



**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП**

**ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - ШТИП**

**МБА Менаџмент**

**Кристина Паскова**

**„ ИЗВОРИ НА ФИНАНСИРАЊЕ НА МАЛИОТ БИЗНИС СО ПОСЕБЕН ОСВРТ  
НА МАКЕДОНСКАТА ПРАКТИКА“**

**-МАГИСТЕРСКИ ТРУД-**



**Штип, мај 2016**



**UNIVERSITY OF „GOCE DELCEV“ – STIP**

**FACULTY OF ECONOMICS - STIP**

**MBA Management**

**Kristina Paskova**

**„SOURCES OF FUNDING FOR SMALL BUSINESSES WITH PARTICULAR  
REFERENCE TO THE MACEDONIAN PRACTICE“**

**-MASTER THESIS-**



**Stip, May 2016**

Комисија за оценка и одбрана:

Ментор: проф. д-р Ристо Фотов  
Редовен професор, Економски факултет  
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

Член: проф. д-р Трајко Мицески  
Редовен професор, Економски факултет  
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

Член: проф. д-р Оливера Трајковска Горгиева  
Редовен професор, Економски факултет  
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

## *Посвета*

*Со голема благодарност и почит овој труд го посветив на моите ќерки-близначки, Моника и Марија, мојот сопруг Лазе и моите родители, од кои добив голема поддршка, љубов и разбирање. Затоа велеам едно големо „БЛАГОДАРАМ“ за мојата фамилија, која е темел за изградбата на мојот успех!*

## **Извори на финансирање на малиот бизнис со посебен осврт на македонската практика**

### **Апстракт**

Развојот на малите претпријатија е еден од клучните елементи за постигнување забрзан економски раст и зголемување на вработеноста. Малите и средните претпријатија во развиените земји учествуваат со повеќе од 50% во вкупната вработеност и бруто домашниот производ. Кај земјите со ниски приходи процентот на регистрирани мали и средни претпријатија е значително помал, но доколку се додадат малите фирми од неформалниот сектор тогаш нивното учество во економијата е значителен, и е процентуално слично со развиените земји.

Со развојот на малите претпријатија се зајакнува конкурентноста и претприемништвото, а со тоа директно се влијае врз подобрувањето на продуктивноста, ефикасноста и иновативноста во економијата на една земја. За поттикнување на растот на малите и на големите претпријатија потребно е опкружување со развиен бизнис. Микроекономските политики постојано се насочени кон отстранување на пречките кои го попречуваат растот на малите и средните претпријатија.

Постојат бројни пречки што се занемаруваат, а со кои се среќаваат сопствениците на мали претпријатија. Најчесто тоа е недостигот на искуство, недостигот на пари, премногу вложен капитал во фиксни средства, погрешна локација и слично.

## **Sources of funding for small businesses with particular reference to the Macedonian practice**

### ***Abstract***

The development of small enterprises is one of the key elements for achieving rapid economic growth and employment. Small and medium enterprises in developed countries accounted for more than 50% of total employment and gross domestic product. In low-income countries the percentage of registered small and medium enterprises is significantly lower, but if we add small firms from the informal sector then their participation in the economy is significant, and percentages similar to developed countries.

With the development of small enterprises strengthen the competitiveness and entrepreneurship, thereby directly influence the improvement of productivity, efficiency and innovation in the economy of a country. To foster the growth of small and large companies is a developed business environment. Microeconomic policies have been consistently targeted at removing barriers that hinder the growth of small and medium enterprises.

There are numerous obstacles that are overlooked and are facing owners of small enterprises. Mostly it's The lack of experience, lack of money, too much capital invested in fixed assets, wrong location and etc.

## СОДРЖИНА

Вовед

1. Финансиите како деловна функција на претпријатијата .....
- 1.1. Одржување солвентност и ликвидност на претпријатието .....
2. Можни извори на почетно финансирање на малиот бизнис .....
- 2.1. Самофинансирање .....
- 2.2. Фамилија и пријатели .....
- 2.3. Бизнис ангели .....
- 2.4. Лизингот како извор за обезбедување на финансиски средства за малиот бизнис .....
- 2.4. Франшизингот – форма на поттикнување на развојот на малиот бизнис .....
- 2.5. Факторингот – форма на обезбедување финансии за малиот бизнис
- 2.6. Формални извори: банки, посебни шеми на инвестирање, држава, локална самоуправа и сл., друштва за вложување во акционерска главница и ризико вложувања .....
- 2.7. Неформални извори: неформален пазар на ризико капитал; корпоративни инвеститори (ризико капитал) .....
3. Поделба на изворите на финансирање во зависност од фазата на развој на малиот бизнис .....
- 3.1. Почетна фаза на финансирање со Seed и Start-up капитал .....
- 3.2. Капитал за финансирање на фазата на експанзија на малиот бизнис- втората фаза од развојот на малиот бизнис .....
- 3.3. Капитал за финансирање на третата фаза на малиот бизнис .....

3.4. Финансирање со т.н. bridge капитал .....	
4. Практиката и ефектите на финансирање на малиот бизнис во земјите од развиениот свет .....	
5. Практиката и ефектите на финансирање на малиот бизнис во земјите во транзиција .....	
6. Анализа на состојбата на финансирање на малиот бизнис во Република Македонија – детектирање на слабости и предности и сугерирање решенија .....	
6.1. Пристапот на малиот бизнис до поволни извори на финансирање во Република Македонија .....	
6.2. Најчести користени извори на финансиски средства од страна на малиот бизнис во Република Македонија .....	
Заклучок .....	
Користена литература .....	



## Вовед

За отпочнување мал бизнис, треба да се почне со проценување на добрите и лошите страни, за да може да се донесе мудра одлука. Ресурсите во овој дел се во суштина алатка за водење на процесот за донесување одлуки. Со започнувањето сопствен бизнис значи една идеја да ја претвораме во реалност.

Започнувањето сопствен бизнис може да биде возбудливо и исплатливо искуство кое нуди бројни можности за да може да се заработи со работа во која уживате. За да станете успешен претприемач треба да бидете мотивирани, да поседувате креативност и иновативност, целосно ориентирани кон работата, солидно планирање и многу макотрпна работа. Тоа исто така вклучува преземање ризици, бидејќи сите бизниси бараат некоја форма на финансиско инвестирање.

Бизнисите се изградени врз идеи. Првиот чекор којшто води кон започнување бизнис е да се излезе со оригинална идеја. Затоа, претприемачите мора да бидат отворени за креативно размислување. Отпочнувањето бизнис вклучува сестрано планирање, донесување клучни финансиски одлуки и завршување на серија правни активности. Овие лесни чекори може да ви помогнат да го планирате, подготвите и управувате вашиот бизнис.

Учеството на малите и средните бизниси во економскиот развој и стабилност на секоја држава во светот е општо прифатен факт од владите и институциите за економски развој. Во Европската унија 99% од сите претпријатија се мали и средни, а нивното значење за економскиот развој е големо. Иако имаат малку вработени, сепак тие се многу значајни за развој и одржливост на стопанството и економијата на една земја. Малите и средните претпријатија генерираат нови работни места осум пати повеќе во споредба со големите фирми и за помладите и за постарите генерации.

Во светот се смета дека развојот на малите и средните бизниси и поддршката на претприемништвото можат да бидат одличен амортизер во

услови на висока невработеност. Треба повеќе сериозно да се работи на програми што ќе бидат во насока на генерирање мали и средни претпријатија, бидејќи тие се основните двигатели на секоја економија.

Тешкотиите со кои се соочуваат малите претпријатија се последица на делувањето на законите и правилата кои се применуваат на локално или државно ниво. Поради тоа Комисијата во Европската унија ги поттикнува членките да идентификуваат и имплементираат иницијативи за подобрување на законската рамка за подобра бизнис клима кај ваквите претпријатија.

За да може да функционира бизнисот и да се планира раст на една компанија потребна е добра финансиска основа. При започнување на секој бизнис една од најважните работи е добро проектирање на финансиските показатели за полесно премостување на почетната фаза на бизнисот.

Најкористените извори за финансирање на малите бизниси се личните финансии на претприемачот, позајмените финансии од семејството и пријателите, таканаречените бесплатни финансии, затоа што немаат камата. Овде се вбројуваат и владини организации и институции за развој на малите бизниси, кои се формираат од страна на државата, со цел поттикнување и развојот на претприемништвото.

Банкарските кредити се краткорочни кредити кои се потребни за подобрување на финансирањето на бизнисот. Малите компании како правни лица многу потешко доаѓаат до вакви извори на финансирање.

Но, затоа претприемачот може да ја искористи можноста за добивање средства како физичко лице. Кредитните картички на претприемачот и членовите на семејството, претставуваат една поскапа алтернатива за кредитирање, но сепак има достапни средства во висина на лимитот на картичките.

Друг начин за започнување бизнис е здружување на средства со партнери. Доколку имате идеја која сметате дека може да биде успешен бизнис понудете ја на некои роднини и пријатели за да може заеднички да започнете бизнис.

Бизнис ангели (приватни инвеститори) се нарекуваат богатите поединци кои што можат и сакаат своите слободни парични средства да ги инвестираат

во претприемнички идеи преку т.н ризичен капитал. Најчесто станува збор за пензионирани менаџери или докажани менаџери кои што повеќе не се активни во бизнисот. Покрај нив, како бизнис-ангели се јавуваат и други богати поединци кои ги вложуваат своите пари наместо во банка или берза, се решаваат на поризична и евентуално попрофитабилна варијанта.

Штедилницата како начин на финансирање е слична со банкарските кредити. Генерално тоа се финансиски организации со својство на правно лице, кои обемот на своето работење го вршат во рамки и начин што го пропишува Народната банка, како главно финансиско тело.

Лизингот, кој денес е се попопуларен начин за финансирање на малите бизниси кај нас, претставува изнајмување опрема за работа за која на подолг рок се плаќа наемнина и одредена каматна стапка на компанијата која го нуди лизингот.

Ситуацијата се менува во последните години со појавувањето на банкарскиот пазар на бројни странски кредитни линии, наменети исклучиво за малите претпријатија поради што доаѓа до поголемо и полесно активирање на капиталот на претприемачите.

## **1. ФИНАНСИИТЕ КАКО ДЕЛОВНА ФУНКЦИЈА НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА**

Со анализата на активностите на едно претпријатие може да се откријат причините за неговата недоволна профитабилност и да се укаже на можноста за нејзино подобрување. При недоволна бизнис активност фиксните трошоци растат, и се доаѓа до намалување на добивката. Тоа значи дека за да се намалат трошоците потребно е зголемена активност која ќе биде на задоволително ниво. Таквата анализа на активностите треба да покаже кое ниво на активност е потребно за да се добијат профитабилни резултати на претпријатието.

Начинот на којшто еден менаџер управува со финансиите на малиот бизнис претставува значајна детерминанта која го одредува растот на малите претпријатија. Од големо значење за создавање точна слика за финансиската состојба на малиот бизнис на едно претпријатие е добивањето прегледни финансиски извештаи, односно извештаи од билансот на состојба, билансот на успех, извештајот за промените на капиталот и извештај за готовинските текови.

### **1.1. ОДРЖУВАЊЕ НА СОЛВЕНТНОСТ И ЛИКВИДНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО**

За да може едно претпријатие да ја врши својата дејност, потребно е да располага со одредени финансиски средства. Овие средства можат да се обезбедат од разни извори, но претпријатијата воглавно ги остваруваат со работењето од оперативните активности.

Под поимот финансирање се подразбира настојување на сопственикот да обезбеди доволно финансиски средства, кои се потребни за отпочнување и нормално одвивање на работата и подоцнежнo проширување на деловната активност на малиот бизнис.

Финансиските извештаи не можат да бидат основа за донесување оценки за тековната состојба и успехот на компанијата. За да се оцени финансиската состојба на компанијата потребно е да се пресметаат

финансиските показатели кои ги претставуваат односите меѓу одделни билансни позиции.

Колку едно претпријатие може да ги задоволи своите обврски на подолг рок покажува анализата на солвентноста.

Ликвидноста се дефинира како способност на тековно плаќање, односно редовно извршување на обврските. Врз основа на податоците од финансиските извештаи тешко е да се создаде потполна слика за ликвидноста на тековниот период, бидејќи почетните позиции на Билансот на состојбата постојано се менуваат.

Работен капитал претставува разлика меѓу тековната актива и тековната пасива од кој се добива информација за висината на капиталот кој стои на располагање за задоволување на тековните обврски. Добрата позиција на ликвидноста се потврдува во случај кога работниот капитал би бил еднаков на половината од тековната актива.

## 2. МОЖНИ ИЗВОРИ НА ПОЧЕТНО ФИНАНСИРАЊЕ НА МАЛИОТ БИЗНИС

При започнување на еден бизнис најважна работа во процесот на планирање е доброто проектирање на финансиските показатели за да може да се обезбеди опстојување во тешката почетна фаза на бизнисот.

Еден од главните фактори за раст и развој на малите претпријатија претставува финансирањето. Колку може претпријатието да ги задоволи потребите за капитал директно е условено од финансирањето. Финансиите се услов за основање и развој на малото претпријатие, со коишто може да се обезбеди и проширување на деловните активности, може да се поттикне развој на нови производи и услуги, како и инвестирање во машини, опрема и човечки ресурси. Директно се условени од можноста на претпријатието да ги задоволи потребите за капитал.<sup>1</sup>

Во почетните фази на растот на претпријатието малите бизниси најчесто се потпираат на сопствените извори на финансирање, додека во наредните фази потребно е да се обезбедат неопходни средства за инвестиции и развој на бизнисот, односно потребно е да се земат предвид и екстерните извори на финансирање.

За да се обезбедат неопходни средства за инвестиции и развој на бизнисот мора да се земат предвид и екстерните извори на финансирање. Претпријатијата кои се во почетната фаза од развојот, финансирањето од екстерни извори може да биде особено проблематично поради недостаток на историја во бизнисот.

---

<sup>1</sup> D.D. Eric, I.A.Beraha, S.O. Dzuricin, N.Dz.Кечман, B.B.Jakisic (2012): Finansiranje malih I srednih preduzeca u Srbiji, Beograd.

## **2.1 САМОФИНАНСИРАЊЕ**

Заштедените пари кои потенцијалниот инвеститор ги има во банка, штедилница, па и во „чорапи“, може веднаш да се употребат за финансирање на малиот бизнис. Ист е случајот и со наследените пари. Посебен вид заштеда претставува опремината која вработениот ја добива со отпуштање од работа при решавањето на проблемите на технолошкиот вишок или заминувањето во пензија.

Парите за започнување бизнис можат да се обезбедат од продажба на сопствен имот односно сопствени средства. При поседување финансиски средства може да се продадат на пазарот за капитал, да се заменат за пари кои потоа може да се употребат за деловни цели. Ако има материјални средства исто така може да се продадат и да се претворат во пари. Имено, секаков облик на средства има своја вредност кој може да се претвори во парична противвредност.

Во развиените земји во пракса се забележуваат примери каде што може да се продаде материјално средство кое што му е потребно за идното деловно работење, со услов истовремено да го земе под наем. На тој начин се доаѓа до потребните пари, но, престанува да биде сопственик на средството и станува само негов корисник.

Ако заштедените пари и парите обезбедени од продажбата на средства се доволни за започнување бизнис, може да се основа и регистрира мало претпријатие без притоа да се води грижа за отплата на кредитите или поделба на остварената добивка со вложувачите.

## **2.2. ФАМИЛИЈА И ПРИЈАТЕЛИ**

Фамилијата и пријателите можат да бидат значаен извор за обезбедување на потребните средства, било во форма на долг или инвестиција. Притоа посебно треба да се инсистира на елиминирање на секакви нејасни работи околу отплатата на заемот, временскиот период на отплата на заемот, начинот на отплата како и висината на каматната стапка.

Кога пријателите и роднините ќе станат инвеститори на бизнисот, потребно е прецизно дефинирање на нивното учество, дали постои можност подоцна да се откупи нивното учество во капиталот и профитот на фирмата, како ќе се подели профитот и слично.

Друг начин за започнување бизнис е здружување на средствата со партнери. Доколку имате идеја која сметате дека може да биде успешен бизнис понудете ја на некои роднини и пријатели за да може заеднички да започнете бизнис.

