dole 1
Dobijanje dozvola	163	173	gore 10
Pristup el.energiji	157	157	Bez promene
Registracija vlasništva	100	101	gore 1
Dobijanje kredita	67	64	dole 3
Zaštita investitora	97	93	gore 4
Plaćanje poreza	110	108	gore 2
Prekogranična trgovina	108	109	gore 1
Provođenje ugovora	125	125	Bez promene
Rješavanje nelikvidnosti	80	78	dole 2
Ukupno	125	127	gore 2

Izvor: Doing Business 2012, World Bank

Razvojni projekti finansirani od međunarodnih organizacija

Projekat pod nazivom Podr-ka EU izgradnji institucionalnih kapaciteta za regionalni i lokalni ekonomski razvoj i razvoj malih i srednjih preduze a u BiH (EURELSMED), finansiran od strane Evropske unije u saradnji s pet regionalnih razvojnih agencija u BiH i Republi kom agencijom za razvoj malih i srednjih preduze a RS, pokrenuo je sistem vau era za usluge poslovne podr-ke malim i srednjim preduze ima. Projekat EURELSMED je osigurao sredstva u vidu vau era u iznosu od 120.000 eura.

Ovaj program, koji pokriva celu drflavu, predvi a subvencioniranje tro-kova usluga poslovne podr-ke za mala i srednja preduze a, omogu avanje lakog pristupa konsultantima, kao i uslugama, i pruflanja obuke kako bi mala i srednja preduze a mogla pove ati konkurentnost te se uspe-no razvijati i rasti. Sistem vau era za mala i srednja preduze a u BiH provodit e regionalne razvojne agencije (RDA NW, REZ, REDAH, SERDA i NERDA) i Republi ka agencija za razvoj malih i srednjih preduze a Republike Srpske.

Poslovni Inkubatori, poslovne zone i klasteri

Poslovni Inkubatori su prema NBIA²¹⁹ definisani kao Fabrika novih preduze a, gdje je definisano da je uloga poslovnih inkubatora osnivanje, razvoj, podsticanje i pomo novim preduze ima u prvim etapama razvoja. Poslovne zone, inkubatori i tehnolo-ki parkovi, kao pomo na poduzetni ka infrastruktura, u svetu pa tako i u Bosni i Hercegovini predstavljaju

²¹⁹ National Business Incubation Association ó NBIA, <http://www.nbia.org>

zna ajan instrument podsticanja razvoja poduzetni-tva, ali i op-teg ekonomskog rasta za pojedine regije.

U Federaciji Bosne i Hercegovine postoji osam inkubatora, u kojima je 118 preduze a s vi-e od 770 zaposlenih. U rekonstrukciju postoje ih inkubatora ulofeno je 9 milijuna KM.²²⁰ Trenutno u Republici Srpskoj radi pet poslovnih inkubatora.²²¹ Klju ni nedostaci postoje ih poslovnih zona je nedostatak bolje vertikalne koordinacije i izrada i sprovo enje akcionog plana razvoja poslovnih inkubatora i programa za sufinansiranje njihovog razvoja.

Klasteri se naj e- e defini-u kao geografska koncentracija povezanih kompanija, specijalizovanih dobavlja a, usluga odrflavanja i institucija (univerziteti, instituti, razvojne agencije, komore). Osnovna uloga klastera je da preduze a i organizacije me usobnim umreflavanjem i kontaktima pobolj-avaju svoj nastup na trfli-tima i podiflu konkurentnost; smanjuju se tro-kovi transporta i drugi vezani tro-kovi zbog blizine dobavlja a, izlazak na nova trfli-ta je olak-an i ola-ana je veza preduze a i nau no istrafliva kih institucija. U Bosni i Hecregovini klasteri su tek u po etnoj fazi razvitka, u kojem su me unarodne organizacije imale vafnu ulogu.

Tehnolo-ki park, mesto na kojem se povezuju stru njaci i preduzetnici koji flele ostvariti svoje ekonomske ciljeve bazirane na novim tehnologijama, u pravilu planski organiziran, infrastrukturno opremljen i u ekolo-ki ure enom prostoru nudi razli ite pogodnosti i usluge. Osnivaju se u blizini visokoobrazovnih institucija i istrafliva kih centara te privla e vrhunske stru njake, ali i mlade talente koji se u njima dalje usavr-avaju, obrazuju i cilj je koncentracija znanja, visoke tehnologije i obrazovanja uz njihovu primjenu u proizvodnji.

²²⁰ Projekat razvoj MSP Federaciji BiH;

²²¹ Strategija razvoja MSP i preduzetni-tva u RS-u 2011. ó 2013.

7. INOVATIVNOST PREDUZEĆA KAO FAKTOR UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDNE STRUKTURE

7.1. Uzorak i metodologija istraživanja

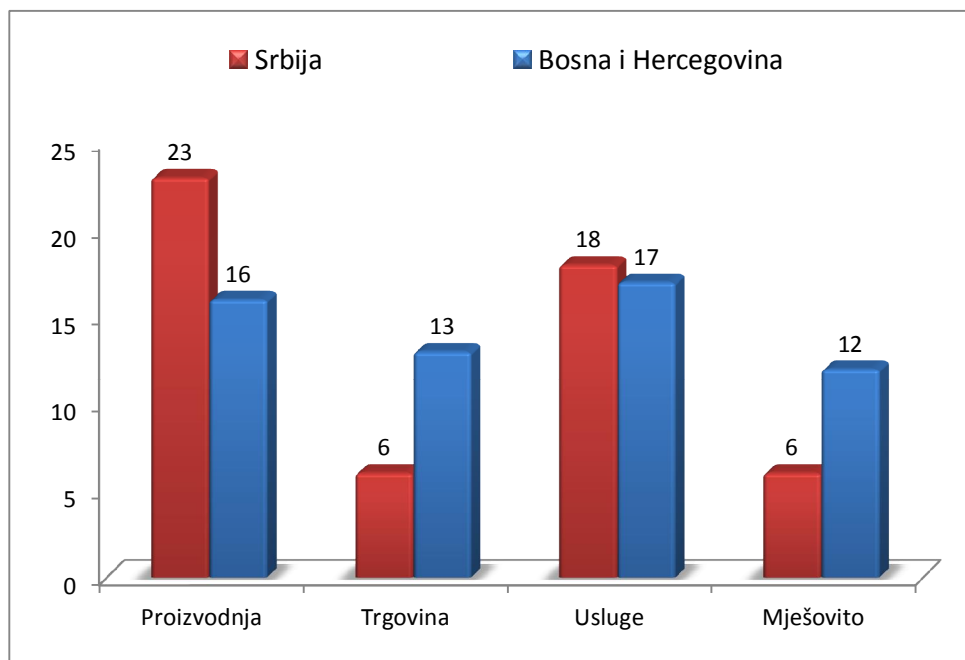
Za potrebe sprovedenog empirijskog istraživanja koristila se baza podataka relevantnih državnih i paradržavnih institucija u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini: resornih ministarstava, relevantnih državnih agencija, Privredne komore, udruženja preduzetnika, specijalizovanih servis provajdera, kao i odgovarajućih poslovnih portala.

Anketni upitnik namenjen za ovo istraživanje sadržavao je ukupno 21 pitanje. Prvih 7 pitanja su predviđena za opšte podatke o preduzeću. Sledećih 13 pitanja su vezane za problematiku inovacija i konkurentskih prednosti. Ponudjeni odgovori na ova pitanja su kreirani u skladu sa Likertovom skalom sa pet ponudjenih odgovora. Kod kodiranja lingvističkih odgovora najveći stepen slaganja je dobio vrednost jedan, dok je najveći nivo neslaganja dobio vrednost pet. Zbog toga je kod analitičkog predstavljanja podataka poželjno je da vrednost bude što bliže jedinici, tada preduzeće ostvaruje bolje efekte, dok je zadnje pitanje bilo vezano za kontakt informacije o preduzeću ima.

Od ukupno 1000 poslanih e-mailova, prikupljeno je 111 popunjenih anketnih upitnika, što iznosi 11,10 % i što predstavlja adekvatan odaziv anketiranih preduzeća. Koristi se online anketni upitnik, koji je kreiran na stranici - esurveycreator.com.

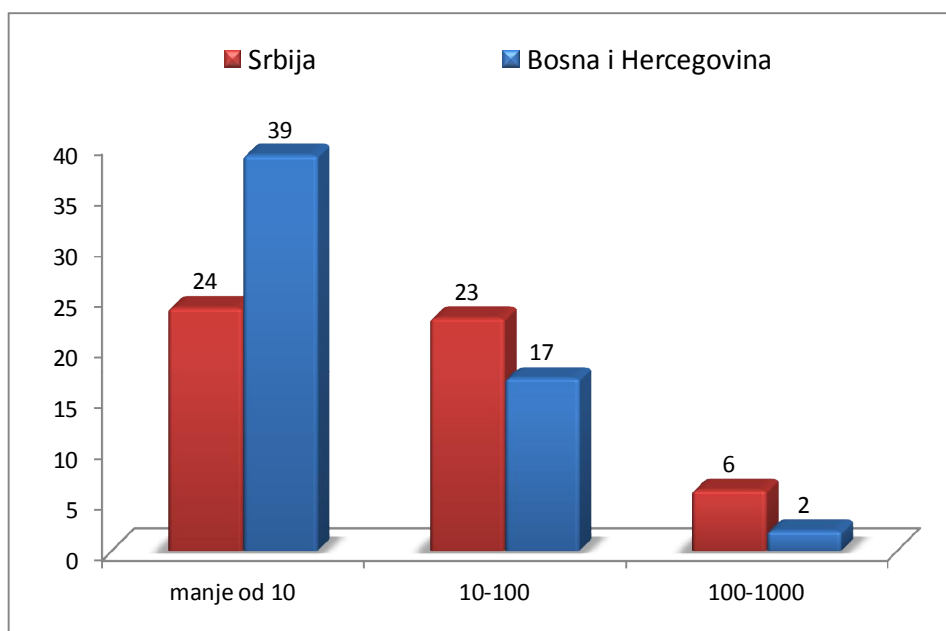
7.2. Dobijeni rezultati i diskusija

Prvo pitanje odnosilo se na *delatnost preduzeća* - Od ukupnog broja prikupljenih podataka iz anketnog upitnika najviše preduzeća, njih 39 se bavi proizvodnjom, zatim slede preduzeća koja se bave uslužnom delatnošću, i to ukupno 35 preduzeća. Daljnom analizom je utvrđeno da je identična zastupljenost preduzeća koje obavljaju trgovinsku odnosno, mešovitu delatnost. Od ukupnog broja preduzeća, njih 19, bavi se trgovinskom, a 18, od ukupnog broja, bavi se mešovitom delatnošću. Na osnovu prezentiranih podataka obuhvaćena su sve predviđene delatnosti preduzeća.



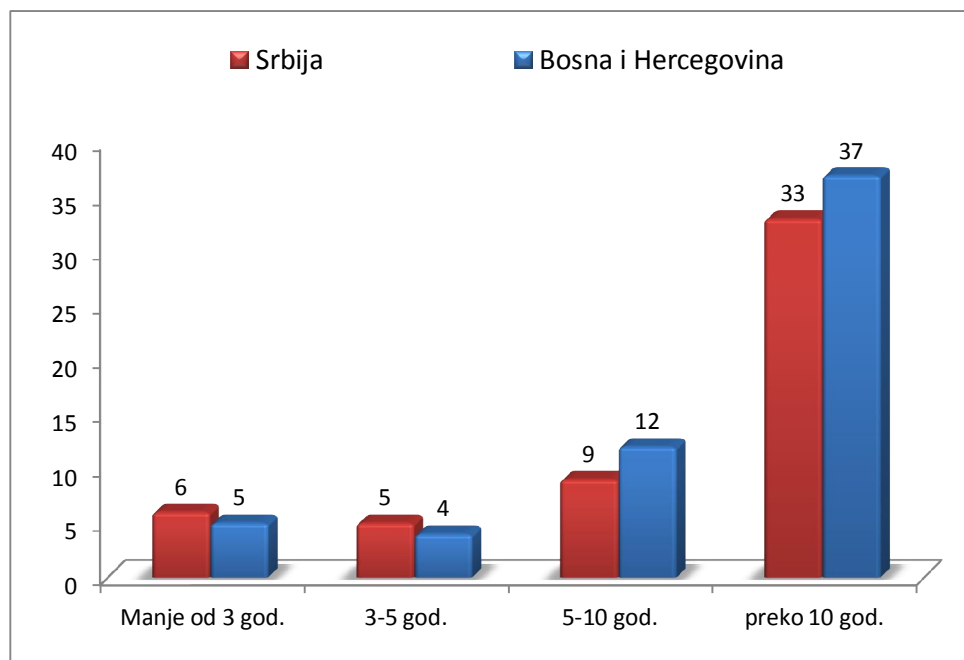
Slika 15. Pitanje 1. Vrsta delatnosti anketiranog preduzeća?

Rezultati dobijeni na pitanja o broju zaposlenih u preduze u su slede i: od ukupnog broja preduze a njih 55,86 % ima manje od 10 zaposlenih, to su pretežno mikro i mala preduze a, koja su bila u fokus istraffivanja i akcenat je upravo bio na ovim preduze ima. Preduze a koje imaju od deset do sto zaposlenika su zastupljeni sa 36,04 %.



Slika 16. Pitanje 2. Broj zaposlenih u anketiranom preduzeću?

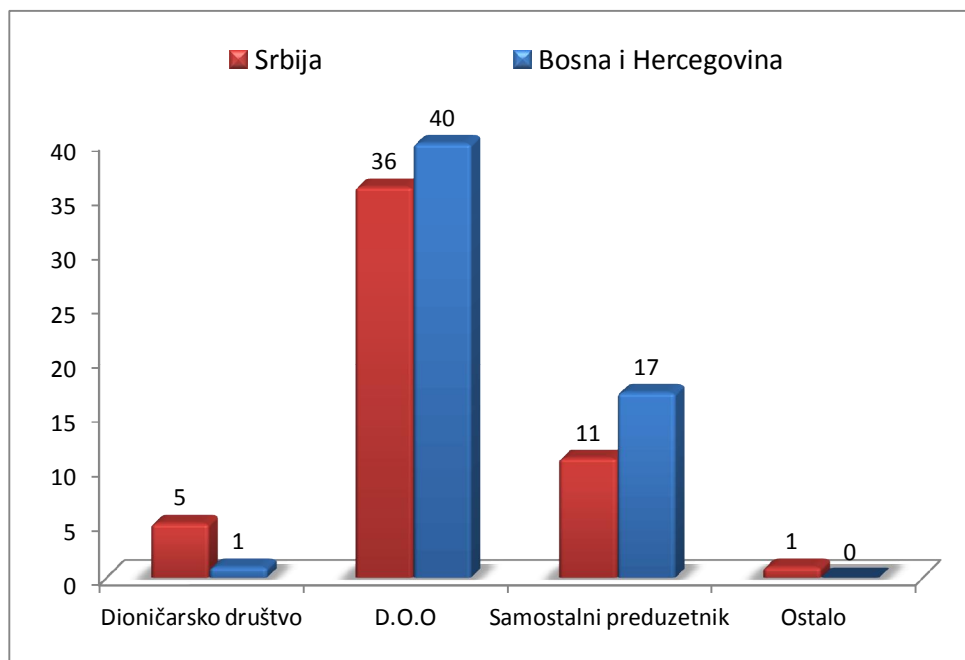
U ovu grupu preduzeća spadaju najvećim delom srednja preduzeća. Takođe, rezultati dobijeni istraživanjem, pokazuju da je 7,21 % obuhvata ovih preduzeća ima više od stotinu zaposlenih. Potrebno je napomenuti da je anketnim upitnikom bilo predviđeno i opcija za preduzeća sa preko hiljadu zaposlenih, međutim nijedno od anketom obuhvata ovih preduzeća tu opciju nije popunilo u anketnom pitanju. Dobijeni rezultati od preduzeća koje su poreklom i egzistiraju na području BiH, pokazuju da dominiraju preduzeća koje imaju manje od 10 zaposlenih. To su većinom mala preduzeća koje se bave raznovrsnom delatnostima. Dok su rezultati za anketom obuhvata ovih preduzeća iz Republike Srbije, drugačiji tj. podjednako su obuhvata ovih preduzeća koje imaju manje od deset i manje od sto zaposlenih.



Slika 17. Pitanje 3. Kada je registrovano anketirano preduzeće?

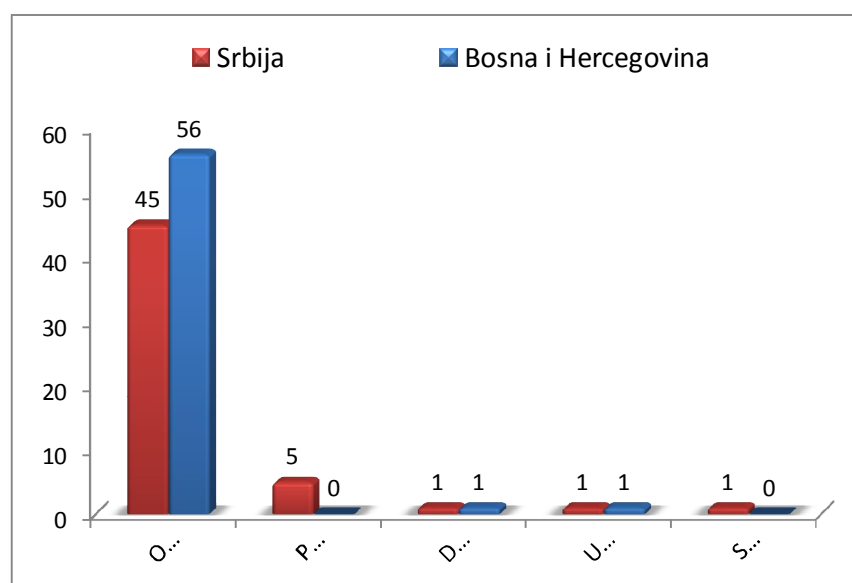
Rezultati u istraživanju obuhvata ovih pitanjem, pokazuju da je najveći broj anketom obuhvata ovih preduzeća postoji više od 10 godina i to 63,06 %, od ukupnog broja preduzeća. Najmanje preduzeća je staro između 3 i 5 godina i to svega 8,11 %.

Rezultati istraživanja pokazuju da je najviše preduzeća koja su registrovana kao društva sa ograničenim odgovornošću u D00, njih 68,47 %, slede preduzeća koja su registrovana kao samostalni preduzetnici sa 25,23 %, i dioniarska društva, sa 5,41 %. Potrebno je naglasiti, da nijedno preduzeće, koje je obuhvaćeno ovim istraživanjem nije imalo status državnog ili status meštarskog preduzeća, iako je i to anketnim upitnikom bilo predviđeno kao jedan od mogućih odgovora.

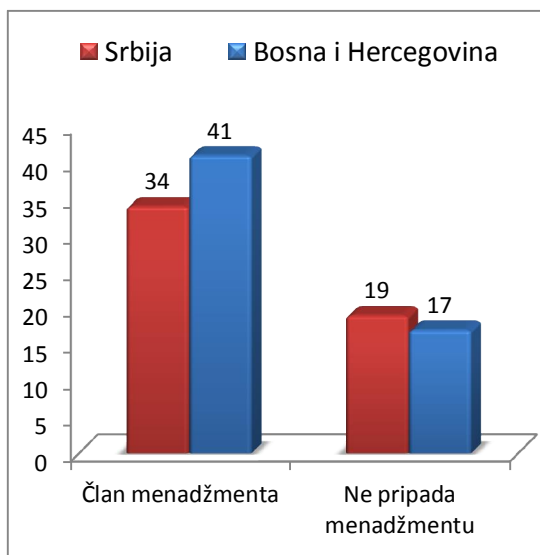


Slika 18. Pitanje 4. Vlasnička struktura anketiranog privrednog društva?

Rezultati kod ovog pitanja pokazuju da od ukupnog broja, anketom obuhvaćenih preduzeća, najviše je malih preduzeća nastalo osnivanjem tj. osnivanjem i to 91 %, slede preduzeća nastala privatizacijom. U anketom obuhvaćenim preduzećima koja egzistiraju na području Republike Srbije, bilo je samo pet preduzeća koja su nastala privatizacijom, dok kod preduzeća koje egzistiraju na prostorima BiH nije obuhvaćeno u anketnom pitanju, ni jedno preduzeće koje je nastalo privatizacijom. Ostali oblici osnivanja, kao što može se videti u tabeli, obuhvaćeno je manje od 5 %, preduzeća.

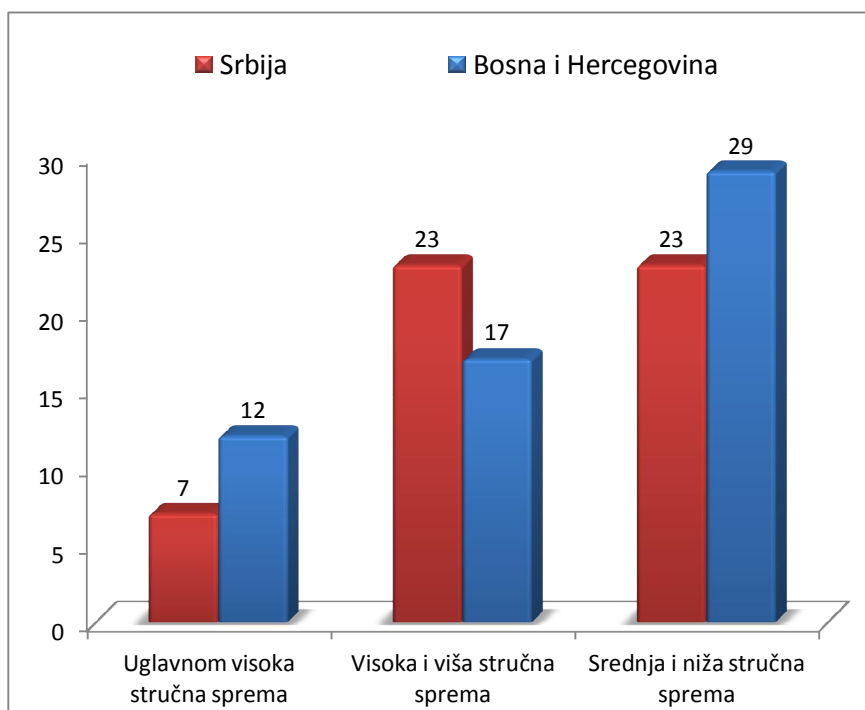


Slika 19. Pitanje 5. Na koji način je nastalo preduzeće?



Slika 20. Pitanje 6. Kojem nivou menadžmenta pripadate?

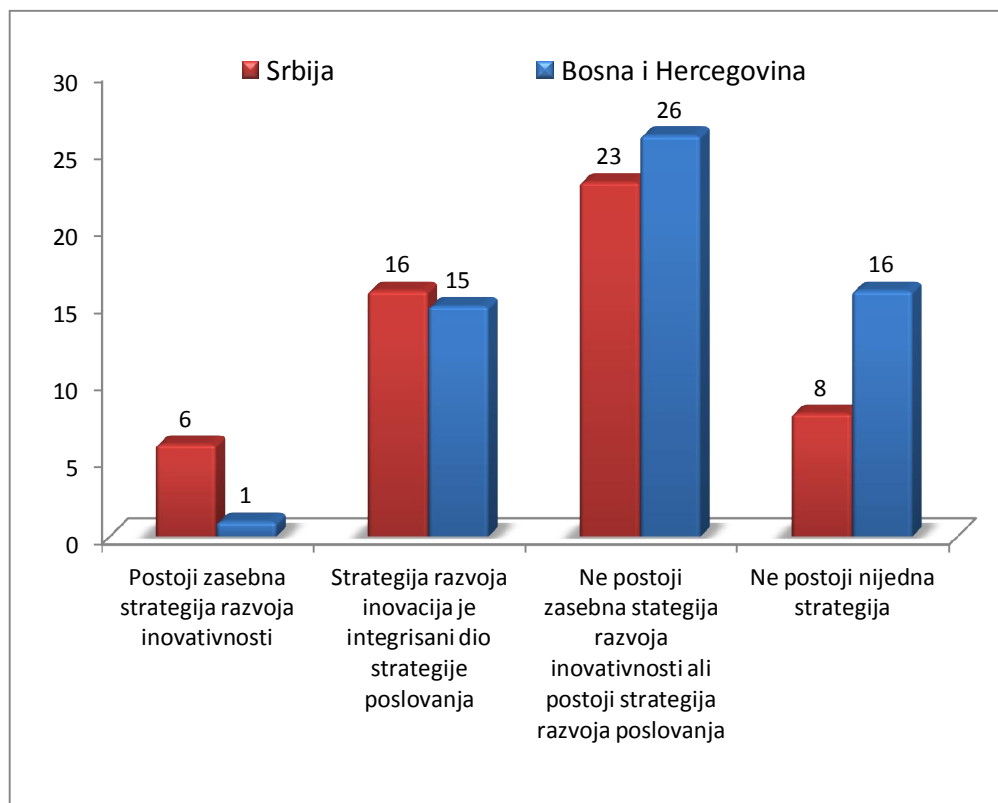
Rezultati pokazuju da kod rezultata ovog pitanja, od ukupnog broja popunjenih anketnih upitnika 67,57 % anketiranih je član menadžmenta ili menadžment tima, dok je ostatak anketiranih, ne pripada menadžmentu.



Slika 21. Pitanje 7. Nivo obrazovanja većine zaposlenih u anketiranom preduzeću?

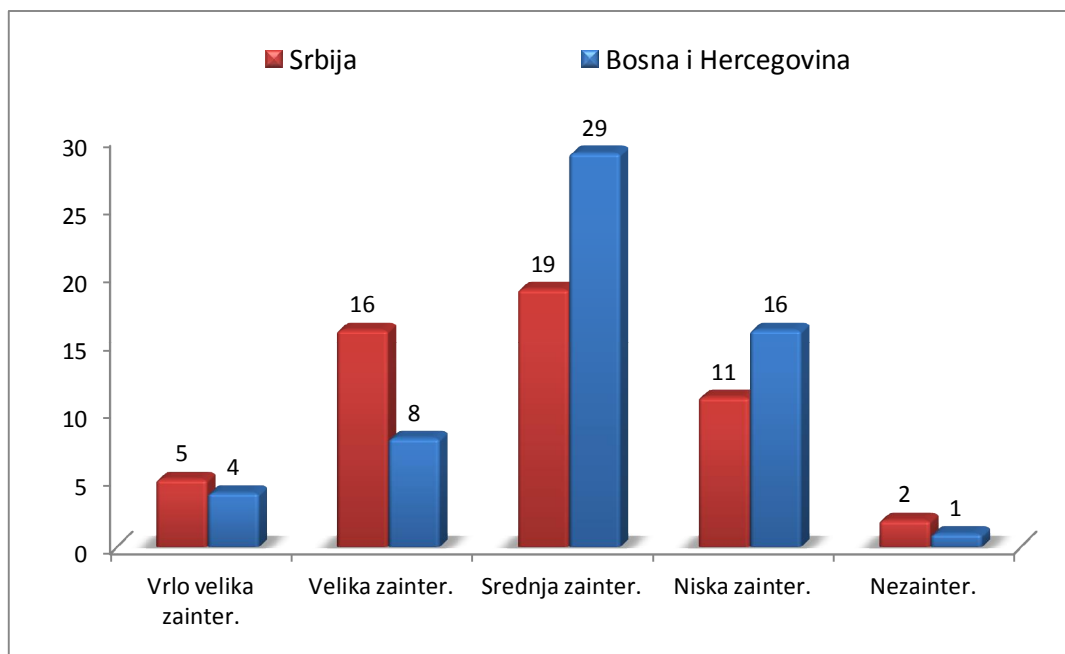
Rezultati pokazuju da najveći broj zaposlenih u obuhvaćenim preduzećima ima zaposlene koje veći ino imaju srednju i nižu stručnu spremu. Kod obuhvaćenih preduzeća u Republici Srbiji postoji isti broj preduzeća gdje su veći ino zaposlenih visoke i višestruke stručne spreme i srednje i niže stručne spreme. Najmanji broj preduzeća ima zaposlene koji su uglavnom visoke stručne spreme i to 17,12 % preduzeća. Ono što je indikativno i izraženo je u rezultatima ankete, da 20,69 % preduzeća u BiH, u radnom odnosu ima zaposlene koje su uglavnom visoke stručne spreme.

Rezultati ankete kod anketom obuhvaćenih preduzeća u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini su skoro identični, najvećim delom preduzeća se bave proizvodnjom i da imaju manje od 10 zaposlenih. Veći ino obuhvaćena preduzeća egzistiraju više od 10 godina, a što se tiče vlasničke strukture, najvećim je zastupljeno preduzeća sa ograničenom odgovornošću. Anketni upitnik su popunili zaposleni koji su članovi menadžmenta, a u preduzećima je najvećim zaposlenih sa srednjom i nižom stručnom spremom. Druga grupa pitanja vezana su za razvoj inovativnosti i konkurentnosti malih preduzeća.



Slika 22. Pitanje 8. Da li je inovativnost sadržana u strategiji razvoja anketiranog preduzeća?

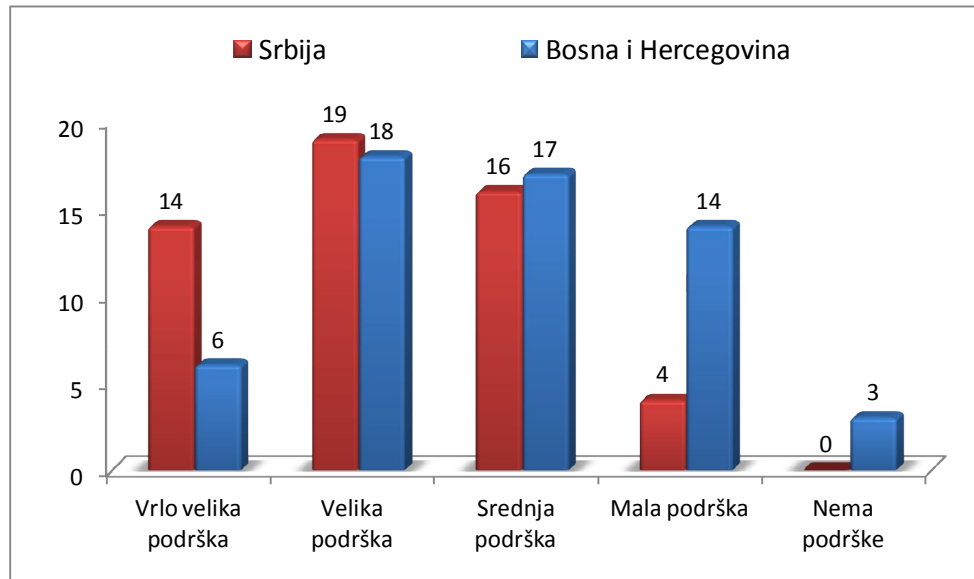
Rezultati su pokazali da je najveća razlika u komparaciji obuhvata u Srbiji i BiH, prisutna u zasebnoj strategiji razvoja inovativnosti i to; da kod 6 preduzeća u Srbiji postoji zasebna strategija razvoja inovativnosti, dok je zasebna strategija razvoja inovativnosti prisutna samo kod jednog preduzeća u Bosni i Hercegovini. Treba naglasiti, da 8 obuhvata u Srbiji nemaju nijednu strategiju tj. strategiju razvoja inovativnosti i strategiju razvoja poslovanja, dok je kod obuhvata u Bosni i Hercegovini kod 16 malih preduzeća, ne postoje navedene strategije. Ostala pitanja su podjednako zastupljena kao što se može vidjeti i na grafikonu prikazu.



Slika 23. Pitanje 9. Ocenite zainteresovanost zaposlenih za I&R aktivnosti i inovacije u anketiranom preduzeću?

Rezultati ankete u odgovoru na ovo pitanje su pokazali da, što se tiče zainteresovanosti zaposlenih za istraživačko - razvojne aktivnosti i inovacije, najveća je razlika između preduzeća u Srbiji i BiH upravo u velikoj zainteresovanosti gdje je odnos 16 prema 8 preduzeća. Takođe, u preduzećima koja dolaze iz BiH prisutna je srednja zainteresovanost, karakteristična veličina, gdje je na taj način odgovorilo 50% preduzeća iz BiH. Kod preduzeća u BiH postoji i veći broj zaposlenih koji imaju nisku zainteresovanost. Na osnovu ovih rezultata istraživanja može se reći da su zaposleni u Republici Srbiji više zainteresovani za istraživačko - razvojne aktivnosti i inovacije nego u Republici Srbiji, u odnosu na zaposlene u preduzećima u Bosni i Hercegovini.

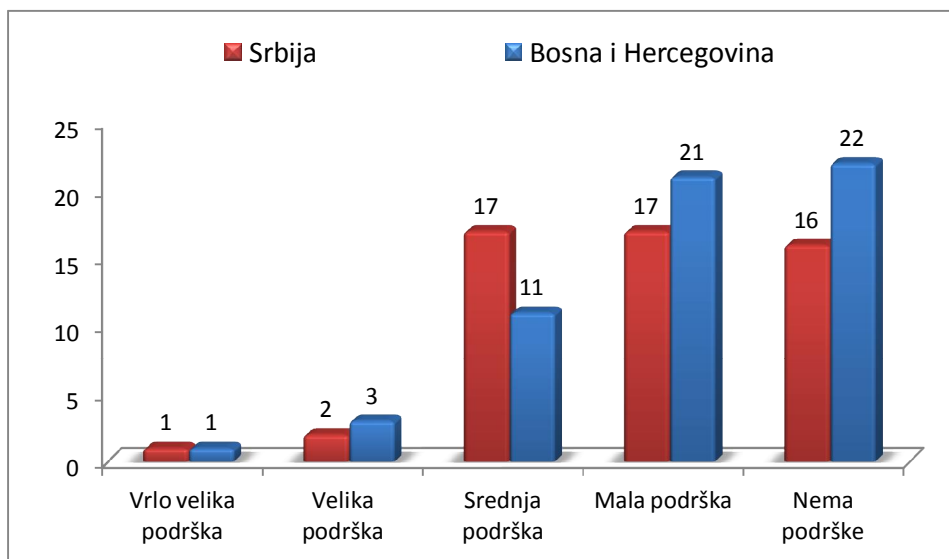
Rezultati istraffivanja u ovom pitanju pokazuju da kod preduze a koja dolaze iz Republike Srbije i Bosne i Hercegovine, najve a je razlika kod; *vrlo velike podrške i kod male podrške*. Vrlo veliku podr-ku menadžmenta ima ukupno 14 preduze a u Srbiji, dok u BiH je na to pitanje odgovorilo 6 preduze a. Sli no je i kod ponu enog odgovora: *mala podrška*, u BiH je odgovorilo 14 preduze a, dok je u Srbiji taj ponu eni odgovor odabralo 4 preduze a.



Slika 24. Pitanje 10. Da li menadžment preduzeća podržava razvoj i inovativnost zaposlenih?

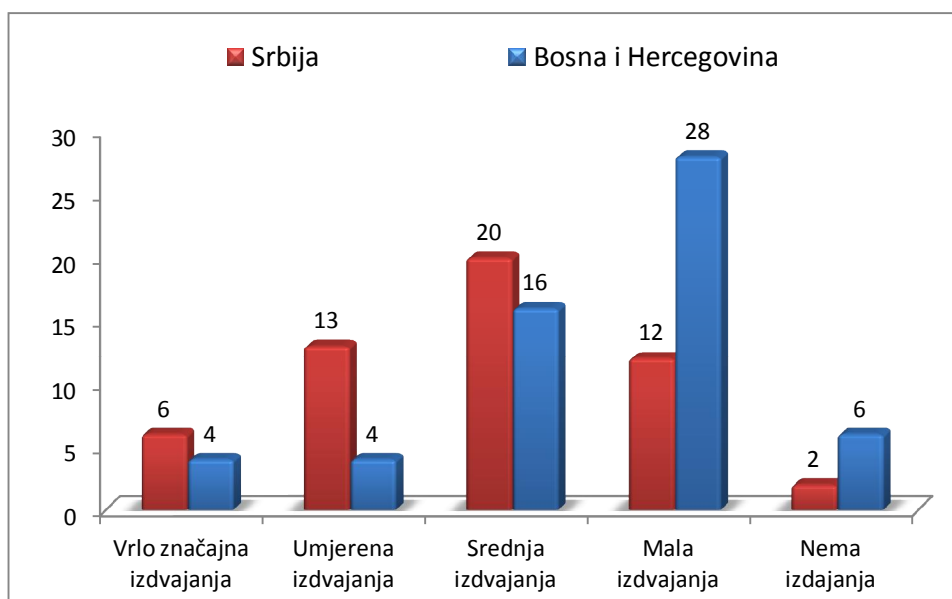
U prikupljenim odgovorima kod preduze a iz BiH, bilo je 3 odgovora, *da nema podrške od strane menadžmenta*. Na ovaj na in, u ovom odgovoru na anketno pitanje se vidi da obuhva ena preduze a iz Republike Srbije daju ve u podr-ku razvoja i inovativnosti zaposlenih u odnosu na obuhva ena preduze a iz Bosne i Hercegovine.

Preduze a iz Srbije posve uju vi-e pafnje razvoju inovativnosti zaposlenih u odnosu na preduze a u BiH. Sa razvojem inovativnosti zaposlenih i uklju ivanjem njih u proces razvoja inovativnosti pove ava se konkurentnost preduze a



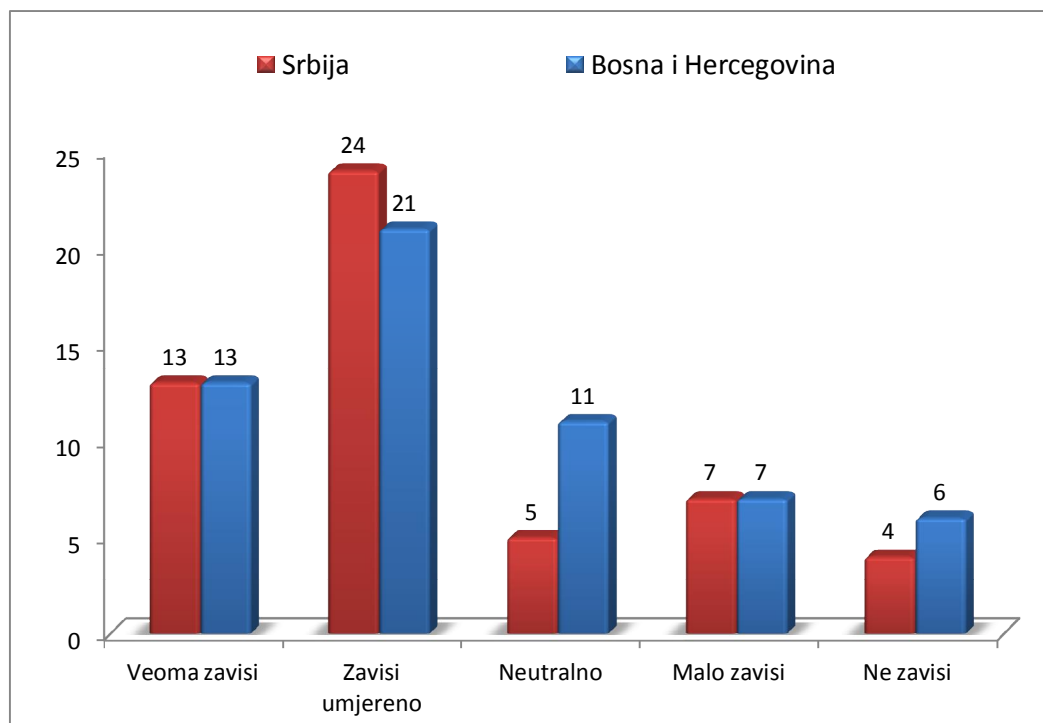
Slika 25. Pitanje 11. Da li društvene institucije zakonskom regulativom podržavaju inovativnost u Vašem ekonomskom okruženju?

Rezultati u ovom pitanju pokazuju da, preduzeća koja dolaze iz Srbije i Bosne i Hercegovine nemaju vrlo veliku podršku i veliku podršku, samo je 3 odnosno 4 preduzeća odabralo ove opcije. Kod preduzeća u Srbiji skoro isti broj dobili su odgovori srednja, mala i da nema podrške, dok kod preduzeća u Bosni i Hercegovini dominiraju odgovori, da ima malu, odnosno da nema podrške. Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti da, *nedostaje institucionalno zakonska regulativa koja će podržavati inovativnosti u preduzećima.*



Slika 26. Pitanje 12. Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Vašem preduzeću u proteklom periodu!

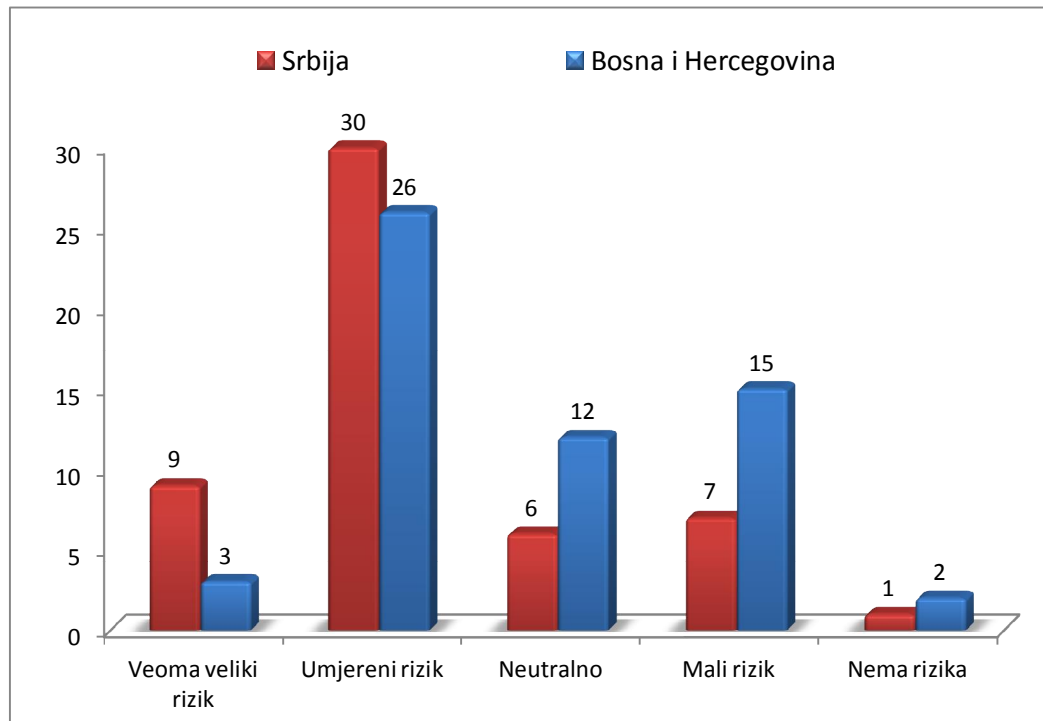
Rezultati istraffivanja u ovom pitanju pokazuju da, kod preduze a koje dolaze iz Bosne i Hercegovine dominira odgovor, *da su za potrebe podsticanja inovativnosti korištena mala izdvajanja*, na to pitanje je odgovorilo 48,27 % obuhva enih preduze a, dok je 27,59 % preduze a odgovorilo, *da su koristila srednja izdvajanja*. Kod preduze a koje dolaze iz Republike Srbije dominira odgovor, *da su korištena srednja izdvajanja za podsticanje inovativnosti*, na to pitanje je odgovorilo 37,7 % preduze a. Ponu ene odgovore, *umerena i mala izdvajanja*, su odabrali 24,5 %, odnosno 22,6 % obuhva enih preduze a. Kao –to se moffe videti, bolje je podsticanje inovativnosti u preduze ima u Srbiji, nego kod preduze a u Bosni i Hercegovini.



Slika 27. Pitanje 13. *Da li opstanak Vašeg preduzeća zavisi od primene inovativnosti?*

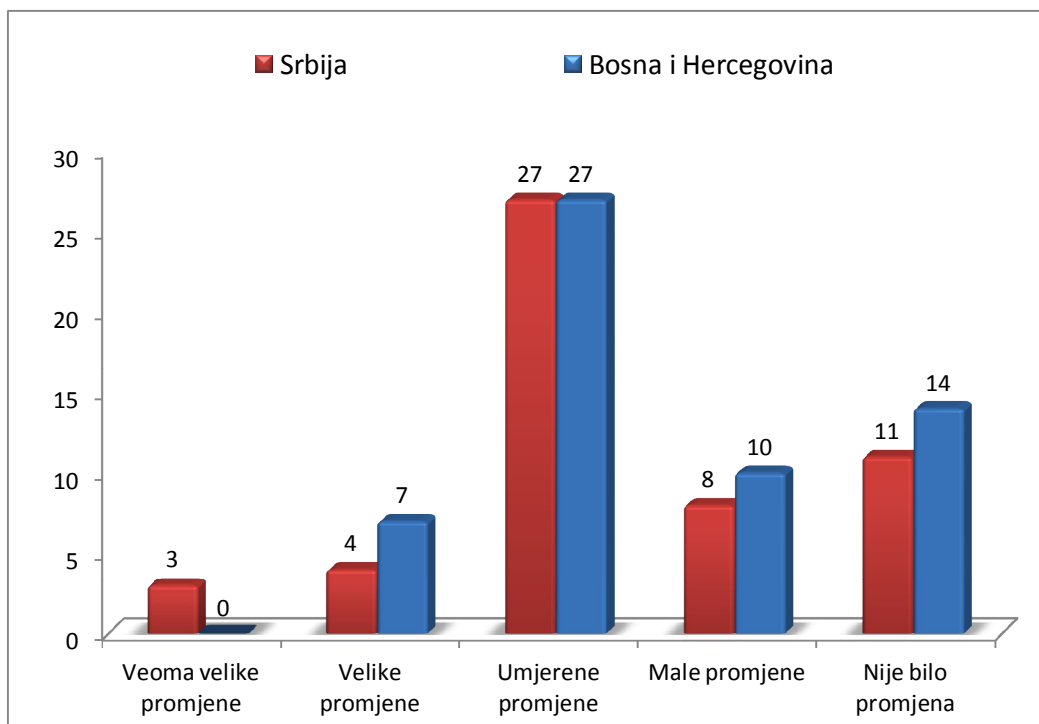
Kod ovog anketnog pitanja rezultati pokazuju da su najve im delom obuhva ena preduze a koja dolaze iz Republike Srbije i Bosne i Hercegovine naj e– e odgovorili, *da veoma zavisi i da zavisi umereno, opstanak preduzeća od primene inovativnosti*, i to 69,8 % preduze a u Srbiji, odnosno 58,6 % preduze a u Bosni i Hercegovini. I iz ovoga pitanje se moffe videti da obuhva ena preduze a u Srbiji smatraju da su inovacije te koje pomaflu u opstanku preduze a u ve oj meri u odnosu na obuhva ena preduze a u Bosni i Hercegovini.

Dobijeni rezultati istraživanja na obuhvatnim preduzećima u Srbiji i Bosni i Hercegovini su pokazali da su preduzeća u Srbiji najviše odgovorili na pitanje, da su odluke u realizaciji inovativnih ideja bile umereno rizične, odnosno bile veoma rizične u odnosu na preduzeća u Bosni i Hercegovini, koji su naveli, da su odluke bile umereno rizične, odnosno da su imali mali, odnosno neutralni rizik, kod realizacije inovativnih ideja. Kod obe države dominira odgovor, da je najviše bilo umerenog rizika kod realizacije inovativnih ideja.

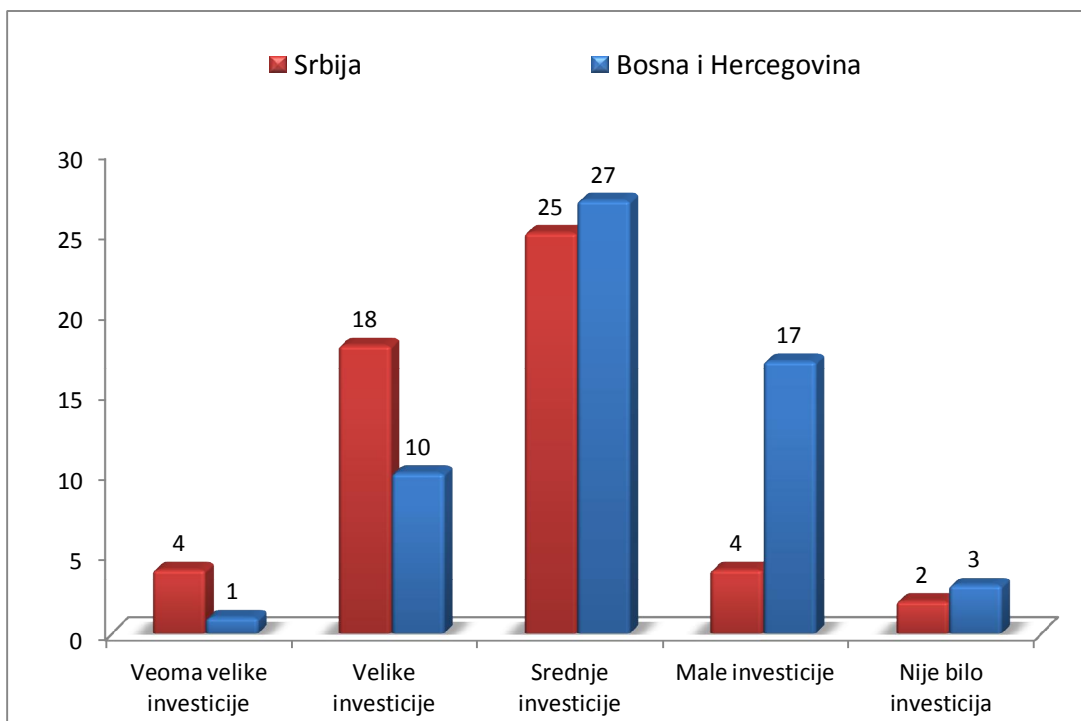


Slika 28. Pitanje 14. Ocenite u kojoj meri su dosadašnje odluke menadžmenta u realizaciji inovativnih ideja u anketiranom preduzeću bile rizične!

Rezultati dobijeni korišćenjem ovoga pitanja su pokazali, da je isti broj preduzeća odabralo, da je bilo umerenih promena u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilagođavanju promenama na tržištu u cilju veće konkurentnosti, skoro pedeset posto preduzeća je odabralo tu opciju prilikom popunjavanja anketnog upitnika. Daljnom analizom dobijenih rezultata se vidi, da je 14 preduzeća imalo veoma velike i velike promene, što iznosi 12,61 %, od ukupnog broja preduzeća. Da je bilo malih promena odgovorilo je 16,22 % preduzeća, dok je 22,52 % preduzeća odgovorilo, da nije bilo promena u organizacionoj strukturi u cilju povećanja konkurentnosti tih preduzeća.



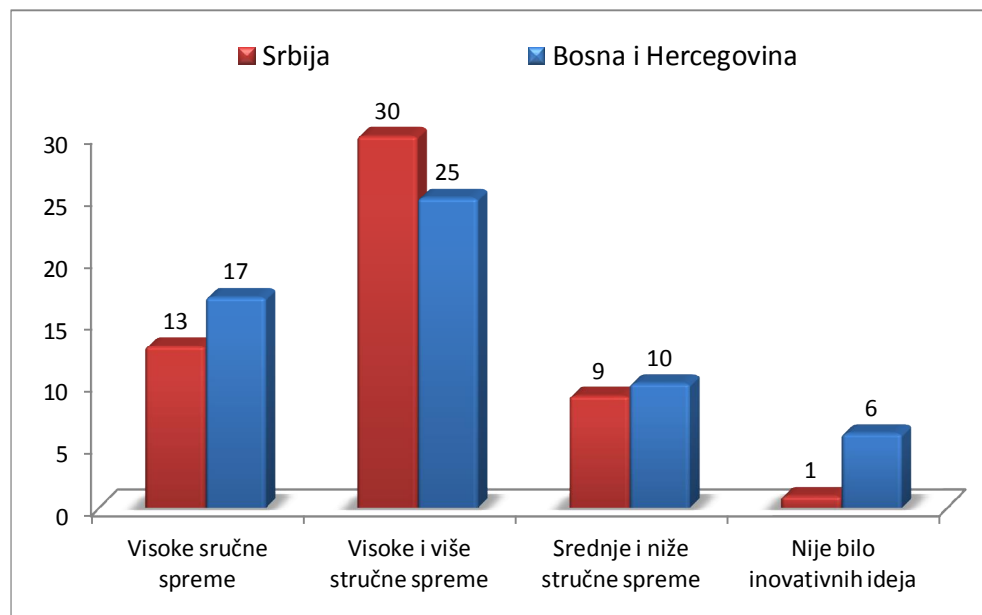
Slika 29. Pitanje 15. Da li u anketiranom preduzeću bilo promena u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilagođavanju promena na tržištu u cilju veće konkurentnosti?



Slika 30. Pitanje 16. Da li je bilo inovacija u Vašem preduzeću u bližem proteklom periodu?

Rezultati kod ovog anketnog pitanja pokazuju da odgovori koji dominiraju kod obuhva enih preduze a iz Srbije je, da je bilo najvi-e srednjih investicija a zatim velikih investicija u bliflem proteklom periodu, dok je kod obuhva enih preduze a iz Bosne i Hercegovine, bilo najvi-e srednjih, pa potom malih investicija u bliflem proteklom periodu.

Na osnovno ovih rezultata mofle se zaklju iti, da preduze a u Srbiji, su u bliflem proteklom periodu imali vi-e velikih i srednjih investicija u odnosu na preduze a iz Bosne i Hercegovine.



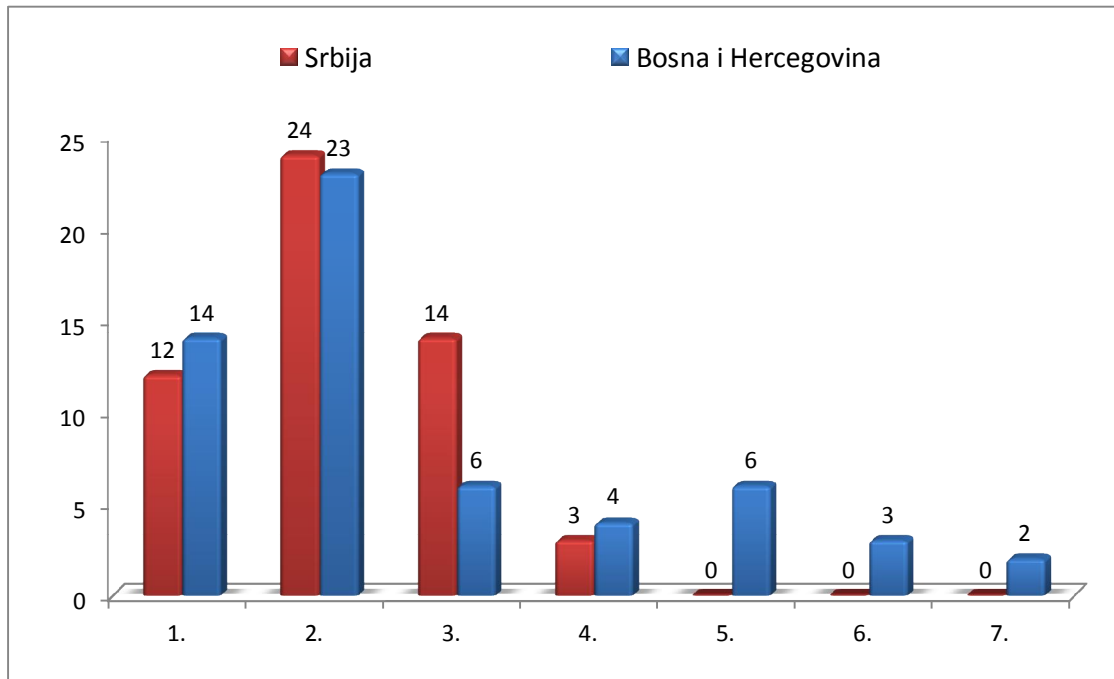
Slika 31. Pitanje 17. U razvoju inovativnih ideja u vašem preduzeću najviše udela su imali zaposleni!

Rezultati na pitanje broj 17 pokazuju da je kod preduze a koja dolaze iz Srbije najvi-e su u razvoju inovativnih ideja u estvovali zaposleni koji su imali visoku i vi-u stru nu spremu, sa ukupnim procentom od 56,6 %. Isti odgovor je najvi-e odabralo i preduze a iz Bosne i Hercegovine, mada se u ukupnim rezultatima odgovorila u manjem procentu i to 43,3 %.

Kao -to se mofle videti, kod 6 preduze a u BiH nije bilo inovativnih ideja, dok je jedno preduze e iz Srbije odabralo ovaj ponu eni odgovor. Uglavnom u razvoju inovativnih ideja dominiraju zaposleni koji imaju visoku i vi-u stru nu spremu.