Ако пријателите и роднините не сакаат трајно да ги вложат парите како партнерски или деловен влог, тогаш од нив може да се позајмат пари под одредени услови на одреден рок. Таквите позајмени пари мора да се регулираат со посебен кредитен договор кој ќе ги содржи сите главни делови за враќање на главницата и плаќање на каматата.

### **2.3. БИЗНИС-АНГЕЛИ**

Во почетната фаза на развојот на малиот бизнис како извор на финансирање можат да бидат доминантни бизнис-ангелите кои всушност претставуваат луѓе кои имаат вишок неискористени средства, односно луѓе кои имаат заработени средства од други бизниси. Бизнис-ангелите имаат претприемничко искуство, менаџерски вештини кои се подготвени да инвестираат во растот и развојот на атрактивни бизниси, а за возврат добиваат дел од зработката или удел во претпријатието.

Бизнис-ангелите како поединци обезбедуваат добри бизнис идеи, ги финансираат за да ја реализираат својата бизнис идеја, со намера подоцна да остварат свој профит. Тие секогаш се подготвени да вложат многу, а очекуваат уште повеќе да им се врати во вид на профит. Долгата историја зборува дека во изминатите години, во голем дел од почетните бизниси за отворање мали и средни претпријатија бизнис-ангелите вложиле многу повеќе во нови бизниси отколку во старите.



Во Европа, бизнис-ангелите инвестираат помеѓу 10 и 20 милиони евра годишно. Тоа се успешни претприемачи во речиси сите области на делување. Меѓу нив има и добри менаџери и лица со специјални познавања од одредена област коишто може да помогнат при пронаоѓањето нови клиенти.

Бизнис-ангелите најчесто се докажани претприемачи. Тоа се лица кои се долго време на раководни позиции или сопственици на успешни компании, кои сакаат да го инвестираат својот капитал во бизниси, што според нив можат да донесат брзо враќање на парите и сериозна заработувачка.

Бизнис-ангелите некогаш финансираат идеи дури и кога постои ризик да останат без своите пари. Вакви ангели се и луѓето кои сакаат деловно да се активираат, а мотивите за овој вид вложување понекогаш се психолошки, што значи дека и пензионерите можат преку ваков вид вложувања да ја продолжат работната активност и да докажат дека и натаму се способни за успешни и деловни иницијативи.

Колку во САД постои традиција за ваквото вложување покажува примерот со компанијата Форд. Во 1903 година петмина инвеститори вложиле во оваа компанија по 40.000 долари, за по 16 години да остварат профит од 145 милиони долари.

Тие најчесто инвестираат поради желбата нивниот капитал да ја задржи својата вредност или поради љубов кон одредено место или личност. Нивниот основен мотив не е профитот па затоа тие даваат финансиски средства по поволни услови.

Бизнис-ангелите, покрај тоа што нудат финансиска помош, исто така даваат и менаџерски совети како и помош при воспоставувањето деловни контакти со бизнис партнерите. Малите и средните претпријатија, коишто сакаат да ги користат бизнис-ангелите како извор за финансирањето на своите инвестициски потфати, треба добро да ги познаваат критериумите што тие ги бараат и се пресудни за донесувањето одлука за финансирање на одделна инвестициската активност. Малите и средните претпријатија што никој не ги познава имаат мали можности да дојдат до бизнис-ангелите, па затоа претприемачите треба претходно да создадат мрежа од пријателства во

бизнис окружувањето, да остваруваат контакти со повеќе лица за да можат да дојдат до бизнис-ангелите. Пред сè, бизнис-ангелите бараат сериозни, доверливи претприемачи кои сè што имаат го вложиле во бизнисот.<sup>2</sup>

Бизнис-ангелите не се наивни луѓе кои залудно ќе ги вложат своите пари, туку тие ќе инвестираат во бизнисот доколку сметаат дека од тој бизнис ќе остварат профит. Еден успешно реализиран проект може да привлече реализирање и на други проекти со ваков вид финансирање.

Ваквите финансирања од типот на бизнис-ангели се соодветни за стартап бизниси или пак бизниси кои се наоѓаат во својата рана фаза од животниот циклус и немаат соодветни приходи за да го финансираат сопствениот развој.

Овие финансиски средства можат да бидат корисни како за поединецот така и за развојот на целиот регион каде што живее. Затоа е потребно на толку моќните поединци да им се понудат добри услови за вложување за да се привлечат да ги инвестираат средствата во регионален развој, а со тоа и самите да заработат или да ги задоволат своите потреби на општо задоволство.

Бизнис-ангелите се многу популарни во развиените земји, особено во САД. Како мерки кои би можело да се преземат за интензивирање и поттикнување на бизнис-ангелите во Република Македонија би можело да бидат:

1. Националната и локалната власт треба да формираат мрежа на национално и локално ниво на бизнис-ангели кои ќе бидат подготвени да инвестираат во нови бизнис потфати.
2. Универзитетите се места каде најмногу може да се поттикнува претприемничкиот дух и од каде можат да излезат голем број претприемачи, да воспостават и одржуваат контакти со можните бизнис-

---

<sup>2</sup> Bussines Angel Investing Groups Gerowing in North America, Ewine Marion, October 2002.

ангели и да функционираат како врска помеѓу студентите (идните претприемачи) и бизнис-ангелите како инвеститори.

3. Бизнис инкубаторите како места каде што се раѓаат нови бизниси да воспоставуваат и одржуваат контакти со бизнис-ангелите и воедно да претставуваат врска помеѓу претприемачите и бизнис-ангелите.
4. Стопанските комори треба да воспоставуваат и да одржуваат контакти со бизнис-ангелите, а истовремено да претставуваат врска меѓу претприемачите и бизнис-ангелите. Така, можат да се формираат заеднички контакт центри и канцеларии во коишто идните инвеститори би можеле да добијат информации за секој регион, идеја, проект.

Со интензивирање и активно учествување на бизнис-ангелите во Република Македонија ќе се зголеми достапноста на финансиските средства за нови бизниси, а тоа ќе овозможи создавање нови работни места.

Во Македонија првата официјална мрежа на бизнис-ангели е формирана во март 2011 година, како активност на Центарот за иновации- Македонија, формирана од страна на УСАИД, Македонија.

Првата официјална мрежа на бизнис-ангели во Македонија се стреми кон:

1. Здружување на деловните луѓе во Македонија и поврзување со најдобрите можности за инвестирање во млади компании;
2. Градење култура за вложување во бизниси, преку креирање на повеќе извори на финансии за млади компании.

Јасна визија на I2BAN е да биде водечка мрежа на бизнис-ангели, клуб на инвеститори и платформа за инвестирање во бизниси кои се во почетна фаза, за иновативни старт-ап компании. Мисијата на I2BAN е да биде лидерска платформа за инвестирање во млади компании во Македонија.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> [www.i2b.org.mk](http://www.i2b.org.mk)

Процесот на донесување инвестициска одлука од страна на бизнис-ангелите вклучува неколку фази и тоа:<sup>4</sup>

Прва фаза - разгледување на можностите за инвестирање и барање атрактивни претприемнички идеи;

Втора фаза - евалуација на идејата и потенцијална зделка;

Трета фаза - преговарање и склучување договор т.е. утврдување на условите за инвестирање;

Четврта фаза - пост инвестициско инволвирање на бизнис-ангелот;

Петта фаза - излез од бизнисот и излезна стратегија.

Една од главните предности на бизнис-ангелите како форма на финансирање на бизнисите е тоа што многу често потенцијалните инвеститори сакаат да ја сочуваат својата приватност и информацијата за тоа со колкав капитал располагаат, а не се ни подготвени да трошат многу време барајќи соодветен проект во кој би вложиле. Мрежата на деловните ангели им овозможува тајност и широк избор на можни проекти.



---

<sup>4</sup> <http://macedonia.usaid.gov/Documents/PressReleases/mk>

## 2.4. ЛИЗИНГОТ КАКО ИЗВОР НА ОБЕЗБЕДУВАЊЕ ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА ЗА МАЛИОТ БИЗНИС

Лизинг (*Leasing*) претставува трговска и финансиска дејност преку која трговските субјекти, се обидуваат да добијат под наем инвестициски средства и опрема за определено време и за одреден надоместок. Лизингот во неговиот наједноставен облик претставува инструмент со кој може да се обезбедат финансиски средства, а пошироко се дефинира како спогодба меѓу две страни, каде што едната страна (давателот на лизинг) дава на користење некое средство на другата страна (корисник на лизингот) за одреден временски период и за однапред одреден износ.<sup>5</sup>

Содржината на лизингот произлегува од планот за профитабилна експлоатација на едно инвестирано средство проследено со флексибилно плаќање што ќе овозможи инвестирање без дополнително ангажирање на елементарен капитал, ефикасно работење и најголемо искористување на средствата. Во денешно време лизингот претставува конвенционален начин за долгорочно финансирање на компаниите во развиените земји.<sup>6</sup>

Посебно кај малите претпријатија лизингот е суштествен извор на финансирање кои немаат голем кредитен волумен, бидејќи претставува економско успешен метод за набавка на основни средства.

Лизингот може да се дефинира како писмен договор помеѓу двете страни: лизинг компанијата и корисникот на опрема. Во оваа трансакција, давателот купува опрема од добавувачите и ја дава на користење на примателот на лизингот на одреден временски период, а закупаецот е должен да врши периодични плаќања во согласност со условите утврдени во договорот.

Основниот принцип на лизингот е дека давателот на лизингот ја задржува правната сопственост над средството, а закупаецот се стекнува само со економска сопственост.

---

<sup>5</sup> Fletcher, M.; Freeman, R.; Sultanov, M. and Umarov, U., "Leasing in development - Guidelines for emerging economies", IFC, 2005

<sup>6</sup> Арсов, С., "Финансиски менаџмент", Економски факултет - Скопје, Скопје, 2008, стр. 183-184

Предмет на лизинг договорот е договорно пренесување на правото на користење современа опрема, но не и пренос на правото на сопственост. Најголемата застапеност е на скапата опрема која во технолошка смисла брзо застарува и која бара големи инвестиции (компјутери, електронски уреди и слично), односно предмети што можат, и по замената со посовремени, да се пласираат на други компании. Од суштинско значење е корисниот век на опремата односно периодот на амортизација треба да биде подолг од времетраењето на договорот. Најчесто се мисли на технолошката застареност.

При склучувањето на договорот за лизинг важно е детално да се проучи наведената содржина на договорот, која треба да биде прецизна, јасна и недвосмислена. Доколку има нејаснотии, потребно е да се побара од давателот на лизингот дополнителни објаснувања во врска со одредбите кои не се целосно разбирливи.

Договорот за лизинг мора да ги содржи следниве елементи: прецизна дефиниција на предметот на лизинг, висината на надоместокот што треба да се плати од страна на корисникот, износот на поединечните рати, нивниот број и рок на исплата, како и датумите на кои е склучен договорот. Исто така, може да содржи и други елементи: местото, времето и начинот на доставување лизинг, сопственост на изнајмен објект, која страна е должна да обезбеди осигурување на средството на лизинг и од кои ризици треба да се осигура, начинот на раскинување на договорот, опцијата за купување или продолжување на договорот, трошоците за превоз, неговата монтажа, демонтажа и тековно одржување, резервни делови, сервис, технички и технолошки напредок, обука на персоналот за користење на средството кое е на лизинг и други елементи на кои договорните страни постигнат договор. Со цел договорот да биде валиден, мора да биде склучен во писмена форма и да трае помалку од две години.

1. Sprema перформансите на предметот на лизинг се разликуваат:

- лизинг на потрошни добра,
- инвестициски лизинг,

- лизинг на подвижни и недвижни работи,
- лизинг на веќе употребени работи.<sup>7</sup>

2. Спрема должината на траење на договорот се разликуваат :

- оперативен (краткорочен) лизинг,
- финансиски (долгорочен) лизинг.<sup>8</sup>

**Лизингот има повеќе предности, а тоа се:**

- брз и едноставен протокол,
- адаптирачки услови на потврдување,
- без хипотека,
- штедење на обртни средства,
- прецизно планиран трошок.

Со лизингот се одбегнуваат тешкотиите при повторно продавање на опремата во која се инвестирани пари, а за тоа може да се погрижи давателот на лизинг.<sup>9</sup>

**Слаби страни на лизингот се:**

- Лизингот како финансиска алатка е поскапа од банкарскиот кредит, односно ратата за лизинг, поради големиот ризик, е обично поскапа од ратата за отплата на кредит од банка. Ако се направи пресметка на вкупниот износ на лизинг ратите, и крајното плаќање на крајот од договорот за да се купи лизинг предметот ќе се утврди дека тој збир е поголем од набавната вредност на предметот и трошоците за тековно и инвестициско одржување, осигурителната премија и слично.

---

<sup>7</sup> <https://mk.wikipedia.org>

<sup>8</sup> <https://mk.wikipedia.org>

<sup>9</sup> <https://mk.wikipedia.org>

- Тешко се обезбедува гаранција или друго обезбедување, споредбено со банкарски кредит за кој најчесто се даваат хипотеки како гарантирачко средство за отплата на кредитот.
- Непостоење на паритет на договорните страни, се наметнува желбата на посилната договорна страна.
- Нефлексибилност на веќе склучен договор за лизинг во поглед на важечкиот рок, висина на надоместок, период на плаќање, можност за предвременно прекинување на договор. Во нашиот Закон за лизинг се предвидува, дека, со приемот на предметот на лизинг, за корисникот обврската за плаќање на надомест за користење на предметот на лизинг станува апсолутна и неотповиклива.<sup>10</sup>

Финансискиот лизинг е договор за лизинг меѓу давател на лизинг и корисник на лизинг, каде што корисникот на лизинг го определува предметот на лизинг (опрема, недвижности, возило) што е купен од страна на давателот на лизинг и му се дава на корисникот на лизинг за договорен временски период и со однапред утврдени услови, во согласност со договорот за лизинг склучен помеѓу давателот и корисникот на лизинг.

Според македонскиот Закон за лизинг, важноста на договорот за финансиски лизинг за движни предмети е најмалку една година, додека за недвижни предмети изнесува најмалку две години.

Перформанси на финансискиот лизинг се:

- Договорот за лизинг најчесто не содржи услуги;
- Лизинг предметот е во сопственост на лизинг друштвото и договорот временски го покрива периодот на амортизација на лизинг предметот;
- Давателот на лизинг потполно е исплатен за неговите капитални и останати трошоци со кои се соочува за времетраењето на договорот;
- Инвестицискиот ризик го поднесува единствено корисникот на лизинг;

<sup>10</sup> <https://mk.wikipedia.org>



- По истекување на периодот, договорот завршува со пренесување на сопственоста врз предметот на корисникот на лизинг.

Оперативниот лизинг е фронтална, директна двострана релација помеѓу давателот и корисникот на лизинг. Негови суштествени карактеристики се:

- Давателот на лизинг ја има економската сопственост кој има обврска за осигурувањето, сервисирањето и одржувањето на опремата што е предмет на лизинг.
- Целта на лизингот е користење на предметот на лизинг за некоја повремена потреба и затоа најчесто е на краток рок. Времетраењето на договорот е пократко од економскиот век на средството, што му дава можност на закуподавачот повторно да го најми на некој друг или да го продаде како половно.
- Сегашната вредност на вкупните рати е значително помала од вкупната вредност на средството.
- Договорот може да се прекрати и пред истекот на рокот, со што се дава поголема еластичност на корисникот на лизингот, а истовремено е поголем ризикот за закуподавачот.

Лизингот се темели на претпоставката дека профит се добива со ставањето во употреба на средството, а не со сопственоста над тоа средство. Со одобрување на лизингот акцент се става повеќе на способноста за постоење доволно приливи со кои ќе можат да се сервисираат обврските за лизингот.