Rezultati kod ovog pitanja pokazuju da je najvi-e primena inovativnosti vezano za unapre enje postoje eg proizvoda ili usluge i to opciju su najvi-e odabrali, kako obuhva ena preduze a u Srbiji, tako i obuhva ena preduze a u Bosni i Hercegovini. Kao drugi najvi-e

odabrani odgovor u preduze ima u Srbiji, su odabrali unapre enje tehnolo-kog procesa proizvodnje, zatim sledi, razvoj novih proizvoda i usluga. U obuhva enim preduze ima u Bosni i Hercegovini, kao drugi najvi-e odabrani ponu eni odgovor bio je, razvoj novih proizvoda i usluga, zatim slede, unapre enje tehnolo-kog procesa proizvodnje i pobolj-anju organizacije i menadflment kontrole.



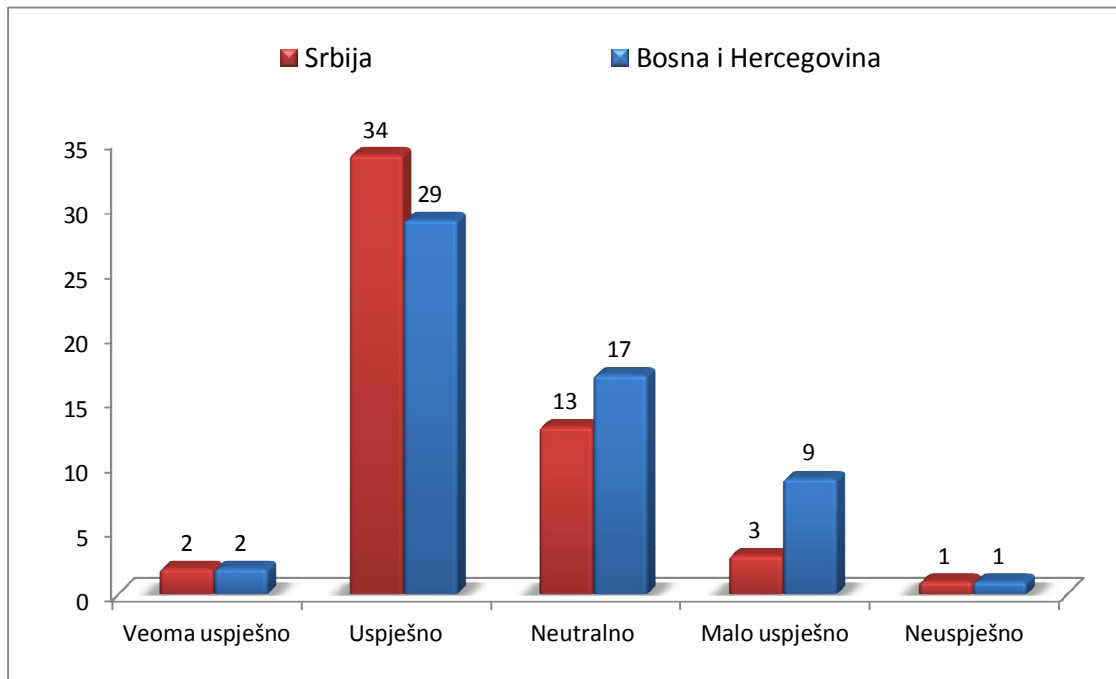
Slika 32. Pitanje 18. Primena inovativnosti u anketiranom preduzeću vezana je za:

Legenda:

1. Novi proizvod ili usluga
2. Unapre enje postoje eg proizvoda ili usluga
3. Unapre enje tehnolo-kog procesa proizvodnje
4. Pobolj-anje marketinga
5. Pobolj-anje organizacije i menadflment-kontrole
6. Ostalo
7. Nije bilo inovativnosti

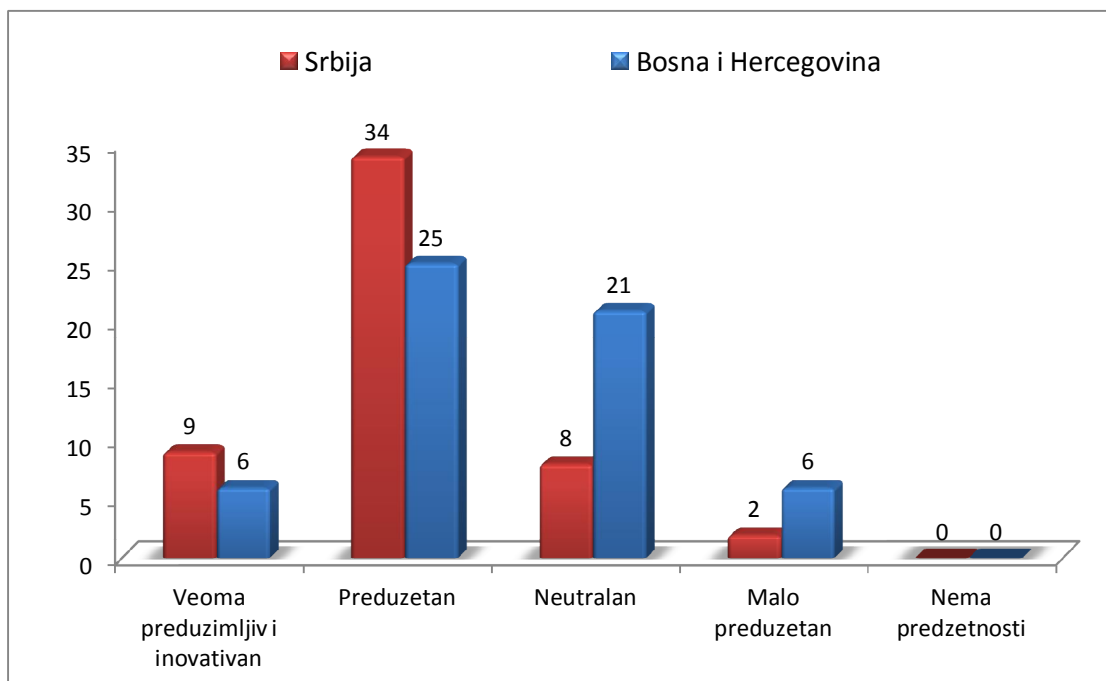
Rezutati kod ovog pitanja pokazuju da najve im delom obuhva ena preduze a smatraju da je njihovo preduze e uspe-no u pogledu konkurentnosti u poslednjoj obra unskoj godini u odnosu na druga konkurentska preduze a. Taj procenat se za preduze e u Srbiji kretao u procentu od 64,2 %, dok se kod preduze a u Bosni i Hercegovini, kretao u procentu od 50 %.

Ve i dio anketiranih preduze a smatra, da su neutralno konkurentna u odnosu na druga konkurentska preduze a. Ostali ponu eni odgovori kod preduze a u Srbiji obuhvataju mali procenat obuhva enih preduze a, dok u Bosni i Hhercegovini, 9 preduze a, odnosno 15,5 %, smatra, da je malo uspe-no, odnosno da je malo konkurentno, u odnosu na druga konkurentska preduze a. Dobijeni rezultati pokazuju da obuhva ena preduze a iz Srbije smatraju, da su konkurentnija u odnosu na preduze a u Bosni i Hercegovini.



Slika 33. Pitanje 19. Ocenite uspešnost Vašeg preduzeća u pogledu konkurentnosti u poslednjoj obračunskoj godini u odnosu na druga konkurentska preduzeća!

Rezultati koje se ti u ocene menadžmenta u pogledu preduzetni ke kulture, pokazuju da ve ina obuhva enih kompanija smatra da je menadžment preduzetan, a taj procenat je 64,2 %, od ukupno obuhva enih preduze a u istraflivanju, dok je za preduze a iz Bosne i Hercegovine, taj procenat 43,1 %. Ono -to je primetno iz dobijenih rezultata, da obuhva ena preduze a iz Bosne i Hercegovine smatraju, da je odnos menadžmenta prema organizacionoj kulturi neutralan, ukupno 36,2 %, anketom obuhva enih preduze a. Na osnovu prezentiranih rezultata mođe re i da obuhva ena preduze a iz Srbije ocenjuju da im je menadžment preduzetniji u pogledu preduzetni ke kulture u odnosu na preduze a iz Bosne i Hercegovine.



Slika 34. Pitanje 20. Ocenite menadžment Vašeg preduzeća u pogledu preduzetničke kulture!

Analitički dio odnosno dokazivanje postavljenih hipoteza će se statistički vršiti pomoću programskog rješenja IBM SPSS v.20.

Rezultati drugog dela anketnog upitnika koji je namenjen za problematiku inovacija i konkurentnosti preduzeća a je pokazao da preduzeća iz Srbije pokazuju bolje rezultate u odnosu na preduzeća iz Bosne i Hercegovine me utim, da li postoji značajnih statističkih razlika između u dobijenih odgovora dati je, *multivarijaciona analiza varijanse (MANOVA)* i dokazivanje postavljene hipoteze istraživanja koja glasi:

Ambijentalno okruženje u kojoj funkcionišu mala i srednja preduzeća u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini utiče na njihovu različitost i uspešnost u poslovanju kroz primenu inovativnosti i konkurentnost na tržištu.

Osnovna hipoteza, da bi se mogla kroz statističku analizu ispitati, potrebno je istu prilagoditi određenom multivarijacionom metodi, u ovom slučaju, ovde je reč o MANOVI, te u vezi s tim ova hipoteza je podeljena u dve pomoćne hipoteze koje glase:

- *Postoji značajna statistička razlika između preduzeća u Srbiji i BiH u pogledu primene inovativnih aktivnosti,*

- *Postoji značajna statistička razlika između preduzeća u Srbiji i BiH u pogledu konkurentnosti.*

MANOVA pro-irenje je analize varijanse, koje se upotrebljavaju kada ima vi-e od jedne (dve ili vi-e) zavisnih promenjive. Kod primene ove analize zavisne varijabe su: primena inovativnih aktivnosti i konkurentskih prednosti, dok je nezavisna varijabla podela preduze a na Republiku Srbiju i BiH, odnosno nezavisna varijabla jeste varijabilitet promenjive koja ozna va pripadnost preduze u odre enoj drflavi tj. Srbiji i Bosni i Hercegovini.

Na ovaj na in e se istrafliti, da li se ambijentno okruflenje u kojima deluju ova preduze a, uti e na primenu inovativnih aktivnosti i na samu konkurentnost na trfli-tu preduze a. „*MANOVA poredi grupe i pokazuje da li je verovatno da su srednje razlike u uticajima grupa na tu kombinaciju zavisnih promenjivih tačne i pokazuje mogućnosti koje te grupe ispoljavaju.*“ (Memet Aleksandar, 2011, str. 76.)

Kao zavisne varijable za primenu inovativnih aktivnosti uzeti su slede e varijable:

- VAR08 - Da li je inovativnost sadrflana u strategiji razvoja Va-eg preduze a?
- VAR09 - Ocenite zainteresovanost zaposlenih za istrafliva ko - razvojne aktivnosti i inovacije u Va-em preduze u!
- VAR12 - Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Va-em preduze u u proteklom periodu!
- VAR13 - Da li opstanak Va-eg preduze a zavisi od primene inovativnosti?
- VAR14 - Ocenite u kojoj meri su dosada-nje odluke menadflmenta u realizaciji inovativnih ideja u Va-em preduze u bile rizi ne!
- VAR16 - Da li je bilo inovacija u Va-em preduze u u bliflem proteklom periodu?

Pre nego -to se provede MANOVA analiza, potrebno je izra unati vrednosti, *Krombahova alfe* (eng. Crombach Alpha), koja govori da li sve varijable imaju istu konstrukciju skale ponu enih odgovora. Koeficijent krombahove alfe je mera unutra-nje validnosti skupa tvrdnji, a mofle poprimiti vrednost izme u 0 i 1; -to je blifle vrednosti 1, to je merna skala pouzdanija. Ukoliko je vrednost blifla nuli, to postoji ve a mogu nost slu ajne pogre-ke. *šKoeficijent pouzdanosti manji od 0,5 ukazuje na činjenicu da bi više od pola opažene*

varijanse moglo biti posledicom slučajne pogreške“. Merne skale s tako niskim koeficijentom pouzdanosti, ne mogu se smatrati pouzdanima, te ih ne treba primenjivati u daljnjoj analizi.²²²

Tabela 19. Ukupna vrednost Krombahove alfe za sve varijable

Krombahova alfa	Krombahova alfa na osnovu posmatranja	Broj posmatranja varijabli
0,707	0,699	6

Tabela 20. Vrednost Krombahove alfe za pojedinačne varijable

Varijabla	Krombahova alfa
VAR08	.670
VAR09	.648
VAR12	.603
VAR13	.637
VAR14	.665
VAR16	.752

Rezultati dobijeni primenom Krombahove alfe pokazuju, da ne postoji mogućnost da su varijanse posledice slučajne greške, jer je vrednost ovoga pokazatelja veća od 0,5, te u skladu sa tim, sve podvarijable koje predstavljaju zavisnu varijablu primene inovativne aktivnosti se moraju zadržati u daljnjoj analizi.

Ovi rezultati su pokazali, da postoji velika pouzdanost u prikupljenim odgovorima anketiranih preduzeća. Pre nego što se izvrši izračunavanje vrednosti MANOVE, najpre se u deskriptivnom analizom, predstaviti podaci prikupljeni istraživanjem.

²²² Rajh E., „Razvoj mjernih ljestvica za mjerenje specifičnih elemenata marketinškog miksa usluga“, Ekonomski Vjesnik, 2009., 22 (2), str. 345

Tabela 21. Deskriptivna analiza varijabli primjene inovativnih aktivnosti

	Zemlja istraživanja	Prosjek	Standardna devijacija	Broj jedinica
VAR08	Srbija	2.6226	.88201	53
	BiH	2.9828	.78341	58
	Ukupno	2.8108	.84760	111
VAR09	Srbija	2.7925	1.00687	53
	BiH	3.0345	.87791	58
	Ukupno	2.9189	.94518	111
VAR12	Srbija	2.8302	1.03284	53
	BiH	3.4828	1.01292	58
	Ukupno	3.1712	1.06919	111
VAR13	Srbija	2.3396	1.20804	53
	BiH	2.5172	1.25993	58
	Ukupno	2.4324	1.23304	111
VAR14	Srbija	2.2642	.96379	53
	BiH	2.7759	1.00948	58
	Ukupno	2.5315	1.01641	111
VAR16	Srbija	2.6604	.87582	53
	BiH	3.1897	.84722	58
	Ukupno	2.9369	.89726	111

Rezultati deskriptivne analize varijable primene inovativnih aktivnost, su pokazali da preduzeća u Srbiji imaju ukupno manju prosečnu vrednost, što znači da su anketirana preduzeća iz Srbije pokazala bolju inovativnu aktivnost u odnosu na obuhvaćena preduzeća u Bosni i Hercegovini. Najveće odstupanje je kod varijable **12**, odnosno izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Va-em preduzeća u proteklom periodu, dok je najmanje odstupanje, kod varijable **13**, odnosno da li opstanak Va-eg preduzeća zavisi od primene inovativnosti.

Ovi rezultati pokazuju da ispitana preduzeća iz Republike Srbije pridaju više pažnje kod izdvajanja za podsticanje inovativnosti, dok je slučajnost obuhvaćenih preduzeća u Bosni i Hercegovini. Međutim, da li postoji značajna statistička razlika između prikupljenih odgovora pokazati će MANOVA.

Da bi se i primenila MANOVA, potrebno je ispitati homogenost *varijanse i kovarijanse*. Kada je vrednost signifikantnosti veća od 0,01 pretpostavka nije narušena. U ovoj analizi signifikantnost iznosi 0,247, što pokazuje da nije narušena homogenost matrice varijanse i kovarijanse. Nakon što su se ispunili uslovi za proračun, sada se predstaviti rezultati MANOVE.

Primenom programskog paketa SPSS dobijaju se rezultati MANOVE po četiri postupka, od kojih se u praksi najčešće koristi Wilks' Lambda. Bez obzira koji postupak izražava unavanje MANOVE se koristi vrednost F-testa, odnosno p-vrednost (signifikantnost) je ista.

Tabela 22. Vrednost MANOVE

Efekti MANOVE		Vrijednost	F-test	Signifikantnost	Kvadratno odstupanje
	Pillai's Trace	.970	557.445	.000	.970
	Wilks' Lambda	.030	557.445	.000	.970
	Hotelling's Trace	32.160	557.445	.000	.970
	Roy's Largest Root	32.160	557.445	.000	.970
Nezavisna varijabla zemlja preduzeća	Pillai's Trace	.187	3.981	.001	.187
	Wilks' Lambda	.813	3.981	.001	.187
	Hotelling's Trace	.230	3.981	.001	.187
	Roy's Largest Root	.230	3.981	.001	.187

Primenjuju se dva postupka po kojima se mogu tumačiti rezultati MANOVE i to;

- 1) Pomoć u F-testu
- 2) Pomoć u p-vrednosti (signifikantnosti).

Dobijena F vrednost se mora uporediti sa tabličnom vrednosti F-testa, ukoliko je ova vrednost veća od tablične, prihvata se hipoteza, *da postoji razlika između posmatranih, u ovom slučaju preduzeća iz Srbije i Bosne i Hercegovine.*

Drugi pristup je upravo p-vrednost koja govori kolika je vjerovatnoća, da će se odbaciti ispravna hipoteza. Obično se u praksi upotrebljavaju granice 0,05 i 0,01. Pošto je rezultat MANOVE manji od obe ove granice može se prihvatiti, *da postoji značajna statistička razlika između preduzeća u Srbiji i Bosni i Hercegovini u pogledu primene inovativnih aktivnosti*, odnosno prihvata se postavljena hipoteza uz moguću grešku od 0,1 %, da je odbacena ispravna hipoteza. Pošto je ispitano da postoji značajna statistička razlika u pogledu inovativnih aktivnosti preko MANOVE, sada će se ispitati, *da li je narušena varijansa promenljivih?*

Tabela 23. Varijansa varijabli

Zavisne varijable	F-test	Signifikantnost
VAR08	3.120	.080
VAR09	3.493	.064
VAR12	.005	.942
VAR13	.465	.497
VAR14	2.057	.154
VAR16	.139	.710

Dobijeni rezultati pokazuju da li je narušena vrednost varijansi promenljivih i gde je god vrednost signifikantnosti manja od 0,05, ta varijabla narušava vrednost varijanse varijabli.

Pošto nijedna varijabla nema vrednost manje od 0,05, što znači da nije narušena vrednost varijansama varijabli. Da je bila narušena vrednost varijanse, to bi značilo, da upravo ta varijabla ne podržava prihvatanje hipoteze. Najbliže ovoj vrednosti su bile varijable 08 i 09, odnosno, kod ovih varijabli postoji mala razlika kod poređenja preduzeća koje dolaze iz Srbije i Bosne i Hercegovine. *Odnosno kod varijabli: da li je inovativnost sadržana u strategiji razvoja Vašeg preduzeća i ocenite zainteresovanost zaposlenih za istraživačko-razvojne aktivnosti i inovacije u Vašem preduzeću postoji najmanja statistička značajna razlika u dobijenim rezultatima istraživanja.* Na osnovu toga se može zaključiti da, preduzeća u Srbiji i Bosni i Hercegovini, pridaju podjednaku važnost ugrađivanja inovativnosti u strategiju razvoja preduzeća, odnosno zainteresovanosti zaposlenih za istraživačko-razvojne aktivnosti. Najveća razlika varijable i ona je najviše pridonela prihvatanju postavljene hipoteze je kod varijable 12, odnosno kod varijable 16. Da li su to upravo ključne varijable koje determiniraju poreklo preduzeća, pokazati će u nastavku *Diskriminaciona analiza*.

Pošto je dokazano da postoji značajna statistička razlika između preduzeća u Srbiji i Bosni i Hercegovini u pogledu inovativnih aktivnosti, sada se utvrditi, koja pitanja najviše utiču na razvrstavanje preduzeća prema zemlji porekla, i u tu svrhu će se koristiti diskriminaciona analiza.

Diskriminaciona analiza se koristi kada je potrebno ispitati strukturu razlika između dve ili više grupa ispitanika, i definisati funkciju koja najbolje razdvaja te grupe. Diskriminaciona analiza iako konceptijski slična logističkoj regresiji, matematički je vrlo slična MANOVI. Diskriminaciona funkcije mogu se koristiti za tumačenje razlike između grupama, a mogu se koristiti i kao pravila za razvrstavanje opažanja u grupe.

Tehnike diskriminacione analize se koriste da bi se posmatrana jedinica klasifikovala u jednu od dve ili više alternativnih grupa (ili populacija) na bazi niza merenja. Kako je poznato, populacije su različite i svaka jedinica posmatranja pripada jednoj od njih. Ove tehnike takođe, mogu biti korišćene, da bi se odredilo koje promenljive doprinose klasifikaciji. Stoga, kao i u regresionoj analizi, imamo dve uloge: *predikciju* (predviđanje) i *deskripciju* (opisivanje).

Kod primjene diskriminacione analize koristi se *stepwise* pristup.

Tabela 24. Koraci u provođenju diskriminacione analize

Korak		Tolerancija	Min. tolerancija	F-test	Vilkinsonova lambda
0	VAR08	1.000	1.000	5.189	.955
	VAR09	1.000	1.000	1.830	.983
	VAR12	1.000	1.000	11.281	.906
	VAR13	1.000	1.000	.572	.995
	VAR14	1.000	1.000	7.430	.936
	VAR16	1.000	1.000	10.466	.912
1	VAR08	.902	.902	1.493	.894
	VAR09	.693	.693	.336	.903
	VAR13	.813	.813	.536	.902
	VAR14	.901	.901	2.775	.884
	VAR16	.983	.983	7.127	.850
2	VAR08	.900	.885	1.633	.837
	VAR09	.620	.620	.083	.849
	VAR13	.813	.801	.492	.846
	VAR14	.896	.891	2.021	.834

Prilikom provođenja diskriminacione analize koristi se metodom *stepwise* u nultom koraku najveća u vrednost F-testa koja predstavlja značajnu vrednost (ova vrednost je veća od tablične) odnosno najmanju vrednost „Wilkinsonove lambda“ je dobila varijabla 12, koja se prva isključuje iz daljnje analize. Na osnovu ovoga može se reći, da ova varijabla najbolje razdvaja posmatrana preduzeća na osnovu pripadnosti zemlje.

Nakon što se uradio nulti korak diskriminaciona analiza provodi se prvi korak, gde se dodatno ispituje, koja od preostali varijabli adekvatno služi za određivanje pripadnosti preduzeća, s obzirom na zemlju porekla.

U prvom koraku vrednost F-testa je ustanovila, da varijabla 16, isto tako utiče na mogućnost razvrstavanja preduzeća na zemlju porekla, odnosno ove dve varijable osim što vrše predikciju tj. predviđaju kojoj zemlji pripadaju neka buduća preduzeća, oni opisuju i razliku između posmatranih zemalja, s obzirom na zemlju porekla. Na osnovu ovih rezultata se isključuje varijabla 16 iz daljnje analize te se dalje provodi postupak; *stepwise diskriminacione analize*.

Nakon drugog koraka, utvrđeno je da vrednost nijedne varijable nije značajna (vrednost F-testa je manji od tablične vrednosti) odnosno ni jedna varijabla ne može poslužiti na razvrstavanje preduzeća, u preduzeća s obzirom na zemlju porekla. Stepwise metodom su izdvojene dve ključne varijable koje determiniraju preduzeća na osnovu zemlje porekla. Ispitivanje značajnosti ovih varijabli se radi pomoću *Vilkinsonove lambda analize*.

Tabela 25. Vrednost Vilkinsove lambde po koracima diskriminacione analize

Korak	Broj varijable	Lambda	Stepeni slobode			Ekstraktovani F-test			
						Vrijednost F-testa	Stepeni slobode		Signifikantnost
			1	2	3		1	2	
1	1	.906	1	1	109	11.281	1	109	.001
2	2	.850	2	1	109	9.521	2	108	.000

Na osnovu dobijenih rezultata Vilkinsove lambde i na osnovu vrednosti F-testa, odnosno same signifikantnosti modela, moze se prihvatiti injenica, da su upravo ove dve varijable koje je diskriminaciona analiza izdvojila ključne za razdvajanje preduzeća prema njihovoj pripadnosti. Sve ovo povlači za sobom zaključak, da su varijable 12 i 16 presudne za opisivanje i ujedno za određivanje pripadnosti nekih drugih preduzeća koja se mogu uzeti u daljnjim analizama.

S obzirom na sve navode moze se reći, da preduzeća u Republici Srbiji ulažu odnosno postižu inovativnost svojih zaposlenih, te da ova preduzeća, za razliku od preduzeća iz Bosne i Hercegovine, su imala više inovativnih aktivnosti u svom radu. Daljom analizom rezultata diskriminacione analize dobijene programskim paketom SPSS, moze se videti povezanost posmatranih varijabli kroz kanoničku korelaciju. Pošto ne postoji unificirano objašnjenje koeficijenta korelacije, na osnovu ovih rezultata, moze se reći; *da postoji povezanost varijabli ali da ta povezanost nije značajna.*

Tabela 26. Vrednost kanoničke korelacije

Funkcija	Eigenvalue	% varijanse	kumulativne %	Kanonička korelacija
1	.176	100.0	100.0	.387

Na osnovu svega rečeno i na osnovu rezultata dobijenih diskriminacionom analizom moze se razviti i funkcija koja opisuje i predviđa pripadnost preduzeća.

Tabela 27. Diskriminaciona funkcija

Varijable istraživanja	Država preduzeća	
	Srbija (1.00)	BiH (2.00)
VAR12	2.350	2.905
VAR16	3.221	3.849
(Konstanta)	-8.304	-11.889

Pomo u diskriminacione funkcije mogu e je izra unati, kojim zemljama pripadaju neka budu a preduze a tj. vrednost pitanja 12, se mnoffi sa koeficijentom 2,35, dok se pitanje 16 mnoffi sa koeficijentom 3,221 i od toga iznosa se oduzima konstanta koja iznosi 8,304 za odre ivanje preduze a, da se nalaze u Srbiji, dok za preduze a iz Bosne i Hercegovine, vaffi druga kolona.

Na osnovu ove analize moffemo videti, da smo dobili pouzdane parametre diskriminacione analize, odnosno da posebno dva pitanja koja razdvajaju preduze a, na ona koje egzistiraju u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini, a to su pitanja:

- 1) *Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Vašem preduzeću u proteklom periodu!*
- 2) *Da li je bilo inovacija u Vašem preduzeću u bližem proteklom periodu?*

Ova dva pitanja upravo i ine diskriminacionu funkciju tj. ona raspore uje preduze a na ona koja dolaze iz Republike Srbije i Bosne i Hercegovine. Na osnovu ove analize moffemo re i, da su izdvajanja za podsticanje inovativnosti i prethodne inovacije, upravo klju ne varijable koje doprinose dokazivanju postavljene hipoteze istraffivanja.

Nakon -to je dokazana prva pomo na hipoteza, slede radnje elaboriranja na dokazivanju druge pomo ne hipoteze, odnosno:

Postoji značajna statistička razlika između preduzeća u Srbiji i BiH u pogledu konkurentnosti.

Kao zavisna varijable za merenje konkurentnosti posluffiti e slede e varijable:

- VAR10 ó Da li menadffment preduze a podrflava razvoj i inovativnost zaposlenih?
- VAR15 ó Da li u Va-em preduze u bilo promena u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilago avanju promena na trffi-tu u cilju ve e konkurentnosti?
- VAR19 ó Ocenite uspe-nost Va-eg preduze a u pogledu konkurentnosti u posljednjoj obra unskoj godini u odnosu na druga konkurentska preduze a
- VAR20 ó Ocenite menadffment Va-eg preduze a u pogledu preduzetni ke kulture!

Prvo pitanje je vezano za razvoj vlastitih radnika - zaposlenih u podizanju inovativnosti preduze a. Samo kroz razvoj zaposlenih postifle se ve a konkurentnost koje ostvaruju upravo

zaposlenici jednog preduze a. Ukoliko se ne postife razvoj svih zaposlenih pogotovo u razvijanju inovatnosti, to preduze e e vremenom postati nekonkurentno na trffi-tu.

Drugo pitanje je vezano za promene u samoj organizaciji tj. prilago avanje organizacije na sveobuhvatne promene na trffi-tu. Samo prilago avanjem zahtevima trffi-ta i kupaca ostvaruje se vafne konkurentske prednosti preduze a.

Tre e pitanje je vezano za pore enje preduze a u odnosu na druga preduze a u pogledu svih parametara konkurentnosti. Preduze a ocenjuju nivo uspe-nosti u pogledu konkurentnosti u poslednjoj obra unskoj godini, u odnosu na druga preduze a. Preduze a odnosno zaposleni radnici na svim nivoima, moraju da samokriti no analiziraju svoj polofljaj u odnosu na konkurente, te da se pomo u strate-kih pravaca identifikuju klju ni segmenti poslovanja koji mogu doprineti ve oj konkurentnosti. U podizanju konkurentnosti pomafe i sama preduzetni ka kultura. *Preduzeća koja posvećuju više pažnje preduzetničkoj kulturi, postaju konkurentnija na tržištu.*

Da bi se ispitalo, da li postoji statisti ko zna ajna razlika izme u preduze a u Srbiji i Bosne i Hercegovine, po pitanju konkurentnosti, potrebno je izra unati vrednost *Krombahove alfe* a ona iznosi 0,52 -to je vi-e od 0,5 i podatci koji se koriste za analizu su pouzdani i mogu se koristiti za daljnu analizu. Nakon -to je dokazano da su podaci pozdani za analizu, izra unati e se vrednosti deskriptivne statistike za navedena pitanja, odnosno varijable za merenje konkurentnoskih aktivnosti.

Tabela 28. *Deskriptivna analiza varijabli u pogledu konkurentskih aktivnosti*

	Zemlja istraživanja	Prosjek	Standardna devijacija	Broj jedinica
VAR10	Srbija	2.1887	.92105	53
	BiH	2.8276	1.07830	58
	Ukupno	2.5225	1.05181	111
VAR15	Srbija	3.3774	1.07822	53
	BiH	3.5345	.99500	58
	Ukupno	3.4595	1.03383	111
VAR19	Srbija	2.3774	.73971	53
	BiH	2.6207	.85486	58
	Ukupno	2.5045	.80762	111
VAR20	Srbija	2.0566	.69102	53
	BiH	2.4655	.82111	58
	Ukupno	2.2703	.78562	111

Najveće odstupanje u prosečnim vrednostima pokazuje varijabla 10, odnosno menadžment. Na osnovu ovih rezultata analize možemo videti da preduzeća u Srbiji imaju bolju menadžersku podršku za razvoj i inovativnost zaposlenika. Najmanje odstupanje je kod preduzeća koje je bilo u promenama u organizacionoj strukturi koja ima za cilj prilagodbu promena na tržištu u postizanju veće konkurentnosti.

Kod ove varijable može se videti da su prosečne ocene veoma velike, znači da nije postojala promena u organizacionoj strukturi. Na osnovu ovih rezultata možemo videti, da u svim ovim pitanjima je manja prosečna ocena kod preduzeća u Srbiji u odnosu na preduzeća u Bosni i Hercegovini, međutim, rezultati MANOVE će pokazati da li je ova razlika statistički značajna.

Tabela 29. Vrednost MANOVE

Efekti MANOVE		Vrijednost	F	Signifikantnost	Kvadratno odstupanje
	Pillai's Trace	.962	666.359	.000	.962
	Wilks' Lambda	.038	666.359	.000	.962
	Hotelling's Trace	25.146	666.359	.000	.962
	Roy's Largest Root	25.146	666.359	.000	.962
Nezavisna varijabla zemlja preduzeća	Pillai's Trace	.116	3.461	.011	.116
	Wilks' Lambda	.884	3.461	.011	.116
	Hotelling's Trace	.131	3.461	.011	.116
	Roy's Largest Root	.131	3.461	.011	.116

Prilikom analize rezultata MANOVE, sva četiri pokazatelja daju istu signifikantnost, te je u potpunosti nevažno koji će se rezultat uzeti u obzir. Na osnovu p-vrednosti možemo reći da se prihvati druga pomoćna hipoteza koja kaže, *da postoji značajna statistička razlika između preduzeća u Srbiji i BiH u pogledu konkurentnosti*. Ovu hipotezu prihvatamo uz mogućnost od 1,1% statističke greške. Kao što se može videti kod konkurentnosti ne postoji velika razlika između preduzeća u Srbiji i Bosni i Hercegovini, te je i sama MANOVA dala manji rezultat signifikantnosti, odnosno F-testa, u odnosu na provedenu inovativnih aktivnosti. Ova hipoteza je prihvaćena ali ima manju težinu u odnosu na prethodno dokazanu hipotezu.

Na osnovu MANOVE metode se zaključiti, da postoji značajna statistička razlika u pogledu provođenja inovativnih aktivnosti i konkurentnosti preduzeća u Srbiji i Bosni i Hercegovini, te se metode prihvatiti i jedna od glavnih hipoteza koja kaže da:

Ambijentalno okruženje u kojoj funkcionišu mala i srednja preduzeća u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini utiče na njihovu različitost i uspešnost u poslovanju kroz primenu inovativnosti i konkurentnost na tržištu.

Da bi se ispitala razlike u konkurentnosti između u posmatranih preduzeća, s obzirom na zemlju porekla, izvršena je diskriminaciona analiza te utvrditi koje su to varijable opisno i predikciono značajne za razvrstavanje preduzeća prema zemlji porekla. I u ovom slučaju koristi se *stepwise metod diskriminacione analize*.

Tabela 30. Koraci u provođenju diskriminacione analize

Korak		Tolerancija	Min. tolerancija	F-test	Wilkinsonova lambda
0	VAR10	1.000	1.000	11.162	.907
	VAR15	1.000	1.000	.638	.994
	VAR19	1.000	1.000	2.549	.977
	VAR20	1.000	1.000	7.979	.932
1	VAR15	.999	.999	.728	.901
	VAR19	.991	.991	1.478	.895
	VAR20	.758	.758	1.656	.893

Rezultati diskriminacione analize su pokazali da u nultom koraku najveća vrednost F-testa, odnosno najmanja vrednost Wilkonsove lambda, ima varijabla 10. nakon čega se ova varijabla isključuje iz dalje analize, odnosno ovo je prva varijabla koja doprinosi, kako opisnom, tako i predikcionom razvrstavanju preduzeća prema zemlji porekla.

Nakon toga je varijabla 10 isključena iz dalje analize, provodi se prvi korak. Rezultati diskriminacione analize pokazuju da u prvom koraku nijedna varijabla više nema značajnu vrednost F-testa, pa se u ovom koraku završava sa daljnom analizom.

Provođenjem diskriminacione analize je utvrđeno da varijabla 10 najveće doprinosi razdvajanju preduzeća s obzirom na zemlju porekla. Pošto je dobijen rezultat diskriminacione analize, potrebno je utvrditi, da li postoji značajna signifikantnost, odnosno koja pokazuje da je varijabla 10 upravo ta varijabla koja na adekvatan način radi osnovne funkcije diskriminacione analize.

Tabela 31. Vrednost Vilkinsove lambde po koracima diskriminacione analize

Korak	Broj varijable	Lambda	Stepeni slobode			Ekstaktovani F-test				
						Vrijednost F-testa	Stepeni slobode		Signifikantnost	
			1	2	3		1	2		
1	1	.907	1	1	109	11.162	1	109	.001	

Rezultati Vilkinsove lambde, te nivo signifikantnosti, pokazuju da varijabla 10 na adekvatan način objašnjava koja preduzeća dolaze iz Republike Srbije i Bosne i Hercegovine. Daljnom interpretacijom rezultata *Stepwise metode* dobijenom pomoću u programskog paketa SPSS, može se utvrditi vrednost kanoničke korelacije, odnosno povezanosti ovih varijabli koji objašnjavaju konkurentnost.

Tabela 32. Vrednost kanoničke korelacije

Funkcija	Eigenvalue	% varijanse	kumulativne %	Kanonička korelacija
1	.102	100.0	100.0	.305

Rezultati kanoničke korelacije kao i kod prethodne analize pokazuje da postoji povezanost ali me utim ona je slaba. Pošto ne postoji unificirano tumačenje vrednosti kanoničke korelacije ne može se izvući značajan zaključak povodom ove analize. Na kraju diskriminacione analize potrebno je utvrditi i diskriminacionu funkciju koja određuje pripadnost preduzeća prema zemlji porekla.

Tabela 33. Diskriminaciona funkcija

	Država preduzeća	
	Srbija (1.00)	BiH (2.00)
VAR10	2.161	2.792
(Konstanta)	-3.058	-4.640

Pomoću rezultata diskriminacione funkcije moguće je izračunati kojoj grupi pripadaju neka druga preduzeća, odnosno da li ona dolaze iz Srbije ili iz Bosne i Hercegovine. Rezultati diskriminaciona funkcija pokazuje da je veća vrednost konstante za određivanje preduzeća iz Bosne i Hercegovine, nego kod preduzeća iz Srbije. Rezultati diskriminacione analize su pokazali da preduzeća u Srbiji i Bosni i Hercegovini, najviše se razlikuju u području menadžmenta u pogledu razvoja i inovativnosti zaposlenih.

Kada je utvrđeno da ambijentalno okruženje u kojoj funkcionišu mala i srednja preduzeća u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini utiče na njihovu različitost i uspešnost u poslovanju kroz primenu inovativnosti i konkurentnost na tržištu, potrebno je utvrditi, da li postoje povezanosti između; inovativnih aktivnosti i razvoja zaposlenih, prilagođavanja organizacione strukture zahtevima tržišta u smislu reinflinjeranja organizacije te da li je inovativna aktivnost povezana sa stepenom uspešnosti preduzeća. Znači, potrebno je determinisati povezanost inovativnih aktivnosti sa elementima konkurentnosti preduzeća da bi se ispitala postavljena hipoteza istraživanja koja glasi:

Ekonomski napredak permanentnog usavršavanja inovacija je presudno povezano sa podržavanjem razvoja zaposlenih u preduzeću, prilagođavanjem organizacije zahtevima tržišta i ostvarivanjem uspešnosti preduzeća u pogledu konkurentnosti.

Za dokazivanje ove hipoteze će se koristiti višestruka regresija, gde je nezavisna varijabla prosečna vrednost inovativnih aktivnosti, dok su zavisne varijable: razvoj zaposlenih, prilagođavanje organizacione strukture i uspešnosti preduzeća u pogledu konkurentnosti.

Varijable koje su uzete kao nezavisne varijable su iste kao u kod prethodnog statističkog postupka, znači kao nezavisne varijable za primenu inovativnih aktivnosti uzimaju se sledeće varijable:

- VAR08 - Da li je inovativnost sadržana u strategiji razvoja Va-eg preduzeća?
- VAR09 - Ocenite zainteresovanost zaposlenih za istraživačko-razvojne aktivnosti i inovacije u Va-em preduzeću!
- VAR12 - Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Va-em preduzeću u proteklom periodu!
- VAR13 - Da li opstanak Va-eg preduzeća zavisi od primene inovativnosti?
- VAR14 - Ocenite u kojoj meri su dosadašnje odluke menadžmenta u realizaciji inovativnih ideja u Va-em preduzeću bile rizikorne!
- VAR16 - Da li je bilo inovacija u Va-em preduzeću u bliskom proteklom periodu?

Višestrukom regresionom analizom ispituje se povezanost između skupa nezavisnih varijabli i zavisne varijable. Proverava se, da li se i koliko dobro, skor na zavisnoj varijabli može predvideti na osnovu nezavisnih varijabli. Pošto višestruka regresija rezultate daje u vidu

linearne jedna ine gde kao nezavisne varijable imamo dva i vi-e parametara, dok kao zavisnu varijablu imamo jedan parametar.

Da bi se statisti ki ispitala glavna hipoteza, potrebno je istu konkretizovati i definisati niz pomo nih hipoteza, kojima e se ispitati glavna hipoteza.

Po-to je u ovoj hipotezi re o povezivanju nezavisne varijable sa zavisnim varijablama istraflivanja, definisati e se tri pomo ne hipoteze, po-to je toliko zavisnih varijabli koje glase:

- *Preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen podržanosti razvoja zaposlenih od menadžmenta i obrnuto.*
- *Preduzeća koja ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen promenama u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilagođavanju zahtevima tržišta i obrnuto.*
- *Preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen uspešnosti u pogledu konkurentnosti u odnosu na druga preduzeća i obrnuto.*

Smisao postavljenih pomo nih hipoteza, da se pomo u statisti kih alata, u ovom slu aju vi-estruke regresija, ispita uticaj koji imaju inovativne aktivnosti na razvoj zaposlenih, promene u organizacionoj strukturi, te u ostvarivanju uspe-nosti u pogledu konkurentnosti odnosno da kompanije koje imaju ve i stepen razvijenosti inovativnih aktivnosti, imaju ve i stepen razvijenosti u pogledu razvoja zaposlenih, prilagodljivosti organizacione strukture te same konkurentnosti. Ispitivanjem pomo nih hipoteza ispitati e se i jedna od glavnih hipoteza. Na osnovu ovih postavljenih hipoteza za svaku od pomo nih hipoteza e se izra unati vi-estruka regresija.

Da bi se primenila vi-estruka regresija, potrebno je isklju iti netipi ne ta ke iz analize te utvrditi stepen korelacije izme u postavljenih nezavisnih varijabli. Za eliminaciju netipi nih ta aka potrebno je izra unati *Mahalanobisovo odstojanje*. Maksimalna vrednost Mahalanobisovog odstojanja je 19,227 za sve popunjene anketne upitnike, dok je tabli na kriti na vrednost za 6 varijabli 22,46 ime je dokazano da je stvarna vrednost Mahalanobisovog odstojanja manja od tabli ne vrednosti, ime je ustanovljeno, da nema netipo nih ta aka. Na osnovu toga sve popunjene ankete se zadrflavaju u daljnjoj.

Pošto je ispitan jedan od uslova za provođenje vi-estruke regresije, potrebno je ispitati drugi uslov tj. da ne postoji visok stepen povezanosti nezavisnih varijabli istraffivanja. To se ispituje pomoću *korelacione analize*. Ukoliko je nivo korelacije veći od 0,7 između neke dvije varijable istraffivanja, potrebno je isključiti jednu od njih iz dalje analize, zbog toga što te varijable daju veoma sličan rezultat te nije potrebno opterećivati vi-estruku regresiju sa svim varijablama.

Tabela 34. *Korelaciona analiza varijabli za provođenje inovativnih aktivnosti*

	VAR08	VAR09	VAR12	VAR13	VAR14	VAR16
VAR08	1.000	.409	.365	.337	.291	.081
VAR09	.409	1.000	.546	.496	.235	-.094
VAR12	.365	.546	1.000	.424	.361	.234
VAR13	.337	.496	.424	1.000	.353	.141
VAR14	.291	.235	.361	.353	1.000	.224
VAR16	.081	-.094	.234	.141	.224	1.000

Rezultati korelacione analize su pokazali, da je stepen korelacije između posmatranih varijabli manji od 0,7 na osnovu čega se sve varijable zadržavaju u daljoj analizi. Na ovaj način su ispunjeni svi uslovi za provođenje vi-estruke regresijske analize, te se vrši izražavanje da bi se prihvatila, odnosno odbacile pomoćne hipoteze.

Nakon što su ispunjeni preduslovi za provođenje vi-estruke regresije, ispitati će se prva postavljena pomoćna hipoteza, gdje će se kao zavisna varijabla uzeti;

VAR10 - Da li menadžment preduzeća podržava razvoj i inovativnost zaposlenih?

Kod sprovođenja postupka vi-estruke regresije pomoću programskog paketa SPSS, prvo će se oceniti zbirni model vi-estruke regresije.

Tabela 35. *Zbirni model*

Model	R	R kvadrat	Korigovani R kvadrat	Standardna greška procjene
1	.736	.542	.516	.73205

Zbirni model vi-estruke regresije pokazuje intenzitet povezanosti između u varijabli istraflivanja. R, predstavlja koeficijent vi-estruke korelacije, kada je ona veća od 0,6 govori se, o visokom intenzitetu povezanosti, a vrednost R, kada je od 0,4 do 0,6 re je o niflem intenzitetu veze. Pošto je u ovom modelu R veća od 0,6 odnosno iznosi 0,736 re je o visokom intenzitetu povezanosti posmatranih varijabli.

Rezultat R kvadrata koji se naziva još i *koeficijent determinacije* nam ukazuje, koliko se proporcije varijanse kriterija, može objasniti na osnovu skupa varijabli. U ovom modelu to je vrednosti 0,542 što znači da više od 50 % varijable objašnjavaju, prediktorski skup.

Ispitavanje postavljene hipoteze unutar vi-estruke regresije se radi pomoću analize varijanse (ANOVA) koja ispituje, da li postoji povezanost između u nezavisnih i zavisne varijable postavljenog modela.

Tabela 36. ANOVA

Model	Suma kvadrata	Stepen slobode	Glavni kvadrati	F-test	Signifikantnost
Regresija	65.960	6	10.993	20.514	.000
Rezidual	55.734	104	.536		
Ukupno	121.694	110			

Rezultati dobijeni primenom ANOVE, pokazuju, da postoji visok stepen povezanosti zavisne varijable sa nezavisnim varijablama, odnosno da nezavisne varijable opisuju i prediktiraju vrednost zavisne varijable, što pokazuju vrednosti F-testa, odnosno p-vrednost.

Na osnovi ovih rezultata prihvata se prva postavljena hipoteza uz postojanje greške koja je manja od 0,0 posto. Znači prihvata se istrafliva hipoteza, koja dokazuje, *da preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen podržanosti razvoja zaposlenih od menadžmenta i obrnuto*. Kada je prihvaćena postavljena hipoteza, potrebno je utvrditi, koje nezavisne varijable na najbolji način prediktiraju odnosno opisuju zavisnu varijablu.

Tabela 37. Doprinos povezanosti varijabli u modelu višestruke regresijske analize

Model	Nestandardni koeficijenti		Standardni koeficijenti	t-vrijednost	Signifikantnost
	B	Standardna greška	Beta		
(Constant)	-.676	.373		-1.813	.073
VAR08	.188	.093	.151	2.021	.046
VAR09	.551	.103	.495	5.326	.000
VAR12	.255	.088	.260	2.908	.004
VAR13	-.101	.069	-.119	-1.475	.143
VAR14	.098	.077	.095	1.270	.207
VAR16	.085	.085	.073	1.002	.319

Na osnovu dobijenih rezultata, može se reći, da najbolje determinira zavisnu varijablu varijabla 09 koja ima najveće determinirane regresijsku funkciju, odnosno ova varijabla ima najveći koeficijent u odnosu na druge varijable. Osim varijable 09 i varijable 12 i 08 imaju značajnu predikciju u modelu višestruke regresije odnosno rezultati t-testa kao i p-vrednosti, pokazuju da postoji značajan uticaj ovih nezavisnih varijabli na zavisnu varijablu, njihova signifikantnost je manja od 0,05.

Na osnovu dobijenih rezultata, jedna nezavisna varijabla ima negativnu vrednost beta koeficijenta a to je rečeno varijabli 13., dok je kod ostalih pitanja, odnosno nezavisnih varijabli pozitivan smer funkcije, odnosno beta koeficijent je pozitivan. Varijabla 16 najviše odstupa od objašnjavanja, odnosno predikcije zavisne varijable, pa potom slede varijable 14 i 13.

Ono što se može još reći iz dobijenih rezultata je, da i konstanta ima značajnu, u ovom slučaju, negativnu t-vrednost, odnosno p-vrednost, što pokazuje na značajnost ove vrednosti u regresijskoj funkciji. Na osnovu rezultata višestruke regresije može se formirati i njena funkcija koja glasi:

$$\text{VAR10} = -0,676 + 0,188 \cdot \text{VAR08} + 0,551 \cdot \text{VAR09} + 0,255 \cdot \text{VAR12} + (-0,101) \cdot \text{VAR13} + 0,098 \cdot \text{VAR14} + 0,085 \cdot \text{VAR16}$$

Ova funkcija opisuje odnos predviđene vrednosti koju će poprimiti zavisna varijabla na osnovu vrednosti nezavisnih varijabli istraživanja.

Nakon što je prihvaćena prva pomoćna hipoteza istraživati se druga pomoćna hipoteza. Kod ove postavljene hipoteze nezavisne varijable su pitanja vezane za inovativne aktivnosti, dok je zavisna varijabla;

VAR15 - da li u Va-em preduze u bilo promena u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilago avanju promena na trffi-tu u cilju ve e konkurentnosti?

Kao i kod prethodnog ra unanja vrednosti vi-estruke regresije, prethodno e se predstaviti zbirni model.

Tabela 38. Zbirni model

Model	R	R kvadrat	Korigovani R kvadrat	Standardna greška procjene
1	.421	.177	.130	.96446

Rezultati zbirnog modela pokazuju da je vrednost koeficijenta vi-estruke korelacije izme u 0,4 i 0,6 -to predstavlja nifli intenzitet povezanosti posmatranih varijabli, odnosno mofle se re i, da postoji povezanost izme u varijabli istraffivanja ali ta povezanost nije toliko zna ajna. Ovaj postavljeni model vi-estruke regresije obja-njava prediktorski skup u procentualnom iznosu 17,7 %, -to predstavlja lo-iji rezultat, nego prilikom povezanosti varijabli kod istraffivanja prve postavljene pomo ne hipoteze. Da bi se ispitala postavljena hipoteza izra unava se vrednost ANOVE u vi-estrukum regresionom modelu.

Tabela 39. Rezultati ANOVE kod vi-estruke regresije

Model	Suma kvadrata	Stepen slobode	Glavni kvadrati	F-test	Signifikantnost
Regresija	20.829	6	3.472	3.732	.002
Rezidual	96.738	104	.930		
Ukupno	117.568	110			

Rezultati dobijeni primenom ANOVE, pokazuju da postoji povezanost izme u posmatranih varijabli istraffivanja, ali je ova povezanost lo-ija u odnosu na prethodnu analizu -to je pokazao i zbirni model vi-estruke regresije. Na osnovu ovih rezultata prihvata se druga pomo na hipoteza odnosno; *da preduzeća koja ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen promena u organizacionoj strukturi u pogledu fleksibilnosti i prilagođavanju zahtevima tržišta i obrnuto, uz mogućnost greške od 0,2 %.*

Nakon -to je prihva ena postavljena hipoteza, potrebno je utvrditi, koje nezavisne varijable na najbolji na in obja-njavanju odnosno predvi aju vrednost zavisne varijable.

Tabela 40. Doprinos povezanosti varijabli u modelu višestruke regresijske analize

Model	Nestandardni koeficijenti		Standardni koeficijenti	T-test	Signifikantnost
	B	Standardna greška	Beta		
(Constant)	1.970	.491		4.013	.000
VAR08	-.077	.123	-.063	-.628	.531
VAR09	.153	.136	.140	1.121	.265
VAR12	-.209	.116	-.216	-1.806	.074
VAR13	.127	.091	.151	1.397	.165
VAR14	.144	.102	.142	1.417	.160
VAR16	.425	.112	.369	3.784	.000

Na osnovu ovih rezultata možemo videti, da se može utvrditi; *da varijabla 16 ima najznačajniji uticaj na zavisnu varijablu*. Osim ove varijable jedino konstanta ima, pa ako i ve i značaj, na opis i predviđanje zavisne varijable. Potrebno je još spomenuti da varijable 08 i 12 imaju negativni b-koeficijent, međutim varijabla 08 najviše odstupa od posmatranog modela višestruke regresije. Vrednost konstante je skoro 2 (1,970) što označava da je manja vrednost nezavisnih varijabli koji utiču na zavisnu varijablu.

Kada uporedimo ovaj model višestruke regresije sa prethodnim modelom vidimo da varijable 13 i 14 nemaju značajnu ulogu u opisivanju zavisne varijable, dok su se gotovo uloge za ostale varijable obrnule tj. varijable koje su najbolje opisivale zavisnu varijablu u prethodnom modelu u ovom modelu nemaju značajnu ulogu, izuzev varijable 12, koja je u ovom modelu značajna korektivna varijabla (vrednost b-koeficijenta kod nje je negativna a i p-vrednost je donekle značajna).

Na osnovu rezultata višestruke regresije formira se njena funkcija koja glasi:

$$\text{VAR 15} = 1,970 + (-0,077) \cdot \text{VAR08} + 0,153 \cdot \text{VAR09} + (-0,209) \cdot \text{VAR12} + 0,127 \cdot \text{VAR13} + 0,144 \cdot \text{VAR14} + 0,425 \cdot \text{VAR16}$$

Iako je prihvaćena i druga postavljena pomoćna hipoteza, na osnovu rezultata analize moguće je zaključiti da u ovom slučaju samo vrednost jedne nezavisne varijable je signifikantna za zavisnu varijablu u odnosu na prethodni model gde su tri nezavisne varijable bile značajne za zavisnu varijablu.

Po-to je ispitana druga postavljena hipoteza, ispituje se tre a pomo na hipoteze. Kod tre e pomo ne hipoteze nezavisne varijable su varijable vezane za inovativne aktivnosti kao i kod prethodnih slu ajeva dok je zavisna varijabla VAR19, odnosno pitanje - *ocenite uspešnost Vaše preduzeća u pogledu konkurentnosti u poslednjoj obračunskoj godini u odnosu na druga konkurentna preduzeća?*

Kao i u prethodnim slu ajevima prvo e se izra unati zbirni model vi-estruke regresijske analize pomo u programskog paketa SPSS.

Tabela 41. *Zbirni model*

Model	R	R kvadrat	Korigovani R kvadrat	Standardna greška procjene
1	.485	.235	.191	.72636

Rezultati dobijeni zbirnim modelom vi-estruke regresije, pokazuju da postoji povezanost ali ona nije zna ajna izme u posmatranih varijabli. U pore enju sa pro-lim analizama mođe se utvrditi, da je koeficijent vi-estruke korelacije ve i nego kod ispitivanja druge hipoteze ali ipak manji nego kod prve hipoteze. Koeficijent varijacije pokazuje da je sa ovim modelom obja-njeno 23,5 %, prediktorskog skupa.

Nakon -to su predstavljeni rezultati zbirnog modela potrebno je ispitati postavljenu hipotezu pomo u ANOVE.

Tabela 42. *Rezultati ANOVE kod višestruke regresije*

Model	Suma kvadrata	Stepen slobode	Glavni kvadrati	F-test	Signifikantnost
Regresija	16.878	6	2.813	5.332	.000
Rezidual	54.870	104	.528		
Ukupno	71.748	110			

Rezultati dobijeni ANOVA analizom u ovom moedlu vi-estruke regresije, pokazuju da postoji zna ajna povezanost izme u nezavisnih i zavisnih varijabli, te se prihvata postavljena hipoteza, odnosno: *da preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen uspešnosti u pogledu konkurentnosti u odnosu na druga preduzeća i obrnuto, uz moguću grešku od 0,0 posto.*

Poređenjem vrednosti F-testa sa prethodnim modelim vi-estruke regresijske analize, može se zaključiti, da je ova vrednost veća nego kod ispitivanja druge pomoćne hipoteze, ali je oko četiri puta manja u odnosu na iste rezultate kod ispitivanja prve pomoćne hipoteze, što pokazuje i vrednost koeficijenta varijacije.

Pošto je utvrđeno da postoji značajna povezanost između nezavisnih varijabli istraživanja sa zavisnim varijablama potrebno je ispitati, koliko je doprinos svake nezavisne varijable u objašnjavanju, odnosu predviđanju vrednosti zavisne varijable i potrebno je formirati funkciju vi-estruke regresije

Tabela 43. *Doprinos povezanosti varijabli u modelu višestruke regresijske analize*

Model	Nestandardni koeficijenti		Standardni koeficijenti	T-test	Signifikantnost
	B	Standardna greška	Beta		
(Constant)	1.520	.370		4.110	.000
VAR08	.169	.092	.178	1.834	.070
VAR09	-.254	.103	-.298	-2.479	.015
VAR12	.252	.087	.334	2.896	.005
VAR13	.156	.068	.239	2.292	.024
VAR14	-.153	.077	-.193	-1.993	.049
VAR16	.156	.085	.173	1.844	.068

Rezultati modela vi-estruke regresione analize su pokazali, da postoji značajan uticaj svih nezavisnih varijabli u opisivanju odnosa predviđanju zavisne varijable, ali najveći doprinos imaju varijable i to sledećim redoslijedom;

- varijabla 12,
- varijabla 09,
- varijabla 13 i
- varijabla 14 ije su p-vrijednosti manji od 0,05.

Potrebno je spomenuti da su i vrednosti preostale dve nezavisne varijable. oko 0,07, što pokazuje značajnost tih varijabli, međutim one nemaju značajnu signifikantnost. U ovom kao i prethodnom modelu vi-estruke regresije ima veliku važnost i konstanta, u ovom slučaju njena vrednost T-testa je najveća u odnosu na sve druge vrednosti nezavisne varijable.

Ono što je potrebno naglasiti, da su vrednosti b-koeficijenta za varijablu 09 i varijablu 14 negativne, odnosno one koriguju vrednost regresijske funkcije. Na osnovu vrednosti b-koeficijenta može se reći, a ne zaključiti, da varijabla 09 koriguje varijablu 12, dok

varijabla 14 koriguje varijablu 13, odnosno varijablu 16, vrednosti b-koeficijanta su skoro iste, samo drugih predznaka.