Ова е голем приоритет за малите нови бизниси што немаат кредитна историја и немаат основни средства. Затоа, лизингот претставува соодветно решение за малите компании за да можат да ги реализираат своите инвестициски проекти, особено ако се земат предвид следниве предности:

- Нема обезбедување односно хипотека на опрема или објекти, што ги отстранува трошоците на малите фирми кои ги имаат при користењето на банкарските кредити;

- Заштедување обртен капитал со што може да се овозможи поголема ликвидност на претпријатијата;
- Регулаторната рамка дозволува флексибилност на договорните одредби;
- Поволна даночна политика што овозможува кај финансискиот лизинг да се прикаже ратата за лизинг како трошок во билансот на успех и тоа делумно како амортизација, а делумно како трошок на финансирање, што ја намалува даночната основа. Кај оперативниот лизинг ратата во целост се третира како трошок, што ја намалува основата за оданочување.
- Едноставна и кратка процедура за одобрување, што опфаќа минимална потребна документација и анализа на готовинскиот тек на претпријатието по набавката на средството и можност за донесување одлука и за еден ден.
- Со склучувањето на договорот за лизинг не се товари кредитната рамка кај банката. Тоа значи дека нема намалување на кредитната способност.<sup>11</sup>

Лизингот е особено привлечен за малите и средните компании, бидејќи им осигурува можност за финансирање и на 100% од вредноста на средството, без да имаат потреба од дополнителна гаранција. Затоа лизингот е одлична алатка за малите и средните претпријатија со висок потенцијал за пораст на почетните бизниси.

---

<sup>11</sup> European Central Bank, "Survey on the access to finance of SMEs in the Euro area from October 2011 to March 2012", 2012.

## 2.5 ФРАНШИЗИНГОТ – ФОРМА НА ПОТТИКНУВАЊЕ НА РАЗВОЈОТ НА МАЛИОТ БИЗНИС

Франшизингот претставува реномиран начин за отпочнување бизнис, бидејќи препорачува поголема сигурност во работењето. Кога се купува франшиза, се постанува дел од една голема организација со сите привилегии што одат со неа. Успехот на франшизингот се состои од одржување постојан однос помеѓу продавачот и купувачот. Купувачот на франшизата прифаќа да применува строго определени стандарди на операциите дадени од продавачот, а продавачот за тоа ќе добие определен процент од продажбата на производот или услугата и со тоа го проширува својот бизнис и на локално и на глобално ниво.<sup>12</sup>

Франшизингот претставува континуирано сродство помеѓу продавачот на франшизата (франшизерот) и купувачот на франшизата (франшизистот), во кое што целокупното знаење, производните и пазарните техники на продавачот на франшизата се расположливи за користење на купувачот на франшизата, во замена за одреден процент од остварената продажба.

Франшизата е деловна врска помеѓу два субјекта кои остануваат правно независни. Практично, со неа се врши трансфер на технологијата на работењето, а знаењето може да се пренесе усно, со консултации и преку обука. Бизнис форматот на франшизингот, не само што го дава правото на купувачот на франшизата да го користи брендот на франшизерот и да ги продава неговите производи и услуги туку го пренесува и целосниот начин на водење на бизнисот, кој е воспоставен од страната на франшизерот. Поради тоа бизнис формата на франшизинг е најуспешен метод на дистрибуирање добра и услуги во економската историја на нашата планета.

Франшизингот како бизнис-модел е повеќе популарен во државите во транзиција, чиишто економии се во развој. И двете страни имаат бенефит во смисла на проширување на бизнисот без никакво вложување за давателот на франшизингот и речиси сигурен бизнис за корисникот на франшизата.

---

<sup>12</sup> William A. Sahlmon, Howard H. Stevenson, "The Entrepreneurial Venture", Harvard Business School Publication, Boston, 1992

Франшизингот претставува типична трговска работа бидејќи секое производство и продажба се поврзани со финансирањето. Франшизинг аранжманите се резултат на долгогодишна трговска практика кои се применуваат од крајот на минатиот и почетокот на овој век. Франшизинг работењето за првпат се јавува во САД, а подоцна се проширува и во Европа, Јапонија и други земји во светот.

Има два вида франшизинг работи:

- прометни (деловни) франшизинг работи и
- производни франшизинг работи

Прометниот франшизинг се однесува на продажбата на стоки преку трговската мрежа на трајните потрошувачи. Кај него се појавуваат два субјекта:

- давател на франшизинг и
- корисник на франшизинг.

Кај прометниот франшизинг како даватели се појавуваат големи трговски компании, а корисниците се мали трговски претпријатија. За да стартува франшизинг аранжманот меѓу давателот и корисникот се потпишува договор во којшто давателот се задолжува дека ќе го обезбедува корисникот во неговите продавници со производи, ќе му пренесе одредени искуства, т.е. својот метод на продажба и слично, а корисникот се обврзува дека ќе продава само производи од давателот на франшизингот, ќе ги почитува неговите правила на однесување, ќе ги почитува утврдените продажни цени и слично.<sup>13</sup>

За давателот на франшизингот интересот се состои во тоа што му се зголемува можноста за реализација на производите. Предноста за корисникот

---

<sup>13</sup> Prof. dr Mirko Kulic, Finansijski menadzment " Megatrend " Univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2003; Глава 3 Среднорочно финансирање, трет дел финансирање на претпријатието, стр. 167-169

е во тоа што без разработување на пазарот, си ја обезбедува својата трговска маржа и остварува свој профит.<sup>14</sup>

Содржината на производниот франшизинг е во тоа што корисникот на франшизингот, покрај право на продажба, остварува и право на производство. Така се врши намалување на вкупните трошоци, затоа што производството се приближува до местото на продажбата. Давателите на производен франшизинг се големи производители што му помагаат на корисникот на франшизинг во организација на производството. На корисникот на франшизинг му се пренесува потребното знаење и искуство, заштитниот знак на производот и сл. Давателот и корисникот на франшизинг се договараат за капацитетот на производството и контролата на обемот на производство, затоа што тоа производство претставува конкуренција при продажбата на производите.

Корисниците на производниот франшизинг се мали претприемачи коишто се занимаваат со производство. Тие со франшизингот стекнуваат право на производство и продажба на производи и услуги. Корисниците на франшизинг соработуваат со давателите на франшизинг при изборот на локацијата на којашто ќе се организира производството. Тие му плаќаат надоместок на давателите на франшизингот во фиксен износ. Нивната предност е во тоа што производството веќе е освоено и пазарот е истражен, при што ризикот од вложување во дополнителни производни капацитети значително е намален.<sup>15</sup>

Предностите на договорот за франшизинг се состојат во тоа што: договорот за франшизинг во себе ги комбинира предностите на една дистрибутивна мрежа, од една страна, со независни и заинтересирани трговци на мало, од друга страна; на давателот на франшизата му одговара помалку развиена дистрибутивна инфраструктура, за да може да оствари посилна контрола врз независните приматели на франшизата, а примателите на

---

<sup>14</sup> проф.д-р Бранко Трајкоски, Деловни финансии со финансиски менаџмент, второ изменето и дополнето издание, Универзитет Св.Климент Охридски – Битола, Економски факултет – Прилеп, април 2002 год; Четврт дел, Финансиски пазар и финансирање, стр 282-283

<sup>15</sup> Finansijski menadzment –Prof. d-r Mirko Kulic, “ Megatrend “ univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2003 Глава 3 Среднорочно финансирање, Трет дел финансирање на претпријатието, стр. 169-170

франшизата преферираат својот мал бизнис да го водат под светски познато име или имиџи и др.

Слабостите на договорот на франшизингот можат да бидат: по успешната обука на главниот мастер-примателот на франшизата, може да одлучи да го раскине договорот и да продолжи како самостоен трговец и со тоа дополнително да стане ефективен конкурент на ист пазар со давателот на франшизата; многу е тешко да се избераат вистинските лица за склучување главен мастер-договор за франшизинг; доколку примателот на франшизата се обучи на доволно високо ниво за менаџерско управување, растат трошоците за негова контрола и надзор итн.

Во Македонија корисници на франшизи има неколку и тоа: Манго, Дајнерс, Спрингфилд, Германос, Македонски телеком, Американ Експрес, Кока Кола. Единствениот македонски давател на производна франшиза е АД Алкалоид кој успеал да го „продаде“ брендот кафетин во Русија.

## **2.6 ФАКТОРИНГОТ – ФОРМА НА ОБЕЗБЕДУВАЊЕ ФИНАНСИИ ЗА МАЛИОТ БИЗНИС**

Предмет на факторингот може да биде постојно или идно недостасано краткорочно побарување, настанато од договорот за продажба на стока или услуга, отстапено на факторот, до висина на лимитот на отстапување, во период на важење на договорот за факторинг. Зборот факторинг е од англиско потекло (factoring), со значење: застапник, доверител, посредник, комисионер.

Факторингот се заснова на облигациски договор меѓу доверителот (извозникот) и факторот (банката или друга специјализирана финансиска институција), а суштината на оваа активност е пренос на побарувањата и ризикот при нивната наплата од клиентот на банката. Овој современ финансиски инструмент има и значајна кредитна функција.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Во Македонија според член 7 од Законот за банки, функцијата на факторинг им е доделена на банките. Види: ("Службен весник на Република Македонија" бр. 67/07, 90/09, 67/10 и 26/13).

Освен услугите кои се во непосредна врска со пренесеното побарување, како водењето сметководство и анализа, испитувањето на кредитната способност на должникот, пресметката на данокот, статистичките евидентирања и слично, а во содржината на договорот за факторинг можат да влезат и други услуги кои се во индиректна врска со факторинг-активностите.<sup>17</sup>

Општо, производите на факторингот можеме да ги поделиме на:

- Факторинг со "регрес";
- Факторинг "без регрес";
- Дисконтирање фактура; и
- Факторинг на странски краткорочни побарувања - меѓународен факторинг.

Постои поделба на факторингот на домашен и меѓународен. Кај домашниот факторинг продавачот и купувачот на стока или услуга се наоѓаат во иста земја, односно прометот на стоки или услуги се одвива на територијата на една земја, пример, Македонија. Во таков случај станува збор за еднофакторски систем, што значи дека само едно претпријатие за факторинг ги извршува сите наведени услуги со договорот.

Факторинг без право на регрес подразбира дека факторот го преземал ризикот на наплата на побарувањето. Ризикот на наплата на побарувањето го опфаќа ризикот на инсолвентност на должникот, ризикот на продолжена неспособност на плаќање, како и други ризици предвидени со договорот за факторинг. Факторингот со право на регрес подразбира солидарна обврска на должникот и отстапувачот и право на факторот да бара намиравање од должникот, отстапувачот или од двајцата во исто време, во границите на одговорноста на должникот и отстапувачот на побарувањето.

Специјализираните фирми, ги купуваат побарувањата со дисконт, со право на регрес или без регрес. Факторингот со регрес означува дека факторот ја презема одговорноста за наплата на побарувањата на клиентот, но го

---

<sup>17</sup> H. Van Houte, The Law of International Trade, Sweet & Maxwell, London, 2005, str. 285.

задржува правото да бара потполна наплата од клиентот за износот на ненаплатените побарувања. Клиентот може да обезбеди кредитно осигурување, но факторот не обезбедува никакво покритие за ненаплатеното побарување.<sup>18</sup>

Факторингот без регрес е вид факторинг каде целиот ризик за наплата на побарувањето го презема факторот, со наплата на поголема провизија. Овој облик на факторинг е доминантен во развиените земји.

Поголемиот број договори за дисконтирање на фактури се спроведуваат на основа на доверба, пришто купувачот не е свесен за вклученоста на факторот. Кај дисконтираните фактури клиентот побарува плаќање од купувачот директно, а самото плаќање се извршува преку назначената доверителска сметка. Дисконтирањето фактура претставува ефективен начин профитабилните бизниси да ги подобрат своите готовински приливи. Оваа услуга ја овозможуваат банките и финансиските институции на компаниите кои продаваат производи или услуги на други фирми врз основа на кредит.

Меѓународниот факторинг е добра форма за финансирање на извозот. Улогата на акредитивот е сведена на минимум. Меѓународниот факторинг е флексибилен и реагира брзо на сите промени во окружувањето. Кај меѓународниот факторинг продавачот и купувачот се наоѓаат во различни земји, прометот има увозен и извозен карактер. За разлика од домашниот факторинг како облик на финансирање на трговијата во земјата, меѓународниот факторинг претставува облик на финансирање на меѓународната трговија и како таков е значаен поттик за финансирање на извозот. Кај меѓународниот факторинг се вклучени четири учесници во зделката: продавачот на стоки и услуги, домашниот фактор на продавачот, купувачот во странство односно должникот и кореспондентниот фактор во земјата на купувачот.

Меѓународниот факторинг обезбедува услуги за проценка на кредитната способност на странските купувачи, проценка на кредитниот ризик и другите пропратни ризици, потполна заштита од ненаплатливост на побарувањата,

---

<sup>18</sup> Klapper Leora, The Role of Factoring for Financing Small and Medium Enterprises, The World Bank, Washington, DC 20433, pgs. 11-13.



управување и забрзување на наплатата на побарувањата, како и финансирање со моментално уплатување на паричните средства.

Факторингот е финансиска зделка на една компанија која врши продажба на своите краткорочни побарувања во валута на трет фактор за одредена провизија, а воедно паричните средства кои се добиваат во замена се користат за финансирање на бизнисот. Факторингот вклучува продажба на побарувањата и нивна конверзија во живи пари, со што се подобрува ликвидноста на компанијата без да се задолжува. За секоја ненаплатена фактура се исплаќа обично помеѓу 80-95% од нејзиниот износ, намален за одредена провизија. Средствата се уплаќаат во корист на продавачот. Факторингот е флексибилен финансиски производ, атрактивен за компании кои функционираат во производствените, услужните, како и секторите поврзани со трговија на големо. Генерално, факторингот е производ за производствените фирми, особено за оние кои своите производи ги извезуваат, кои ги даваат на одложено плаќање, кои истовремено се принудени да вршат авансни плаќања кон нивните добавувачи и воедно имаат проблеми со ликвидноста.

Приоритети на факторингот се: голема ликвидност, зголемена флексибилност, раст на компанијата, конкурентност, подобрена солвентност и кредитен рејтинг.<sup>19</sup>

Факторингот има посебно значење за малите и средните претпријатија кои традиционално имаат отежнат пристап до банкарските кредити, поради нивната ниска кредитна способност или неадекватни средства за обезбедување на кредитот, и претставува еден од најдобрите начини на обезбедување брза и сигурна наплата на побарувањата настанати од договорите за продажба на стока или услуга. Основните функции на факторингот се:<sup>20</sup>

- Функцијата на финансирањето обезбедува парични средства по пат на авансно плаќање. Со помош на факторот клиентот располага со готови пари, при што е многу важно однапред да се знае временскиот интервал помеѓу

---

<sup>19</sup> За факторинг. <http://faktortrust.com.mk/>

<sup>20</sup> <http://mk.wikipedia.org/wiki>

денот кога факторот ќе врши исплата, до денот кога тој ќе стекне можност, односно право да го наплати побарувањето од должникот на клиентот.

- Функцијата на обезбедувањето на наплатата (гаранција за обврски на трето лице) е функција кога факторот врз себе ја презема обврската за наплата на побарувањето, односно го презема ризикот од платежната неспособност на должникот на клиентот. Кој ризик за наплата ќе го преземе факторот зависи од самиот договор за факторинг. Во американската пракса постојат договори за факторинг, кога факторот врз себе ја презема обврската не само за финансискиот ризик, туку и политичките ризици за наплата на побарувањето, ризикот за испорака на стоката и друго. Кога клиентот ќе ја испорача стоката, факторот во ниеден случај неможе да се одрече од преземената обврска.

- Функцијата на управувањето со побарувањата. Тука станува збор за функција и услуги кои не се содржани во претходните две функции, а факторот може да:

- ги утужува или на друг начин обезбедува наплата на побарувањата што ги купил,

- дава консултантски совети на своите клиенти,

- ги заштитува своите клиенти од лоши (ненаплатливи или тешко наплатливи) долгови,

- води сметководство,

- врши пресметка на провизија и данок, и слично.

Факторингот е многу важен и за извозниците, од причини што покрај финансирање по пат на авансна наплата, овозможува преземање на ризикот на наплата и управување и мониторинг на побарувањата, со што се зголемува конкурентноста и извозниот потенцијал на претпријатијата на меѓународниот пазар. Во основата на факторингот е пренесување на побарувањата настанати од комерцијалните договори. Според податоците на Меѓународното здружение на факторинг компаниите (FCI), прометот на светско ниво порасна од 623,8 милијарди евра во 2000-та година, на 1.648,0 милијарди евра во 2010-тата

година, од кои 1.044,0 милијарди евра од прометот се реализирал во европските земји.