U pore enju sa drugim vrednostima pojedinih koeficijenata vi-estruke regresijske analize ovdje imamo najvi-e povezanosti paramatara nezavisne varijable sa zavisnom varijablom, dok je i najve a uloga vrednosti konstante.

Na osnovu dobijenih rezultata vi-estruke regresije formira se regresijska funkcija koja glasi:

$$\text{VAR 19} = 1,520 + 0,169 \cdot \text{VAR08} + (-0,254) \cdot \text{VAR09} + 0,252 \cdot \text{VAR12} + 0,156 \cdot \text{VAR13} + (-0,153) \cdot \text{VAR14} + 0,156 \cdot \text{VAR16}$$

Na osnovu prethodnog istraflivanja i dokazivanjem pomo nih hipoteza, mofle se argumentovano i sa sigurno- u prihvatiti i glavna hipoteza, odnosno; da *ekonomski napredak permanentnog usavršavanja inovacija je presudno povezano sa podržavanjem razvoja zaposlenih u preduzeću, prilagođavanjem organizacije zahtevima tržišta i ostvarivanja uspešnosti preduzeća u pogledu konkurentnosti.*

Iz prethodnih rezultata vi-estruke regresije mofle se zaklju iti, da je najve u povezanost sa inovativnim aktivnostima ima; *podrška menadžmenta u razvoja zaposlenih, čime se dokazuje da, od prvenstvenog značaja za razvoj inovativnosti ima sam menadžment neke kompanije.*

Nakon -to su dokazane pomo u metoda multivarijacione statisti ka analize dve glavne hipoteze, sada pristupamo ispitivanju hipoteze koja glasi:

Inovacije i preduzetni-tvo predstavljaju kriti ne faktore nacionalne konkurentnosti, uslovljene postojanjem preduzetni ke kulture, ali i institucija otvorenih za razvoj preduzetni-tva.

Za potrebe dokazivanja ove hipoteze, *putem metoda multivarijacione analize*, formirati e se dve pomo ne hipoteze, koje e se ispitati primenom vi-estruke regresije.

Pomo ne hipoteze glase:

- *Preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen preduzetničke kulture i obrnuto.*
- *Na provođenje inovativnih aktivnosti utiču društvene institucije koje zakonskom regulativnom podržavaju inovativnost*

Na ovaj način se istraživati, da li su inovativne aktivnosti preduzetničkih subjekata povezane sa preduzetničkom kulturom, i sa otvoreno– i podrškom institucija za razvoj preduzetništva. Definisanjem pomoćnih hipoteza istraživati se, da li su i na koji način ove dve zavisne varijable, povezane, odnosno determinisane sa inovativnim aktivnostima.

Prilikom ispitivanja postavljenih hipoteza primeniti se vi–estruka regresiona analiza, koja opisuje odnosno predviđa uticaj nezavisnih varijabli (inovativnih aktivnosti) na zavisne varijable (preduzetnička kultura i podržavanje inovativnosti, od strane društvenih institucija)

Pošto se koristi model vi–estruke regresije potrebno je na početku oceniti zbirni model kod ispitivanjem prve postavljene hipoteze.

Tabela 44. Zbirni model

Model	R	R kvadrat	Korigovani R kvadrat	Standardna greška procjene
1	.476	.226	.182	.71075

Rezultati predstavljeni zbirnim modelom vi–estruke regresije pokazuju da postoji povezanost između u posmatranim varijabli međutim, ne može se reći da je ta povezanost velika jer je vrednost vi–estruke korelacije 0,476, što predstavlja slabu povezanost varijabli.

Vrednost koeficijenta determinacije pokazuju da je ovom modelom objašnjeno 22,6 % prediktorskog skupa. Da bi se ispitalo da li model vi–estruke regresije na adekvatan način opisuje odnosno predviđa vrednosti varijabli istraživanja, izračunati se vrednosti ANOVE.

Tabela 45. Rezultati ANOVE

Model	Suma kvadrata	Stepen slobode	Glavni kvadrati	F-test	Signifikantnost
Regresija	15.354	6	2.559	5.066	.000
Rezidual	52.538	104	.505		
Ukupno	67.892	110			

Na osnovu rezultata dobijenih prilikom analize varijanse, može se zaključiti, da postoji signifikantna povezanost varijabli istraživanja, odnosno da nezavisne varijable (inovativne aktivnosti) na adekvatan način definišu zavisnu varijablu (preduzetnička kultura), jer sama vrednost F-testa i p-vrednosti to pokazuje. Zbog toga se može doneti zaključak; *da preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen preduzetničke kulture i*

obrnuto. Na taj način je prihvaćena prva pomoćna hipoteza i dokazano da inovativne aktivnosti su povezane sa preduzetničkom kulturom. U skladu sa ovim rezultatom može se zaključiti da kompanije koje imaju veći i nivo inovativnih aktivnosti imaju veći i nivo implementiranosti preduzetničke kulture.

Pošto je prihvaćena prva postavljena hipoteza u modelu višestruke regresije je potrebno još objasniti povezanost varijabli.

Tabela 46. *Doprinos povezanosti varijabli u modelu višestruke regresijske analize*

Model	Nestandardni koeficijenti		Standardni koeficijenti	T-test	Signifikantnost
	B	Standardna greška	Beta		
(Constant)	.495	.362		1.368	.174
VAR08	.191	.090	.206	2.118	.037
VAR09	.124	.100	.150	1.239	.218
VAR12	.122	.085	.166	1.429	.156
VAR13	.026	.067	.041	.389	.698
VAR14	.005	.075	.006	.061	.951
VAR16	.141	.083	.161	1.701	.092

Rezultati povezanosti pokazuju da je samo varijabla 08, značajno povezana sa varijablom preduzetničke kulture, dok je vrednost T-testa i p-vrednost, pokazuju da ne postoji značajna povezanost ostalih nezavisnih varijabli sa zavisnom varijablom.

Potrebno je naglasiti, da nijedna varijabla nema negativan b-koeficijent, a doprinos varijable 14, je toliko mali da b-koeficijent iznosi 0,005, a što pokazuje i drugi pokazatelji ove analize. Na osnovu ove analize se može izvući i zaključak; *da postoji značajna povezanost strategije razvoja preduzeća u kome je sadržana inovativnost i preduzetničke kulture*, dok za ostale nezavisne varijable se može reći, da ne postoji značajna povezanost sa zavisnom varijablom.

Na osnovu ovih rezultata se formira sledeća regresijska funkcija, koja pokazuje kako nezavisne varijable utiču na *formiranje vrednosti kod zavisne varijable*.

$$\text{VAR 20} = 1,520 + 0,191 \cdot \text{VAR08} + 0,124 \cdot \text{VAR09} + 0,122 \cdot \text{VAR12} + 0,026 \cdot \text{VAR13} + 0,005 \cdot \text{VAR14} + 0,141 \cdot \text{VAR16}$$

Nakon što je prihvaćena prva pomoćna hipoteza potrebno je ispitati drugu pomoćnu hipotezu odnosno da na povećanje inovativnih aktivnosti utiču društvene institucije koje zakonskom regulativnom podržavaju inovativnost. Ovom postavljenom hipotezom se treba ispitati da li preduzeća koja imaju bolju podršku društvenih institucija u pogledu podrške inovativnosti,

ostvaruju ve i nivo inovativnih aktivnosti u odnosu na preduze a koje imaju manju podršku ili je izostala podrška.

Ispitivanje postavljene hipoteze kao i u prethodnim slučajevima se vršiti putem višestruke regresije. U modelu višestruke regresije nezavisne varijable obuhvataju se inovativne aktivnosti, dok je zavisna varijabla, podrška inovativnosti od strane društvenih institucija.

Pošto je postavljen model višestruke regresije potrebno je ocijeniti ovaj model.

Tabela 47. Zbirni model

Model	R	R kvadrat	Korigovani R kvadrat	Standardna greška procjene
1	.195	.038	-.017	.97920

Rezultati dobijeni modelom višestruke regresije pokazuju da postoji slaba povezanost varijabli istraffivanja, što pokazuje vrednost višestruke korelacije, dok vrednost koeficijenta determinacije, pokazuje da je sa ovim modelom objašnjeno 3,8 % prediktorskog skupa.

Uporeivanjem zbirnog modela sa prethodnim zbirnim modelima može se zaključiti da su rezultati ovoga modela najbolji u poređenju sa prethodnim modelima.

Pošto je ocenjen model, potrebno je ispitati postavljenu hipotezu pomoću ANOVE.

Tabela 48. Rezultati ANOVE kod višestruke regresije

Model	Suma kvadrata	Stepen slobode	Glavni kvadrati	F-test	Signifikantnost
Regresija	3.956	6	.659	.688	.660
Rezidual	99.719	104	.959		
Ukupno	103.676	110			

Rezultati dobiveni ANOVA analizom pokazuju da ne postoji statistički značajna povezanost nezavisnih varijabli sa zavisnim varijablama ovoga predstavljenog modela. Na osnovu dobijenih rezultata može doneti zaključak; *da se ne prihvata postavljena druga pomoćna hipoteza, odnosno da na provođenja inovativnih aktivnosti ne utiču društvene institucije koje zakonskom regulativnom podržavaju inovativnost*, time se prihvata alternativna hipoteza. Iz ovih rezultata se može zaključiti da na rezultate inovativnih aktivnosti ne utiču društvene institucije koje zakonskom regulativom podržavaju inovativnost.

Daljnijom analizom vi-estruke regresije, pomoću u programskog paketa SPSS, utvrditi će se povezanost varijabli u ovom modelu.

Tabela 49. Doprinos povezanosti varijabli u modelu višestruke regresijske analize

Model	Nestandardni koeficijenti		Standardni koeficijenti	T-test	Signifikantnost
	B	Standardna greška	Beta		
(Constant)	3.210	.498		6.441	.000
VAR08	.044	.124	.038	.352	.725
VAR09	.156	.138	.152	1.127	.262
VAR12	.031	.117	.034	.265	.792
VAR13	-.005	.092	-.007	-.056	.955
VAR14	-.097	.104	-.102	-.939	.350
VAR16	.108	.114	.100	.947	.346

Rezultati dobijeni ovom analizom pokazuju da ne postoji značajna statistička povezanost ni jedne nezavisne varijable sa zavisnom varijabom. Jedino testna vrednost konstante pokazuje da ona je značajna za ovaj model. Rezultati b-koeficijenata za sve nezavisne varijable su mali, i u dva slučaja su negativni, dok je vrednost konstante velika, pošto je u ovom istraživanju korištena Likertova skala sa pet nivoa slaganja, odnosno neslaganja. Iako je dobijen zaključak; *da model višestruke regresije na adekvatan način ne objašnjava odnosno predviđa vrednost zavisne varijable na osnovu nezavisne varijable*, ipak će se predstaviti i regresijska funkcija ovoga modela.

$$\text{VAR 11} = 3,210 + 0,044 \cdot \text{VAR08} + 0,156 \cdot \text{VAR09} + 0,031 \cdot \text{VAR12} + (-0,005) \cdot \text{VAR13} + (-0,097) \cdot \text{VAR14} + 0,108 \cdot \text{VAR16}$$

Primenom vi-estruke regresijske analize dobijeni su rezultati na osnovu kojih se prihvata prva postavljena pomoćna hipoteza, dok se druga pomoćna hipoteza odbacuje i prihvata se alternativna hipoteza. Zbog toga se postavljena glavna hipoteza delimično prihvata tj.; *da inovacije i preduzetništvo predstavljaju kritične faktore nacionalne konkurentnosti uslovljene postojanjem preduzetničke kulture ali ne i institucija otvorenih za razvoj preduzetništva*.

Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti, da institucije moraju više podržavati u svom radu preduzetništvo i razvoj investicija, da bi se povećala nacionalna konkurentnost kako preduzeća koja egzistiraju u Republici Srbiji tako i preduzeća iz Bosne i Hercegovine. Deregulacija privrednih sistema i nacionalnih ekonomija, primenom neoliberalnog koncepta u zemljama za koje je vršeno istraživanje i komparativna analiza poslovne prakse, ukazuje

na identifikaciju problema, a to je širenje države od elementarnih privrednih tokova i ekonomije u kojoj sektor malih preduzeća od vitalnog značaja, ista trebaju biti u podršku i zaštiti države i institucija

7.3. Model razvoja inovacija u cilju povećanja konkurentnosti malih preduzeća

Kod kreiranja modela inovativnosti koji ima za cilj povećanje konkurentnosti MSP-a, položeno se od prezentovanih sekundarnih i primarnih podataka predstavljenim u ovom radu. Rezultati su pokazali, da: vrsta delatnosti, broj zaposlenih, starost preduzeća, vlasnička struktura te nivo obrazovanja zaposlenih, ne igra ključnu ulogu u podizanju inovativnosti i konkurentnosti u sektoru MSP-a, već na to utiču drugi faktori, od kojih je preduzetnička kultura, samo jedan od tih faktora.

Inovativnost unutar MSP-a je pod uticajem unutrašnjih i spoljnih faktora. Preduzeće može, na direktan način, uticati na unutrašnje faktore, ali na poslovni ambijent u kojemu radi, ne može uticati direktno, već indirektno. U cilju povećanja konkurentnosti primenom i realizacijom inovativnosti i inovacije kao produkta, na preduzeće-prenezetnika deluju dva osnovna faktora:

1. Unutrašnji faktor primene i realizacije inovacije,
2. Spoljni faktori-ambijentalno okruženje kao faktor uticaja na primenu i realizaciju inovacije.

Unutrašnji faktori

Rezultati dobijeni primarnim istraživanjem tržišta, pokazali su da preduzetnička kultura ima direktan odnos sa samim inovacijama i na osnovu toga se može doneti zaključak, da je inovacija polazna osnova za definisanje unutrašnjih faktora, koji utiču na razvoj inovacija. Pre nego što se i ustanovi preduzetnička kultura, potrebno je u preduzeću imati u okviru strategijskog razvoja, naglasak staviti na razvoj inovativnih aktivnosti, tj. potrebno je odrediti strategijske pravce razvoja inovacija u okviru strategije razvoja preduzeća. Neophodno je unutar strategijskih pravaca razvoja akcenat staviti na inovativne aktivnosti.

Zbog toga se strategija razvoja inovacija stavlja na prvo mesto u modelu razvoja inovacija. Tek kada se odrede strategijski pravci razvoja u cilju razvoja inovacija, potrebno je u preduzeću

implementirati preduzetni ku kulturu. Uspostavljanjem preduzetni ke organizacione kulture posti e se inovativnost kod zaposlenih. Samo sa postavljenom preduzetni kom kulturom u okviru preduze e je mogu e izroditi inovativnu kulturu kod zaposlenih. *Inovativna kultura kod zaposlenih*. Na taj na in se inovacije involviraju u bihevioristi ke-ljudske resurse, u svest zaposlenih o bitnosti i vaflnosti shvatanja koloko svako od zaposlenioh moffe doprineti svojim angafflovanjem u kreiranju, proizvodu i primeni inovacije, koja predstavlja klju ni segment u razvoju konkurentnosti i preduze a u celini.

Nakon -to su postavljeni strate-ki pravci i uspostavljena preduzetni ka kultura koja e izroditi inovativnu kulturu kod zaposlenih, rezultati istraffivanja su pokazal i da podr-ka menadffmenta ima zna ajnu ulogu u razvoju inovacija unutar preduze a. Da bi se realizovali predlofleni koraci, neophodno je postojanje podr-ke menadffmenta pogotovo kada je re o razvoju preduze a i edukaciji zaposlenih. Prilikom implementacije podr-ke menadffmenta, potrebno je u inovativni proces koji se implementira putem inovativne kulture, ugraditi stalni -kontinuirani razvoj i edukaciju zaposlenih, kao vaflan faktor za ostvarivanja inovacija u preduze u. Naravno sa razvojem inovacija potrebno je kreirati i sistem *motivacije* koja e stimulisati, nagra ivati i podsticati zaposlene u razvoju inovacija. Samo sa pravilno postavljenim sistemom motivacije moffe se izgraditi osje aj *pripadnosti* kod zaposlenih, koji je neophodan da se zaposlenik ose a vaflnim subjektom u preduze u, da ga doffivljava kao vlastito preduze e i na taj na in u punom kapacitetu, nastojati da neprestano implementira inovativnu kulturu u radu.

Prilikom implementacije inovacija potrebno je koristiti projektni pristup tj. primenu strategije razvoja inovacije projektnog menadffmenta. Prilikom realizacije planiranih ciljeva u razvoju inovacija potrebno je naglasiti, da ne postoje veliki i mali projekti, ve svi projekti koji se realizuju imaju veliki uticaj na poslovanje preduze a. U praksi, ponekada je bolje imati ve i broj manjih projekata nego jedan veliki, jer ve a je -ansa da e uspeti nekoliko manjih projekata nego jedan veliki projekat.

U razvoju inovativnosti klju ni faktor uspeha predstavlja projektni pristup razvoja inovacijama. Osim -to se treba uspostaviti projektni pristup, potrebno je to sve realizovati pomo u timskog rada. Individualci jesu pokreta i inovacija u jednom preduze u, ali uigrani timovi zaposlenih e putem timskog na ina rada dati ve i sinergentski efekat, nego pojedini zaposlenici, koji rade zasebno na razvoju inovacija.

Svi argumenti u prethodnom izlaganju vezana su za unutrašnje faktore razvoja inovacija. Da bi organizacija bila inovativna potrebno je najpre, u okviru strategije razvoja preduzeća, implementirati strategije pravce razvoja inovacija, zatim kroz razvoj preduzetničke kulture u preduzeću u kreirati i stvoriti inovativnu kulturu kod zaposlenika, gde se kroz podršku menadžmenta u razvoju i edukaciji zaposlenih uz korišćenje adekvatnih metoda motivacije i tehnika nagrađivanja, korišćenje i pomoć projektnog menadžmenta i timskog rada, podsticati razvoj inovacija u jednom preduzeću.

Spoljni faktori

Međutim, pošto svako preduzeće deluje u određenom okruženju na njega deluju i spoljne sile i faktori koje doprinose, onemogućavaju i otežavanju zacrtane strategije i realizacije u smislu primene iste u razvoju inovacija. Vanjski faktori koji utiču na razvoj inovacija u postavljenom modelu su:

- Tržište i konkurencija,
- Zakoni i regulative unutar države,
- Tehnologija i tehnološki razvoj,
- Ambijentalno i političko okruženje,
- Ekonomski faktori razvoja,
- Strategički partneri i
- Uspostavljena kultura i obrazovanje u državi.

Tržište i konkurencija, kao što navedeno, je jedan od najvažnijih faktora za razvoj inovacija unutar preduzeća. Razvijeno tržište i konkurencija su pokretači razvoja inovacija. U tom segmentu poslovanja štedriva konkurencija primorava preduzeće da razvija svoje poslovanje u konkurentskom okruženju, i da teži da bude bolje od konkurencije tj. da bude konkurentnije na tržištu. Samo kroz podsticanje i razvoj konkurentne utakmice u svim društveno političkim zajednicama, državama, preduzećima a naročito mala preduzeća, brže se razvijaju i opstaju u društvu a sa njima se razvija i to društvo- država, jer kroz tržišnu utakmicu dolazi do razvoja i implementacije inovacija i razvoja toga društva.

Rezultati istraživanja su pokazali da preduzeća sa prostora Republike Srbije i Bosne i Hercegovine nemaju institucionalnu podršku u razvoju inovacija. Znači, u ovim državama i u ostalim državama u okruženju, potrebno je kroz zakone i regulative koje podržavaju

inovativne aktivnosti, unutar zemlje, ugraditi i institucionalnu podršku. Na taj način bi mala i srednja preduzeća imala sigurniju i bolju osnovu za razvoj inovacija, u cilju svog opstanka.

Sa razvojem tehnologije ceo svet je postao šglobalno selo. S time su inovacije kao pokretači tehnološkog razvoja došli u prvi plan. Samo sa stalnim inoviranjem i prilagodbom promenama tržišta, moguće je ostati konkurentan na tržištu. Indiferentan odnos prema promenama zasnovan na uslovima i okruženju koji preduzeće ima sigurnim u smislu ignorisanja kretanja i promena u okruženju, pogrešno je, jer opstanak i konkurentnost nije moguće održati bez primene novih tehnologija. Zbog toga, razvoj tehnologije u okviru jedne države determinira sam razvoj te države. Zemlje u tranziciji svoju ulogu vide u tehnološkim promenama i inovacijama. Njihova potencijalna prednost predstavlja mogućnost oslanjanja na tehnološki napredak razvijenih zemalja i ako je moguće, imitirati njihovu tehnologiju i na taj način ostvariti napredak te države.

Ambijentalni i političko okruženje je najzraffljeniji faktor koji omogućuje inovacije i tržišni na privrednivanje u tranzicijskim zemljama. Zbog uticaja političkih faktora dolazi do stvaranja nepovoljnog ambijenta za razvoj inovacija i za privlačenje stranih investicija. Političko nerazumevanje utiče na to, da su preduzeća okrenuta sami sebi, i da ne postoji spremnost da se razvijaju inovativne aktivnosti zbog velikog političkog uticaja na stvaranje ambijenta za samostalno delovanje privrednih subjekata u tržišnim uslovima u zemljama u tranziciji. Poloflaj i stanje sektora MSP-a ukazuje na potrebu promena politika i odnosa nosilaca zakonodavne i izvršne vlasti u delu privrede i privrednog razvoja i da je potrebno promeniti politike u pravcu stvaranja povoljnijeg zakonodavnog okruženja za podsticanje i razvoj inovativnih preduzeća, gde se i kroz adekvatnu stimulativnu poresku politiku, uspostaviti osnove za razvoj sektora MSP-a i cele privrede te zemlje.

Naravno da osim političkih faktora najvažniji za razvoj jedne zemlje su ekonomski faktori. Zemlje koje imaju veći bruto nacionalni proizvod (GDP) po jednom stanovniku imaju bolju osnovu za razvoj te zemlje. Povećanjem GDP po stanovniku povećava se dohodak stanovništva što uzrokuje veću ulaganja i investicije, na taj način se ubrzava formiranje kapitala čime se povećava produktivnost. S povećanom produktivnosti raste prosečni dohodak stanovništva. Svaka zemlja mora težiti povećanju realnog GDP-a po stanovniku jer na taj način se povećava i bogastvo te države. Samo sa ekonomskim razvojem jedne države razvijaju se i sve ostale aktivnosti u toj državi, kao što je; obrazovanje, smanjenje siromaštva,

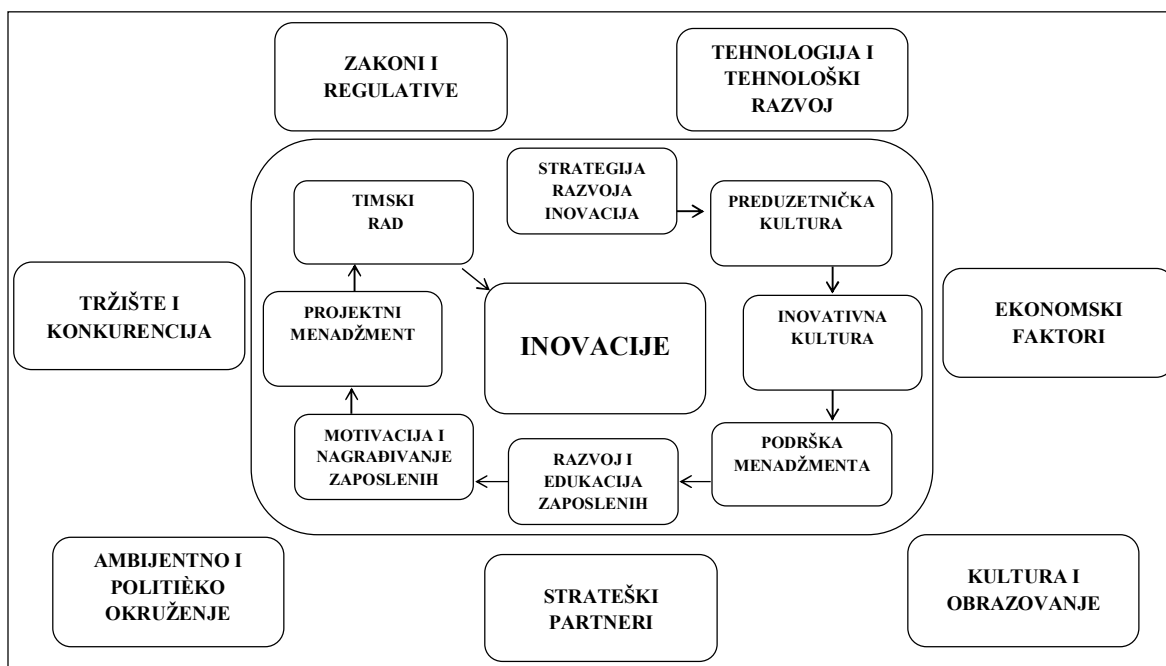
pove avaje investicija, podrška privrednom sektoru, postiže se razvoj inovacija u malim i srednjim preduzećima, politička i bezbednosna sigurnost u tom društvu.

Za svako preduzeće su strateški partneri najvažniji. Sa pravilnim strateškim partnerstvom sa najvažnijim kupcima i dobavljačima generiraju se nove informacije u tom preduzeću. Na osnovu tih informacija se mogu otvoriti novi strateški pravci u razvoju inovacija u preduzeću, prema tome kupci i dobavljači su mogući i potencijalni pokretači inovacionih aktivnosti unutar preduzeća. Preduzeće ne može direktno delovati na svoje kupce, uticaj na potencijalne kupce najbolje je ostvarivati kroz različita partnerstva i na taj način indirektno, uticati na ciljne grupe potrošača i kupaca roba ili usluga.

Razvoj kulture koja podstiče inovacije i obrazovanje predstavlja još jedan od važnih faktora razvoja inovativnih aktivnosti u jednoj državi. Kao što je u prethodno delu navedeno, kroz razvoj ekonomskih faktora unutar preduzeća se povećava bogastvo tog društva, sa povećanjem bogastva se povećavaju izdvajanja za nauku i obrazovanje i na taj način bogate zemlje kroz obrazovni sistem povećavaju inovativne aktivnosti u toj državi. Razvojem obrazovanja utiče se i na menjanje kulture unutar te države.

U prvi plan se tada stavljaju razvojne tendencije i inovativna kultura postaje nezaobilazna osnovica kulurološkog razvoja tog društva. Samo sa ulaganjem u nauku i obrazovanje podiže se intelektualna svest stanovništva, koja generira razvojem inovacije u tom društvu. Obrazovne institucije predstavljaju okosnicu razvoja jednog društva, kako intelektualno tako i kroz sistemsku podršku preduzetništvu. U razvijenim zemljama formiraju se tehnološki parkovi gde se generiraju inovacije koje su od presudnog značaja za razvoj te zemlje.

Izvodi se zaključak da, zemlje u tranziciji trebaju, kroz zdravu tržišnu utakmicu koja mora biti zasnovana i definisana na zakonskim regulativama, pristupom i korišćenjem inovacija tehnološkog razvoja, uticati na ekonomski razvoj zemlje, gde se kroz ambijentalno i političko okruženje, podsticati privredni razvoj zemlje, koja je potpomognuta strateškim ciljanim obrazovnim sistemom i partnerskim odnosima između preduzeća, kreirati i realizovati inovacije u sektoru malih i srednjih preduzeća i u privrednoj strukturi uopšte.



Slika 35. Model razvoja inovacija u cilju povećanja konkurentnosti

Izvor: Autorovo istraživanje

Podrazumeva se da, osim navedenih faktora, kako unutrašnjih tako i spoljnjih faktora koji utiču na razvoj inovativnih aktivnosti u preduzeću, utiču i drugi faktori, koje je potrebno u narednim istraživanjima identifikovati i odrediti njihovu važnost, kako bi se unapredio model razvoja inovacija u jednom preduzeću u cilju povećanja konkurentnosti MSP-a preduzeća.

Ovaj model predstavlja polaznu osnovu za razvoj inovacija u okviru poboljšanja konkurentnog i tržišnog položaja malog preduzeća u zemljama u tranziciji. Kreirani model je potrebno istraživati po dubini i nadograditi u novim istraživanjima postavkom formule sa jasno definisanim segmentima u istoj, gde inovacija mora biti broj ili iznos koji u formuli, za pokretanje i sigurno uspešno poslovanje, mora biti zagarantovana, odnosno koliki udio inovacije mora biti prisutan u otpočinjanju poslovnog poduhvata.

Važnost inovacije je od presudnog značaja i uticaja na konkurentnost privrednog subjekta, preduzetnički i institucionalni pristup inovativnosti i inovaciji mora poprimiti značajniji i ozbiljniji pristup, istraživanja vezana za inovaciju u istrijskom pregledu kao i rezultati sprovedene ankete u ovom istraživanju, jasno ukazuju na sve dobre i loše strane u primeni i realizaciji inovacije kao proizvoda u poslovanju privrednog subjekta kao i nacionalnih

privreda u celini u svim oblicima drflavnog ure enja, od Kralja Hamurabija do neoliberalnih, koncepta trfi-nih ekonomija savremenog sveta i zemalja u tranziciji.

8. ZAKLJUČAK

Istraživanja sprovedena u ovoj disertaciji ukazuju i daju korisne preporuke, prvenstveno donosiocima odluka u Republici Srbiji i BiH, dok analize predmeta istraživanja u slučaju Srbije na iskustvenom principu dopunjavaju ove preporuke, kako za RS tako primarno i za BiH. Problem iskoristivosti sredstava namenjenih razvoju privrednog sektora i malog preduzetništva, leži i u činjenici da informacije o dostupnosti i mogućnosti njihovog korišćenja često nisu dostupne svim malim i srednjim preduzećima odnosno njihovom menadžmentu.

U prevazilaženju analiziranih podataka, izgradnja efikasnog institucionalnog okvira, u smislu jačanja mehanizma implementacije institucionalne podrške, trebao bi biti prioritet i značilo napredak u cilju stvaranja boljeg poslovnog okruženja. U cilju efikasnijeg korišćenja sredstava, treba oformiti stručnu i efikasnu javnu administraciju, privući i zaposliti kvalitetne kadrove u državnim službama, i osigurati neophodan kontinuitet u tom kontekstu, na svim nivoima vlasti stvarati uslove za povoljniju poslovnu klimu, uklanjanjem nepotrebnih birokratskih procedura, dostupnim sektoru MSP-a.

Istraživanja pokazuje da u slučaju BiH i Srbije, finansiranje privatnog sektora treba omogućiti preko pretpristupnih fondova, i pre ulaska u EU, kako bi se podržao razvoj malih i srednjih preduzeća, kao osnovni generatora samoodrživog rasta. Značaj EU izvora finansiranja za zemlje regiona, koje se svrstavaju u red malih i otvorenih ekonomija, te njihove zajedničke karakteristike u smislu korišćenja fondova po zemljama, ali i razlike koje u tom smislu postoje, s glavnim fokusom na BiH i Srbiju je od ogromnog značaja za sektor MSP-a.

Ključni problemi koji postoje u regionu, a tiču se ukupnog institucionalnog okvira koji nameće određena ograničenja za efikasniju upotrebu sredstava, uz navedene, kritike zemljama regiona, ukazati se i na potencijalne slabosti pristupa koji EU ima prema regionu i to sa institucionalnog i ekonomskog aspekta. Kritičan stav koji pokriva navedena pitanja koji se tiču društva i njegovog razvoja primenom inovativnih ideja i inovacije kao proizvoda, u navedenim zemljama u pretpristupnom procesu trebao bi voditi razvoju i oblikovanju alternativnih pristupa i/ili mogućih policy preporuka.

Egzogeni izvori rasta i razvoja do sada su bili bitna karakteristika zemalja regiona, dok se pronalazjenje i dodatno aktiviranje sopstvenih kapaciteta u tom smislu nameće kao dugoročna i nezaobilazna potreba. Zbog toga treba istaknuti činjenicu, da se strana sredstva ne trebaju i

ne smiju posmatrati kao špukiš izvor finansiranja u uslovima niskih i nedovoljnih doma ih izvora, ve kao generator koji mođe da sluffi kao inicijalni impuls rasta sektora malog i srenjeg preduzetni-tva. Glavne reference ovog istraffivanja, jeste sektor malih i srednjih preduze a, cilj je bio da se utvrdi na koji na in inovativnost i inovacije mogu doprineti pobolj-anju konkurentnosti, da doprinesu razvoju, primarno MSP-a sektora kao generatora zapo-ljavanja i osnove za stvaranje konkurentnijih ekonomija spremnih za evropsku trffi-nu utakmicu na temelju postoje e šekonomske infrastrukture u navedenim zemljama.

Zemlje regiona po svojoj ekonomskoj strukturi imaju velike sli nosti, ali i odre ene razlike. Istraflivanje je fokusirano na one grane privrede koje su najzna ajnije za svaku pojedina nu zemlju, a analize i dobijeni rezultatai ukazuju na regionalne sli nosti i pouke. Vezano za institucionalne barijere i izvora finansiranja, ali i uop-teno u ukupnom procesu evropskih integracija, najzna ajniji izazov jeste problem nedovoljno razvijenog mehanizma implementacije institucija, odnosno primarno implementacije usvojenih zakona, propisa, normi i drugih pravnih akata. Pored dono-enja i uskla ivanja zakona, te osnivanja organizacija koje provode te zakone, institucionalni okvir zemalja regiona ostaje nepotpun i/ili neefikasan sve dok god ne postoji tre i stub institucionalnog okvira, a to je adekvatna implementacija. Stoga je problem normativne i stvarne uskla enosti s EU identifikovan kao klju na kritika zemljama regiona.

Doktorska disertacija je koncipirana tako da nakon regionalnog uvoda, razvija se na principu, od generalnog ka specifi nom, i nastavlja analizom zemalja regije, Srbija, Bosna i Hercegovina, s ciljem da se iskustva Hrvatske, kao zemalja koje prednja e u EU integracijama, mogu koristiti za bolje razumevanje, ali i pozicioniranje Republike Srbije i BiH na tom putu.

Zbog razlika u regionalnoj razvijenosti i specifi nosti pojedinih regija, odrfliv i konkurentan regionalni razvoj ne mođe se posti i isklju ivo politikom i programima -to se oblikuju na sredi-njem drflavnom nivou, ve zahtijeva ja anje uloge lokalne samouprave u oblikovanju regionalne politike u re-avanju klju nih pitanja i problema konkurentnosti regija u sektoru malih i srednjih preduze a u primeni inovacije kao klju nog faktora u postizanju povoljne trffi-ne konkurentske pozicije. To uklju uje i prekograni nu regionalnu saradnju koju treba podsticati s ciljem u uklapanja regije u evropske privredne tokove u, a kao nuffnost javlja se ulaganje u ljudske resurse i obrazovanje zaposlenih u nadlefnim institucijama.

Nedovoljno razvijena institucionalna podrška sektoru malog i srednjeg preduzetništva za ulazak na regionalno tržište i nedostatak institucija za podršku poslovanju (npr. preduzetnički inkubatori, regionalni poslovni centri) kao i nivo administrativnih prepreka, dio su nedovoljno stimulativnog okruženja i samo su neki od problema s kojim se susreću mala i srednja poduzeća u realizaciji inovacije kao proizvoda. Kao problem javlja se i nedovoljna koordinacija između u državnih i lokalnih tijela u stvaranju povoljnog okruženja za razvoj poduzetničke i privredne aktivnosti.

Nedovoljna povezanost preduzetnika i akademskih institucija dovodi do nedostupnog obrazovanja preduzetnika, nedovoljnog transfera znanja i tehnologija iz akademskog u privatni sektor, te nedovoljne komercijalizacije istraživanih rezultata. Zbog toga, među u privrednim kriterijima, glavni prioriteti koji moraju biti ispunjeni u kratkoročnom i srednjoročnom razdoblju su, između u ostalih, daljnje poboljšanje poslovnog okruženja, brzim postupcima registracije, poboljšanje uslova za razvoj privatnih poduzeća i direktnih stranih ulaganja, brže administrativne procedure i sl. Jedan od strateških ciljeva usmerenih prema povećanju inovativnosti i konkurentnosti je i stvaranje boljih uslova za međunarodni plasman proizvoda i usluga, bržim uključivanjem u multilateralne trgovinske i privredne integracije, koje će dodatno podstaknuti mala i srednja preduzeća, privrednu obnovu i rast. Konkurentna sposobnost privrednih subjekata, uz preduzetničku infrastrukturu, te razvijeno i fleksibilno tržište rada, jedan je od najvažnijih ciljeva u stvaranju optimalnog okruženja za razvoj visoko konkurentnoga sektora MSP-a i preduzetništva.

Unapređenje proizvodnih procesa i tržišne konkurentnosti proizvoda povezano je s umrežavanjem proizvodnje i znanja, odnosno uvođenjem novih tehnologija i tehnoloških postupaka, s modernizacijom postojećih tehnologija i tehnoloških postupaka, razvojem novih proizvoda i proizvoda s višom dodanom vrednošću, te produktivnijom primenom sistema zaštite intelektualnog vlasništva. Uklanjanje administrativnih i obrazovnih prepreka, ključni uslov za razvoj inovativnog i konkurentnog preduzetničkog sektora je razvoj poduzetničke klime, tamo gdje je rečeno složenom skupu različitih politika, primer Bosne i Hercegovine, koje deluju na područjima zaštite tržišnog natjecanja, regionalnog razvoja i umrežavanja regionalnih razvojnih agencija, umrežavanja interesno povezanih klastera, podsticanja inovacija i adekvatne primene sistema intelektualnog vlasništva, razvoja preduzetničkih zona, implementacije inovacija, nauke i tehnologija. Daljnja saradnja između u MSP-a će svakako zavisiti od njih samih, ali je neophodno da se formira određeni privredni ambijent.

Neophodno je ukinuti administrativne, carinske ali i političke barijere kako bi se MSP-a mogao i regionalno udruživati i saradivati.

S obzirom na osnovni istraživani problem ove studije u pronalasku načina i rešenja za primenu inovativnosti i inovacije u funkciji ostvarivanja veće konkurentnosti odnosno rešenja i modela u cilju podsticanja inovativnosti i konkurentnosti sektora malih preduzeća i pokazateljima komparativne analize, može se zaključiti da je zajednička karakteristika, odnosno osnovni problem u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini, neadekvatnost i neefikasnost institucionalnih i tehničkih kapaciteta u cilju potpunijeg korišćenja inovativnosti i inovacija kao proizvoda u cilju ostvarivanja veće konkurentnosti i profita sektora MSP-a kao i nemogućnost, nezainteresovanost institucija, u cilju ukupnog napretka sektora MSP-a, na putu ka Evropskoj uniji.

Ono što se nameće kao zaključak, za RS i BiH, bez obzira o kojem sektoru privrede je reč, jeste činjenica da u svim sektorima treba da se radi na jačanju malih i srednjih preduzeća, jer im se bi se podstakao dodatni rast i dodatno zapošljavanje, dok se kao osnovni zajednički problem ističe nedovoljno adekvatna javna uprava na svim nivoima.

U ekonomskom smislu, konkurentnosti na svetskom tržištu, privreda BiH ne zaostaje mnogo za privredom Srbije. Međutim, imajući u vidu u kakvim nesrećnim institucionalnim okvirima funkcioniše bosanskohercegovačka privreda, jasno je da je ekonomski napredak uslovljen neekonomskim faktorima, ali i da je ekonomski napredak neupitan ukoliko bi se stvorili uslovi u institucijama, što bi u slučaju Srbije i BiH finansiranje privatnog sektora trebalo omogućiti veće adekvatne uslove za funkcionisanje privrednih aktivnosti. U tom kontekstu, finansijska, ali i nefinansijska pomoć evropskih institucija u smislu šuslovljavanja reformama svakako je od esencijalne važnosti. Ove reforme treba da imaju za cilj hvatanje špičklju kaš sa zemljama regiona u procesu EU integracija, jer suprotan scenario, u kojem bi BiH ostala sama izvan EU integracija, može značiti samo degradaciju u ekonomskom i političkom smislu.

Kroz termin kreativne inovacije, definisana je da ove aktivnosti potiču od kreativnosti, veštine i talenta MSP-a koji će kroz svoj rad stvoriti bogastvo i radna mesta kroz generisanje i eksploataciju intelektualne svojine. Na osnovu ovoga se jasno vidi koja je uloga MSP i inovacija u razvijenim zemljama. Slične primere nalazimo i usvajanjem Lisabonske strategije gdje se MSP koriste za poboljšanje rasta i zaposlenosti država EU.

Na osnovu istorijskih činjenica, istraživanja stranih i domaćih autora u oblasti inovativnosti i inovacija, ostvarenih rezultata u cilju ostvarivanja veće konkurentnosti, teorijskog aspekta i pozicije inovativnosti i inovacije, rezultatima sprovedene ankete u doktorskoj disertaciji koja nosi naziv *„Razvoj inovativnosti i konkurentnosti malih preduzeća – komparativna analiza poslovne prakse malih preduzeća Republike Srbije i Bosne i Hercegovine – u teorijskom pristupu prezentiranih u poglavlju 4 i 5. ovog rada, možemo prihvatiti prvu postavljenu hipotezu koja glasi:*

Mala preduzeća u razvijenim privredama su tradicionalno izvor lokalnog i nacionalnog rasta i razvoja (nova radna mesta, inovacije, stimulacija konkurentnosti...). Otuda ova preduzeća u uslovima tranzicije, predstavljaju nužan segment u dinamiziranju i usklađivanju privredne strukture.

Provođenjem primarnog istraživanja utvrđeno je da od 111 preduzeća koje su obuhvaćeni ovim istraživanjem njih 70 egzistira više od 10 godina. Međutim, rezultati istraživanja su pokazali da u većini preduzeća ne postoji zasebna strategija razvoja inovativnosti već postoji strategija razvoja poslovanja. Mali je broj preduzeća 21,62 % izjavilo da ne postoji nijedna strategije.

Nadalje, rezultati pokazuju da samo, kod 2,70 % preduzeća postoji nezainteresovanost zaposlenih za istraživanja i razvoj, dok kod istog postotka preduzeća nema podrške od strane menadžmenta na razvoju i inovativnosti zaposlenih.

Kod 7,21 % preduzeća nema izdvajanja za podsticanje inovativnosti, a 9,01 % preduzeća smatra da opstanak preduzeća ne zavisi od primene inovativnosti. Samo 4,50 % preduzeća nisu inovirali u bližem proteklom periodu. Nadalje, rezultati pokazuju da kod 6,31 % preduzeća zaposleni nisu učestvovali u razvoju inovativnih ideja, a 53,15 % preduzeća smatra da je preduzetno u pogledu preduzetničke kulture.

Ovi rezultati predstavljaju samo pokazatelj da pri funkcionisanju MSP-a u njihovo poslovanje je ugrađena preduzetnička kultura, koja teži ka inoviranju poslovanja, te na taj način postoji jasna tržišno-valorizovana preduzetnička ideja u njima. Na osnovu prezentovanog i navedenog, možemo prihvatiti i drugu postavljenu hipotezu u disertaciji koja glasi:

Osnivanje i funkcionisanje malih preduzeća i njihovo uspešno uključivanje u privrednu strukturu, podrazumeva postojanje jasne, tržišno valorizovane preduzetničke ideje, obezbeđene finansijske podrške, adekvatne organizacione strukture, tehničkog know-how i sl.

Primenom statističke analize primarnih podataka korišćenjem multivarijacione analize dobijeni su rezultati i se prihvata i četvrta hipoteza koja glasi:

Ambijentalno okruženje u kojoj funkcionišu mala i srednja preduzeća u Republici Srbiji i Bosni i Hercegovini utiče na njihovu različitost i uspešnost u poslovanju kroz primenu inovativnosti i konkurentnost na tržištu.

Ekonomski napredak permanentnog usavršavanja inovacija je presudno povezano sa podržavanjem razvoja zaposlenih u preduzeću, prilagođavanjem organizacije zahtevima tržišta i ostvarivanja uspešnosti preduzeća u pogledu konkurentnosti.

Međutim, peta postavljena hipoteza je polovinom prihvaćena, odnosno dokazano je da; *preduzeća koje ostvaruju visok stepen inovativnih aktivnosti imaju visok stepen preduzetničke kulture i obrnuto.* Ali je odbijena druga pomoćna hipoteza u okviru ove hipoteze rada da; *na provođenje inovativnih aktivnosti utiču društvene institucije koje zakonskom regulativnom podržavaju inovativnost.* Iste je dokazano da društvene institucije sa zakonskom regulativnom, *ne utiču na provođenje inovativnih aktivnosti u društvu.*

Na osnovu provedenog istraživanja može se reći da se prihvata sledeća, peta korigovana hipoteza:

Inovacije i preduzetništvo predstavljaju kritične faktore nacionalne konkurentnosti uslovljene postojanjem preduzetničke kulture ali ne i institucija otvorenih za razvoj preduzetništva.

Dokazivanjem ove hipoteze je ustanovljeno, da iako kroz planske aktivnosti u okviru država Republike Srbije i Bosne i Hercegovine postoji institucionalna podrška razvoja MSP-a ona u praksi *je izostavljena.* Na osnovu sprovednog primarnog istraživanja može se zaključiti da države u tranziciji, prvenstveno Republika Srbija i Bosna i Hercegovina, moraju poraditi na povezivanju planskih aktivnosti sa praktičnim delovanjem institucija na razvoju preduzetništva, koje su izostavljene.

Kroz razradu primene inovativnosti u EU i planskim aktivnosti u okviru Republike Srbije i Bosne i Hercegovine, pokazano je da je inovacija u funkciji tri ključna faktora i to: *kreiranje novog znanja u nauci, tehnologiji i menadžment, raspoloživosti visoko obrazovane radne snage i postojanja preduzetnika sposobnih i voljnih da preuzmu rizik transformacije inovacije u biznisu,* iste je dokazana i četvrta postavljena hipoteza ovoga rada koja glasi:

Inovacija, kao funkcija visoko izučenog (veštog) rada je funkcija tri ključna faktora: kreiranja novog znanja u nauci, tehnologiji i menadžmentu; raspoloživosti visoko obrazovane radne snage i postojanja preduzetnika sposobnih i voljnih da preuzmu rizik transformacije inovacije u biznis.

Analiziraju i rezultate prethodnih istraživanja kroz proučavanje teorija i prakse u primeni inovacija i pristupa teoretičara iz oblasti ekonomije, političke ekonomije, filozofije, kao i osvrta na politička stajališta u primeni inovacije u stvaranju većeg profita i u obliku avanja istog u nekim od aktuelnih političkih polazišta, Marksističkog ili Ampeterovog, kreativnog destruktivnog delovanju u cilju stimulisanja i pokretanja inovacije u cilju ostvarivanja političkih ciljeva, svaka od teorija nailazi na osnovnu, elementarnu prepreku a to je ljudski faktor.

Eksperimenti u gradu Hotorovu, osnova za proučavanje biheviorističkih pristupa i teorija u cilju postizanja –to boljih proizvodnih rezultata, stvaraju i optimalne uslove za maksimalno iskorišćenje ljudskih potencijala, potencijala u realizaciji inovacije uz maksimalno iskorišćenje radne snage u minimalnom vremenskom okviru, nameće se i pitanje, kako i ko i na koji način može realizovati inovaciju u cilju održavanja konkurentnosti preduzeća, a u isto vreme odevati eksternim faktorima koji remete ili otežavaju ili onemogućavaju ostvarivanje i realizaciju inovacije, kao strategije razvoja i konkurentnosti.

Predloženi model u ovoj doktorskoj disertaciji polazi od pretpostavke da se svi procesi i postupci u okviru internih aktivnosti u okviru preduzetničkog modela, ostvaruju i realizuju primenom i sprovođenjem svih preporučenih aktivnosti u cilju ostvarivanja većeg konkurentnosti, primenom inovacije i strategije u njenoj implementaciji. Na taj način eliminisanjem i eksternih faktora uticaja na realizaciju inovacije, čine jednu celinu, koja u rezultatima istraživanja, nema uporište u svim postavljenim hipotezama ove disertacije.

Anketa je u svojim rezultatima pokazala da razni faktori, formulisani u anketnom pitanju, utiču na nivo i primenu inovacije u cilju ostvarivanja većeg konkurentnosti. Nameće se pitanje gdje je tu preduzetnik u smislu formulacije preduzetnika kao osobe sa svim svojim manama i vrlinama, koliko podrška, bilo kojeg oblika, i strategija primene inovacije u cilju ostvarivanja većeg konkurentnosti, zavisi od vrline i osobina osobe, preduzetnika. Rezultati ankete i pitanja koja dotiču ovaj dio zaključka, ukazuje na to, da inovativnost i inovacija nisu niti mogu biti produkt formule i klišeja, podrške ili nepodrške, politički povoljnog ili politički nepovoljnog uređenja i okruženja, već rezultat vizije i individualnih sposobnosti preduzetnika

koji i bez svih nabrojanih segmenata u ostvarivanju i realizaciji poslovne vizije, ostvaruje prate i intuiciju, prirodnu nadarenost, kao svoju individualnu genetsku ili karakternu osobinu.

Uspesnost preduzetničkog poduhvata kroz dugovestnost privrednog subjekta-kompanije, pronađena kroz istoriju i rezultata istraživanja ove disertacije, ukazuje na činjenicu da sve svetski priznate brendove i firme karakteristično prisutnost svevremena, preduzetnika kao osnivača koji je svojom vizijom, prolazi i kroz razne vremenske epohe, ekonomske krize, svetske ekonomske krize, svetsku recesiju i epohe promena političkog okruženja, a u kojima opstaje i deluje i danas, primera, Ford, Harley Davidson, Gibson, Fender, Jim Marshall, Hugo Boss, i drugi.

Polazeći od istorijskih činjenica, rezultata istraživanja kao i činjenice da inovacija sama po sebi je enigma, koja svojim širokim naučnim zahvatom, otvara široko polje mogućih istraživanja i pronalaska na kojima se inovativnost i inovacija mogu najbolje primeniti u funkciju pružanja jasnih uputstava za postizanje bolje konkurentnosti tržišne pozicije privrednog subjekta. Sve ovo upućuje na zaključak i preporuku, da se otvara prostor za daljnja istraživanja iz ove oblasti, a moguća tema, koja se sama nameće, vezana je za predmetnu oblast i može biti; *“Uticaj ljudskog faktora u kreiranju i realizaciji inovacije u cilju ostvarivanja bolje konkurentne pozicije privrednog subjekta”*.

9. Literatura

Knjige:

1. Afuah A. šInnovation Management: Strategies, Implementation and Profitsö, Oxford University Press, 2003
2. Akio M., öMade in Japan: Akio Morita and Sonyö, New York, Dutton E.P., 1986.
3. Ansoff I., öCorporate Strategy Business Policy for Growth and Expansionö, McGraw-Hill Book Company, 1965.
4. Ansoff, I.H. and Stewart J.M.,öStrategies for a Technology-Based Businessö, Harvard Business Review, 1967.
5. Araya, D., öEducational Policy in the creative economyö. In D. Araya & M.A. Peters (Eds.), Education in the creative economy: Knowledge and learning in the age of innovation. New York: Peter Lang. 2010.
6. Bajovi , D., öPrivatizacija i preduzetni-tvo-putokazi profitö, Ekonomski fakultet Podgorica, 1998.
7. Black, G., öThe Geography of Small Firm Innovationö, Kluwer Academic Publishers, Boston, 2005.
8. Castells M., öInformacijsko doba; ekonomija, dru-tvo i kultura: uspon umreflenog dru-tvaö, Uspon umreflenog dru-tva; Zagreb: Golden marketing, 2000.
9. Castells M., öThe Internet Galaxyö, Oxford University Press, Oxford, 2001.
10. Chandler A., öStrategy and Structureö, MIT Press, 1962.
11. Christensen, C.M., öThe Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book that Will Change the Way You Do Businessö, Collins Business, 2003.
12. Davila T., Epstein M.J., and Shelton R., Shelton D.R., öMaking Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It, Updated Editionö, Wharton School Pub, 2006.
13. Dracker P., šInnovation and Entrepreneurshipö, New York: HarperCollins, 1985.
14. Draker,P., öInovacije i preduzetni-tvo-praksa i principiö, Beograd, Privredni pregled, 1991.
15. Drucker P., ö Inovacije i preduzetni-tvoö, Beograd, PS Grme ó Privredni pregled, 1996.
16. Drucker P.F., öThe Age of Discontinuityö, Harper and Row, New York, 1968.
17. or evi , Lj., Gligorijevi S., öStanje i razvojne perspektive malih i srednjih preduze aö, Kru-evac: Icim ó izdava ki centar za industrijski menadflment, 2006.

18. Eri D., i dr., „Finansiranje malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji“, Institut ekonomskim nauka i Privredna komora Srbije, Beograd, 2012.
19. Florida, R., „The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life“. New York: Basic Books, 2002
20. Freeman, C., „Economics of Industrial Innovation“, 3rd Revised Edition, Routledge, 1997.
21. Garelli S., „The Fundamentals and History of Competitiveness“, IMD World Competitiveness, 2009.
22. Gregori D., Lempkin G.T., i Ajzner A.B., „Strategijski menadžment“, Beograd, Data Status, 2007.
23. Grupa autora, „Cyclicality of SME Finance“, EIM Business and Policy Research, 2009.
24. Hartli J., „Kreativne industrije“, Clio, Beograd, 2007.
25. Howkins J., „Kreativna ekonomija ó kako ljudi zarađuju na idejama“, Binoza Press, Zagreb, 2001.
26. Ilić B., Jovanović P., „Medjunarodna ekonomija i finansije“, VPS, Beograd, 2006.
27. J.N. Pieterse, „Development Theory“, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2010.
28. Jelić V., „Partnership for Business“, Agencija za unapređenje državne uprave, Beograd, 2004.
29. Jovanović, P., „Leksikon menadžmenta“, Beograd, FON, 2003.
30. Jović S, Mikić H., „Kreativne industrije: preporuke za razvoj kreativnih industrija u Srbiji“, British Council, Beograd, 2006.
31. Kronja J., Programi evropske zajednice, Fond za otvoreno društvo, Evropski pokret u Srbiji, Loznica, 2009.
32. Kronja J., i dr., STRATEGIJA Evropa 2020: četiri godine kasnije: vodič, Grafolik, Beograd, 2015.
33. Kronja J., i dr., Vodič kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji, Mladost grup, Loznica, 2011
34. Lajović, D., „Privatizacija i preduzetništvo-putokazi profit“, Ekonomski fakultet Podgorica, 1998.
35. Lajović D., Vučić V., Tehnologija i inovacije, Ekonomsko fakultet Podgorica, 2006.
36. Levitt, T., „Ted Levitt on Marketing“, Harvard Business Press, 2006.
37. Loveridge, R., Martyn, P., „The Strategic Management of Technological Innovation“, John Wiley & Sons, 1992.