Во Република Македонија еден од показателите којшто зборува за неопходноста од вклучување на факторингот како алтернативен извор за финансирање, особено за малите компании, претставува и можноста на банките преку краткорочните кредити да обезбедат финансиски средства за реалниот сектор на економијата. Треба да се потенцира дека во Република Македонија големите и средните банки, како и Македонската банка за поддршка на развојот, се застапени во реализирањето на факторинг - трансакциите. Факторингот им овозможува на банките многу добра административна контрола и управување со побарувањата од купувачите, што се должи на постапките и пристапот на будност во следењето на обезбедувањето на заемите.

Факторот може да го одбие преземањето на побарувањето доколку постои:

- сомнение во можноста од пренесување на такво побарување,
- недостатоци кои би можеле да ја спречат или отежнат наплатата,
- сомнение дека должниците по побарувањата кои се предмет на отстапување се неликвидни и
- сомнение во валидноста на дадените гаранции од отстапувачот на побарувањето.

Основната предност на факторингот се состои во тоа што претставува облик на краткорочно финансирање на обртниот капитал кој што е мошне значаен за малите и средните претпријатија на кои им е отежнат пристапот до банкарските кредити, а често имаат хроничен недостаток од обртен капитал.

Финансирањето по пат на факторинг има бројни предности за малите и средните претпријатија, пред сè, со тоа што им овозможува да дојдат до средства пред рокот на достасување на побарувањата, а ризикот на наплата од крајниот должник се пренесува на факторот. Така, помалите претпријатија

го забрзуваат обртот на капиталот, со што им се олеснува и забрзува вклучувањето нови пазари.

Користењето на факторингот овозможува попрецизно планирање на приливот на средства и така го забрзува процесот на производство, со што се потпомага развојот на претпријатието. Факторингот претставува замена за кредитите, бидејќи со таквите аранжмани стопанските субјекти можат да дојдат до нови средства, без дополнително да се задолжат. Кредитната способност во факторинг аранжманот се врзува за квалитетот и големината на основното побарување, а не за кредитниот капацитет на клиентот, што факторинг аранжманот го прави поефикасен.

Мошне важно за малите претпријатија е тоа што побарувањата што ги презема факторот не се дел од имотот на претпријатието кое банкротира. Ефикасноста во откупот на побарувањата и поволностите што факторот ги нуди во условите на кредитирање им помагаат на малите стопански субјекти да одржуваат чекор со конкуренцијата на пазарот.

Со факторингот се постигнуваат значајни заштеди во трошоците, кои инаку би ги поднесувало претпријатието доколку само врши наплата на побарувањата. Факторот себе се осигурува на тој начин што побарувањата мораат да бидат со добар бонитет и покриени со разни гаранции, начин на кој факторот го минимизира презмениот кредитен ризик, т.е. неможноста на наплата на дадениот долг во рокот на достасаност.

Кои се разликите и предностите на овој систем на финансирање во однос на класичниот кредит и другите форми на финансирање?

Факторингот може да биде многу корисен за земји како Македонија каде има слаби и неефикасни системи и инструменти за обезбедување наплата на побарувањата. При класичниот кредит, фирмата АБВ не би ги исполнила условите за колатерал бидејќи идните приливи на средства (кои може, но и не мора да стигнат, а и не се знае кога) не и се признаваат за колатерал, а во екстремна варијанта може и да банкротира пред да добие средства за опстанок и инвестиции.

При факторингот кредитниот однос се базира врз квалитетот на побарувањата кои ги поседува фирмата АБВ, а не врз проценетата кредитоспособност на фирмата.

Тој може да е многу корисен во земји каде банките не им одобруваат кредити на новоформираните приватни мали фирми за кои немаат доволно информации и кредитна историја. Факторингот го надминува овој проблем бидејќи е важна кредитната историја и квалитетот на фирмите на кои фирмата АБВ им ги продала своите производи, па ако се работи за солидни клиенти или клиенти од странство за кои има соодветна информациска база, нема зошто фирмата АБВ да не добие средства.

## **2.7. ФОРМАЛНИ ИЗВОРИ: БАНКИ, ПОСЕБНИ ШЕМИ НА ИНВЕСТИРАЊЕ, ДРЖАВА, ЛОКАЛНА САМОУПРАВА, ДРУШТВА ЗА ВЛОЖУВАЊЕ ВО АКЦИОНЕРСКА ГЛАВНИЦА И РИЗИКО ВЛОЖУВАЊА**

Поддршката на институциите во рамките на стопанисувањето на малите бизниси во Република Македонија е неминовен елемент во градењето стабилна и сигурна клима за раст и развој на бизнисот. Институциите со своите програми за поддршка на малите бизниси можат да дадат само позитивен ефект врз работењето на компаниите. Нивната помош и насока секогаш позитивно ќе се одразуваат врз градењето стабилна економија во државата. Поттикнувањето на работата на институциите кои им даваат поддршка на малите бизниси има двојно поголем ефект, од кој било друг инструмент за поддршка на малите бизниси.

Без оглед колку е тешко да се дојде до банкарски кредит, во земјите со развиен банкарски систем овој извор е еден од главните извори на финансирање на еден претприемнишки бизнис. Притоа, секој претприемач мора да биде свесен за банкарските критериуми кои се релевантни при оценувањето на пооделни барања за кредитирање: расположлив капитал, гаранција, финансиската сила на потенцијалниот корисник на кредитот, дотогашното искуство (ако постои) на веќе одобрените кредити, квалитетот на понудените бизнис идеи на база на квалитетно изработен бизнис план.

Банкарот пред сè сака да знае колку капитал претприемачот сам инвестира, како и колкав процент е тоа од вкупната инвестиција. Многу важно е колку средства, т.е. имот поседува потенцијалниот корисник на кредит, а кои можат да бидат гаранција за отплата на кредитот доколку не е во можност уредно да ги отплаќа обврските.

На 21. мај 1998 година со специјален Закон е основана Македонската банка за поддршка на развојот (Службен весник на РМ број 24/98, 6/2000, 109/2005 и 130/2008)<sup>21</sup>. За да се подобри позицијата и посебната улога на развојната банка во банкарскиот сектор и стопанството, во 2009 година се донесе нов Закон за МБПР (сл. весник на РМ бр. 105/2009).<sup>22</sup> Основна цел на МБПР е поддржување и поттикнување на македонската економија и стопанството преку давање кредити на малите и средните правни субјекти. Работата на банката е под контрола на Министерството за финансии согласно банкарските регулативи и под супервизија на Народна банка на Република Македонија.

Во постапката за добивање кредит, претпријатијата аплицираат во една од банките учеснички, а извозните компании можат и директно во МБПР. Времетраењето на постапката од поднесувањето на комплетната документација до одобрувањето на кредитот во банката учесник или во МБПР, трае помалку од месец дена.

МБПР нуди повеќе видови кредити:

- кредит со кои се поддржува извозот,
- кредити за поддржување на земјоделието и агроиндустријата,
- кредити за микро и мали занаетчиски трговски друштва,
- кредити за инвестирање во обновливи извори на енергија,
- кредити за намалување на невработеноста преку самовработување,

---

<sup>21</sup> <http://www.slvesnik.com.mk>

<sup>22</sup> <http://www.slvesnik.com.mk>

- кредити за сместувачки капацитети -микро, мали компании со седиште во РМ, за изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети до 70 легла со стандард не поголем од три ѕвезди,

- кредити за старечки домови и градинки за изградба и опремување на установи за стари лица и детски градинки,

- кредити за финансирање општини во РМ-за реализација на проекти од ИПА компонента за прекугранична соработка.<sup>23</sup>

Се поголем број држави во светот имаат специјализирани агенции за поттикнување на развојот на малиот бизнис. Овие агенции се советодавни тела и институции кои истовремено финансираат проекти на мал бизнис.

Државата и нејзините политики секогаш ги третираат малите бизниси со особено внимание, препознавајќи ги специфичните тешкотии со кои тие се соочуваат поради својата големина. Тие исто така ги користат бенефициите од неколкуте видови поддршка наменети за решавање на нивни конкретни потреби, пример, консултанска помош при прв настап на саеми и сл. Програмите кои како државна помош можат да ги користат малите бизниси се:<sup>24</sup>

– **Поддршка во областа на енергетиката** – овие програми се наменети за МСП кои се регистрирани како трговски друштва со над 51% приватна сопственост, како и за новоформирани бизниси. Поддршката која малите бизниси ја добиваат за проекти од енергетска ефикасност изнесува над 500.000 US\$, додека пак проектите за обновливи извори на енергија се финансираат со поддршка од 4.000.000 US\$;

– **Кредити за инвестиции од посебен кредитен фонд со гарантна шема** – МСП добиваат кредити за набавка на опрема, регистрирање фирма, обука на нововработениот кадар, инвестирање во нови техники и технологии, во износ од десет до триста илјади евра;

---

<sup>23</sup> <http://www.vlada.mk>

<sup>24</sup> <http://www.vlada.mk>

- **Кредит за инвестиции од МБПР** – цел на мерката е да се поддржат потребите од тековни инвестиции на фирмите. Износот на средствата кои фирмите го добиваат како поддршка е од 10.000 – 500.000 евра и тие треба да бидат вратени во период од 11 години, со грејс период од 1 година. Во рамките на кредитните линии кои малите бизниси можат да ги добијат од страна на МБПР се и кредитите за трајни обртни средства, со кои се поддржува тековното работење на фирмите. Финансиската поддршка на оваа кредитна линија изнесува од триесет до триста илјади евра;
- **Кредити за инвестиции од ИКЛ – револвинг** – служи за поддршка на програми за инвестициски зафати на фирмите. Поддршката која фирмите ја добиваат изнесува од педесет до четиристотини илјади евра.
- **Кредити од ЕИБ** – основна цел на програмата е да се помогне во реализирањето на проектите на фирмите за инвестиции во одредени области. Кредитната поддршка што ја добива фирмата изнесува шест милиони евра, но таа може да биде и трошок за: енергетика, индустрија, туризам, здравство и сл.
- **Кредити за поддршка на извозот** – целта на оваа програма е да го олесни извозот од страна на фирмите во Република Македонија.

Локалните влади можат да им помогнат на малите фирми да изнајдат финансиска помош на индиректен и директен начин. Индиректно може преку гаранции за позајмици кои ги обезбедуваат локалните влади пред банките како начин на финансирање на малите фирми. Ова им овозможува на малите фирми полесен пристап на позајмиците од банките, а банките имаат сигурен гарант - локалната влада. Ваквите локални гаранциски шеми овозможуваат воспоставување ново партнерство помеѓу малите фирми, локалната влада и банките со што понатаму се отвора можност за формирање фонд за финансирање на малите фирми.

Директниот начин е можност на локалната влада да дава директни позајмици до малите фирми. Во земјите на ЦИЕ овој начин е многу слабо



застапен, пред сè поради законски пречки. Постојат неколку начини на директно финансирање: микрокредити, обновлив фонд и дотации (грантови).<sup>25</sup>

*Микрокредитите* се мали позајмици (околу 5000-10.000 \$) кои најчесто се даваат на новоформираните мали фирми заради започнување бизнис а се наменети пред сè за набавка на опрема или капитални добра и најчесто се даваат за период од 6 месеци до до две години со одреден грејс период.

*Обновлив фонд* е фонд кој функционира на принципот на реинвестирање т.е. вратената камата и главнина се користи за повторно давање позајмици. Најчесто за почетен капитал се користат „јавни пари“ кои за одреден период преку овој начин на давање позајмици ќе се формира во фонд. Овој метод е широко развиен во САД додека кај земјите на ЦИЕ/НДД се уште не е застапен.

*Дотации (грантови)* се неповратни и директни позајмици кои се пренесуваат од приватни или јавни фондови до приватните фирми. Грантовите претставуваат доста поволна алтернатива за финансирање, односно за финансиска поддршка на малиот бизнис, а за нивно добивање потребно е исполнување одредени услови.

Повеќето грант-шеми се направени за финансирање одреден проект и бараат одредено ниво на усогласување и известување. За пишувањето на грантот е потребно барателот да поднесе понуда до потенцијалниот инвеститор.<sup>26</sup>

Во развиените земји постојат разни кредитни здружувања кои овозможуваат добивање кредит, по правило, со пониска каматна стапка. Меѓутоа за некој да се квалификува за кредит, мора да биде член на таа кредитна задруга. Најчести видови кредити кои ги даваат кредитните здружувања се краткорочните позајмици за купување автомобил, мебел, компјутерска техника и слично. Sprema тоа, овде се работи за мали износи на кредити кои можат да помогнат во набавка на ситен инвентар.

При носење одлука за финансирање на одреден проект за мал бизнис, институции генерално се раководи по следниве критериуми:

---

<sup>25</sup> William A. Sahlmon, Howard H. Stevenson, "The Entrepreneurial Venture", Harvard Business School Publication, Boston, 1992

<sup>26</sup> Kevin Cook Foundation, What is grant? (2014), [https:// www.kevincookfoundation.com/grants](https://www.kevincookfoundation.com/grants)

- бизнисот кој се финансира да е примарен извор на приходи на семејството,
- однапред утврден износ на сопствениот капитал на претприемачот,
- сигурност и гаранција за отплата на кредитот,
- исплатливост на бизнисот,
- претприемачот треба да има искуство во одредена бизнис област.

За да се поднесе барање за доделување кредит кај овие институции, претприемачот претходно мора да ги подготви следниве документи:

- Бизнис план;
- Доказ за финансиската т.е. кредитната способност на потенцијалниот корисник.

## **2.8. НЕФОРМАЛНИ ИЗВОРИ: НЕФОРМАЛЕН ПАЗАР НА РИЗИКО КАПИТАЛ, КОРПОРАТИВНИ ИНВЕСТИТОРИ (РИЗИКО КАПИТАЛ)**

Еден од помалку познатите, но и многу важен извор на финансирање на бизнисот е таканаречениот ризичен капитал.

Најголемиот проблем со кој се соочуваат малите и средните претпријатија е пристапот до соодветни извори за финансирање. Инвеститорите и банките честопати стојат понастрана од финансирање на новоформираните претпријатија и новите бизниси поради присутноста на ризикот.

Европската комисија имплементира бројни програми кои директно се наменети за подобрување на финансиското опкружување за малите и средните претпријатија со Европа. Три од четири почетни претпријатија добиваат заеми од тамошните банки или барем можност за дозволено пречекорување на салдото.

Во периодот од 1998 и 2006 година беа обезбедени преку 744 милиони евра кои беа искористени од страна на 360 000 мали бизниси. Со рамковната

програма за Конкурентност и иновативност 2007- 2014 - СІР, на Европската комисија, фондот на овие средства беше значително зголемен и сега изнесува над 1 милијарда евра.<sup>27</sup>

Финансиските инструменти ги покриваат најразличните потреби на малите и средните претпријатија, без оглед дали се тоа почетни или веќе постоечки компании:

- Поддршката за високо-растечките и иновативни компании обезбедува капитал за иновативните МСП во нивната рана фаза или фазата на експанзија.
- Грантната поддршка обезбедува поголема сигурност на заемите за малите и средните претпријатија, чија цел е да ги охрабри банките да им стават на располагање повеќе средства за кредитирање, вклучувајќи ги микрофинансирањето и тип МЕЗАНИН – финансирање.

Гаранциите и микрокредитите – ќе бидат ставени на располагање на малите и средните претпријатија со постојано приспособување на локалните услови и конкретните потреби на компаниите.

Инвестициската банка има проширено делување во подрачјето на истражување и развој, воспоставување дистрибутивна мрежа или обезбедување континуитет на бизнисот и по пензионирање на неговите основачи.

Искуствата од развиените земји потврдуваат дека многу претпријатија со помош на ризичниот капитал високо се издигнале на скалата успешни бизниси, како што е РогА, Атагоп-Сот и др. Токму затоа овој вид финансирање на малите претпријатија треба постојано да се стимулира, за што треба да се вклучат поголем број ентитети кои се занимаваат со оваа проблематика, или пак кои можат да дадат значаен придонес за неговиот развој. Значи, основна цел на истражување во оваа книга е да се објасни концептот на ризичниот капитал, како и неговото посебно значење за развојот на малите претпријатија.

Од поставената основна цел на истражувањето извираат и задачите на истражувањето:

---

<sup>27</sup> Paul Burns, "Entrepreneurship and Small Business", Antony Rowe Ltd, Chippenham, Wiltshire, London, 2001

- Идентификување и сублимирање на најновите теоретски достигнувања во областа на ризичниот капитал како извор на финансирање на малите претпријатија, врз основа на релевантна литература;
- Анализа на концептот на ризичниот капитал во неговите две основни форми, бизнис-ангелите како неформален извор на ризичен капитал и официјалните ризични фондови како формален ризичен капитал;
- Анализа на развојот на ризичниот капитал во развиените земји и земјите во транзиција и трансфер на нивните искуства и знаења од оваа област кај нас.

Ризичен капитал може да се добие од поединецот или од група финансиери (акционери) кои поседуваат финансии и кои сакаат на нив (како и на секоја друга стока или производ или услуга) многу да заработат преку вложување во бизнис идеи на претприемачите а за возврат добиваат значаен дел од сопствеништвото на бизнисот.

Овој систем на работење носи голем ризик од неуспех па поради тоа и иматели на капитал сакаат да го заштитат својот капитал од пропаѓања бидејќи секоја идеја колку и да е добра не мора да значи дека е и профитабилна. Па капиталистите свесно влегуваат во ризик некоја од инвестициите да им пропадне, но со тоа во неколку инвестиции да ги покријат и големите загуби и да остварат големи профити како надомест за преземен ризик. Заради ова за претприемачот овој начин на финансирање е најлош бидејќи каматите како и условите за добивање на овој вид капитал се најнеповолни.

Европскиот пазар за почетен капитал изнесува една половина од оној во САД, а особено се мали вложувањата во технологијата. Поради тоа, Европската



комисија и земјите-членки заеднички интензивно работат на подготовка на политики кои ќе придонесуваат кон создавање на конкурентен пазар за почетен капитал.<sup>28</sup>

### 3. ПОДЕЛБА НА ИЗВОРИТЕ НА ФИНАНСИРАЊЕ ВО ЗАВИСНОСТ ОД ФАЗАТА НА РАЗВОЈ НА МАЛИОТ БИЗНИС

#### 3.1. ПОЧЕТНА ФАЗА НА ФИНАНСИРАЊЕ СО SEED И START-UP КАПИТАЛ

Seed (плодотворен) капитал претставува релативно мал износ на капитал кој се дава на иноваторот односно претприемачот да докаже свој концепт и да се квалификува за Start-up капитал. Ако иницијалниот чекор е успешен, се оди понатаму со развоен производ, истражување на пазарот и изработка на бизнис план. Овде се работи за производи кои сеуште не се подготвени за пазарот, се наоѓаат во процес на испитување, а фирмите кои треба да реализираат одреден концепт, сеуште немаат комплетирани менаџмент тимови.



Start-up капитал се дава на фирмите за да биде завршена фазата за развој на производот и иницијалниот маркетинг. Овој капитал се вложува за да се основа претпријатие, за да се формира менаџерска структура, а со изработката на бизнис планот да се покаже исплатливоста на проектот.

---

<sup>28</sup> „Пари и банкарство“, д-р Љупчо Трпески, Скопје, 1995

Капиталот за финансирање на т.н. прва фаза се однесува на средства кои се потребни на фирмите за да ја комплетираат фазата за развој на производот и потоа да се отпочне со делумно производство и продажба. Меѓутоа, оваа фаза сèуште се карактеризира со релативно скромна заработка и негативен тек на парите.

### **3.2. КАПИТАЛ ЗА ФИНАНСИРАЊЕ НА ФАЗАТА НА ЕКСПАНЗИЈА НА МАЛИОТ БИЗНИС – ВТОРАТА ФАЗА ОД РАЗВОЈОТ НА МАЛИОТ БИЗНИС**

Капиталот за финансирање има за цел да обезбеди обртен капитал со кој може понатаму да се функционира односно да се обезбеди обртен капитал кој е потребен за експанзија на фирмата.

Во фазата на експанзија на малиот бизнис основните проблеми на менаџментот се како да оствари и финансира забрзан раст на бизнисот. Притоа е потребно да се знае дали можат да се задоволат потребите за готовина кои што го наметнува забрзаниот раст, односно дали износот на паричниот тек одговара на потребите на бизнисот.

Организацијата на деловниот субјект во оваа фаза станува децентрализирана и се формираат дивизии. Водењето на бизнисот во услови на комплексно окружување и предизвици што наметнуваат имплементација на стратегија на забрзан раст, бара присуство на способни и компетентни менаџери. Активностите на оперативно и стратемиско планирање се интензивни, развиени се екстензивни системи и неминовно доаѓа до раздвојување на компанијата од сопственикот, иако тој и понатаму ја задржува доминантната улога во работењето.

Фазата на експанзија е клучен период во животот на секоја компанија што определува дали ќе се развие во голем бизнис или ќе биде продадено. Најголемиот предизвик во оваа фаза се однесува на консолидација и контрола на финансиските цели што наметнуваат забрзан раст, како и задржување на флексибилноста и претприемничкиот дух што како карактеристики се иманентни на помалите бизниси.

Компанијата сега доволно е јака во поглед на менаџерскиот и финансискиот капацитет и во определена мера е одвоена од сопственикот. Задржувањето на претприемничкиот дух е фактор што ја определува натамошната судбина на компанијата, т.е. определува дали таа ќе стане важен играч на пазарот.

Авторите Churchill и Lewis нагласуваат дека постојат низа фактори кои што дел се однесуваат на компанијата, а дел на сопственикот што во различни фази на животниот циклус добиваат поголемо значење и во голема мера го детерминираат натамошниот раст и опстанок. Меѓу факторите што се однесуваат на работењето на компанијата најмногу се истакнуваат: финансиските и човечките ресурси, ресурсите во рамките на бизнисот, и ресурсите на интерното работење.

Кога станува збор за клучните фактори што се однесуваат на сопственикот на компанијата најпрво се мисли на неговите лични и професионални цели, оперативната компетенција во доменот на менаџментот, маркетингот, производството, менаџерската способност и подготвеноста да делегира авторитет и управување со активностите на другите, способноста за стратемиско размислување и креирање визија на начин на којшто ќе воспостави рамнотежа меѓу силата и слабоста на компанијата и неговите лични цели.

Покрај Churchill и Levis, голем број автори сметале дека традиционалните модели на раст не ги прикажуваат на најдобар можен начин фазите во животниот циклус на малите и средните бизниси, и не посветуваат доволно внимание на самиот претприемач, неговите причини за започнување бизнис и случувањата во раните фази на раст и развој на компанијата<sup>29</sup>.

### **3.3. КАПИТАЛ ЗА ФИНАНСИРАЊЕ НА ТРЕТАТА ФАЗА НА МАЛИОТ БИЗНИС**

Капиталот за финансирање на третата фаза се нуди на фирмите кои имаат растечки обем на продажба. Овие средства се наменети како потпора на натамошните маркетинг активности на фирмата, зголемени обртни средства,

---

<sup>29</sup> <https://hbr.org/1983/05/the-five-stages-of-small-business-growth>

проширување на производството како и натамошен развој на производот или услугата. Меѓу инвестициските фондови оваа фаза на финансирање е најпопуларен вид вложување. Повеќето фондови се специјализирани за овој вид на финансирање, поради значително малиот ризик на финансирање.

Причина за малиот ризик на финансирање лежи во фактот дека производот на претпријатието достигнал одредена пенетрација на пазарот и генерира извесно ниво на cash flow. Ризикот којшто се јавува во оваа фаза се нарекува ризик на растот. Во оваа фаза претпријатието се труди да пронајде нови клиенти, дополнителна опрема и дополнително финансирање, во што помага менаџментот на фондот на ризичен и приватен капитал.

Во оваа фаза на претпријатието е присутен ризикот на раст бидејќи е поврзан со остварувањето на профитот. Доколку претпријатието работи профитабилно, дотолку се постигнува поголема продажна цена со примена на која било излезна стратегија. Бидејќи инвеститорот во оваа фаза вложува во веќе формирано претпријатие, ризикот од загуба се намалува во однос на вложување во претходните фази. Односот на ризикот и приходот во оваа фаза е најповолен за инвеститорите.

#### **3.4. ФИНАНСИРАЊЕ СО Т.Н. BRIDGE КАПИТАЛ**

Bridge финансирање е потребно тогаш кога фирмата се наоѓа на преминот од една во друга фаза, како поддршка на процесите на работна и организациска трансформација. Финансирањето во оваа фаза претставува најчест пласман на средства од страна на фондовите со приватен капитал, а поретко со ризичен капитал. Од претпријатието зависи нивото на профитабилност. Често во оваа фаза се размислува за излегување на претпријатието на пазарот по пат на иницијална јавна понуда или продажба.

Во зависност од фазата во развојот на бизнисот, можно е да се утврдат очекувани ризици или приходи и да придонесе побрзо дефинирање на цената на ризичниот капитал. Нормално е дека почетните фази на бизнисот за сопственикот на ризичниот капитал се најризични опции, и поради тоа цената за финансирање на ваква работа е голема. Обратна е ситуацијата доколку



сопственикот на ризичен капитал во одредени бизниси влегува во некоја зрела фаза, каде што неговиот капитал не е „на цена“, а тоа е од проста причина што ризикот на вложување е многу мал.

Тоа што е важно за потенцијалниот претприемач, кој сериозно смета на ризичниот капитал како извор за финансирање на бизнисот, важно е да воочи дека ниското ниво на ризик кај инвеститорот значи ниско ниво на очекуван повраток на инвестицијата, а тоа практично значи и помало учество кое претприемачот мора да го одвои за сопственикот на ризичен капитал.

Овој тип краткорочен банкарски кредит компаниите го користат за да го премостат краткиот период додека не обезбедат долгорочно финансирање. Така, некои фирми користат краткорочни банкарски кредити за премостување, додека не добијат средства по пат на емисија на нова серија акции или обврзници на пазарот на капитал.<sup>30</sup>

Bridge – капиталот е неопходен на фирмата кога таа се наоѓа во преодна фаза.

Трговските кредити претставуваат форма на краткорочно финансирање. Тие претставуваат договор помеѓу работодавачите за купување на добра или услуги преку фактура, што значи, без истовремена готовинска уплата. Добавувачот обично обезбедува договор со купувачот и подоцна доставува фактура, со која што се регулира датумот односно валутата до кога купувачот треба да изврши уплата на таа фактура. Може да се гледа како важен елемент на капитализација во оперативниот бизнис бидејќи може да ја намали капиталната инвестиција потребна за работа доколку адекватно се управува.

Комерцијалните хартии претставуваат должничко-вредносни хартии кои ги издаваат банките и корпорациите кои имаат добар бонитет поради собирање краткорочни парични средства – се продаваат со дисконт непосредно или со брокери. Ваквите комерцијални хартии најчесто емитираат големи претпријатија со висока финансиска сила. Емитираните меници влегуваат во платниот промет и доспеваат за наплата по неколку дена, а најдолго до девет месеци. Мениците можат да ги купуваат други претпријатија, деловни банки,

---

<sup>30</sup> Curovic M, Finansiski menadzment, Beograd 2008 godina

осигурителни компании, се со цел да ги пласираат слободните финансиски средства во хартии од вредност поради остварување поголем приход.

За комерцијалните хартии може да се каже дека спаѓаат во хартии во вредност со висок рејтинг, бидејќи ги издаваат претпријатија кои имаат финансиска сила. Комерцијалните хартии се продаваат со дисконт (попуст), кои ја намалува нивната номинална вредност. Ризикот од купување комерцијални хартии зависи од претпријатието кое ги емитува, односно продава. Затоа трошоците на финансирање не можат да се стандардизираат, туку се променливи од случај во случај.

Можно е корпорациите директно да ги продаваат своите комерцијални хартии на инвеститорите, па затоа се нарекуваат и директни хартии. Но, сепак е вообичаено фирмите да пласираат комерцијални хартии преку дилери, па оттаму и името дилерски хартии со трошоци кои се мали од 0,8% до 1% од комерцијалната вредност.

Ликвидност на комерцијалните хартии подразбира ликвидност на корпорацијата во поглед на подмирување на своите обврски за емитување и пласирање комерцијални хартии, чија што валута е доспеана.

Приходот од продажбата на комерцијалните хартии се смета и плаќа во процент од нивната номинална вредност до денот на доспевање, без оглед дали собраните финансиски средства се потребни или не на претпријатието. Камата на краткорочните кредити се плаќа на остатокот на долгот, па така банкарскиот кредит помалку го оптоварува должникот отколку што, временски гледано, тоа го прават комерцијалните хартии. Причина зошто комерцијалните хартии не се доминантен извор на финансирање лежи во фактот дека претпријатијата (нивните потенцијални купувачи) често калкулираат со уверување како треба да развиваат конкретен деловен однос со својата деловна банка.

Купувачите на комерцијални хартии сè пред се институционални инвеститори коишто имаат слободни краткорочни парични средства кои сакаат

да ги пласираат во доволно сигурни финансиски инструменти со наплата на пазарната каматна стапка.<sup>31</sup>

Средствата кои се собираат со издавање хартии се користат за тековни трансакции – плаќање данок, исплата на плата не за капитални трансакции (долгорочни инвестиции). Сепак, значаен број хартии се користат за обезбедување на “bridge” финансирање, за долгорочни проекти за објекти.

Предности на комерцијалните хартии: кога банките не се заинтересирани, претпријатијата на финансискиот пазар можат самостојно да добијат комерцијални хартии. Тоа претставува престиж на претпријатието бидејќи комерцијалните хартии можат да се продават на сите банки.

Недостатоци на комерцијалните хартии:

- за претпријатијата недостаток е што мора да бидат исплатени во валута,
- недостапност на малите претпријатија,
- трговците не купуваат и не продаваат мали количини на комерцијални хартии поради трошоците.

Стоков кредит е земање кредит во странство за увоз на стоки и услуги и давање кредит за извоз на стоки и услуги. Кредиторот одобрува парични – финансиски кредит поради финансирање на купувањето стоки и паќање на услуги, при што со договорот за кредит е одредена намената за користење на кредитот.

Стоковиот кредит е финансиски кредит со намена, за разлика од чистиот финансиски кредит кај кого не се одредува намена, а корисникот го користи според своите потреби. Во пракса вакви кредити одобруваат банки и организации специјализирани за финансирање на извозот во странство, под услов купувачот да купи стока во земјата на кредиторот или кредитираниот коминтент, чија што продажба на странскиот пазар на овој начин финансиски се потпира.

---

<sup>31</sup> Lakic S. “Finansisko trziste”, Beograd 2009 god.

Секој кредит е важен елемент на конкурентност на меѓународниот пазар, а особено стоковиот кредит, бидејќи овозможува полесно придобивање на купувачите. Понекогаш, со ваквото кредитирање се продава стока и со послаб квалитет. За извозникот е поволно тоа што финансиско-кредитниот и комерцијалниот дел од работата се одвоени.. Деловните банки или институциите за финансирање на извозот одобруват кредит на странскиот купувач, извозникот ја испорачува робата и наплаќа веднаш од одобраниот кредит во својата банка и во својата земја. За извозникот стоковиот кредит е еднаков на готовинската наплата.

#### **4. ПРАКТИКАТА И ЕФЕКТИТЕ НА ФИНАНСИРАЊЕ НА МАЛИОТ БИЗНИС ВО ЗЕМЈИТЕ ОД РАЗВИЕНИОТ СВЕТ**

Малите и средните претпријатија имаат круцијална улога во економскиот развој на една земја. Еден од критериумите којшто се користи за класификација на земјите според степенот на развој, е бруто-националниот доход по жител. Развиените земји се карактеризираат со многу развиена економија како во производниот така и во услужниот сектор.

Сегашниот тренд на економски раст и брзиот индустриски развој ја направи Малезија како една од најотворените економии во светот. Во врска со Деветиот малезиски план (2006 – 2010), Владата се посвети на дизајнирање план за развој на малите и средните претпријатија, да им помогне да одговори на новите деловни предизвици во конкурентна средина на глобалниот бизнис.

Во Малезија најважните стопански дејности се во производството, услугите, земјоделството, рударството, рибарството. Во извозот е доминантно учеството на суровините: палмино масло, дрвена граѓа, сурово земно масло и гума, потоа електрични и електронски, хемиски, текстилни производи. Колку големи се надежите и очекувањата од секторот на малиот бизнис во Малезија, може да се види од фактот што за поддршка на овој сектор постојат околу 30 владини агенции во 13 министерства. Вистински бум се случува во оваа земја

на планот на развојот на малиот бизнис. Регистрирани се околу 126.200 претпријатија во 1995 година во сите стопански области.<sup>32</sup>

Класифицирајќи ги според критериумот на вработеност состојбата во оваа земја е следнава<sup>33</sup>:

Обем	Број на претпријатија	Вработеност
Микро претпријатија – под 5 лица	95.000 (74,9%)	202.000 (19%)
Мали претпријатија – 5-49 лица	28.700 (22,6%)	346.000 (32%)
Средни претпријатија – 50-199 лица	2.500 (2%)	232.000 (22%)
Големи претпријатија – над 200 лица	600 (0,5%)	287.000 (27%)
ВКУПНО:	126.200 (100%)	1.067.000 (100%)

Во функција на поддршка на развојот на малиот бизнис формирана е национална корпорација за продуктивност во чии рамки се одвива едукативен процес преку организирање курсеви за претприемачи во определени сектори на стопанството. Во секторот на производството, курсеви за техничка обука обезбедува Малезискиот институт за стандардни и индустриски истражувања, како и Малезискиот институт за истражувања и развој на земјоделството. Малезискиот центар за развој на претприемништвото врши обука за повисоки квалификации на претприемачите, со цел да изврши обука за разрешување на

<sup>32</sup> Д-р Ристо Фотов, „Менаџмент на мал бизнис“, Скопје 2006

<sup>33</sup> Д-р Ристо Фотов, „Менаџмент на мал бизнис“, Скопје 2006

проблемите, како и за нивна поголема подготвеност за прифаќање на предизвиците, но истовремено прифаќање и на ризиците од работењето. Обуката на претприемачите има за цел да ги оспособи и доближи до новите технологии за производство на: пластични маси, керамика, автомобилски делови, до биотехнологијата, конзервирањето храна и слично. Тоа што е заеднички именител и карактеристика на малиот бизнис, еден од поголемите проблеми е недостатокот на капитал за започнување бизнис. Финансирањето преку деловните банки и финансиските институции не е соодветно и прифатливо без обезбедување гаранции. Преку 80% од малезиските стопанственици на мал бизнис користат свој капитал за започнување бизнис.<sup>34</sup>

Наодите на Централната банка на Малезија добиени врз основа на студии на случај се направени на мали и средни претпријатија кои се повеќе од 10 години во бизнисот. Централната банка на Малезија (2003) покажува дека клучни фактори за успех на малите и средните претпријатија во глобалниот простор на животната средина се:

- здраво управување, способност и интегритет,
- звучни бизнис култури и претприемачки дух,
- разумно финансиско управување,
- високо квалитетни производи и услуги,
- ефективна програма за развој на човечки ресурси,
- силна поддршка од финансиските институции (во смисла на заемите и советодавните услуги)
- силни маркетинг стратегии (вклучувајќи добра мрежа со добавувачите),
- континуирана потрага по можности за проширување.

---

<sup>34</sup> Д-р Ристо Фотов, „Менаџмент на мал бизнис“, Скопје 2006

## 1. Преглед на малите и средните претпријатија во Малезија

Претпријатието се смета како мало и средно претпријатие врз основа на прометот од годишната продажба или бројот на постојано вработените. Малите и средните претпријатија според нивната способност и успех се класифицирани врз три различни категории. Прво, група на мали и средни претпријатија која е остварлива или може да стане меѓународно конкурентна, може да се добие во корист од регионализација. Втората група е мали и средни претпријатија кои се помалку адаптивни кон притисокот на глобализацијата. Тие веројатно нема да преживеат во сегашната ситуација без да се прави брз потег за подобрување на продуктивноста, да се обучуваат и вработуваат стручни лица, да постои натпреварувачки дух и сл. Третата група мали и средни претпријатија се заштитени од страна на владата од ефектот на глобализација.

Економската криза е постојан предизвик со кои се соочуваат малите и средните претпријатија. Од 2007 година светската економија доживеа неколку неповолни настани како што се промената на цената на нафтата, финансиската криза во САД, што доведува до финансиска нестабилност на финансискиот пазар. Повеќето земји во тој момент покажаа намалување на економскиот раст и зголемување на трошоците за производство, што укажува дека рецесијата е неизбежна. Меѓутоа, доказите од други регионални економии сугерираа дека малите и средните претпријатија успеаја да ја поминат кризата подобро од големите претпријатија. Во иднина, можно е избегнување на кризата, а зависи од развојот на секторот за конкурентност на малите и средните претпријатија кој е во можност да се натпреваруваат во домашните и надворешните пазари.

Секторот за мали и средни претпријатија има круцијална улога во одржливо закрепнување на регионот кои произлегуваат од бизнис можностите создадени од страна на реструктурирање на самиот процес, движењето кон поблиска регионална економска интеграција, напредок во информатичката и комуникациската технологија и поконкретно бизнис можностите што произлегуваат од интернетот.

Конкуренцијата за ресурси како материјал и капитал е зголемена во многу азиски земји, вклучително и Малезија. Левит (1983) во својата статија за глобализација на пазарите, истакна дека компаниите мора да научат да работат и да го гледаат светот како еден голем пазар каде што се игнорираат површните регионални и национални разлики. Во тој процес ќе биде обезбедена технологија, извор и трансфер на знаење како и нови процеси на производство и услуги.

Се промовира брзиот тек на иновациите и помалку трговски пречки во регионот, отворање и либерализација на нови економии. И покрај сите добри дела, либерализацијата и штети на локалните мали и средни претпријатија, бидејќи тие треба да се натпреваруваат со поевтини, повеќе иновативни дојдовни странски производи или услуги и да се натпреваруваат за ресурси и капитал.

Глобализацијата исто така бара ефикасно раководство, солидни маркетинг односи во синцирот на снабдување и управување. Целта на овие полиња е да се намали неизвесноста, да се идентификува можен ризик, подобар квалитет на информациите и да се подобри разбирањето на конкурентната глобална животна средина. Треба да ја подобрат нивната конкурентна способност со мерење на ефикасноста.

Затоа малите и средните претпријатија треба да ги искористат предностите на ниската цена на трудот, флексибилната логистика, новата технологија, поевтините материјали и помалку регулираните услови на работење. Ова за возврат дава синергија за малите и средните претпријатија во земјите во развој како Малезија.





## **5. ПРАКТИКАТА И ЕФЕКТИТЕ НА ФИНАНСИРАЊЕ НА МАЛИОТ БИЗНИС ВО ЗЕМЈИТЕ ВО ТРАНЗИЦИЈА**

Карактеристично за земјите во транзиција е што во почетокот на транзицискиот процес, доминираа средните и големите претпријатија, кои претежно беа во државна сопственост, а малиот бизнис играше маргинална улога. Процесот на отворање спрема секторот мал бизнис е интензивизиран во 1990 година кога започнува процесот на стопанско реструктурирање, со што развојот на мали и средни претпријатија зазема значајно место во развојот на вкупната економија.

Најголем успех во трансформацијата на економијата во Полска е направен на почетокот на создавањето на секторот на мали и средни претпријатија. Повеќе од два милиони регистрирани мали и средни претпријатија на крајот од 1995 година во оваа земја е бројка која зборува за размерите кои ги достигна развојот на малиот бизнис во Полска. Приватните претпријатија учествуваат со: 44% во индустриското производство, 87% во градежништвото, 92% во трговијата на мало, 17% во извозот и 70% во увозот. Малиот бизнис денес остварува 58% од БДП во Полска, а во вкупната вработеност учествува со 63% т.е. девет милиони луѓе.

Во Словачката Република развојот на малото стопанство се одвива неколку години, паралелно со процесите на трансформација во стопанството. Во 1993 е донесена Програма за развој на малите и средните претпријатија со која се дефинира институционална, финансиска и законска рамка за поддршка. Во 1995 и 1996 година се донесени повеќе одлуки за поддршка на малиот бизнис.

Учеството на секторот на малите и средните претпријатија во извозот постојано се зголемува. Во 1995 година беа регистрирани 248.204 претпријатија. Динамичниот пораст на бројот на малите и средните претпријатија е континуиран (17,6% во однос на 1994г.), а поради либерализацијата, односно приватизација на здравствените услуги, бројот на индивидуалните сопственици е зголемен за 200%. Бројот на државните претпријатија покажува тенденција на постојано опаѓање. Имено доминантни

се сè уште во областа на автомобилскиот превоз, товарниот превоз, градежништво и прехранбена индустрија.

Малите и средните компании, бележат најголем пораст во 1995 година. Во однос на 1994 година и тоа во индустријата и во трговијата 92,1%. Речиси без исклучок развојот на малиот бизнис секаде низ светот позитивно влијае врз стопанскиот развој и во зголемување на вработеноста. Во големите претпријатија бројот на вработените опаѓа за 0,8%, а кај малите претпријатија бројот на вработените се зголеми за 46,8%. Малите претпријатија се најмногу концентрирани во дејностите како што се трговијата, услугите, сообраќајот, индустриското производство со 11% и градежништвото со 21%, 33,6% услугите а 57,4% трговијата итн.

Развојот на приватниот сектор во стопанството на Чешка Република доживеа вистинска експанзија. На крајот од 1998 година регистрирани се 1.591.000 претпријатија и тоа: 99.7% се мали и средни претпријатија со 60% од вкупниот број на вработени со учество од околу 53% од вкупното производство. Основните проблеми за решавање во областа на малото стопанство се поврзани со обезбедување почетен основен и обртен капитал, немање гаранции, тежок пристап до пазар и до обука, недостиг на деловно искуство и техничко знаење, беспопштедна конкурентска борба со големите претпријатија и со увозот.<sup>35</sup> Во 2011 година имало над 1 066 787 претпријатија кои вработуваат помалку од 250 лица во Чешката Република. Тоа претставува 99,84% од сите бизниси. Околу 93% од вкупниот бизнис сектор се состои од микро претпријатија, кои вработуваат помалку од 10 лица. За време на периодот од 2002 до 2011 бројот на мали и средни претпријатија останува релативно стабилен, додека тој е намален во 2011 година (со 25 598 претпријатија помалку).

Според Извештајот на СБА<sup>36</sup>, малиот бизнис, вклучувајќи го овде и самовработувањето ангажира 58% од вкупната работна сила на САД и учествува во создавањето на БНП од 40%.

---

<sup>35</sup> Д-р Ристо Фотов, „Менаџмент на мал бизнис“, Скопје 2006

<sup>36</sup> <http://www.scribd.com/doc/45317077/>

И покрај релативно добрите перформанси на малите и средни бизниси, учеството на американскиот извоз кај малите и средните бизниси е релативно мал.

Покрај вработувањето малиот бизнис во овие земји значајно го зголемува придонесот во создавањето на националниот доход на земјата. Со своите карактеристики малиот бизнис овозможува интензивни развојни потфати на така наречени фамилијарни бизниси. Меѓутоа фамилијарниот бизнис е секогаш под контрола на еден или сосема мал број на членови. Се проценува дека во САД 90% од претпријатијата се во фамилијарна сопственост.

Во случајот на јапонската економија, придонесот на малите и средните бизниси е повеќе од 99% од вкупниот бизнис. Малите и средните бизниси се суштински дел на производство и посебно делуваат како силен извозен снабдувачки синџир.

Според истражувањето на Economist Intelligence Unit<sup>37</sup> со кое се анкетирани повеќе од петстотини и триесет менаџери на мали и средни компании на петте најразвиени економии: САД, Велика Британија, Јапонија, Франција и Германија, 59% од анкетираниите испитаници се согласуваат дека бизнис средината станала многу потешка во изминатите три години. Позагрижувачки претставувало тоа што се очекувало работите да се искомплицираат во текот на следните три години. Предвидувањата формирани за бруто домашниот производ од извршените истражувања посочувале на економски раст.

Претприемачите за своите компании имале поголеми и посигурни очекувања, за раст на приходот на нивните компании во следните дванаесет месеци. Ваквата пристрасност била широко распространета, а претприемачите мислеле дека нивниот бизнис успешно ќе ја надмине конкуренцијата и вработувањето персонал ќе доживее раст во наредните дванаесет месеци.

Поголем успех можат да имаат поголемите компании за разлика од малите, па затоа менаџерите континуирано им даваат приоритет на

---

<sup>37</sup> Developed economies SMEs focus on continued expansion, An article from the Economist Intelligence Unit, стр.1

извршувања во поголем обем со цел да се заштити опстанокот на фирмата. Ова исто така може да објасни зошто менаџерите на малите и средните бизнис се толку сигурни во своите сопствени изгледи за пораст на фирмите, но истовремено очекуваат и негативен биланс на економските состојби. Во денешно време многу претприемачи ја користат светската интернет конекција за поттикнување на продажбата на своите производи и услуги, а со тоа би се стимулирал растот на приходите.

47% од испитаните лица велат дека постигнувањето на ефикасност на обем е еден од најважните приоритети што може да помогне за подобрување на можностите за преживување на малите бизниси. Многу бизнис претприемачи велат дека планираат да направат поефикасна употреба на технологијата. Значаен приоритет за малите и средните бизниси е стимулирање на нови производи и подобрување на услугите.

Малите бизниси претставуваат столб на современите бизнис економии на Европската унија, бидејќи тие генерираат нови работни места.<sup>38</sup> За да се обезбеди подобра бизнис клима за малите бизниси и претприемништвото, европските земји на самитот во Лисабон во 2000 година ја донесоа „Европската повелба за мали претпријатија“, во која се наведени десет глобални сфери на општествената интервенција во кои со континуирани напори ќе се делува кон создавање поволен амбиент за развој на претприемништвото. Според Европската повелба, поттикнувањето на претприемништвото започнува со зголемени активности за промена на законите во образованието и создавање услови за стимулирање на извозот и финансирање на малиот бизнис. Внимание се посветува и на обука на претприемачите и на организираното создавање поволна клима за трансфер на технологија и примена на достигнувањата на техничко-технолошкиот прогрес. Во периодот меѓу 2010 и 2012 година, над 53 светски економии придонеле многу полесно да биде започнувањето бизнис.

Дури и со своите сегашни борби, САД и натаму останува еден од приоритетните места во светот за отворање и стартување бизнис со многу

---

<sup>38</sup> Европската повелба за мали претпријатија, усвоена на лисабонскиот состанок на лидерите на земјите членки на Европскиот совет 2000 година

мали трошоци, брзо внесување и изнесување податоци и силна заштита на инвеститорите. Тие ги имаат имплементирано сите можни стратегии за развој на малите и средните бизниси. Па, оттука е и потребата од учење за креаторите на политиката за земјите во развој и неразвиените земји да се фокусираат врз аспектите што е можно повеќе кој им помага на секторот на малите и средните бизниси да го поттикнат економскиот раст.

## 6. АНАЛИЗА НА СОСТОЈБАТА НА ФИНАНСИРАЊЕ НА МАЛИОТ БИЗНИС ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Секоја успешна и голема компанија можеби некогаш била мала, незнаена фирма која функционираше со одреден ризик. Една мала фирма претставува никулец за натамошните економски успеси во едно општество. Во Република Македонија малите бизниси придонесуваат со над 60% во БДП и над 75% во вкупниот број вработени. Рамниот данок заедно со регулаторната политика, се мерки кои се преземени за да се подобри економската клима во Македонија, од кои особена придобивка имаат токму малите и средните претпријатија.<sup>39</sup>

Табела: Вкупен број активни деловни субјекти по сектори на дејност и според бројот на вработени, 2015 година во Република Македонија

Вкупно	Број на активни деловни субјекти според број на вработени					
	0	1-9	10-19	20-49	50-249	250+
<b>70.139</b>	7.329	56.261	3.032	1.947	1.339	231

Извор: Државен завод за статистика

Според податоците на Државниот завод за статистика, бројот на активните деловни субјекти во Република Македонија во 2015 година изнесува 70 139. Најголемо учество во структурата имаат секторите: Трговија на големо и Трговија на мало; Поправка на моторни возила и мотоцикли со 23 843 субјекти или 34.0% и Преработувачка индустрија со 7 639 субјекти или 10.9%. Најмала застапеност имаат секторите: Рударство и вадење камен со 173 субјекти или 0.2% и Снабдување со електрична енергија, гас, пареа и климатизација со 160 субјекти или 0.2%.

Податоците за структурата на активните деловни субјекти според бројот на вработени покажуваат дека најголемо учество од 80.2% имаат деловните субјекти со 1-9 вработени. Потоа следат деловните субјекти без вработени или субјекти со неутврден број вработени (без податок за вработени) со 10.4%, па субјектите со 10-19 вработени со 4.3%, потоа субјектите со 20-49 вработени

<sup>39</sup> <http://www.finance.gov.mk>

чие учество изнесува 2.8 %, со 1.9% учествуваат субјектите со 50-249 вработени и само 0.3% од активните деловни субјекти имаат над 250 вработени.<sup>40</sup>

Малите фирми се помалку отпорни на кризи и економски падови во споредба со средните и големите фирми. Во услови на рецесија малите компании многу поскоро ги намалуваат вработените, а поради немањето доволно финансиски средства и залихи, секоја намалена побарувачка на производите ја зголемува неликвидноста и потребата од обртни средства. Статистиката покажува дека во првите три години голем процент од новоотворените фирми банкротираат.

Слична е состојбата и во Европската унија, каде што процентот на малите фирми кои имаат вработено помалку од десет луѓе изнесува 91,5% од вкупните европски компании, коишто учествуваат со 58% од сите новоотворени работни места. Затоа во Европската унија има многу повластени проекти за мали фирми, бидејќи за малите и микрофирми да станат средни и големи потребна им е поголема поддршка и помош.

Единствен начин за сестран развој на малите и средните бизниси е постоењето економија без пречки, во која функционира систем на соработка и создавање линк помеѓу бизнис-заедницата, државните и образовните институции.

Колку македонските мали и средни компании се разликуваат од просечните европски компании и дали се соочуваме со слични тешкотии и предизвици? Според европското законодавство, малите и средните претпријатија се компаниите дефинирани како трговски субјекти со помалку од 250 вработени и кои независно работат од поголемите фирми. Годишната реализација неможе да надмине педесет милиони евра.

За подобрување на бизнис климата во Република Македонија и поттикнување за основање микро и мали претпријатија, во изминатите години се спроведоа различни реформи. Реформите се однесуваат на процесите за поедноставни процедури за основање фирма, намалени административни

---

<sup>40</sup> <http://www.stat.gov.mk>

трошоци и пречки, можност за самовработување и слично. Извештајот “Doing business” на Светската банка, пишува дека Република Македонија забележува значителен напредок во поглед на подобрувањето на условите за раст и развој на малите претпријатија.

За поддржување на малите компании во Република Македонија, се формирани разни институции. Нивната цел е спроведување на програмите и проектите на Владата на Република Македонија кои се финансирани од страна на донатори. Тука спаѓа Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Македонија (АППРМ) која ги реализира своите задачи преку регионалните центри. Како составен дел од АППРМ, е создаден Фондот за развој на човечките ресурси, чија задача е зајакнување на претприемничките капацитети и стручност на раководните сектори на компанијата.

Од страна на Владата е промовиран и УСАИД Проект за микро и мали претпријатија кој го поддржува растот на претприемачите и нивните претпријатија, преку разни советувања, разменување искуства, поддржување при извозот и инвестирање.<sup>41</sup>

Формирањето на Опсерваторија за МСП, е претставено како начин на контролен систем чија цел е акумулација и анализа на кој има за цел собирање и анализирање на податоците и показтелите на секторот на МСП, кои имаат задача да ја креираат идната политика на Владата во овој делокруг. Во општините се отворени кабинети за можност за идно економско локално развивање, а за нивната работа одговорна е локалната власт.<sup>42</sup> За поедноставени и скратени даночни процедури за малиот бизнис, владата вовеле оданочување со годишен данок на вкупен приход.<sup>43</sup>

Се инсистира да се овозможи едноставен пристап до финансиските средства, со користење поволна камата, зголемена сигурност на трансакциите

---

<sup>41</sup> USAID, CEED, Center for Entrepreneurship and Executive Development, Micro and small enterprises project <http://www.usaid.gov/news-information/fact-sheets/usaid-micro-and-small-enterprises-project>

<sup>42</sup> Министерство за економија(2007): Ревидирана национална стратегија за развој на малите и средните претпријатија (2012-2013), Скопје

<sup>43</sup> Управа за јавни приходи(2014): Поедноставен даночен режим за микро и мали бизниси [http://www.ujp.gov.mk/files/attachment/0000/0432/ISBN\\_978-608-4592-46-4\\_Poednostaven\\_danocen\\_rezim\\_za\\_mali\\_i\\_mikro\\_biznisi\\_2014.pdf](http://www.ujp.gov.mk/files/attachment/0000/0432/ISBN_978-608-4592-46-4_Poednostaven_danocen_rezim_za_mali_i_mikro_biznisi_2014.pdf)



и слично. Банкарскиот сектор интензивно ги промовира најразличните поволни понуди за добивање финансиски средства.

Микро, малите и средните компании се доминантен тип на компании во македонската економијата. Тие учествуваат со 99,64% од вкупниот број регистрирани компании, со што се докажува дека тие се основни учесници во економијата на нашата земја.

Со малите бизниси се создаваат нови можности за вработувања. Тие се клучни фактори за добрата состојба на локалните и регионалните заедници. Малите бизниси се нашата предност, тие го претставуваат рбетот на нашето општество, а таа грижа за малите и средните претпријатија треба да биде наша носечка политика.

## **6.1. ПРИСТАПОТ НА МАЛИОТ БИЗНИС ДО ПОВОЛНИ ИЗВОРИ НА ФИНАНСИРАЊЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Пристапот до финансиски средства е најважниот предуслов за развој на малите и средните претпријатија и приватниот сектор во целина. Поради многубројните нерешени структурни проблеми, основен извор за финансирање на претпријатијата во Македонија не се банкарските кредити или другите екстерни извори на финансирање, туку сопствените, интерни средства на фирмите (задржана добивка и сл.).

Разни видови бизниси имаат различни финансиски потреби, кои можат да бидат мали или големи или краткорочни или долгорочни. Еден бизнис може да биде во сосостојба да понуди повисоко ниво на безбедност, додека друг може да побара од инвеститорот да поднесе значителен ризик.

Бизнисите се разликуваат во својата даночна изложеност, менаџерските способности, потребите за флексибилност и многу други димензии. Исто така и давателите на капитал имаат различни цели, капацитет и ограничувања. Банките, претпочитаат ниско ниво на вклученост, инвестиција со помало ризично вложување, вообичаено со кратко времетраење. Додека пак „бизнис-

англелите“ бараат ризични инвестиции со голема вклученост, со средно и долго времетраење.<sup>44</sup>

Тука влегуваат во поширока смисла и позајмиците од други фирми, па дури и од пријатели и членови на семејствата. Накратко кажано, се исцрпуваат сите интерни извори, затоа што екстерните извори на финансирање се или скапи или недостапни. Се разбира, тие интерни извори се многу ограничени, па токму затоа и износот на домашни инвестиции е мал.

Поддршката која малите бизниси ја добиваат во форма на финансиски кредити од банките има многу голема важност во одржувањето на финансиската стабилност на бизнисот. Во основа банките се најголемиот извор на дополнителен финансиски капитал кој им е потребен на компаниите, тие во рамките на своите кредитни линии креираат соодветни услови за финансирање на малите бизниси на неколку нивоа, односно во својата лепеза на услуги нудат различни наменски или ненаменски кредити за финансирање мали бизниси.

Карактеристично за банкарскиот сектор во Република Македонија е тоа што кредитните линии наменети за финансирање мали бизниси имаат краткорочен карактер, мал финансиски капитал и високи каматни стапки. Во најголем дел од понудите, функционираат хипотекарните кредити кои се едни од најнеповолните за кредитобарателите на старт-ап бизниси кои и немаат изразито високо ниво на почетни инвестиции и материјални средства.

Банкарскиот сектор врз малите бизниси гледа со одредена доза на скептицизам, сметаат дека малите бизниси се ранлива и лесно кршлива гранка во економијата и нивниот опстанок на пазарот не е доволно и сигурно гарантиран. Од тој аспект тие имаат високи барања за гаранција на капиталот кој се позајмува и во многу случаи малите бизниси се одбиени во процесот на обезбедување дополнителен капитал кој е неопходен за натамошен раст и развој на бизнисот. Во основа сопствениците на мали бизниси подигнуваат лични физички кредити, чии средства ги вложуваат во бизнисот водени од фактот дека не е возможно да ја добијат потребната финансиска поддршка.

---

<sup>44</sup> <http://kapital.mk>

Македонската развојна фондација за претпријатија (МРФП), во рамките на Програмата за микро и мали претпријатија, честопати организира и јавни расправи, преку работилници на кои се презентираат заемите и нивното значење, владините мерки за зајакнување на малите и средните претпријатија и слично.

## **6.2. НАЈЧЕСТИ КОРИСТЕНИ ИЗВОРИ НА ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА ОД СТРАНА НА МАЛИОТ БИЗНИС ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Малите бизниси и претприемништото претставуваат мотор за развој на економијата на Република Македонија, имајќи предвид дека учеството на малите бизниси, во вкупниот број претпријатија во Република Македонија изнесува 99%, па поддршката на овој сектор се јавува како услов за развој на целата економија. Малите трговски субјекти во Република Македонија се носители на економскиот развој, коишто генерираат преку 60% од БДП, а вработувањето е 75% од вкупно вработени ресурси.<sup>45</sup>

Развојот и поддршката на малите бизниси се повеќе е интегрирано во државните документи и стратегиите, постојано воведувајќи проекти, стратегии и програми за поддршка на развој на претприемништвото, и малите и средните претпријатија. Во 1996 година, за прв пат на малото стопанство се гледа со особена важност и му се дава значајна улога пред сè поради придонесот за силен иден развој на земјата. Во тој контекст се создадени следниве услови:<sup>46</sup>

- Поефикасно стопанисување и побрз развој на малите и средните претпријатија;
- Усогласеност на одредени прописи со кои се регулираат условите за вршење стопанска активност на МСП;
- Отворање агенции и консултантни центри за развој на МСП;

---

<sup>45</sup> Марија Зарезанкова Потевска: *ibid*, стр.87

<sup>46</sup> „Надминување на пречките за имплементација на политиката за развој на секторот на МСП во стопанството на Македонија“, Економски институт Скопје, Скопје, 2004год., стр.5

- 30% намалување на данокот од добивка за МСП;
- Намалување на даночната основица за пресметка на данокот на добивка ако се реинвестира;
- Модернизација, обновување и вложување во нови објекти, од компензацискиот фонд на ФАРЕ<sup>47</sup>
- Користење кредитни линии од странски финансиски институции (Европска банка за обнова и развој) за инвестирање во мали и средни претпријатија.

Во 2002 година Владата на Република Македонија има усвоено Стратегијата за развој на мали и средни претпријатија, а со цел таа да се реализира во 2003 год., усвоена е Програма на мерки и активности за поддршка на претприемништвото и создавање конкурентност на малите и средните претпријатија во Република Македонија. Со ваков концепт, Република Македонија се приближува во прифаќањето на основните принципи на Европската повелба за мали бизниси, прифатени од страна на Европската комисија на ЕУ во 2000 година, која Р. Македонија ја потпиша во 2003 година на Самитот во Солун, Р. Грција, а нивни цели се.<sup>48</sup>

- Генерирање на инфраструктурата во институциите за поддршка на претпријатијата и конкурентноста на малите компании;
- Изградба на поволно деловно опкружување – законска регулатива и услови за почнување на вршење економска дејност;
- Промоција на претприемништвото и нефинансиски форми за поттикнување на претприемништвото.

Во Република Македонија постои широк диверзитет на мерки за поддршка и развој на малите бизниси. Имено, воспоставена е инфраструктура за

<sup>47</sup> ФАРЕ програмата е еден од трите претпристапни инструменти финансирани од Европската унија за поддршка на земјите од централна и источна Европа во нивните подготовки за приклучување на Европската унија. Создадена е во 1989 година како помош за реконструкција на полската и унгарската економија.

<sup>48</sup> <http://www.slvesnik.com.mk> сл.весник на РМ, бр 48., април 2007 год., стр.7, 2.2.4 Европска повелба за мали претпријатија

институционална поддршка на претприемништвото преку разни иницијативи во рамки на министерствата на Република Македонија како и на самите агенции за поддршка на работата на бизнис инкубаторите, регионалните центри и разните мрежи на поддршка на претприемништвото меѓу кои Европскиот информативен и иновативен центар во Македонија. Постојењето на успешно поддржани компании од бизнис инкубаторите претставува показател дека веќе се воспоставени контурите на овој вид институции кои вршат поддршка во развојот на малите бизнис и кои во иднина и во Р. Македонија ќе може да го достигнат значењето кое тие го имаат за високо-развиените европски земји во поддршка на претприемништвото и малите и средните претпријатија.

Државната помош што малите и средните претпријатија, како и почетните бизниси ја добиваат преку Фондот за иновации е поделена во четири категории и тоа:

- Кофинансирање на стартап бизниси со 30.000 евра од кои 85% се финансира од Фондот;
- Грантови за комерцијализација на иновации до 100.000 евра од кои кофинансирањето е 75%;
- Грантови за трансфер на технологии до 200.000 евра при што кофинансирањето е 50% и техничка помош.

Постојењето на повеќе универзитети е особено значајно од аспект на постојано исфрлање образовен кадар кој полесно ќе може да се вклучи во деловен потфат. Денес државната политика која Република Македонија им ја овзможува на малите бизниси, се одликува со голема финансиска поддршка и унапредување на регулаторната рамка за развој на малите бизниси, што придонесува за зголемување на вработеноста и економската активност.

Важно е да се нагласи дека во Република Македонија се врши насочување на политиките кон поддршка на факторите на економскиот развој и дека се врши постојано следење и анализа на позитивните искуствата и практики на земјите-членки на ЕУ во поддршка на развојот на претприемништвото.

Трансферот на искуства и знаењето од развиените европски земји овозможува креирање стручна подлога за стимулативно бизнис опкружување.

Поддршката на бизнисот е секогаш добредојдена. Сопствениците на мали бизниси секогаш гледаат добронамерно и отворено кон можностите да им се помогне во работењето, независно дали станува збор за олеснителни активности во процесот на работа, продажба, извозен пласман или се работи за нови програми за поддршка, раст и развој на бизнисот.

Современото економско општество успева да изгради синџир на активности со чија помош институциите навремено би помогнале во надминувањето на честите појави на нестабилност кај малите бизниси. Улогата на институциите не е само поддршка во тешки ситуации со кои се соочуваат бизнисите, туку тие имаат поттикнувачка улога да ги мотивираат малите бизниси во преземањето нареден чекор на раст и развој и искачување кон повисоко ниво на скапилото на животен циклус на бизнисот, со што им нудат можност на отворен дијалог и избор на најдоброто оптимално решение кое ќе донесе најдобри резултати за бизнисот, а со тоа и за сопственикот.

Во склоп на многуте програми и стратегии кои се застапени во палетата на активности кои ги нудат институциите, на малите бизниси им се олеснува процесот на работа, се обезбедува нормален проток на информации и следење на светските случувања на пазарот, а со тоа директно се влијае врз нивото на крадење нормална конкурентска клима за работа на сите бизниси.

Светските искуства зборуваат дека со отворање инкубатори во голема мера може да се придонесе за развојот на една економија. Инкубаторите се место каде нешто се развива, или терминолошки објаснато, означува развој на мали и средни претпријатија, а со тоа и на развој на претприемништвото.<sup>49</sup>

Бизнис-инкубаторите го негуваат развојот на компаниите и им овозможуваат на своите клиенти разновидни услуги и ресурси кои им се потребни во периодот кога се млади компании како што се: помош за планирање, управување, финансии и сл. Инкубаторите, исто така, им даваат на

---

<sup>49</sup> <http://www.pretpriemac.com>

своите клиенти: работен простор со флексибилна ќирија, канцелариски услуги и опрема - се на едно место. Главната цел на овие програми за бизнис инкубација е да се создадат нови компании кои ќе креираат нови работни места, а со тоа и богатство во тие региони. Најголем промотер на отворање инкубатори е државата. Државата има моќ и интерес за отворање и развој на инкубаторски центри, бидејќи добива нови даночни обврзници, а добива и социјален мир бидејќи се овозможува отворање нови работни места. Средствата за отворање инкубаторски центри може да се побараат и од земјите-донатори, кои би помогнале за развој преку доделување поволни финансиски кредитни линии, преку донирање одредени технички средства (компјутери, некои машини за производство итн.), гостувања на експерти преку кои претприемачите ќе се здобијат со нови знаења, искуства како и со практична примена на тие нови знаења и искуства. Земјите-донатори добиваат зголемена значајност во очите на локалното население и ја зголемуваат репутацијата на својата земја. Донаторите најчесто се поразвиените земји. Инкубаторски центри најчесто се отвораат таму каде некоја одредена деловна гранка доживеала пропаѓање па се јавува голема сиромаштија и невработеност.

Развојот на малите и средните претпријатија не може да биде препуштен единствено на индивидуалните иницијативи. За да се мотивира приватниот сектор и претприемништвото треба да се креираат одредени услови во кои ќе функционира системот на соработка, со можност за создавање линк помеѓу бизнис-заедницата, институциите на владата и образовните установи.

## ЗАКЛУЧОК

Отпочнување сопствен бизнис значи претворање на една идеја во реалност. Може да биде профитабилно искуство кое нуди многу приоритети, како што е способноста да се биде прв човек на компанијата и да се заработи со работа која ви причинува задоволство. Стартувањето со сопствен бизнис бара вклучување и преземање одредени ризици како и некоја форма на финансиско инвестирање. За успешен почеток на малиот бизнис потребно е негово негување и управување со цел зголемување на профитабилноста, но истовремено почитување на прописите и законите кои ја регулираат индустријата.

Успешноста на кој било бизнис е директно поврзана со достапноста на финансиите, без разлика дали се работи за старт-ап финансии или за финансии потребни за вложување во растот на бизнисот. Доколку овие финансии се лесно достапни и претприемачот има добар бизнис план базиран на уникатна бизнис идеја, успехот е загарантиран.

Основната финансиска дејност е заедничка за сите трговски друштва чија основна цел и суштина е навремено снабдување со потребните финансиски средства за обезбедување опрема со најнови техничко-технолошки карактеристики, со вложување помалку средства. Секое трговско друштво тежнее да оствари поголем успех при остварувањето на оваа дејност, бидејќи од нејзината имплементација зависи и егзистенцијата на стопанскиот ентитет.

Основната цел на изворите за финансирање на малите претпријатија е да се обезбеди финансирање за купување репро материјали, пакување, даноци, маркетинг и други трошоци за производство и испорака на производи и на домашни и на странски пазари. Изворите ги финансираат следниве трошоци поврзани со производството на стоки: откуп на крајните производи од страна на трговска фирма, плаќање на работна рака поврзана со подготовка на проектот, плата, даноци, инспекција, трошоци за транспорт, осугурување, царина и други трошоци кои се поврзани со извоз.



Ваквото финансирање обезбедува краткорочен работен капитал преку употреба на иновативни трговски финансиски производи, како финансирање на нарачка за купување, пред-извозно финансирање, фабричко финансирање и други позајмици на мали и средни претпријатија.

Основна цел на финансиската функција во малите и средните претпријатија е навременото и под најповолни услови обезбедување фондови за понатамошен развој на претпријатието. Менаџирањето на современите претпријатија е составено од низа процеси, тековни активности и акции, а развојот се остварува преку еден или повеќе паралелни проекти. За да се започне со успешен мал бизнис потребно е да се направи испитување на бизнис идејата со што би се утврдило дали има пазар за пласирање на одреден производ или услуга и дали може економски да се оправда.

Малиот бизнис е од есенцијално значење за успехот во економската сфера на еден ентитет. Малите бизниси постојано се соочуваат со конкуренцијата која е неизбежна и ги присилува да прифаќаат нова идеја, производ или услуга, технологија, иновативност, специјализирање на одредена фаза во сложено производство во соработка со поголемите компании, рационално користење на ресурсите, адаптирање кон нови услови во работењето, флексибилност при промена на дејноста или локацијата и слично.<sup>50</sup>

Прогресот на малите и средните претпријатија е поврзан со обезбедувањето конкурентен и отворен пазар чија цел е подобрување на нивната ефикасност и иновативен потенцијал. За стимулирање на растот на мали, средни и големи компании неопходно е стимулативно и квалитетно деловно општество.

За сопствениците на бизнисот многу важно е да ја разберат и користат напредната технологија. Таа може да помогне во зголемување на конкурентноста и ефикасноста на бизнисот како и проширување на операциите. На малите компании се повеќе им се потребни лица со специфични работни

---

<sup>50</sup>Зарензакова Потевска, Марија: Перспективите на малото стопанство, Скопје, 2000, стр.85

профили кои поседуваат различни професионални вештини и компетентност. Многу често клиентите откриваат бизнис преку онлајн пребарување.

За активирање и продлабочување на соработката со странски деловни партнери, а воедно и обезбедување одреден технолошки развој на економијата во Република Македонија потребно е да се преземат низа законски и економски мерки: законско поддржување на лизингот, франшизингот како форми на трансфер на технологија и инструменти за финансирање на малите и средните бизниси, активно инволвирање во програмите на Европската унија, промовирање проекти и програми за доближување кон европските стандарди, да се создаде погодна бизнис клима за континуирано развивање на претприемништвото.

Грижата за мали и средни претпријатија треба да стане носечка политика, која бара поодговорна јавна администрација, подобар пристап до поддршка со финансирање на мали и средни компании, повеќе иновации и едукација, подобар пристап и можности за склучување договори за јавни набавки и помалку задоцнети плаќања.

Секторот на малите и средните бизниси во стопанството на Република Македонија има многу големо место и улога и добива се поголемо значење, бидејќи претставува круцијален динамичен фактор на целокупното општествено-економско развивање.

Така, во Националниот извештај за состојбите околу примената на Повелбата во Република Македонија за 2003 година е наведено дека развојот на малите претпријатија е од извонредно значење за економскиот развој на нашата земја, каде треба да се направат и спроведат подобрувања во:

- креирање на политиката,
- поедноставување на правното и регулаторното окружување,
- примена на информатичко –комуникациската технологија,
- пристап до финансиите,
- модерен даночен систем,

-наука, иновации, технологија и друго.

Малите бизниси треба да овозможат поттикнување кон обнова и развој на националното стопанство за да може да се зголеми животниот стандард на населението. За да се оствари ваквата амбициозна улога, секторот на мало стопанство треба да биде интензивно поддржуван, за што е потребно поголемо поттикнување во тој смер. Република Македонија има исклучителен интерес за пристапување кон оваа Европска иницијатива поради потребата да ги зголеми своите напори во развојот на ефикасен сектор на мали претпријатија.<sup>51</sup>

Спроведувањето различни реформи во повеќе сектори во Република Македонија, се направи за подобрување на бизнис климата за раст и развој на малите компании.

Малите компании имаат големо значење за националната економија на една земја, па оттаму се јавува потребата за нивно дефинирање, истражување, како и утврдување на факторите кои влијаат врз растот и развојот на малите бизниси.

Доколку се има предвид специфичноста и ефектот на малиот бизнис врз националната економија, неопходно е владата да овозможи и поттикне развивање на сè поголем број програми и институции, за поддршка на создавањето и растот на малите бизниси.

Државата треба да има централна улога, која ќе имплементира стратегија со која ќе се подобри бизнис климата и економските услови, ќе се фокусира на обезбедување финансиска поддршка, ќе работи на зајакнување на конкурентноста на малите претпријатија и на промовирање на претприемништвото.

Основното правило за почеток на еден бизнис гласи – „Доколку одреден производ или услуга нема задоволителен број купувачи и доколку не се обезбеди соодветен профит кој е поголем од тековните трошоци, тоа значи дека не постои економска оправданост за продолжување со бизнисот“.

---

<sup>51</sup>/europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\_policy/charter/2004\_charter\_docs/balkans/macedonia-2003.pdf

Започнувањето мал бизнис е бавен процес кој често одзема значајни и често скапоцени ресурси: време, енергија и финансиски средства. Многу често новите бизниси се фокусираат кон добивање нови клиенти, но многу лесно можат да се забораат основите на овој важен процес. Постојат неколку работи што секој нов мал бизнис мора да ги направи правилно на самиот почеток.

Зошто е потребно да се промовира еден мал бизнис?

Дел од причините за промоција на малиот бизнис е да донесе поголем економски бенефит од големите фирми во смисла на:

- економски раст,
- генерирање нови работни места,
- зголемена ефикасност.

Во поголем број земји во развој, микро и малите претпријатија го сочинуваат мнозинството од вкупниот број фирми и го прави поголемиот дел од вкупната вработеност.

Стартувањето нов бизнис и добивањето на потребниот капитал е предизвик како што е и наоѓањето на вистинскиот извор на финансии за проширување на веќе постоечкиот бизнис. Поради своите ограничени ресурси често водат битка со цел да бидат во тек со врвните случувања во информатичката и комуникациската технологија и имаат тешкотии во наоѓањето квалификуван кадар на кои треба да им се овозможи адекватна понатамошна обука и образование.

Дискусија е околу тоа дали малите бизниси се важни за растот на вработување, односно за создавањето нови работни места. Овој пат, емпириските докази се на страна на традиционалните размислувања. Малите фирми имаат големо влијание на создавањето работни места. Многу мали фирми не успеваат да се зголемат бидејќи се соочуваат со одредени проблеми поради својата величина и ограниченоста на ресурсите.

И покрај популарното верување во развиените земји, малите бизниси не создадоа повеќе работни места, ако се земат предвид работните места, кои се затворени и компании кои исчезнуваат многу почесто од големите фирми. Истиот заклучок може да се изведе и во случајот на земјите во развој. Малите фирми нудат помалку безбедност на работното место од големите фирми. Мерките за ефикасноста на компаниите се разликуваат како во рамките на индустријата така и во индустријата во целина.

Во прашање е фактот дека малите компании се повеќе се иновативни од големите фирми. Многу мали компании воведуваат иновации на пазарот, но придонесот на иновацијата на продуктивноста бара одредено време. Големите компании имаат повеќе ресурси за да усвојат и имплементираат иновации.

## ПРЕГЛЕД НА КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Abermethy, M. and Heidtman, D.- Business Angels, Allen & Unwin, Australia 1999;
2. Australian Bureau of Statistics, Characteristics of Small Business 2004, Australia, cat. No. 8127.0, ABS, Canberra, 2005, figures exclude agricultural enterprises.
3. Академик проф.д-р Таки Фити: Ризичниот капитал и финансирањето на мали и средни претпријатија, Годишник на Економски факултет- Скопје, 2007;
4. Арсов, С., "Финансиски менаџмент", Економски факултет - Скопје, Скопје, 2008
5. Bussines Angel Investing Groups Gerowing in North America, Ewine Marion Кауфман Фондацион, October 2002.
6. Colin Gray and Christopher Mabey: Management Development, International small business journal, 2005,
7. Curovic M, Finansiski menadzment, Beograd 2008 godina
8. Д-р Панче Јовановски: „Финансиски Менаџмент“, Европски Универзитет во Република Македонија, Скопје, 2005 година
9. Developed economies SMEs focus on continued expansion
10. [europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\\_policy/charter/2004\\_charter\\_docs/balkans/macedonia-2003.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/2004_charter_docs/balkans/macedonia-2003.pdf)
11. European Central Bank, "Survey on the access to finance of SMEs in the Euro area from October 2011 to March 2012", 2012.
12. Finance info, Business Knowledge Source (2010).
13. Finansijski menadzment –Prof. d-r Mirko Kulic

14. Fletcher, M.; Freeman, R.; Sultanov, M. and Umarov, U., "Leasing in development - Guidelines for emerging economies", IFC, 2005
15. H. Van Houte, The Law of International Trade, Sweet & Maxwell, London, 2005
16. Kevin Cook Foundation, 2014,
17. Klapper Leora, The Role of Factoring for Financing Small and Medium Enterprises, The World Bank, Washington, DC 20433,
18. Lakic S. "Finansisko trziste", Beograd 2009 god.
19. Michael Schaper, School of business and Thierry Volery, University of St Gallen, Switzerland, Entrepreneurship and Small Business, 2<sup>nd</sup> Pacific Rim Edition, 2007
20. Paul Burns: "Entrepreneurship and Small Business", Antony Rowe Ltd, Chippenham, Wiltshire, London, 2001,
21. Pinson, L., Jimemet, J., - Steps to small business start-up, Kaplan Publishing, 2006;
22. Sara Carter, Dylan Jones-Evans: "Entreprise and Small Business; Principles, Practice and Policy", Prentice Hall, New York, 2000
23. T.S. Hatten, Small Business: Entrepreneurship and Beyond, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 1997.
24. Viral M. Pandya, Assistant Professor of Management, Comparative analysis of development of SMEs in developed and developing countries, Gujarat National Law University, Gandhinagar – India
25. William A. Sahlmon, Howard H. Stevenson: "The Entrepreneurial Venture", Harvard Business School Publication, Boston, 1992
26. Васил Поповски: Влијание на организациската култура врз деловноста на претпријатието, Економски Институт, Скопје, 2001

27. Д-р Панче Јовановски: „Финансиски пазар и институции“, Скопје, 2004 година
28. Д-р Бобек Шуклев: Менаџмент на мал бизнис, Економски факултет-Скопје, 2003 година;
29. Д-р Бобек Шуклев: Менаџмент, Економски факултет-Скопје, 1993 година;
30. Д-р Исак Адигес, Животни циклуси предузеча, Прометеј, Нови Сад, 1994 година,
31. Д-р Исак Адигес, Управување со корпоративни животни циклуси, Скопје, 2010 година,
32. Д-р Љупчо Трпески: „Пари и банкарство“, Скопје, 1995
33. Д-р Ристо Фотов, Менаџмент на мал бизнис, Скопје 2006;
34. Д-р Ристо Фотов, Основи на финансии, Универзитет Гоце Делчев, Економски факултет, Штип, 2007;
35. Д-р Роберт Димитровски: Менаџмент на мал бизнис, Факултет за Општествени науки, Скопје, 2005 година,
36. Д-р Таки Фити и Верица Хаџи Василева Марковска: Претприемништво, Економски Факултет, Скопје, 1999 година,
37. Д-р Тихомир Јовановски: „Финансиски пазар“, Скопје, 1994
38. Драгана Јашевиќ и Јане Војчески, "Факторинг - Алтернативен извор на финансирање",
39. Европската повелба за мали претпријатија, усвоена на лисабонскиот состанок на лидерите на земјите членки на Европскиот совет 2000 година
40. Емилија Вукадин: Економска политика, Белград 2003.
41. Зарезанкова Потевска, Марија, Перспективите на малото стопанство, Скопје, 2000 год.



42. Љубомир Митровиќ: Политичка економија, Приштина, 2003
43. Македонска развојна фондација (МРФП)- Поддршка на претприемништвото во Македонија, Скопје, 2004 година;
44. Миленко Достик: Менаџмент на малите и средни претпријатија, Сараево, 2002.
45. Пендев Дејан: "Водич за претприемништво и мали бизниси", Економски институт, Скопје, 2000
46. Слободан Ј. Марковски: Улогата на малото стопанство во процесот на транзиција, Економска транзиција, МАНУ, Скопје, 1994 година
47. Упатство за корисниците на средства од Програмата за финансиска поддршка на руралниот развој за 2010 година-АФПЗРР, февруари 2010 година.
48. Ханс-Петер Цимерман: Голем успех на мало претпријатие, Скопје, 1996 година

## **КОРИСТЕНИ ЛИНКОВИ:**

1. <http://faktortrust.com.mk/>
2. <http://www.doingbusiness.org/rankings>
3. <http://www.mbdp.com.mk>
4. <http://www.pretpriemac.com>
5. <http://www.slvesnik.com.mk>
6. [www.kevincookfoundation.com/grants](http://www.kevincookfoundation.com/grants)
7. [https://businessknowledgesource.com/finance/what\\_you\\_should\\_know\\_about\\_small\\_business\\_financing\\_034992.html#more](https://businessknowledgesource.com/finance/what_you_should_know_about_small_business_financing_034992.html#more)
8. <https://hbr.org/1983/05/the-five-stages-of-small-business-growth>
9. <http://kapital.mk>
10. <http://www.stat.gov.mk>
11. <http://www.finance.gov.mk>
12. <http://www.vlada.mk>