38. Malenovi N., Pokraj i D., Paunovi B., *öEkonomika preduze aö, CID, Beograd, 2004.*
39. Marx, K., *öKapital: Kritika politi ke ekonomije I-IIIö, Beograd, Beogradski izdava ko grafi ki zavod i Prosveta, 1973.*
40. Marx, K., Engels, F., *öManifest komunisti ke partijeö, Arkzin, Zagrab, 1998*
41. Matheson D., Matheson J.E., *öThe Smart Organization: Creating Value Through Strategic R&Dö, Harvard Business School Press, 1998.*
42. Moenaert, R., Barbe J., Deschoolmeester D., Meyer De A. *öTurnaround Strategies for Strategic Business Units with an Ageing Technologyö, in Ray Loveridge and Martyn Pitt. The Strategic Management of Technological Innovation, New York, John Wiley & Sons Inc, 1990.*
43. Narayanan V.K., *öManaging Technology and Innovation for Competitive Advantageö, New Jersey, Prentice Hall, 2000.*
44. Nielsen A.C., *öNew Product Introduction-Successful Innovation/Failure: Fragile Boundaryö, AC Nielsen BASES and Ernst & Young Global Client Consulting, 1999.*
45. Nietzsche N.W.,*öS one strane dobra i zla / Genealogija moralaö, Prosveta, Beograd, 1994.*
46. Ondrej J., i dr. *Projektovanje organizacije, FON, Beograd, 2013.*
47. Penezi , N.D., *öPreduzetni-tvo-savremeni pristupö, Akademska knjiga, Novi Sad, 2008.*
48. Pine J., Gilmore J., *öThe Experience Economyö, Harvard Business School Press, Boston, 1999.*
49. Porter M.E., *öThe Competitive Advantage of Nationsö, Free Press, New York, 1990.*
50. Rikardo D., *öNa ela politi ke ekonomijeö, Cekade, Zagreb, 1983.*
51. Robins, S.P., Kolter M., *öMenadflmentö, 8. Izdanje, Beograd, Data Status, 2005.*
52. Savi Lj., *öEkonomika industrijeö, Centar za izdava ku delatnost, Beograd, 2005.*
53. Savkovi , R., *Ekonomija- osnovi (drugo izdanje), Nau na knjiga, Beograd, 2006.*
54. Schnaars, S. P., *öManaging Imitation Strategiesö, New York, The Free Press, 1994.*
55. Schuetze, H. S., *öHow do small firms innovate in British Columbiaö. U: Mothe, J., Paquet, G. (eds), Local and Regional Systems of Innovation, Kluwer Publishers, 1998*
56. Schumpeter J.A., *öBusiness cycles : a theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist processö, New York : McGraw-Hill Book Company, 1939.*
57. Schumpeter J.A., *Povijest ekonomske analize, Informator, Zagreb, 1975.*
58. Schumpeter, J. A., *Kapitalizam, socijalizam i demokracija, Globus, Zagreb, 1982.*

59. Schumpeter, J.A., *Business cycles : a theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process*, New York: McGraw-Hill Book Company, 1939.
60. Schumpeter, J.A., *Capitalism, Socialism and Democracy*, Taylor & Francis, 1944.
61. Sloan A.P., *My Years with General Motors*, Garden City, New York, 1964.
62. Smith A., *Bogatstvo naroda - istraflivanje prirode i uzroka bogatstva naroda*, Masmedia, Zagreb, 2007.
63. Solow, R.M., *Technical Change and the Aggregate Production Function*, *Review of Economics and Statistics*, 1957., 39(3)
64. Stefanovi , fi., i dr., *Organizacija preduze a-teorija, struktura, pona-anje, razvoj*, Ekonomski fakultet Beograd, 1991.
65. Sto-i B., *Menadflment inovacija ó ekspertni sistemi, modeli i metodi*, Beograd, FON, 2007.
66. Sun Tzu, *The Art of War*, Mono & Manjana, Babun, Beograd, 2004.
67. Teodor A., Horkheimer M., *Dijalektika prosvetiteljstva*, Veselin Masle-a & Svjetlost, Sarajevo, 1989.
68. Tidd, J., Bessant, J., *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 4th edition, Chichester, John Wiley and Sons. 2009
69. Todi D., i dr., *Vodi kroz strategiju Evropa 2020, Evropski pokret u Srbiji*, Mladost grup, Loznica, 2011.
70. Tomljenovi , Lj. *Upravljanje promjenama u funkciji pove anja uspje-nosti malih i srednjih poduze a*, Ekonomski fakultet u Rijeci, 2007.
71. Trott, P., *Innovation Management and New Product Development*, London, Prentice Hall, 2005.
72. Vajdenfeld V., Vesels V., *Evropa od A do TMPrirurik za evropsku integraciju*, Fondacija Konrad Adenauer, Beograd, 2003.
73. Valsinger, J., *ovekov razvoj i kultura*, Zavod za udflbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1997,
74. Velloso, J. P. R., *International Competitiveness and Creation of an Enabling Environment*, u: Haque, I., *International Competitiveness: Interaction of Public and Private Sectors*, Washington,D.C.: World Bank, 1991.
75. Venturelli S., *From the Information Economy to the Creative Economy: Moving Culture to the Center of International Public Policy*, Center for art and culture, Washington, 2002.

76. Von Stamm, B., *Managing Innovation, Design and Creativity*, 2nd edition. Wiley, 2008.
77. Walras, L., *Éléments d'économie politique pure, ou théorie de la richesse sociale* (Elements of Pure Economics, or the theory of social wealth, transl. W. Jaffé), 1874.
78. Weber M., *Ethic of Protestantism and the Spirit of Capitalism*, Penguin Books, 2002
79. Werner, S., *Krieg und Kapitalismus*, München: Duncker & Humblot, 1913.
80. Zhang, J., Li, H. & Ziegelmayer, J.L., *An empirical study of the relationship between IT infrastructure flexibility and IT responsiveness in SMEs: A resource-based analysis. Proceedings of the Thirteenth Annual Meeting of the Americas Conference of Information Systems*, 2008
81. fiivkovi M., *Ekonomika poslovanja*, Megatrend, Beograd, 2002.

Stručni radovi:

1. Bakovi T., Ledi -Puri D. *Uloga inovacija u poslovanju malih i srednjih poduzeća*, Poslovna izvrsnost, 2011, 5(1)
2. Boer, H., Willem, E.D., *Innovation, what innovation? A comparison between product, process and organisational innovation*, International Journal of Technology Management, 2001., 22(1-3),
3. Bowonder, B. i dr., *Innovation strategies for creating competitive advantage*, Research Technology Management, 2010., 53(3)
4. Boffi Lj., *Uinci sastavnica tržišne orijentacije na razvoj inovacija proizvoda*, Privredna kretanja i ekonomska politika, 2006, 16(2).
5. Boffi , Lj., Radas, S., *Uinci inovacijskih aktivnosti u malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj*, Privredna kretanja i ekonomska politika, 2005., 15(103)
6. Çakar, N.D., Ertürk, A., *Comparing Innovation Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: Examining the Effects of Organizational Culture and Empowerment*, Journal of Small Business Management , 48(3)
7. Cari M., Smieško O., *Model preduzetničke visokoškolske ustanove*, Zbornik radova 1. međunarodne konferencije u enjehu za poduzetništvo, Zagreb, 2011.
8. Carpenter, G. S., Nakamoto K., *Consumer Preference Formation and Pioneering Advantage*, Journal of Marketing Research, August, 1989.
9. Chesbrough H., Rosenbloom R.S., *The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies*. *Industrial and Corporate Change*, 11 (3)

10. Crespell, P., Hansen, E., "Managing for Innovation: Insights into a Successful Company", *Forest Products Journal*, 2008., 58(9)
11. Cvetkovi K., Arsi Lj., Mili evi Z., Unapre enje globalne konkurentnosti malih i srednjih preduze a u Srbiji, Me unarodna nau na konferencija Menadflment 2014, Beograd, 2014.
12. Danguy J., Pottelsberghe de la Potterie B., "Cost-Benefit Analysis of the Community Patent," *Journal of Benefit-Cost Analysis*, De Gruyter, 2011., 2(2)
13. Dobni, C.B., "Achieving synergy between strategy and innovation: Th e key to value creation", *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 2010., 5
14. Ellmeier A. "Cultural Entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment", *The International Journal of Cultural Policy*, 2003., 9(1)
15. Garcia, R., Calantone, R. "A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology, A literature review." *Journal of Product Innovation Management*, 2002., 19(2)
16. Hausman, A. "Innovativeness among small business: Theory and propositions for future research", *Industrial Marketing Management*, 2005., 34(8)
17. Hodfi A., Upravljanje intelektualnim kapitalom u funkciji privrednog razvoja i unapre enja konkurentnosti, asopis za ekonomiju i trffi-ne komunikacije, 2011, 1(2)
18. Jean-Jacques S., "Science, technologie et développement: le problème des priorités." *Revue TiersMonde*, Tome, 1986., 27(105)
19. Kova evi M., "Dugoro ne tendencije, stanje i ograni enja rasta konkurentnosti privrede i izvoza Srbije", *Ekonomski anali*, 2004.
20. Madrid-Guijaro, A., Garcia, D., Van Auken, H., "Barriers to Innovation among Spanish Manufacturing SMEs", *Journal of Small Business Management*, 2009., 47 (4)
21. Memet A., Analiza preduze a u Srbiji u uslovima svetske ekonomske krize, *Singidunum Revija*, 2011., 8 (2)
22. Mi i V., "Lisabonska strategija i njena revizija", *Ekonomski horizonti*, 2009., 11(1)
23. Miri O., Spasi P., Unapre enje teritorijalne kohezije posredstvom razvoja saobra ajne infrastrukture i za-tite flivotne sredine, *AGENDA*, 2012., 5
24. Mrnjavac fi., Mofle li se i treba li se radno zakonodavstvo suprotstaviti ofleksploataciji", *Financijska teorija i praksa* 2003, 27(4)

25. Mrnjavac fi., Nestaje li radni-tvo u ekonomiji zasnovanoj na znanju? (Does labour deasapear in the knowledge based economy?), urednik Dragomir Sunda , Znanje ó temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 2002.
26. Oksanen, J., Rilla, N., õInnovation and entrepreneurship: new innovations as source of competitiveness in Finish SMEsö, International Journal of Entrepreneurship, 2009., 13
27. Paunovi , Z., Prebeflac, D., õInternationalization of small and medium sized enterprises.ö Trffi-te., 2010., 22(1)
28. Pullen, A. i dr., õSuccesfull Petterns of Internal SME Characteristics Leading to High Overall Innovation Performanceö, Creativity and Innovation Management, 2009., 18(3),
29. Radas S., Boffi , Lj. õThe Antecedents of SME Innovativeness in an Emerging Transition Economyö, Technovation, 2009., 29.
30. Rajh E., õRazvoj mjernih ljestvica za mjerenje specifi nih elemenata marketin-kog miksa uslugaö, Ekonomski Vjesnik, 2009., 22 (2).
31. Rammer, C., Czarnitzki, D., Spielkamp, A., õInnovation success of non R&D performers: substituting technology by management in SMEö, Small Bus. Econ., 2009., 33.,
32. Roberts, E.B., Fusfeld A.R.. õStaffing the Innovative Technology-Based Organization.ö Sloan Management Review, Spring 1981.
33. Robinson W.T., Fornell C., Sources of Market Pioneer Advantages in Consumer Goods Industries, Journal of Marketing Research, 22(3)
34. Robinson, S., Stubberud, H. A. õInspiring Innovation in Norwayö, Proceedings of the Academy of Studies in International Business, 2010., 10(2).
35. Samardfija, V., H. Butkovi , H.:From the Lisbon strategy to Europe 2020, prilog M. Mrak, IMO, Zagreb, 2010.
36. Urban, G. L., i dr. õMarket Share Rewards to Pioneering Brands: An Empirical Analysis and Strategic Implications.ö Management Science, June, 1986.
37. Wells D.A., õEvidences of Glacial Action in South-Eastern Connecticutö, Popular Science Monthly, 37, 1890.

Dokumenti, projekti i ostalo:

1. "Baseline study on Hong Kong's creative industries", Center for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong, Hong Kong, 2003., str. 213-215.
2. "Small Business Administration", The smallbusiness economy Washington DC., 2005.
3. "Investment Reform Index 2009 ó Dimension Human Capital Development", OECD, 2009
4. "Investment Reform Index 2010", OECD, 2010
5. 2010 - Godi-nji izvje-taj o informacionom dru-tvu 2007
6. Akt o malim preduze ima za Evropu (A "Small Business Act" for Europe) iz juna 2008
7. Analiza konkurentnosti Bosne i Hercegovine u kontekstu pristupnih procesa EU, Centar za Politike i Upravljanje, Sarajevo 2011.
8. Analiza Svetske banke ó Business Report 2008
9. Analiza vanjske trgovine i prijedlog mjera za smanjenje vanjskotrgovinskog deficita Bosne i Hercegovine, Vanjsko trgovinska komora BiH, 2007
10. Analiza vanjskotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine za 2010. godinu, Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH, 2010
11. BiH Ekonomski trendovi ó godi-nji izvje-taj, Direkcija za ekonomsko planiranje BiH, 2011
12. BiH Investment Climate Assessment, World Bank, 2010
13. BiH Surprising Export Performance ó Will It Last?, World Bank, 2010.
14. Bijela knjiga Evropske unije,
http://www.dei.gov.ba/bih_i_eu/najvazniji_dokumenti/?id=555
15. COM (2010-2020)
16. COM 141 final, "Integrated guidelines for growth and jobs 2005- 2008", European Commission, Brussels, 2005.
17. COM 141 final, "Integrated guidelines for growth and jobs 2005-2008", European Commission, Brussels, 2005.
18. COM 24, "Communication to the Spring European Council: "Working together for Growth and Jobs: A new Start for the Lisbon Strategy", European Commission, Brussels, 2005.

19. COM 714, final, "Communication From the Commission to The Council, The European Parliament, the Economic and Social Committee and The Committee of The Regions, Industrial Policy in an Enlarged Europe", Commission of the European Communities, Brussels, 2002.
20. COM, "Communication from the Commission to the Council and Parliament Preparing for the participation of the Western Balkan countries in Community programmes and agencies", 2003.
21. COM, "Europe 2020., A strategy for smart, sustainable and inclusive growth 2020", 2010., http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm
22. COM, "Communication from the Commission to the Council and Parliament Preparing for the participation of the Western Balkan countries in Community programmes and agencies" 2003.
23. COM, "Elektronska znanja za 21. vek: podsticanje konkurentnosti, rasta i novih radnih mesta", 2007.
24. COM, "Prvo razmišljati o malim preduze ima za Evropu, 2008.
25. COM, "Evropska strategija za pametan, održiv i sveobuhvatni razvoj - Europe 2020 - A strategy for smart, sustainable and inclusive growth - Communication from the Commission, 2020. Brussels, 2010.
26. COM, "Obaveštenje Komisije, Pojednostavljenje sprovođenja Okvirnog programa za istraživanje, 2010.
27. Council of Europe, "Cultural policy in Serbia and Montenegro part I Republic of Serbia: national report", Strasbourg, 2003., <http://www.coe.int>
28. Creative industries Mapping Document, Department for Culture, Media and Sport, London. 1998. <http://www.culture.gov.uk>
29. Creativity: London's Core Business (2002), Greater London Authority, London, <http://www.london.gov.uk>
30. Cultural statistics in Europe, Eurostat Working Paper 3. 2001. No. 1.
31. Denmark in the culture and experience economy-5 new steps, The Danish growth strategy, Danish Ministry of Culture, Copenhagen, 2003.,
32. Dokument okvirnog proračuna Kantona Središnja Bosna, Kanton Središnja Bosna, Ministarstvo finansija, Travnik, 2013.
33. Doing Business 2012 Bosnia and Herzegovina "Comparing Regulations in 183 Economies, World Bank, 2011

34. Drzeniek-Hanouz, M., Dusek, M.. The Arab World Competitiveness Report 2013.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_AWCR_Report_2013.pdf preuzeto 20.11.2014
35. EU SME Charter Report on BiH, 2008
36. EU/OECD/Investment Compact SME Policy Index
37. EURED projekat EU
38. European Commission. Green Paper on Innovation. European Commission, December 1995.
39. European Commission, "Economy of culture in Europe", Directorate General for Education and Culture, Brussels, 2007.
40. European Commission, "The Economy of culture in Europe", Directorate General for Education and Culture, Brussels, 2006., Izvor:
http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
41. European Commission, 1966.
42. European Private Equity and Venture Capital Association (EVCA),
http://www.evca.eu/knowledge_center/statistics.aspx?id=410
43. European Small Business Charter
44. Eurostat, 2011
45. Evropska komisija-DG Enterprise-strana 170-Strategije
46. Global Competitiveness Report 2009-2010, World Economic Forum, 2010
47. Global Competitiveness Report 2011-2012, World Economic Forum, 2011
48. Global Enabling Trade Report, World Economic Forum, 2009
49. Global Enabling Trade Report, World Economic Forum, 2010
50. Global Entrepreneurship Monitor 2007
51. Globalni monitori poduzetni-tva: Recesija reducirala poduzetni ku aktivnosti u BiH. GEM BiH 2009. Tuzla: Centar za razvoj poduzetni-tva i Univerzitet u Tuzli.
<http://cerpod-tuzla.org/Bos/pdf/brosura04.pdf>.
52. Grupa autora, "The new SME definition, user guide and model declaration", Enterprise and industry publications, European Commission, Brisel, 2006.
53. Hoffman, D., "First Amendment Award for Outstanding Journalism: Best Blog Zero Hedge", Wall St. Cheat Sheet (August 4, 2009), Includes interview with co-founder "Tyler Durden", Retrieved May 12, 2010
54. Inicijative predložene u Uniji inovacija su potkrepljene analizama koje se nalaze u pratećem random dokumentu službe Komisije, SEC., 2010.
55. Izveštaj o MSP 2006.

56. Izveštaj o primeni Evropske povelje o malim preduze ima na Zapadnom Balkanu ó SME Policy Index 2007
57. Izveštaj o primeni Evropske povelje o malim preduze ima na Zapadnom Balkanu ó SME Policy Index 2007
58. Izveštaj Pogledi preduzetnika na politiku MSP
59. Izvještaj o implementaciji Povelje o MSP-a za Zapadni Balkan, 2012
60. Izvještaj Svjetske banke óBiH Surprising Export PerformanceóWill It Last?ó World Bank, 2010.
61. Konkurentnost 2012.-2013. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2012.
62. Konkurentnost 2013.-2014. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo 2013.
63. Konkurentnost 2014.-2015. Bosna i Hercegovina, Federalni zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2014.
64. Memorandum o razumijevanju izme u Evropske komisije i BiH o u e- u u programu FP7 je potpisan 24. novembra 2008. godine i stupio je stupio na snagu 1. januara 2009. godine i Memorandum o razumijevanju izme u Evropske komisije i BiH o u e- u u programu Kultura 2007
65. Ministarstvo rada, zapo-ljavanja i socijalne politike Vlade Republike Srbije, Nacionalna strategija zapo-ljavanja
66. Mini vodi kroz programe Unije u finansijskom razdoblju 2014.-2020., Obrta za poslovno savjetovanje i ostale usluge, Zagreb, 2014.
67. Ocenjivanje evropskih univerzitetskih istraffivanja:
http://ec.europa.eu/research/scienc society/document_library/pdf_06/assessing-europe-university-based-research_en.pdf
68. Odluka Saveta ministara Evropske unije o principima, prioritetima i uslovima Evropskog partnerstva sa Republikom Srbijom uklju uju i Kosovo prema Rezoluciji 1244 Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija od juna 1999. godine i o ukidanju Odluke 2006/56/EC, broj 2008/213/EC
69. OECD Main Science and Technology Indicators
70. OECD, óOrganization for Economic Co-operation and Developmentö, The Knowledge Based Economy, Paris, 1996
71. OECD, Eurostat, Oslo Manual - Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. OECD Publishing, 2005

72. OECD, Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris, OECD Directorate for Science, Technology and Industry, Industry Committee, 1991
73. Papi fi., i dr., Politi ka, ekonomska i socijalna kriza u BiH 2012/2013, Put ka novim politikama, Inicijativa za bolju i humaniju inkluziju (IBHI), Sarajevo, april 2013.
74. Podr-ka za hrabrost i ideje malih i srednjih preduze a: Programi Zajednice za poduzetni-tvo i inovacije, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarne postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, 2011.
75. Pogledi preduzetnika na politiku MSP, Akt omalim preduze ima za Evropu (AõSmall Businessfor Europe) Jun 2008.
76. Projekat razvoj MSP Federaciji BiH;
77. Projekat za razvoj konkurentnosti i promociju izvoza - Projekat Evropske unije 2012., õInternacional Development Ireland Ltdõ
78. Projekti :USAID-s Biro za Evropu i Evroaziju
79. Ra i fi., Pavlovi N., Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>
80. Razvojna strategija BiH 2010-2015, Vije e Ministara BiH, 2010
81. Revidirana srednjero na razvojna strategija BiH 2004-2009 sa akcionim planom, Vije e Ministara BiH, 2006
82. Sluflbene novine Evropske unije, L 124/36, 20. 5. 2003: Preporuke komisije koje se odnose na definiciju mikro, malih i srednje-velikih preduze a.
83. Sluflbeni glasnik RS", broj 29/09
84. Srednjero na razvojna strategija BiH
85. Strategija promocije izvoza 2010-2012, Ministarstvo trgovine i turizma RS, 2010
86. Strategija razvoja elektronske uprave za period od 2009. do 2013. godine zajedno sa Akcionim planom
87. Strategija razvoja malih i srednjih preduze a i preduzetni-tva u republici Srbiji. 2003.
88. Strategija razvoja MSP i preduzetni-tva u RS-u 2011. õ 2013.
89. Strategija razvoja MSP-a RS za period 2006-2010 i Program razvoja MSP-a Federacije BiH
90. Strategija razvoja trgovine RS do 2015. godine, Ministarstvo trgovine i turizma RS, 2010;
91. Strategiju razvoja informacionog dru-tva u Republici Srbiji ("Sluflbeni glasnik RS", broj 87/06).

92. Strateški pravci razvoja vanjske trgovine i podrške izvozu, Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH, 2005
93. Studija izvodljivosti vi-ekriterijumskog globalnog rangiranja univerziteta: <http://www.u-multirank.eu>
94. The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum, za BiH.
95. UNCTAD World Investment Report 2011, UNCTAD, 2011
96. USAID Projekat za bolje uslove poslovanja
97. Vefli Aida; Mira- i , Goran. U e- e Bosne i Hercegovine u podprogramu Zajednice Poduzetni-tvo i inovacije ó EIP, uticaj na razvoj malih i srednjih preduze a u Bosni i Hercegovinió, Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnе postdiplomske studije (ACIPS), Sarajevo, mart 2011, dostupno na: <http://www.acips.ba>
98. WEF, óThe Global Competitiveness Reportö, 2012-2013.
99. Zagame P., Tro-ak neinovativne Evrope, 2010., http://ec.europa.eu/research/social-sciences/policy-briefsresearch-achievements_en.html
100. Zakon o garantnom fondu RS. Sl. glasnik RS 50/10.

Web izvori:

1. http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm
2. http://www.eif.org/EIF_for/sme_finance/index.htm
3. http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc1261_en.htm
4. http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm
5. <http://ec.europa.eu/research/mariecurieactions/>
6. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2201>
7. <http://www.nbia.org>
8. <http://www.secep.rs/Oprojektu.html>; Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Srbije
9. www.icbl.ba
10. www.oecd.org
11. www.investmentcompcat
12. www.proinno.net; Konferencija Evropskog udruženja za klastere šPRO INNO EUROPEó, TMokholm, 22-23 januar 2008.

10. PRILOZI

Prilog 1. Login na eSurvey Creator (na online anketu)

eSurvey Creator
Creation and evaluation of surveys.

Contact Sign In

Homepage How does eSurvey Creator work? Products & Prices Sign Up

Sign in

To create surveys and evaluations, you have to be logged in. Register for free here.

Email address
[admirbeganovic52@gmail.com]

Password
[.....]

Keep me logged in

Forgot your password?

Sign in using your Facebook account:

eSurvey Creator Useful Language
GTC How does eSurvey Creator work? Dansk
Data protection Students Deutsch
Contact Français
Credits Italiano
Blog Nederlands
Norsk
Português
Suomi
Svenska
Türkçe

© 2007 - 2015 enuvo GmbH

f t B

Prilog 2. Online anketa

Razvoj inovativnosti i konkurentnosti malih preduzeća - komparativna analiza poslovne prakse Republike Srbije i Bosne i Hercegovine

Podaci o istraživačkom projektu

NAZIV ISTRAŽIVAČKOG PROJEKTA: Razvoj inovativnosti i konkurentnosti malih preduzeća - komparativna analiza poslovne prakse Republike Srbije i Bosne i Hercegovine

OBRAZOVNA USTANOVA: Univerzitet EDDUCONS

ISTRAŽIVAČI:

Doktorant: M.sc. Admir Beganović, PhD student

Fakultet poslovne ekonomije, Vojvode Putnika 27, Sremska Kamenica, 21000 Novi Sad

admirbeganovic52@gmail.com

Mentor: Prof.dr. Nenad Penezić, Univerzitet EDDUCONS, penezicnenad@gmail.com

CILJ ISTRAŽIVANJA:

Istražiti faktore presudne za podsticanje i razvoj inovativnosti i konkurentnosti malih preduzeća u zemljama u tranziciji, kao i uzajamnu uzročnu povezanost primjene inovativnosti i uspješnosti preduzeća sa ekonomskog, organizacionog i društvenog aspekta.

PROCEDURE, PRIKUPLJANJE PODATAKA I RUKOVANJE PODACIMA:

Podaci se prikupljaju pomoću ankete. Na formuliranju anketnog upitnika radio je M.sc. Admir Beganović, PhD student, u saradnji sa mentorom prof.dr. Nenadom Penezićem.

Vašu privatnost i povjerljivost odgovora zaštitimo u najvećoj mogućoj mjeri koju dopuštaju važeći zakonski propisi. Kontakt podaci biće čuvani u Kompjuterskoj datoteci zaštićenoj lozinkom, odvojeno od podataka koje nam budete dostavili. Kontakt podaci i Vaši odgovori biće dovedeni u vezu samo od strane istraživača. Prilikom obrade podataka na materijalu neće biti identifikacionih detalja, čime će učesnici ostati potpuno anonimni. Po završetku istraživanja, stavit ćemo Vam na raspolaganje kratki sažetak o rezultatima istraživanja. Istraživači će čuvati podatke na kompjuteru zaštićenom lozinkom u vremenskom periodu od pet godina od objavljivanja disertacije, a potom će biti uništeni.

UČESTVOVANJE:

Učešće u ovom projektu je na potpuno dobrovoljnoj osnovi. Ako biste htjeli povući se u bilo kojem trenutku, ili povući bilo što od neobrađenih podataka koje ste nam dostavili, slobodni ste to učiniti bez ikakvih posljedica. Ako ste voljni uzeti učešća, molimo da nam vratite popunjen upitnik. Vaše učešće je jako važno za ovaj projekt i nadamo se da ćete pronaći vremena da odgovorite na anketne upite.

UPITI ILI NEDOUMICE:

Ako biste trebali bilo kakve dodatne informacije, ili imali bilo kakve nedoumice, molimo Vas da se ne ustručavate obratiti se na sljedeću adresu: M.sc. Admir Beganović, Njegoševa 29, 76100 Brčko (email: admirbeganovic52@gmail.com).

Ovaj projekt je odobren od Vijeća Fakulteta poslovne ekonomije u Sremskoj Kamenici. Ako imate nedoumica u pogledu etičke naravi istraživanja, molimo Vas da se obratite na sljedeću adresu: Fakultet poslovne ekonomije, Vojvode Putnika 27, Sremska Kamenica, 21000 Novi Sad telefon: +381 21 489 36 04.

Opšti podaci o preduzeću

1. **Vrsta djelatnosti vašeg preduzeća ***

Proizvodnja

Trgovina

Usluge

Mješovito

2. **Broj zaposlenih u vašem preduzeću ***

- manje od 10
- 10-100
- 100-1.000
- preko 1.000

3. **Od kada datira preduzeće ***

- manje od 3 god.
- 3-5 god.
- 5-10 god.
- preko 10 god.

4. **Vlasnička struktura privrednog subjekta: ***

- Državno preduzeće
- Mješovito preduzeće
- Dioničarsko društvo
- Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.)
- Samostalni preduzetnik (SP-SZTR)
- Ostalo

5. **Na koji način je nastalo preduzeće? ***

- Osnivanjem
- Privatizacijom
- Djelimičnom privatizacijom
- Udruživanjem (merger)
- Sticanjem (akvizicija)
- Ostalo

6. **Kojem nivou menadžmenta pripadate? ***

- Član menadžmenta ili menadžment-tima
- Ne pripadam menadžmentu

7. **Nivo obrazovanja većine zaposlenih u Vašem preduzeću? ***

- Uglavnom visoka stručna sprema
- Visoka i viša stručna sprema
- Srednja i niža stručna sprema

Inovativnost

8. **Da li je inovativnost sadržana u strategiji razvoja Vašeg preduzeća? ***

- Postoji zasebna strategija razvoja inovativnosti
- Strategija razvoja inovacija je integrisani dio strategije poslovanja
- Ne postoji zasebna strategija razvoja inovativnosti ali postoji strategija razvoja poslovanja
- Ne postoji nijedna strategija

9. **Ocijenite zainteresovanost zaposlenih za istraživačko-razvojne aktivnosti i inovacije u Vašem preduzeću ***
- Vrlo velika zainteresovanost
 - Velika zainteresovanost
 - Srednja zainteresovanost
 - Niska zainteresovanost
 - Nezainteresovanost
10. **Da li menadžment preduzeća podržava inovativnost zaposlenih? ***
- Vrlo velika podrška
 - Velika podrška
 - Srednja podrška
 - Mala podrška
 - Nema podrške
11. **Da li društvene institucije zakonskom regulativom podržavaju razvoj inovativnosti u Vašem ekonomskom okruženju? ***
- Vrlo velika podrška
 - Velika podrška
 - Srednja podrška
 - Mala podrška
 - Nema podrške
12. **Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Vašem preduzeću u proteklom periodu? ***
- Vrlo značajna izdvajanja
 - Umjerena izdvajanja
 - Srednja izdvajanja
 - Mala izdvajanja
 - Nema izdvajanja
13. **Da li opstanak i uspjeh Vašeg preduzeća zavisi od primjene inovativnosti? ***
- Veoma zavisi
 - Zavisi umjereno
 - Neutralno
 - Malo zavisi
 - Ne zavisi
14. **Ocijenite u kojoj mjeri su dosadašnje odluke menadžmenta Vašeg preduzeća bile rizične: ***
- Veoma velik rizik
 - Umjeren rizik
 - Neutralno
 - Mali rizik
 - Nema rizika

15. **Da li je u Vašem preduzeću bilo promjena u organizacionoj strukturi ili redizajniranja poslovnih procesa? ***

- Veoma velike promjene
- Velike promjene
- Umjerene promjene
- Male promjene
- Nije bilo promjena

16. **Da li je bilo investicija u Vašem preduzeću u bližem proteklom periodu? ***

- Veoma velike investicije
- Velike investicije
- Srednje investicije
- Male investicije
- Nije bilo investicija

17. **U razvoju inovativnih ideja u vašem preduzeću najviše udjela su imali zaposleni? ***

- Visoke stručne spreme
- Visoke i više stručne spreme
- Srednje i niže stručne spreme
- Nije bilo inovativnih ideja

18. **Primjena inovativnosti u Vašem preduzeću vezana je za: ***

- Novi proizvod ili usluga
- Unapređenje postojećeg proizvoda ili usluge
- Unapređenje tehnološkog procesa proizvodnje
- Poboljšanje marketinga
- Poboljšanje organizacije i menadžment-kontrole
- Ostalo
- Nije bilo inovativnosti

19. **Ocijenite uspješnost (ostvarena dobit) Vašeg preduzeća u posljednjoj godini (izvještanom periodu): ***

- Veoma uspješno
- Uspješno
- Neutralno
- Malo uspješno
- Neuspješno

20. **Ocijenite menadžment Vašeg preduzeća u pogledu preduzetničke kulture: ***

- Veoma preduzimljiv i inovativan
- Preduzetan
- Neutralan
- Malo preduzetan
- Nema preduzetnosti

21. **Hvala Vam što ste odvojili vrijeme za popunjavanje ovog upitnika. Ako želite dobiti sažetak rezultata istraživanja, molimo Vas da unesete sljedeće kontakt podatke:**

Naziv preduzeća:	<input type="text"/>
Telefon:	<input type="text"/>
Email:	<input type="text"/>

Završili ste anketu. Velika Vam hvala na izdvojenom vremenu.

Sada možete zatvoriti ovu stranicu.

Prilog 3. Izvorni rezultati sa stranice eSurvey Creator

1 . Vrsta djelatnosti vašeg preduzeća

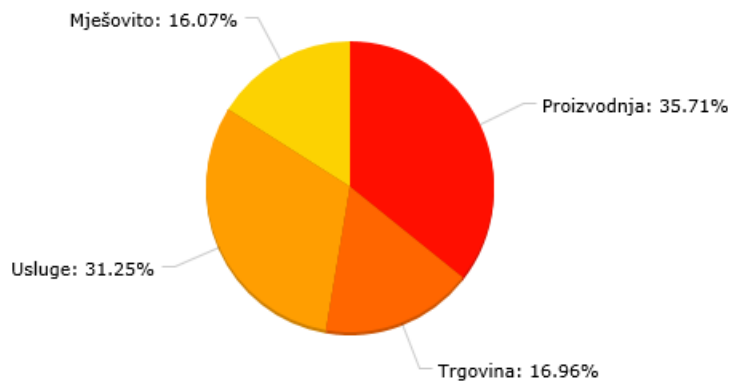
NUMBER OF PARTICIPANTS: 112

40 (35.7%): proizvodnja

19 (17.0%): trgovina

35 (31.3%): usluge

18 (16.1%): mješovito



2. Broj zaposlenih u vašem preduzeću

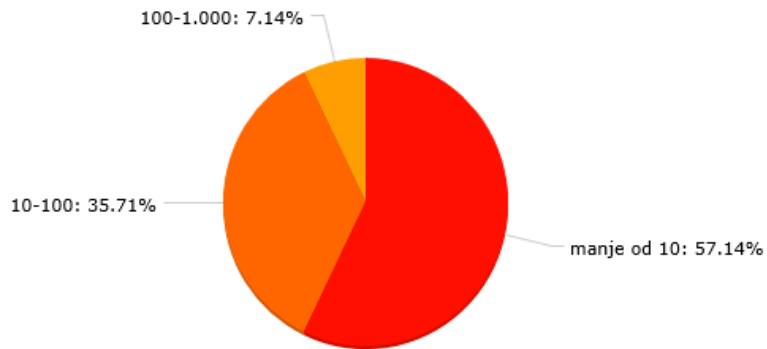
Number of participants: 112

64 (57.1%): manje od 10

40 (35.7%): 10-100

8 (7.1%): 100-1.000

- (0.0%): preko 1.000



3. Od kada datira preduzeće

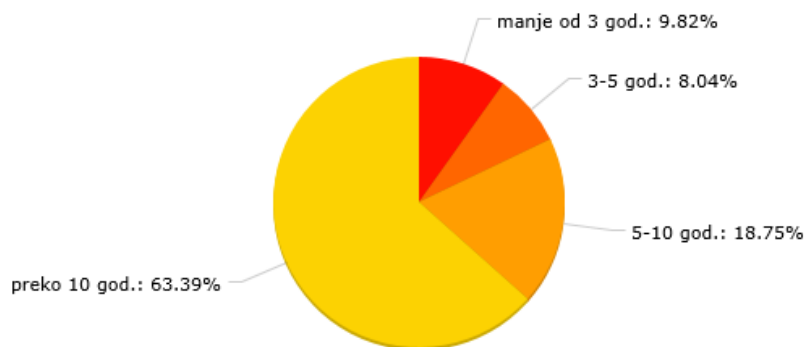
Number of participants: 112

11 (9.8%): manje od 3 god.

9 (8.0%): 3-5 god.

21 (18.8%): 5-10 god.

71 (63.4%): preko 10 god.



4. Vlasnička struktura privrednog subjekta:

Number of participants: 112

- (0.0%): Državno preduzeće

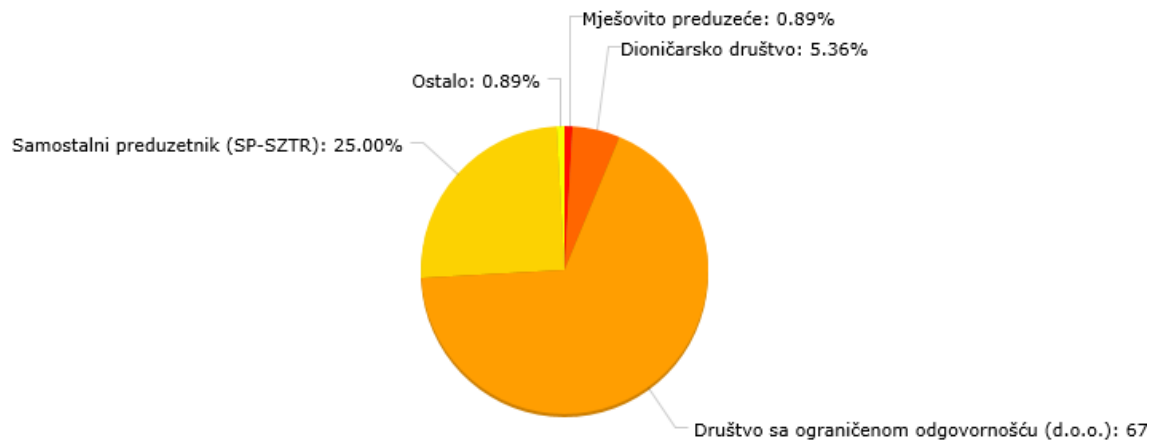
1 (0.9%): Mješovito preduzeće

6 (5.4%): Dioničarsko društvo

76 (67.9%): Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.)

28 (25.0%): Samostalni preduzetnik (SP-SZTR)

1 (0.9%): Ostalo



5. Na koji način je nastalo preduzeće?

Number of participants: 112

102 (91.1%): Osnivanjem

5 (4.5%): Privatizacijom

2 (1.8%): Djelimičnom privatizacijom

2 (1.8%): Udruživanjem (merger)

1 (0.9%): Sticanjem (akvizicija)

- (0.0%): Ostalo



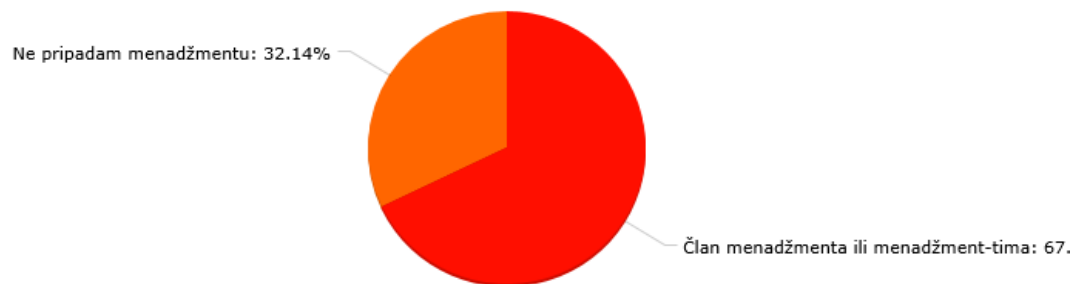
6. Kojem nivou menadžmenta pripadate?

Number of participants: 112

Number of participants: 112

76 (67.9%): Član menadžmenta ili menadžment-tima

36 (32.1%): Ne pripadam menadžmentu



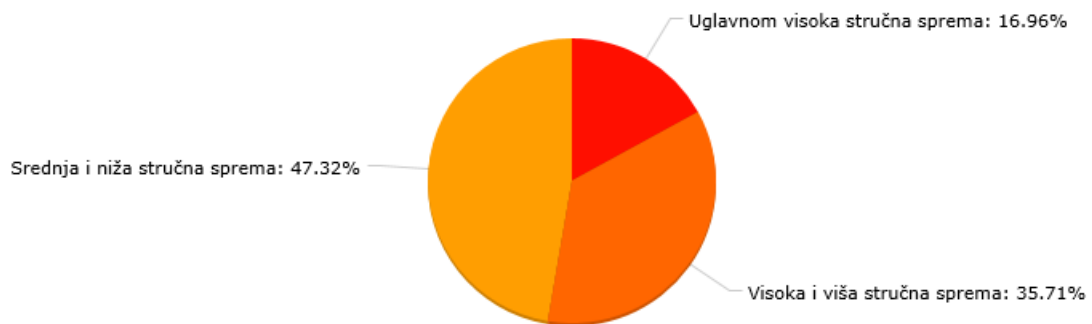
**7. Nivo obrazovanja većine zaposlenih u
Vašem preduzeću?**

Number of participants: 112

19 (17.0%): Uglavnom visoka stručna sprema

40 (35.7%): Visoka i viša stručna sprema

53 (47.3%): Srednja i niža stručna sprema



8. Da li je inovativnost sadržana u strategiji razvoja Vašeg preduzeća?

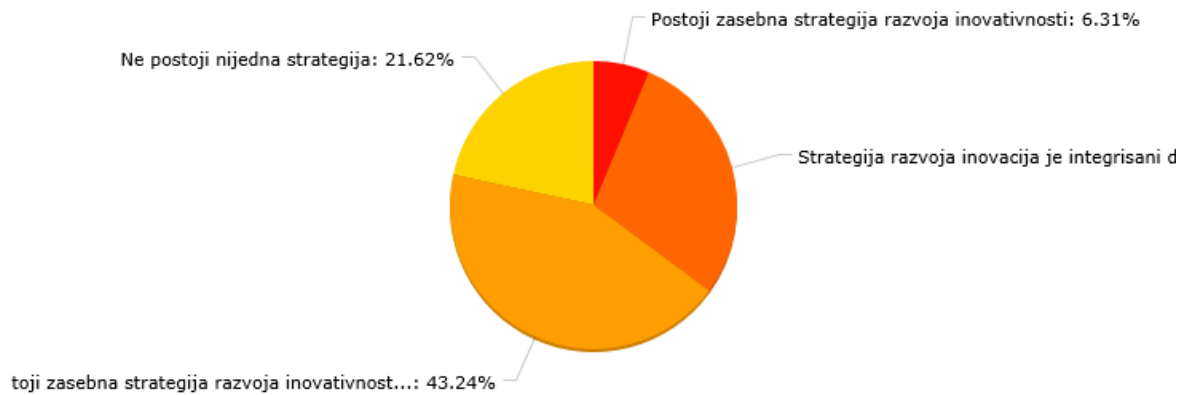
Number of participants: 111

7 (6.3%): Postoji zasebna strategija razvoja inovativnosti

32 (28.8%): Strategija razvoja inovacija je integrisani dio strategije poslovanja

48 (43.2%): Ne postoji zasebna strategija razvoja inovativnosti ali postoji strategija razvoja poslovanja

24 (21.6%): Ne postoji nijedna strategija



9. Ocijenite zainteresovanost zaposlenih za istraživačko-razvojne aktivnosti i inovacije u Vašem preduzeću

Number of participants: 111

9 (8.1%): Vrlo velika zainteresovanost

24 (21.6%): Velika zainteresovanost

47 (42.3%): Srednja zainteresovanost

28 (25.2%): Niska zainteresovanost

3 (2.7%): Nezainteresovanost



10. Da li menadžment preduzeća podržava inovativnost zaposlenih?

Number of participants: 111

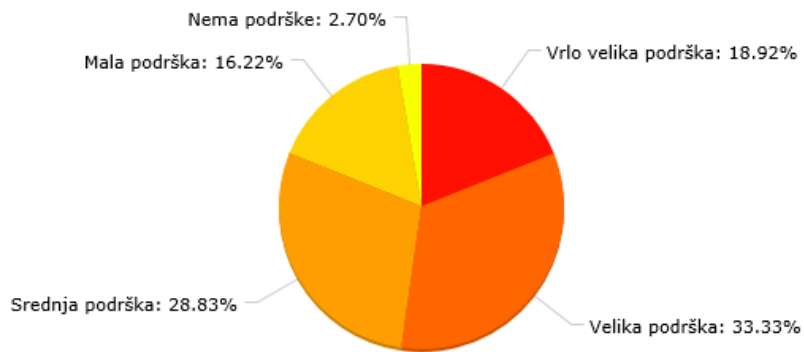
21 (18.9%): Vrlo velika podrška

37 (33.3%): Velika podrška

32 (28.8%): Srednja podrška

18 (16.2%): Mala podrška

3 (2.7%): Nema podrške



11. Da li društvene institucije zakonskom regulativom podržavaju razvoj inovativnosti u Vašem ekonomskom okruženju?

Number of participants: 111

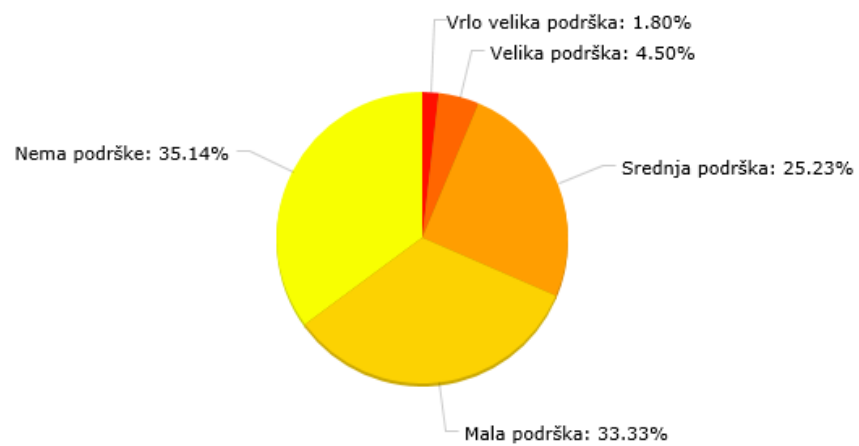
2 (1.8%): Vrlo velika podrška

5 (4.5%): Velika podrška

28 (25.2%): Srednja podrška

37 (33.3%): Mala podrška

39 (35.1%): Nema podrške



12. Izdvajanja za podsticanje inovativnosti u Vašem preduzeću u proteklom periodu?

Number of participants: 111

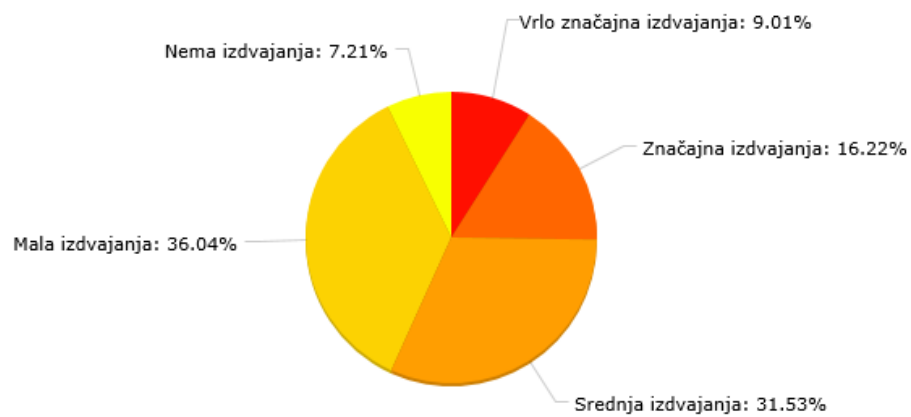
10 (9.0%): Vrlo značajna izdvajanja

18 (16.2%): Značajna izdvajanja

35 (31.5%): Srednja izdvajanja

40 (36.0%): Mala izdvajanja

8 (7.2%): Nema izdvajanja



13. Da li opstanak i uspjeh Vašeg preduzeća zavisi od primjene inovativnosti?

Number of participants: 111

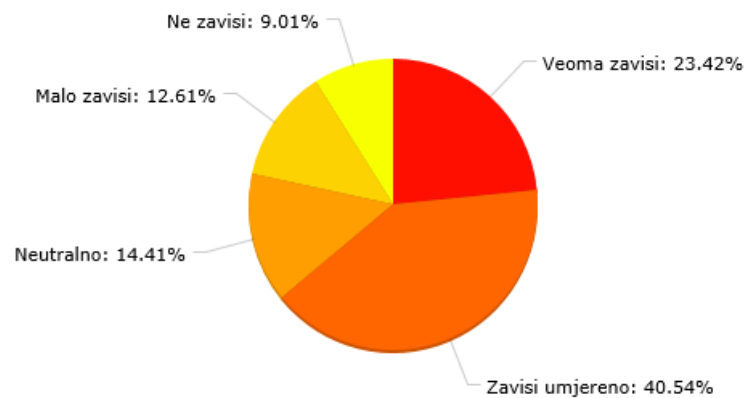
26 (23.4%): Veoma zavisi

45 (40.5%): Zavisi umjereno

16 (14.4%): Neutralno

14 (12.6%): Malo zavisi

10 (9.0%): Ne zavisi



14. Ocijenite u kojoj mjeri su dosadašnje odluke menadžmenta Vašeg preduzeća bile rizične:

Number of participants: 111

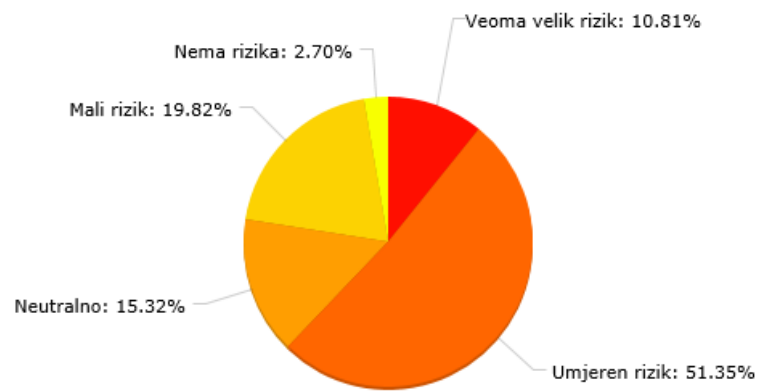
12 (10.8%): Veoma velik rizik

57 (51.4%): Umjeren rizik

17 (15.3%): Neutralno

22 (19.8%): Mali rizik

3 (2.7%): Nema rizika



15. Da li je u Vašem preduzeću bilo promjena u organizacionoj strukturi ili redizajniranja poslovnih procesa?

Number of participants: 111

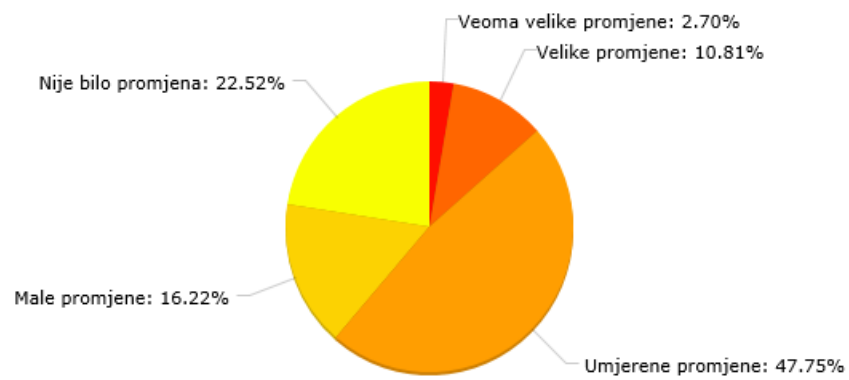
3 (2.7%): Veoma velike promjene

12 (10.8%): Velike promjene

53 (47.7%): Umjerene promjene

18 (16.2%): Male promjene

25 (22.5%): Nije bilo promjena



16. Da li je bilo investicija u Vašem preduzeću u bližem proteklom periodu?

Number of participants: 111

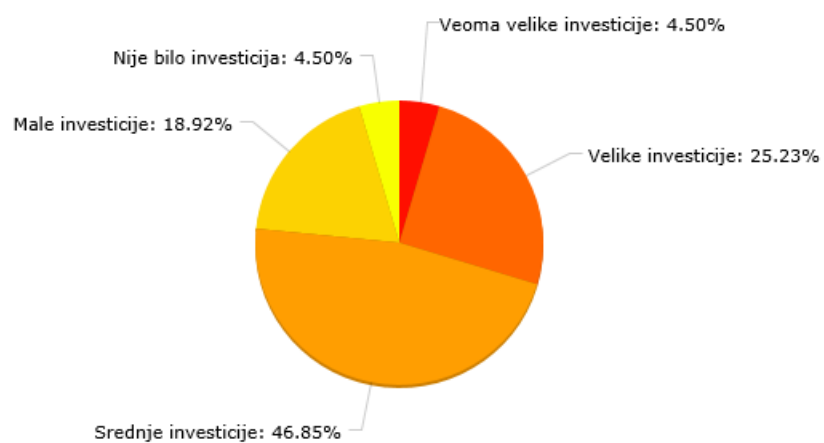
5 (4.5%): Veoma velike investicije

28 (25.2%): Velike investicije

52 (46.8%): Srednje investicije

21 (18.9%): Male investicije

5 (4.5%): Nije bilo investicija



17. U razvoju inovativnih ideja u vašem preduzeću najviše udjela su imali zaposleni?

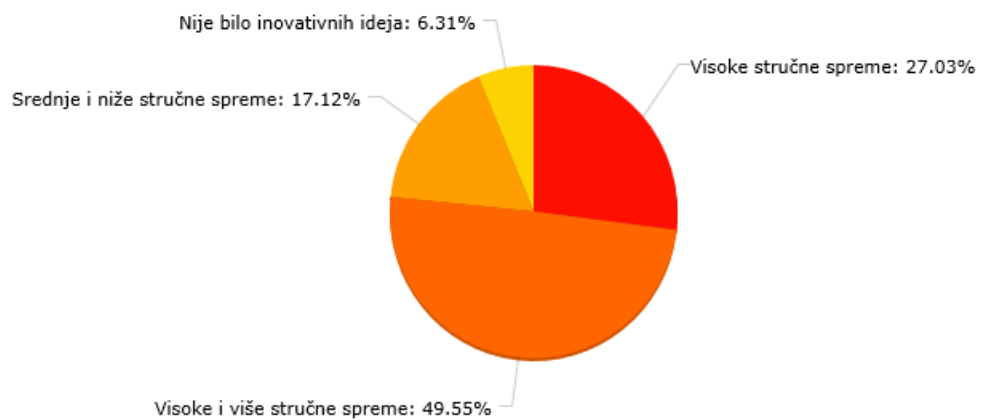
Number of participants: 111

30 (27.0%): Visoke stručne spreme

55 (49.5%): Visoke i više stručne spreme

19 (17.1%): Srednje i niže stručne spreme

7 (6.3%): Nije bilo inovativnih ideja



18. Primjena inovativnosti u Vašem preduzeću vezana je za:

Number of participants: 111

26 (23.4%): Novi proizvod ili usluga

46 (41.4%): Unapređenje postojećeg proizvoda ili usluge

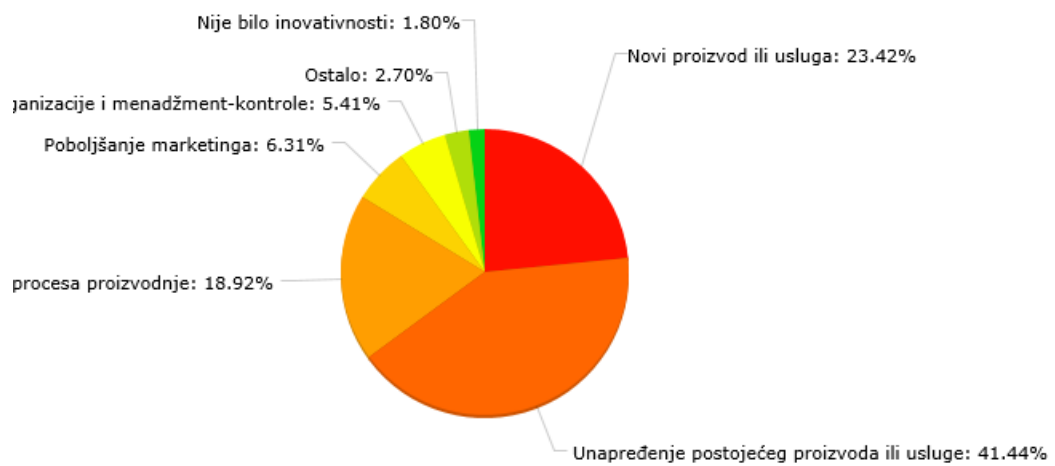
21 (18.9%): Unapređenje tehnološkog procesa proizvodnje

7 (6.3%): Poboljšanje marketinga

6 (5.4%): Poboljšanje organizacije i menadžment-kontrole

3 (2.7%): Ostalo

2 (1.8%): Nije bilo inovativnost



19. Ocijenite uspješnost (ostvarena dobit) Vašeg preduzeća u posljednjoj godini (izvještanom periodu):

Number of participants: 111

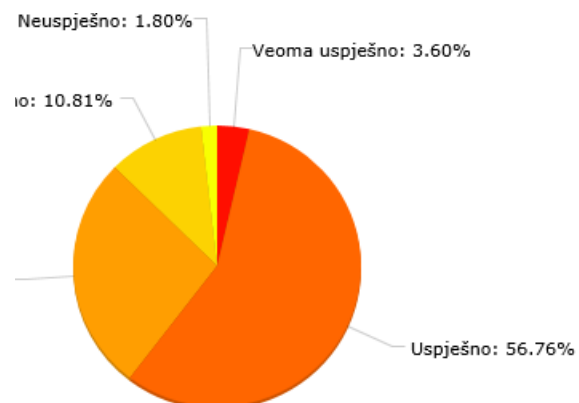
4 (3.6%): Veoma uspješno

63 (56.8%): Uspješno

30 (27.0%): Neutralno

12 (10.8%): Malo uspješno

2 (1.8%): Neuspješno



20. Ocijenite menadžment Vašeg preduzeća u pogledu preduzetničke kulture:

Number of participants: 111

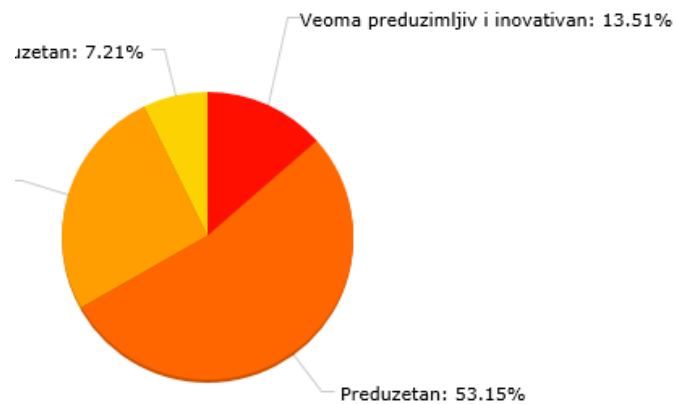
15 (13.5%): Veoma preduzimljiv i inovativan

59 (53.2%): Preduzetan

29 (26.1%): Neutralan

8 (7.2%): Malo preduzetan

- (0.0%): Nema preduzetnosti



Hvala Vam što ste odvojili vrijeme za popunjavanje ovog upitnika. Ako želite dobiti sažetak rezultata istraživanja, molimo Vas da unesete sljedeće kontakt podatke:

