

ЕУ Предузетнички барометар

Децембар 2020 | Република Србија



Building a better
working world

Уз подршку:



Република Србија

МИНИСТАРСТВО ПРИВРЕДЕ

САДРЖАЈ

COVID-19 пандемија

О ЕУ Предузетничком барометру	2
Како је COVID-19 пандемија до сада утицала на пословање	6
Највећи фактор ризика за предузетничко пословање	8
Утицај који је пандемија имала на трговину	10
Стратегије за опстанак бизниса током кризе	14
Мере Владе РС током кризе - колико су коришћене, колико им је тешко приступити	16

Ко је српски предузетник	20
Запошљавање	22
Изазови за даљи раст компаније	25
Приступ финансирању	28
Жене у предузетништву	31

Радно време предузетника и рад запослених од куће	33
Наслеђивање и породични бизниси	36
Инвестирање	38
Иновације у предузетничком пословању	40
Колико је важно планирати развој маркетинга за даљи опстанак и ширење капацитета компаније?	44

План за будуће пословање

Екологија	46
Закључак	48

Уводна реч

Глобалне тенденције се мењају из године у годину, али оно што остаје као фокус у економији је развој привреде и појединачних индустрија унутар ње. Турбулентне промене које су преплавиле међународно тржиште у скоро свим сегментима у претходних неколико година, а нарочито током 2020. године обележене пандемијом вируса COVID-19, умногоме су утицале на померање фокуса и планирања. Оно што се није променило, је учешће предузетничких компанија у формирању комплетне светске привредне слике.

Тренутно у жижи интересовања, предузетништво је све више заступљено као предмет изучавања на универзитетима. Оно у чему се сви слажу је да је за отискивање у предузетничко пословање потребна визија, много упорности и воље, а драгоцени додатак су тимови сарадника и саветника. Данас, када се цео свет суочио са економским последицама које пандемија вируса COVID-19 носи, криза какву нико није очекивао, више него икада јасно је да ће се развој привреде све више ослањати на мала и средња предузећа, која својом величином и агилношћу лакше могу да се суоче са неизвесностима на локалном и светском нивоу.

Предузетници, као људи са израженим склоностима ка иновацијама, ка бољој организацији, праћењу визија, проналажењу ефикасних решења, све су више потребни индустријама јер током свог предузетничког пута креирају квалитетније производе, компаније и свеукупно бољу пословну климу. Тако су и нови изазови које је поставио COVID-19, као највећа пословна турбуленција у претходној деценији, довели до нових решења у компанијама које су успеле да задрже своје место на тржишту, а можда чак и поправе своје позиције.

Компанија ЕУ је на глобалном нивоу развила своју мисију - стварање бољег пословног

окружења у чему су јој међу првим сарадницима управо предузетници, и због чега тесно сарађује, а у исто време прати и анализира предузетничко пословање. Један од алата који даје јасну слику домаће предузетничке сцене је и ЕУ Предузетнички барометар, који, како и само име каже, проучава, мери, пореди и јасно приказује кретања у нашем предузетничком окружењу.

Пут ка остварењу предузетничког циља често је усамљенички, без јасних смерница и упутства - такав је по дефиницији пут предузетништва које се најчешће изроди из нечије идеје и жеље за њеном реализацијом што се тешко уклапа у већ постојеће планове корпорација. Зато, предузетници крећу сами, својим темпом, утирући пут својим производима или услугама са надом да ће се труд исплатити и да их на циљу чека нови, бољи и успешнији ниво пословања.

Током дугогодишње сарадње са предузетницима, а у оквиру пројекта ЕУ Предузетник године, компанија ЕУ сусретала се са предузетницима из свих делова земље, из различитих индустрија, са различитим почетним тачкама, а које је све одликовала храброст, увереност у успех идеје и упорност. Стога, и овога пута представљамо ново истраживање ЕУ Предузетнички барометар које ће верно приказати са чиме су се све предузетници сусрели током највећег изазова у протеклој години, како су се прилагодили и како су се изборили са пандемијом која је захватила свет још почетком године.

Иван Ракић

Руководећи Партнер компаније ЕУ за Србију, Црну Гору и Босну и Херцеговину



О ЕУ Предузетничком барометру

ЕУ као успешна ревизорско-консултантска компанија велики део свога пословања заснива на прецизним подацима, њиховој анализи и пласману. На основу података формира свој став и планира наредне кораке. Тако, током реализације програма ЕУ Предузетник године, који се већ више од тридесет година одржава у свету и скоро десет година у Србији, компанија ЕУ долази до великог броја података преузетих од предузетника, учесника програма. Ови подаци, разврстани у категорије и приказани кроз прецизне статистике под заједничким именом ЕУ Предузетнички барометар, дају јасан увид у предузетништво у Србији.

Сама студија која се спроводи зарад формирања ЕУ Предузетничког барометра је на свом почетку имала за циљ боље разумевање пословања, мотива и смерница којима се воде српски предузетници. Затим је добро креирани алат израстао у нешто више - у прецизан водич чији подаци дају јасну слику предузетништва из године у годину. Поређења са претходним годинама, испуњења планова и новитети показују смер у коме иде предузетништво у Србији.

Годину у којој Вам представљамо пети по реду ЕУ Предузетнички барометар свакако ће карактерисати начини хватања у коштац са пандемијом вируса COVID-19, као и разлике у очекивањима из прошле године и постојеће реализације током 2020. године.

Компанија ЕУ је, пратећи промене на тржиштима, одавно увидела значај предузетништва за развој државних привреда. Као вид промоције малих и средњих предузећа, осмишљен је програм ЕУ Предузетник године кроз који се анализирају, представљају и промовишу најбољи предузетници у свом окружењу. Предузетништво је најперспективнија област привреде јер је расадник

нових идеја, праваца пословања, начина производње, продаје, имплементације нових технологија и често су предузетници зачетници нових области деловања.

Транзиција је током деведесетих година, као јако тежак период за много снажније и боље стојеће привреде, имала пресудан утицај на пословање у Републици Србији и неповољно је утицала на подршку предузетништву.

Ипак, упркос свим препрекама, предузетници у Србији су заузели своје место на привредној сцени и сваке године то место заузима све више простора и помера се ка врху. У свим областима пословања има много простора за побољшање начина и услова рада, нарочито када је у питању подршка предузетницима из врха система. Подршка је јако важна, нарочито када се усмери на пионире пословања, иновативне предузетнике који су врло агилни у савлађивању нових изазова и сагледавању нових решења.

Глобално искуство компаније ЕУ, уз прецизне и опсежне анализе какве нуди ЕУ Предузетнички барометар, даје нам прави увид у комплетну слику уз наглашавање начина за бољу промоцију, подршку и повећање видљивости предузећа која воде предузетници. Наша компанија је током година највише инсистирала на разумевању пословања, анализи пословних резултата и планирању нових пројеката који уз сарадњу са Владом Републике Србије сигурно могу значајно да утичу на побољшање положаја предузетника у Србији.

Од 2016. године на пословну сцену Србије ступа и студија ЕУ предузетнички барометар, која кроз своја опсежна, сада можемо рећи и дугогодишња истраживања, постаје поуздан и прецизан алат потребан за праћење развоја предузећа у Србији. Иза своје завршне верзије, студија крије велику преданост састављача анкете као и више од 500 предузетничких увида којима су предузетници јасно осликали пословну слику Србије. Овако осмишљена студија ЕУ Предузетнички барометар може бити извор нових идеја и начина за побољшање услова у којима послују предузетници данас у Републици Србији.

Циљ ЕУ Предузетничког барометра

Током пет година постојања студије ЕУ Предузетнички барометар, делимично су се мењала питања на која су одговарали анкетирани предузетници, али су остајала усмерена ка главном циљу студије - да што тачније представи јавности предузетничку пословну климу, разврстану по микро сегментима, као и да понуди препоруке којима би се услови пословања у предузетништву побољшали и тиме довели до рађања нових предузетника. Предузетници теже остварењу својих визија, али су често били подстакнути на самосталност околностима у окружењу, или финансијским дисбалансима.

Опстанак на тржишту условљен је прилагодљивошћу решења и често је то спој старог и укореног са новим начинима пословања, стварањем нових технологија. Баш такав спој знања, упорности, очувања традиције уз савремене процесе производње, као склоп који не ремети окружење и навике корисника/купаца, је спој који подржава компанија ЕУ и својим предузетничким барометром представља пут који је неки предузетник већ прошао и тиме олакшава пробој новим пословним идејама. На тај начин долази до очигледног побољшања - привреда са јаким предузетницима лакше повећава број радних места, економска активност је већа, а самим тим и држава убира веће порезе као последицу повећаног профита у привреди.

82%

испитаника сматра неизвесност изазвану појавом пандемије COVID-19 највећим изазовом за даљи раст и развој своје компаније

81%

испитаника искористило је меру помоћи Владе РС у виду уплате минималне зараде по запосленом

71%

предузетничких компанија у највишој мери ставља у фокус еколошку свест и одрживост пословања

66%

компанија припадају породичним бизнисима

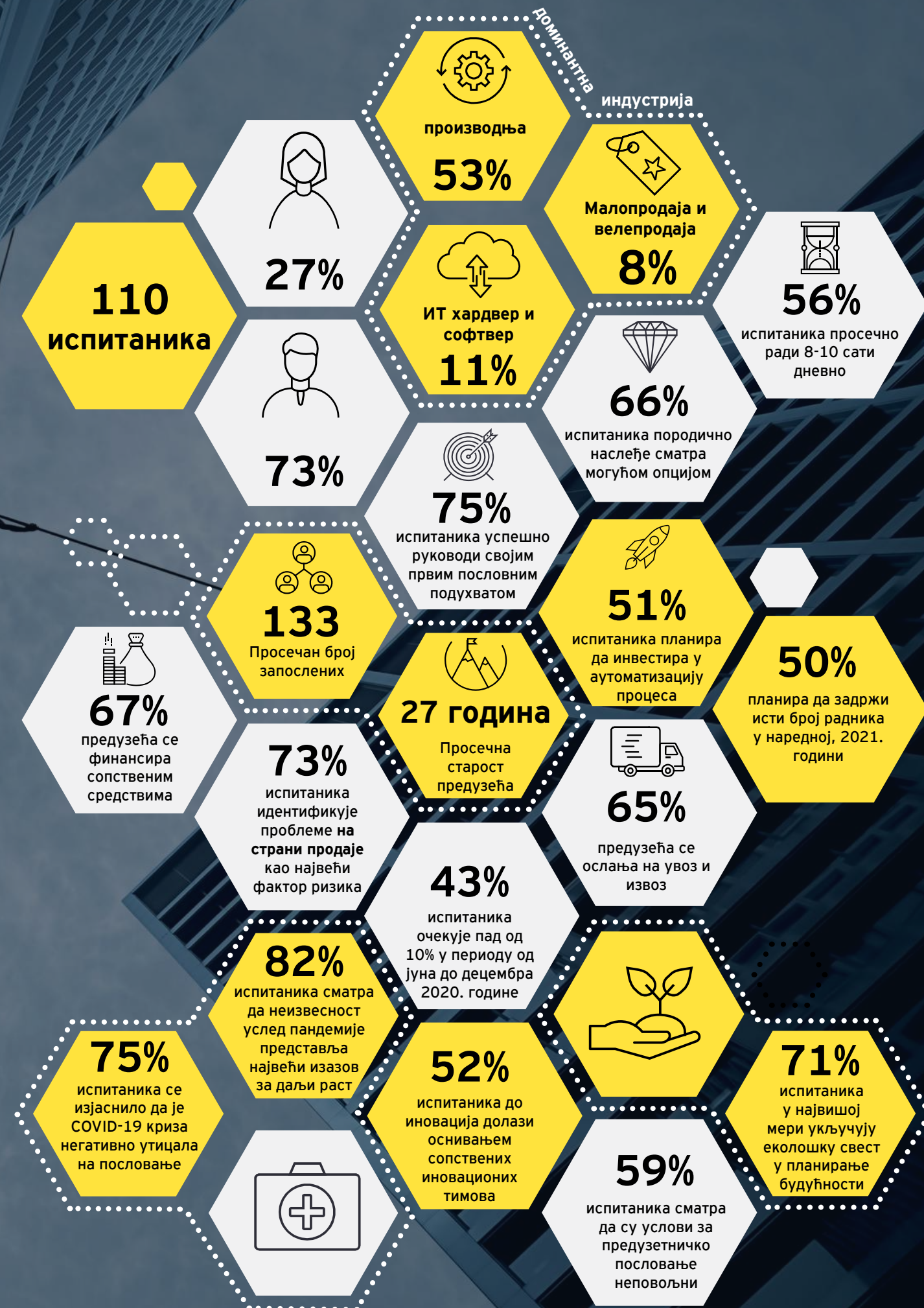
О Програму ЕУ Предузетник године

Награда ЕУ Предузетник године™ постоји више од тридесет година, а у Србији је први пут установљена 2012. године. Као прва и једина глобална награда овог типа, ЕУ Предузетник године™ додељује се инспиративним предузетницима који су успели да изграде и развију успешне, растуће и динамичне компаније. Ревизорско – консултантска компанија ЕУ (Ernst & Young) овај програм организује у више од 150 градова и готово 60 земаља широм света. Награда ЕУ Предузетник године™, која ће се по девети пут доделити у Србији, промовише предузетнички дух и иницијативу, и одаје признање људима који не чекају решења, већ их сами траже независно од спољних околности и упркос предрасудама.

Подршка предузетништву један је од доприноса наше компаније стварању бољег пословног окружења, што је уједно и мото наше компаније. ЕУ жели да допринесе афирмацији најбољих српских предузетника и пружи им могућност да стану раме уз раме са најбољима из целог света.

ЕУ Предузетник године је глобални програм који промовише достигнућа најбољих светских предузетника. ЕУ Предузетник године је програм који постоји у готово 60 земаља у којима се ствара 93% глобалне економије. Додела награде најбољем предузетнику/предузетници има за циљ да промовише оно најбоље што долази из предузетничког сектора у свакој од ових земаља – и да охрабри друге предузетнике да пођу корацима најбољих. Добитник/добитница признања ЕУ Предузетник године™ представља Републику Србију на церемонији доделе признања ЕУ Светски предузетник године™ на ком ће учествовати национални победници из свих земаља света у којима се овај програм одржава.

ЕУ Предузетнички барометар Ко је српски предузетник?



Како је COVID-19 пандемија до сада утицала на пословање

Глобалне прогнозе су такве да ће, како Европа, тако и остатак света осетити рецесију у 2020. години, чији обим ће зависити од трајања пандемије COVID-19. Ова криза је шок без преседана који је изненадио свет и светску економију. Како се земље пребацују на режим „остани код куће” како би се успорило и зауставило ширење вируса, владе и друштва суочавају се са високим људским, социјалним и економским трошковима. До краја децембра, забележено је преко 81,2 милиона потврђених случајева COVID-19 у 215 земаља, услед чега је преко 3 милијарде људи у изолацији.

У оваквим новонасталим околностима, економске пројекције представљају велики изазов услед велике несигурности узроковане екстерним факторима, попут обима и утицаја интервенција као што су друштвено дистанцирање, напретка у развоју вакцине, обима поремећаја снабдевања и промена у понашању људи. Многе досадашње прогнозе фокусирали су се на неколико опција које се базирају на сценаријима који зависе од дужине трајања ширења вируса. Како време одмиче, све досадашње прогнозе приближавају се песимистичнијим изгледима при којима се ширење епидемије наставља, тако да мере изолације не би било могуће укинути све до краја августа, те би опоравак економских активности започео тек у четвртој кварталу ове године.

Према извештају који је Светска банка објавила у пролеће 2020. године, након солидног раста од 4,2 процената у 2019. години, српска економија се сада суочава са рецесијом изазваном ширењем вируса COVID-19.

Стопа незапослености која је достигла историјски минимум од 10,4 процената у 2019. години помоћи ће у ублажавању негативног утицаја. Међутим, према наведеном извештају Светске банке, спољне и фискалне неравнотеже се повећавају: дефицит текућег рачуна достигао је 6,9 процената БДП-а у 2019. години, а очекује се да ће мали

фискални дефицит из 2019. године значајно пораста у 2020. години. Самим тим, са ширењем пандемије вируса COVID-19 се повећавају шансе за погоршање економског сценарија.

Иако су очекивања била да, уколико се мере обуздавања ширења пандемије укину почетком јуна месеца 2020. године, пад привреде буде 2,5 процента у текућој години, прогнозе се мењају. Према последњем извештају Светске Банке за земље Западног Балкана, очекује се да ће регионални раст у овом региону износити између -3 и -5,6 процената.

Такође, у извештају који се фокусира на регион, наводи се да ће рецесија у свим земљама Западног Балкана покренути значајан пад домаће и стране потражње током саме пандемије изазване COVID-19 вирусом. Ограничења путовања и мере друштвеног дистанцирања имају посебно дуготрајан утицај на туризам и услуге, а услуге чине око 50 процената укупне запослености у пет земаља у региону и 75% у Црној Гори. Прекиди у снабдевању и нижа потражња додатно утичу на многе производне секторе, док ограничења ликвидности и акутна несигурност гуше инвестиције.

Оно што се наводи као кључни ризик за земље Западног Балкана је чињеница да би продужена пандемија, као и дубља рецесија у Европској унији, могле да отежају управљање надоласећом економском кризом. Према резултатима званичног истраживања које је спровела Светска Банка, очекује се да ће криза изазвана COVID-19 пандемијом утицати на привреду Републике Србије првенствено када је у питању прерађивачка индустрија, при чему су од нарочитог значаја извоз и производња трајних добара.

Када је у питању стање приватног сектора, произвођачи-извозници запошљавају далеко највећи број радника од свих сектора на које би криза могла да утиче. Ситуација је таква да би могло доћи до негативног ефекта таласа јер тражња за извозом пада, а логистика (нпр. увоз сировина) постаје све сложенија.

Поред тога, тражња за трајним добрима често бележи нагли пад условима у кризи. Скоро половина свих запослених у предузећима која извозе ради у сектору производње трајних добара, а 86% произвођача трајних добара такође извози - што све усложњава могуће негативне ефекте. На пољу услуга суочених са утицајем кризе, продаја производа који нису неопходни за живот представља сектор са највише запослених.

Истраживање које је спровела Унија послодаваца Србије у партнерству Европском банком за обнову и развој, под називом „Утицај пандемије COVID-19 на активности предузећа у Србији” које је спроведено међу 400 компанија, јасно указује на то да је више од 80% испитаних компанија успело да функционише током кризе, од чега половина у потпуности, било у просторијама предузећа, било уз помоћ рада на даљину. Ипак, 90% предузећа која су учествовала у истраживању изјаснило се да је морало да начини одређена прилагођавања како би, колико је могуће, ублажило негативне последице.

Према извештају који је Светска Банка објавила у пролеће 2020. године, након солидног раста од 4,2 процената у 2019. години, српска економија се сада суочава са рецесијом изазваном ширењем вируса COVID-19.

Како је COVID-19 криза до сада деловала на Ваше пословање?

75%

Негативно

20%

Позитивно

5%

Није се одразила на пословање

Како се истраживање ЕУ Предузетнички барометар превасходно фокусира на успешне брзорастуће предузетничке компаније, осврнули смо се и на ставове предузетничких компанија које припадају дигиталној индустрији као и колико је пандемија изазвана COVID-19 вирусом утицала на њих. Како је утицаја било на читаву светску економију, изузетак нису ни дигиталне економије које су, према извештају који је радила Дигитална Иницијатива Србије на пролеће 2020. године, изгубиле укупно 383 милијарде евра у вредности од 31. јануара ове године, што је пад од чак 33 одсто. Истраживање наводи да су ретке компаније које у овом периоду доживљавају раст, а то су оне чије су услуге и сервиси доступни милионима људи из сигурности њихових домова. Оно што истраживање истиче јесте да у претходној економској кризи, баш

технолошке компаније су биле оне које су показале највећу агилност и најбржи опоравак у поређењу са остатком традиционалне привреде. Наравно, јасно је да се од ове гране привреде додатно очекује да изнедре нова, дигитална решења које ће се лако уклопити у нов екосистем у којем се налази читаво светско тржиште. Досадашњи успеси домаће дигиталне привреде никако нису били занемарљиви и бележили су извоз прошле године од 1.4 милијарде евра. Према резултатима истраживања, три од пет домаћих ИТ компанија осетило је негативне ефекте COVID-19, 10 одсто позитивне, а око 30 одсто њих још није осетило ефекте, или још увек не може да их процени. Готово половина компанија која види негативан утицај, наводи да је COVID-19 утицао на продају до 33 одсто.

Највећи фактор ризика за предузетничко пословање

У пролеће 2020. године, већина земаља у свету било је приморано да наметне строга ограничења друштвеном и економском животу како би обуздале пандемију вируса COVID-19. У првој половини 2020. године свет је доживео експлозиван раст инфекција новим вирусом, а с обзиром на то да је једна по једна држава била приморана да затвори велика подручја социјалног и економског живота како би се успорило ширење заразе, ни Република Србија није била поштеђена тог сценарија.

Први случајеви пријављени су у првој недељи марта. Дата центар универзитета Џонс Хопкинс за корона вирус на дан 24. априла 2020. године наводи да је у шест земаља региона потврђено око 11.000 случајева. Као одговор на такву ситуацију, свих шест земаља региона Западног Балкана увело је изолацију и строге мере социјалног дистанцирања. Путовања и друштвена окупљања су ограничена или забрањена, а школе и универзитети су затворени.

Са изненадном појавом вируса COVID-19 и брзим последицама које је оставио, резултати истраживања ЕУ Предузетнички барометар показују да је код велике већине брзорастућих предузетника (80%) криза негативно утицала на пословање. На питање који би ризик идентификовали као највећи ризик за пословање у овом кризном периоду, 73% предузетника рекло је да има проблема на страни продаје, док 33% укупних испитаника каже да проблем лежи у запосленима, а само трећина испитаника сматра да на пољу финансирања и мањка средстава лежи проблем за предузетничко пословање. Насупрот овим резултатима, када су 2019. године брзорастући предузетници Републике Србије упитани шта представља изазов за пословање њихових компаније, 90% предузетника рекло је да је то проналажење и ангажовање квалитетне радне снаге. Према резултатима студије коју је радила Унија Послодавца Србије „Утицај пандемије COVID-19 на активности предузећа у Србији – изазови и очекивања“, која је рађена одмах након почетка пандемије, само 54% предузетника изјаснило се да је пословање њихових компанија погођено појавом пандемије. Из ових података можемо само да закључимо да је период у ком су предузетници одговарали на ове упите, значајно утицао на њихове ставове, односно да је само неколико месеци касније пандемија значајније утицала на предузетничко пословање.

Са друге стране, погледали смо како је ширење пандемије утицало на пословање такозваних дигиталних бизниса, односно на дигиталну економију. Независно од примарног тржишта, утицај пандемије је 53% start-ура препознало као негативан, док 28% још увек не зна да прогнозира какав ће бити утицај. Око 8% start-ура сматра да ће ова пандемија имати позитиван утицај на њихове приходе, или неће имати било какав утицај. Поред тога, готово 40% start-ура сматра да ће промена околности и негативни ефекти бити на нивоу глобалног просека, а једна трећина сматра да ће ти ефекти бити неповољнији за домаће start-уре.

Према извештају који је издала Светска банка на тему изгледа за земље Западног Балкана, појава COVID-19 је у почетку довела до поремећаја трговине путем глобалних ланаца вредности (ГЛВ), али комбиновани шок тражње и понуде сада већ доводи до снажнијег утицаја на трговину робом и услугама у целини. Затварање граница је пореметило глобалне трговинске токове, а мере сузбијања пандемије су ослабиле тражњу – при чему су оба ова разлога довела до огромних проблема у туризму, али не само ограничавајући се на ову грану индустрије. Обим економског поремећаја, и последично успоравање трговине, зависиле од тога какви ће бити здравствени утицаји, колико ће бити добре мере за изравнавање криве заразе и колико ће бити делотворне остале политике одговора на пандемију.

Такође, ова студија снажно истиче да, на основу постојећих информација и процена података за сектор спољне трговине на Западном Балкану у 2020, што више земља зависи од туризма и пратећих услуга, као што су транспорт, нарочито ваздушни, и угоститељство, то ће бити снажније погођена. Међутим, ни земље које се у већој мери ослањају на трговину производима, попут ауто-делова, индустријских производа и базних метала, неће бити знатно мање погођене.

Према подацима који су постављени пре појаве пандемије, земље Западног Балкана су у континуитету развијале робну размену, њихова отвореност за трговину је изнад просека региона Европе и централне Азије (ЕСА), али још увек испод просека земаља централне Европе и Балтика, иако овде Северна Македонија и Србија задовољавају тај стандард. Међутим, јасно је да појава пандемије значајно успорила овај тренд, тако да према речима најуспешнијих предузетника у Србији, који су се у великој већини изјаснили да имају проблема на страни продаје (73%), потврђују да имају и проблема са наплатом, где половина предузетника (51%) истиче ово као један он највећих проблема у садашњем пословању.

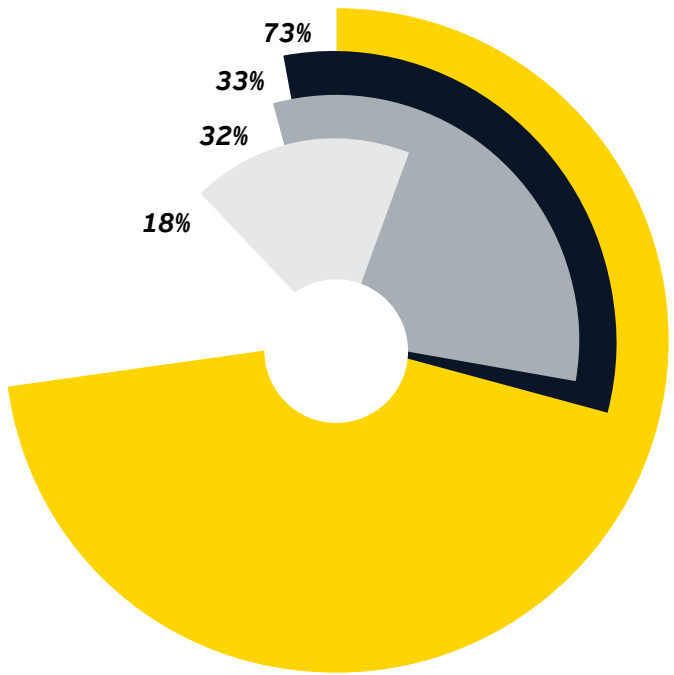


Резултати истраживања ЕУ Предузетнички барометар показују да је код велике већине брзорастућих предузетника (80%) криза негативно утицала на пословање.

У складу са тиме, резултати истраживања ЕУ Предузетнички барометар такође показују и да је 62% предузетника нагласило да глобална и локална економска клима у највећој мери утичу на даљи раст и развој њихових компанија. Даље, предузетници у највећем броју (82%), наглашавају да је кључ њихове бриге за даљи развој и раст пословања компанија које воде баш неизвесност изазвана појавом COVID-19 пандемије.

Када је реч о највећим ризицима по предузетничко пословање, у студији коју је Форум за одговорно пословање спровео међу малим и микро предузећима у Србији, чак 75% испитаних предузетника рекло да очекује да ће им се у наредна 3 месеца потражња смањити, говорећи на основу тренутних резултата пословања (март 2020. године). Са друге стране, још једно од истраживања које се бави утицајем пандемије на активности предузећа показало је да је међу кључним изазовима, како се 69% испитаника сагласило – то што су купци/клијенти тешко погођени па је и потражња мања од уобичајене.

Шта бисте идентификовали као тренутно највећи фактор ризика који утиче на Ваше пословање?



- Проблеми на страни продаје
- Запослени
- Финансирање и мањак средстава
- Проблеми на страни набавке

Утицај који је пандемија имала на трговину

Мала и средња предузећа (МСП) представљају део привреде који носи у себи значајне развојне потенцијале. У последњих двадесетак и више година приметан је пробој групације малих и средњих предузећа на глобално тржиште, поготову оних МСП која долазе из развијених земаља, али све више из ново-индустријализованих земаља света, попут Кине, Бразила, Индије итд.



Велика већина предузетника који су учествовали у студији ЕУ Предузетнички барометар (73%), рекло је да има проблема на страни продаје. Са друге стране, када су упитани како планирају да инвестирају у будућности, 25% предузетника рекло је да планира да инвестира у електронску продају.

Према Дракеру (1996, стр. 231), помак са малог предузећа на оно средње величине које представља тежиште привреде, јесте један радикалан заокрет у тренду који је владао развијеним земљама више од једног века.

Извештај о светском развоју (World Development Report) за 2020. годину показује да земље које су специјализоване за прераду, попут Србије, БиХ и Северне Македоније, углавном остварују интеграцију глобалних ланаца вредности, тако да њихов извоз, попут ауто-делова или електронике, захтева значајну количину делова увезених из иностранства. Поменута студија истиче да су те земље подложније шоковима на страни понуде. За разлику од тога, шокове на страни тражње више осете земље које зависе од извозника производа, који бележе пад тражње од производних центара када реагују на пад извоза финалних производа

које производе. Трговина и индустријска производња до сада су највише смањене у земљама које снажно зависе од извозника производа што указује да је фактор тражње у економском шоку услед пандемије COVID-19 значајнији од фактора понуде, а самим тим се закључује да су земље Западног Балкана донекле биле заштићене.

Међутим, када смо за потребе истраживања ЕУ Предузетнички барометар предузетнике, лидере својих брзорастућих компанија, упитали како се појава пандемије одразила на њихове трговинске односе, 91% предузетника рекло је да зависи у свом пословању од неометаних трговинских токова, односно да извозе и увозе робу, док је само 9% рекло да купују и продају робу искључиво унутар граница Републике Србије.

Велика већина предузетника који су учествовали у студији ЕУ Предузетнички барометар (73%), рекло је да има проблема на страни продаје. Са друге стране, када су упитани како планирају да инвестирају у будућности, 25% предузетника рекло је да планира да инвестира у електронску продају.

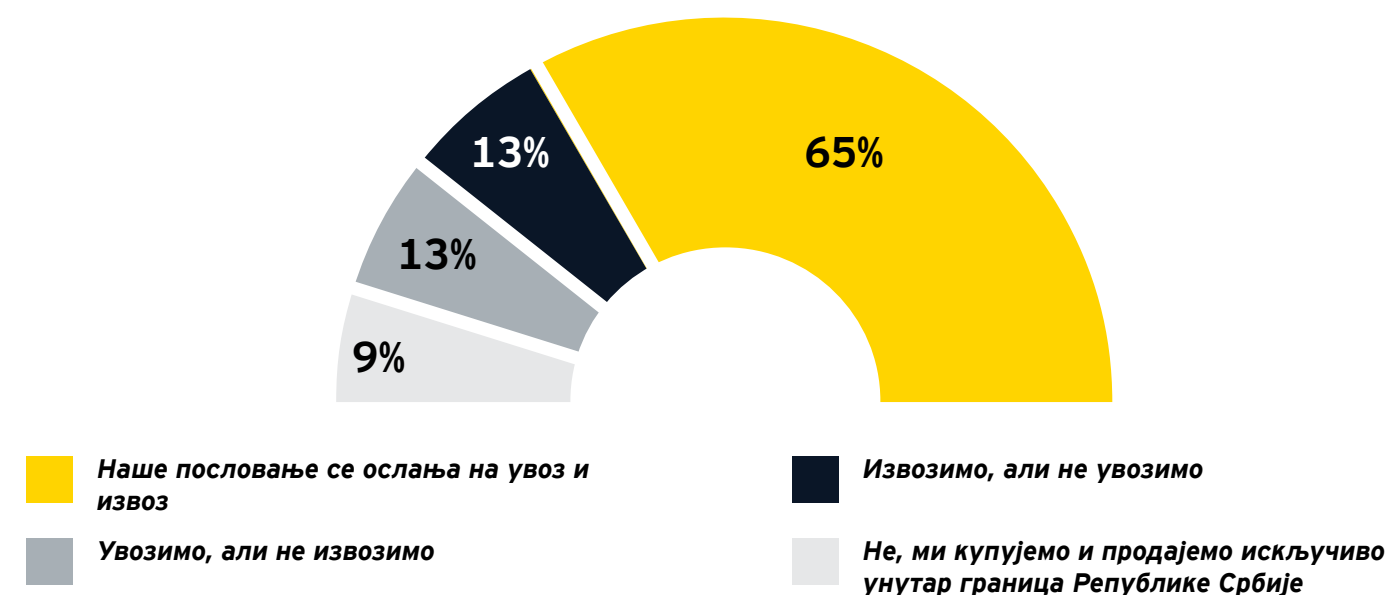
Када сагледавамо каква је ситуација у непосредној околини, БиХ, Северна Македонија и Србија, као земље где је интеграција трговине робама истакнутија, примећујемо да је у овим земљама трговина постала доста отворенија кроз ширење трговине робом, како су им се економије више интегрисале у глобалне ланце вредности. Поремећај ланаца снабдевања због успоравања производње у Кини, Европи и САД, као и глобални пад агрегатне тражње проузрокован економским падом, биће главни канали преноса утицаја на поменуте три земље према студији коју је недавно објавила Светска банка.

Као један вид решења за поменуте проблеме, земље Западног Балкана су већ покренуле активности ради смањења поремећаја транспорта и трговине производима: Секретаријат ЦЕФТА је усвојило концепт „зелене

траке“. Тај концепт је почео да се примењује 13. априла 2020. године на одређеним граничним прелазима који испуњавају одређене услове: Како је Секретаријат најавио, „зелена трака“ је отворена за сву робу и саобраћај ће се одвијати 24 часа дневно, 7 дана у недељи. Изабрани су гранични прелази где се царинске и остале процедуре могу најефикасније спровести. Приоритет је дат основним прехранбеним производима, сточној храни и медицинским производима, у складу са дефиницијама Светске царинске организације. Листа основних производа се може проширивати и мењати, а могу се додавати и други гранични прелази кад испуне услове. Користи се Систем електронске размене података (System of Electronic Exchange of Data, SEED) да би се убрзало царинење основних производа.

Велико успоравање које се пројектује за ЕУ ће погодити земље које имају значајно учешће у регионалним ланцима вредности, нарочито када је у питању Србија, Северна Македонија и БиХ путем канала трговине робом, указује економски извештај који је током пролећа 2020. године припремила Светска банка.

Да ли пословање Ваше компаније зависи од међународне трговине?



Када је у питању прерађивачки сектор који ће према прогнозама бити нарочито погођен, потреси су ту из следећих разлога:

- ▶ поремећаји снабдевања који онемогућавају производњу;
- ▶ утицаји на ланац снабдевања, што ће повећати директан шок понуде за мање погођене земље;
- ▶ поремећаји тражње због пада рецесије, односно одгађања куповине од стране потрошача и инвестиција од стране фирми.

Најтеже ће бити погођени сектори који су највише интегрисани у глобалним ланцима вредности са Европом, путем трговине прерађевинама, као што су они који производе електричне машине и опрему, механизацију и

механичке уређаје, аутомобиле, гвожђе и челик, намештај и текстил, као и одећу и обућу.

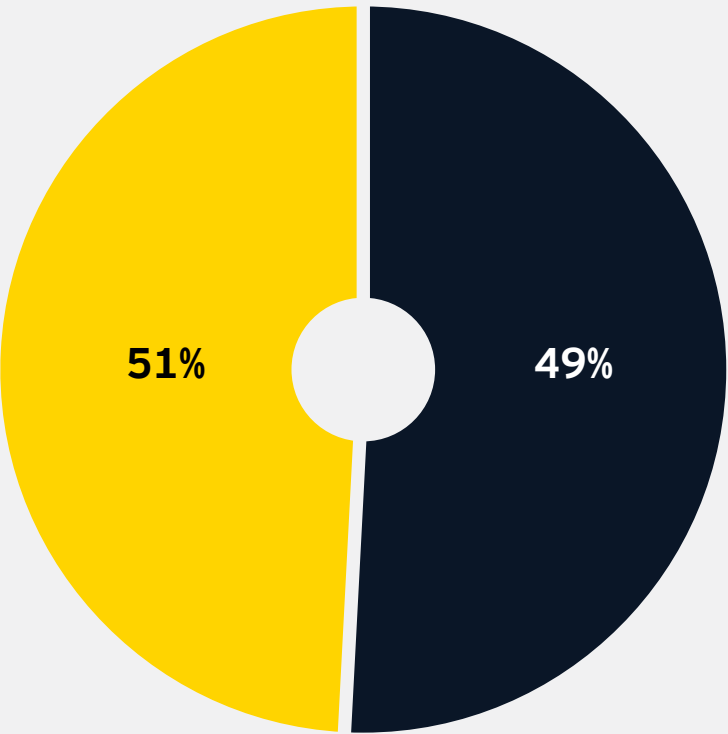
У складу са студијом о изгледима за Западни Балкан наводи се пример како су бројни аутомобилски произвођачи средином марта зауставили производњу у Европи, што је смањило тражњу за ауто-деловима и компонентама који се производе на Западном Балкану. Даље, и извоз машина и механичких делова, гуме и пластике и намештаја из Србије сада је суочен са поремећајем ланца снабдевања и падом тражње за њиховим производима. Такође, оно што је извесно је да су све земље Западног Балкана погођене и тиме што извоз финалних производа у великој мери зависи од италијанског тржишта, које је у Европи највише погођено.

Колико је криза утицала на наплату потраживања

На питање колико је пословање њихових компанија било угрожено тиме што је постоји проблем значајног умањења наплате потраживања, предузетници су потпуно подељених ставова, односно 51% се изјаснио да постоји проблем.

Насупрот томе, у оквиру студије коју је Смарт колектив у марту месецу, на самом почетку пандемије, спровео међу малим и микро предузећима, највећи број предузећа се изјаснио да би њима значило да одложено плаћање робе (35,4%) од стране њихових добављача. Из тога можемо закључити да јесу најугроженија баш најмања предузећа када су изложена тржишним неизвесностима.

Да ли Вам је наплата потраживања значајно умањена у односу на период пре кризе?



Да

Не



Када смо за потребе истраживања ЕУ Предузетнички барометар предузетнике, лидере својих брзорастућих компанија упитали како се појава пандемије одразила на њихове трговинске односе, 91% предузетника рекло је да зависи у свом пословању од неометаних трговинских токова.

Стратегије за опстанак бизниса током кризе

Као одговор на питање које од стратегија су предузетници предузели како би се ухватили у коштац са последицама пандемије, половина предузетника (53 одсто) рекло је да је увело рад од куће, а 55% од укупног броја испитаника рекло је да су морали да прилагоде постојеће производе или уведу нове како би се прилагодили ситуацији на тржишту. Готово половина испитаника, (45%) сложила се са тим да су период почетка пандемије искористили да унапреде своје маркетинг стратегије.

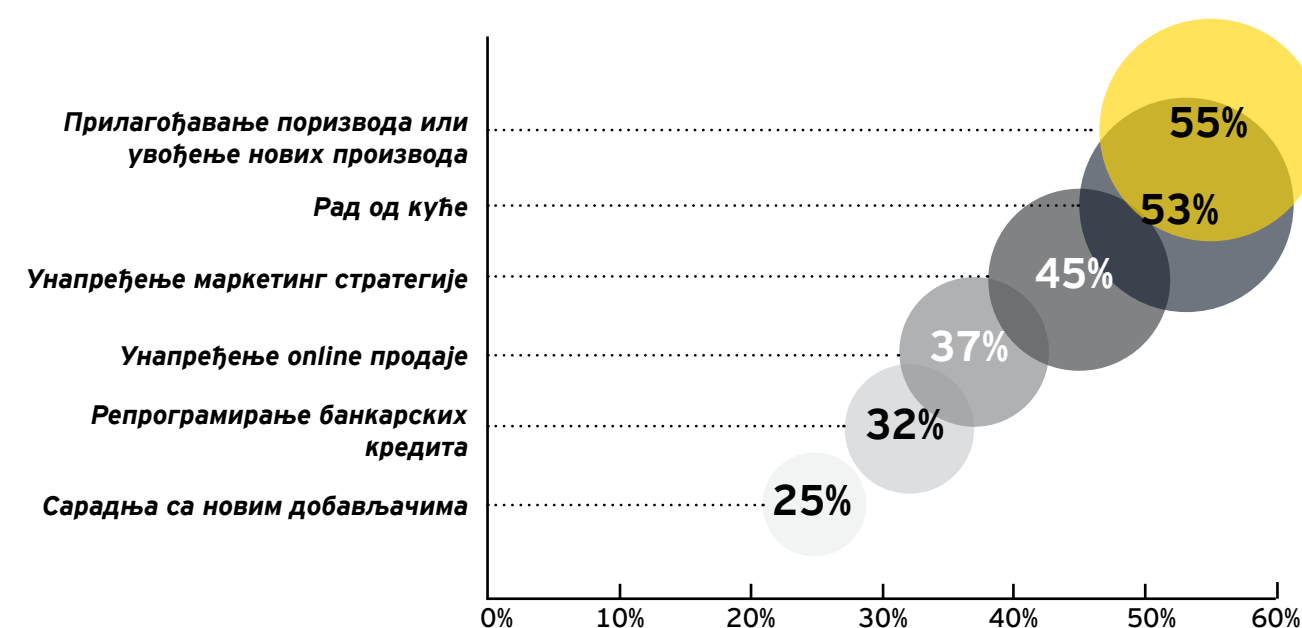
Оно што је од изузетне важности је да ниједан од 110 испитаника, предузетника који воде сопствене компаније, није морао да покрене стечајни процес, односно да ниједан од предузетника који је перципиран као лидер испред брзорастуће компаније није морао да угаси рад своје компаније. Оно што такође охрабрује, јесте податак да је само 8% предузетника било приморано да привремено смањи број запослених од појаве кризе коју је изазвала пандемија.

Читав транзициони период кроз који пролази економски систем Републике Србије додатно је оптерећен инфраструктурним оптерећењима, заосталом технологијом, високим производним трошковима, ниским нивоом инвестиција и малим извозом. Слабости домаће економије, присутне у последњем периоду, биле су додатно наглашене појавом економске кризе пре једне деценије, али очекујемо додатно оптерећење кризом коју је пандемија донела са собом. Проблеми са којима се домаћа економија суочава, а који су посебно значајни, су хронична неликвидност и пословање у зони високе задужености, чија је последица неуређена финансијска равнотежа. Учешће капитала у структури извора средстава је недовољно, заједно са доминацијом банкарских кредита, који имају изузетно високе каматне стопе, као и остале финансијске трошкове који се појаве.

Један од начина за постизање одрживог економског раста јесте предузетничко пословање које је генерисало изузетно позитивне резултате у развијеном свету. Али, чак и према ставовима најуспешнијих предузетника у Србији, пословно окружење за развој предузетништва у Србији је и даље неповољно, са чиме се сложило 59% испитаника истраживања ЕУ Предузетничког барометра. Чини се да постоје готово исте препреке за пословање као што су биле на почетку прелазног периода, упркос декларативној подршци креатора економске политике. Решавање проблема незапослености, заустављање миграција младе радне снаге, повећање продуктивности рада, усвајање иновација, само су неки од позитивних ефеката развоја предузетништва у Републици Србији. Предузетничка удружења, Удружење МСП и предузетника, као и јавни и приватни Универзитети, међународне и локалне организације, заједно са владиним институцијама, морају имати важну улогу у процесу стварања повољнијег окружења за развој предузетништва.

Студија ЕУ Предузетнички барометар већ пету годину за редом својим резултатима потврђује да домаћи предузетници у највећем броју (67%), примарно финансирају пословање својих компанија из сопствених средстава.

Да ли сте увели неке од наведених стратегија како бисте се ухватили у коштац са последицама кризе по пословање Ваше компаније?



Треба посебно нагласити значај производног предузетништва, јер може допринети, не само финансијској стабилизацији, већ социјалној чак и политичкој, јер отвара нова радна места, ослобађа креативну енергију иноватора, враћа самопоуздање и зауставља одлив мозга. Због тога кључна препорука остаје да се фокус треба преместити са области финансијске економије у „свет“ реалне економије, пре свега мислећи на материјалну производњу (Покрајац, Дондур, Грбић и Савановић 2011).

У моментима када поново, и након економске кризе коју смо добро запамтили од пре читаве једне деценије, причамо о последицама појаве пандемије, изузетно је важно фокусирати се баш на гласове предузетника који воде успешне, брзорастуће компаније, јер нам указују на акције које су потребне како би се ови бизниси сачували. Адекватна финансијска подршка предузетништву подразумева широк спектар зајмова који имају флексибилне услове, а при томе су прилагођени потребама и пословним активностима предузетника.

Поред висине каматних стопа, један од неопходних услова је усклађивање између кредитног периода и трајања пословног циклуса или пројекта. Са друге стране, када су у питању инвестициони зајмови, попут куповине или изградње пословног простора и опреме потребан је и одговарајући грејс период. Често можемо да приметимо да се предузетници жале да су банкарски зајмови у Србији прескупи за започињање предузетничке активности и финансијска подршка владиних институција је недовољна (Фонд за развој, подстицаји за samozapošljavanje).

Стога, можемо приметити да се често међу локоном предузетничком заједницом истиче страх од банкрота или губитка имовине због недостатка довољног почетног, сопственог капитала, нарочито када су у питању млади предузетници, почетници. Међутим, студија ЕУ Предузетнички барометар већ пету годину за редом својим резултатима потврђује да домаћи предузетници у највећем броју (67%), примарно финансирају пословање својих компанија из сопствених средстава.

Мере Владе Републике Србије током кризе – колико су коришћене, колико им је једноставно приступити

Према званичним информацијама за мање од 24 сата од најаве мера помоћи Владе Републике Србије, 15.000 привредника отворило је наменски рачун и на тај начин се пријавило за коришћење олакшица из Програма економских мера за сузбијање последица епидемије, вредног 5,2 милијарду евра. Путем само два клика, предузетници су били у могућности да одложе пореске обавезе и омогуће уплату новчаног износа у висини минималне зараде за своје раднике.



81%

предузетника потврдио је да је користио уплате минималне зараде по сваком запосленом. Наравно, морамо нагласити да је ова мера подразумевала да и 6 месеци након истека мера, послодавац неће отпуштати раднике.

На питање да ли су предузетници користили мере подршке које је Влада Републике Србије омогућила привреди како би предупредила последице кризе коју је изазвала COVID-19 пандемија, 81% предузетника потврдио је да је користио уплате минималне зараде по сваком запосленом. Наравно, морамо нагласити да је ова мера подразумевала да и 6 месеци након истека мера, послодавац неће отпуштати раднике. Такође, 58% предузетника применило је меру одлагања пореских обавеза како би одржали своје пословање, а тачно половина испитаних предузетника одложило је отплате кредита према банкама.

Са друге стране гледано, 7% испитаника, предузетника који воде успешне брзорастуће компаније рекло је да није користило мере помоћи које је понудила Влада Републике Србије јер за тим нису имали потребе, док је 5% предузетника рекло да није користило ове мере помоћи јер нису испуњавали услове.

Такође, када су упитани колико им је било једноставно да приступе мерама помоћи које је креирала Влада Републике Србије, 45% предузетника изјаснило се да је ово било стандардно „једноставно“, док је 46% испитаника рекло да је било изузетно лако или лако да приступи овим олакшицама за пословање у кризном периоду.

Према пресеку који је Министарство финансија направило 21. априла ове године, 169.111 предузећа и предузетника већ је изабрало банку преко које ће примити нешто изнад 30.000 динара по запосленом као минималац и аутоматски ући у програм одлагања обавезне уплате пореза и доприноса на тај износ. Према информацијама из Министарства финансија Владе Републике Србије, то је нешто изнад 40% укупног броја предузећа и предузетника којих према подацима са АПР-а има укупно 403.411, у шта су урачунате и туристичке агенције. Међутим, у том броју крије се најмање десет одсто неактивних фирми и предузетника, оних који су у процесу стечаја и ликвидације и они неће имати право да користе директну помоћ из буџета.

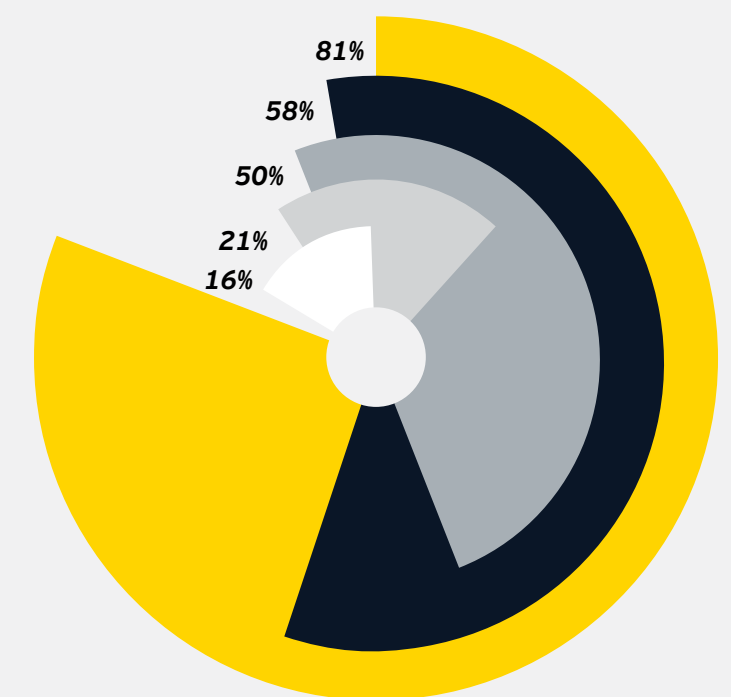
Са друге стране, истраживање које је спровело удружење „Иницијатива Дигитална Србија“ која је спроведена под називом „Скенер дигиталне привреде“, указује да не постоје универзалне мере које ће помоћи свима у дигиталној привреди одједном. Међутим, ипак се закључује да је дигиталним компанијама убедљиво најважнија мера смањење пореза и доприноса за запослене – што се може разумети с обзиром на то да запошљавају највише људи у целом сектору и да плате чине најзначајнији део њиховог укупног улагања. Међу великом већином испитаника, односно, 78% дигиталних компанија, смањење пореза и доприноса за запослене је међу најважнијим мерама и за start-ups и фриленсере, али у нешто мањим процентима и обе ове групе наводе и друге мере које су се показале као изузетно важне за њихово пословање. Занимљиво је да се примарне мере за фриленсере и start-ups не разликују од оних које су им биле важне и пре пандемије – 75 одсто start-ups предлага већу подршку државе финансирању start-upa, док 70 одсто фриленсера тражи одлагање Теста самосталности.

Резултати истраживања које је спровело ДСИ удружење, истиче да оснивачи нових иновативних друштава са ограниченом одговорношћу већ јесу ослобођени у потпуности плаћања пореза и доприноса на своје плате у периоду од три године, те нови start-upi већ имају приступ овој мери. Сви послодавци имају 60-70% смањење пореза и доприноса за запошљавање новозапослених лица која су у претходном периоду била незапослена или регистрована као предузетници, такође у наредне три године.

Према речима Стивена Ндегва, шефа канцеларија Светске банке у Србији „Влада Србије је реаговала на економске изазове и изазване кризом услед појаве пандемије вируса COVID-19, усвајањем програма помоћи у износу од 5,2 милијарде евра“. Програм за помоћ привреди Републике Србије пре свега се бави проблемима запошљавања, малих и средњих предузећа и ликвидности, међутим, и поред спроведених мера, очекује се да ће регионални раст на Западном Балкану износити између -3 и -5,6 процената, наводи се у Редовном економском извођењу који издаје Светска банка у Србији.

Линда Ван Гелдер, директорка Светске банке за Западни Балкан, коментарише ситуацију у региону и говори да иако је економски утицај текуће пандемије у региону тешко предвидети, постоји врло мало сумње да ће ова пандемија изазвати расуло у животима широм региона – оптерећујући здравствене системе, економске активности и подривајући добробит људи.

Да ли сте искористили неку од мера помоћи Владе Републике Србије?



Да, уплата минималне зараде по сваком запосленом

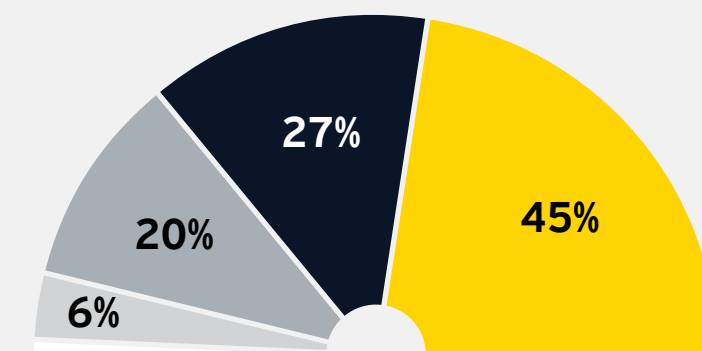
Да, одлагање пореских обавеза

Да, одложене отплате кредита према банкама

Да, олакшани / побољшани услови кредитирања банака

Да, кредити код Фонда за Развој Србије

У којој мери је било једноставно приступити мерама помоћи од стране Владе Републике Србије?



Стандардно

Лако

Врло лако

Нисмо користили олакшице

Тешко/Изузетно тешко



Да ли за стварање бољег пословног
окружења данашња дистанца
представља сутрашњу снагу?

■ ■ ■ 

Сазнајте како Вам ЕУ може помоћи да унапредите своје
пословање на ey.com/sr_rs

Ревизија и повезане услуге | Пореско саветовање | Подршка
при пословним трансакцијама | Пословно саветовање



The better the question. The better the answer. The better the world works.

Ко је српски предузетник

Пословна 2020. година поставила је пред српско и предузетништво уопште много веће изазове него што је било ко могао да предвиди. Како су се предузетници изборили са новонасталом ситуацијом проузрокованом глобалном пандемијом вируса COVID-19, најбоље показује ЕУ истраживање Предузетнички барометар, спроведено по пети пут и то међу 110 домаћих компанија.



Трендови односа власништва и ангажовања у предузетништву по полу су се мало померили у корист жена, те је ове године 27% власница компанија међу анкетиранима у односу на прошлогодишњих 23%. И даље је највише факултетски образованих предузетника - 75% у односу на прошлогодишњих 73%. Традиционално, производња је најзаступљенија код српских предузетника (53%) а све више је и ИТ компанија које пружају широк дијапазон софтверских и хардверских решења (11%).

Од 110 испитаних предузетника за сврхе овогодишњег истраживања ЕУ Предузетнички барометар, 39 одсто испитаника изјавило је да су сами започели своје пословање, а одмах затим, 36% њих своје пословање је започело заједно са партнером/партнерима.

Фактор који се, како истраживања показују, истиче као примарни утицај на оснивање, развој и успешност предузетничких компанија је образовање - у земљама које на својој територији имају већи проценат високообразованих предузетника, захвати се већи инвестициони капитал приликом покретања предузетничких подухвата. Са већим степеном образовања предузетника у директну везу се доводе и вештине и способности постизања компанијске зрелости чиме се повећава и простор за ангажовање и/или запошљавање радника у таквим компанијама.

Мала и средња предузећа чине значајан део светских привреда, па је такав случај и у Србији - према извештају о малим и средњим предузећима и предузетништву из 2017. године, у Републици Србији је 99.9% укупно активних предузећа и она запошљавају готово 2/3 запослених у нефинансијском сектору, чиме са 33.6% учествују у БДП Републике Србије.

Сектор МСП генерише 28% БДП Републике Србије и запошљава 44% регистроване запослености. Када је у питању структура сектора МСП, највећи број је концентрисан у три сектора: трговина (27,2 одсто), прерађивачка индустрија (15,5 одсто) и стручне и научне делатности (12,6 одсто). Самим тим, поменути сектори ангажују више од 54 одсто запослених, остварују око 2/3 промета, стварају 50 одсто БДВ и чине 85 одсто извоза и 90 одсто увоза.

Тржиште рада је у првом кварталу 2020. године бележило укупан број запослених од 2.186.834 од чега је 374.306

запослених у предузетничким компанијама, укупно са власницима и оснивачима (РЗС - РЗС - Квартали). У другом кварталу 2020. године укупан број запослених је показао благо повећање (0.5 одсто) у односу на први квартал (укупан број запослених 2.197.065) што је за 1.6 одсто повећање у односу на исти квартал претходне године. Када је број запослених у предузетништву у питању, тај број је показао благи раст (0.9 одсто) у другом кварталу 2020. године, у односу на први квартал ове године.

Како предузетништво може да унапреди домаћу привреду?

Привредни гиганти полако постају ствар прошлости. Иако још увек постоји много мултинационалних компанија које одлично послују, акценат се све више ставља на мала и средња предузећа која се препоручују својом агилношћу и спремношћу на промене, чиме се лакше боре са изненадним потресима на домаћем и светском тржишту. Државе, па и Република Србија, последњих година све више усмеравају своју пажњу на подстицаје предузетништву, нарочито на помоћ приликом оснивања и усмеравања развоја.

Иницијатива коју сами предузетници показују - од идеје о оснивању сопственог предузећа па до реализације и освајања регионалних, европских и делова светског тржишта - су покретачи делатности и извори нове енергије пословања. Микро, мала и средња предузећа су у довољној мери спремни да одговоре на изазове којих је сваке године све више, чиме се намећу као креатори нових пословних услова, а самим тим, и као главни покретачи оснаживања приватног предузетничког сегмента домаће привреде.

Кључни развојни проблеми српске привреде су незапосленост, висок и константан ниво спољног дуга и низак ниво инвестиција. Креирање окружења које даје подстицаје инвеститорима јако је важна димензија регулаторног оквира. Према доступним подацима АПР-а, у 2016. години МСП сектор је запошљавао преко пола милиона запослених, генерисао је пословне приходе у износу од чак 36 милијарди ЕУР и остварио нето профит од 1.25 милијарди ЕУР. Ови подаци показују да су знање, иновативност и предузетничка иницијатива одличан основ којим предузетништво може да утиче на даље побољшање животног стандарда у Републици Србији. Са друге стране, и Европска банка за обнову и развој је такође препознала значај предузетништва у Србији па је обезбедила око 370 милиона ЕУР за финансирање малих и средњих предузећа у Србији.

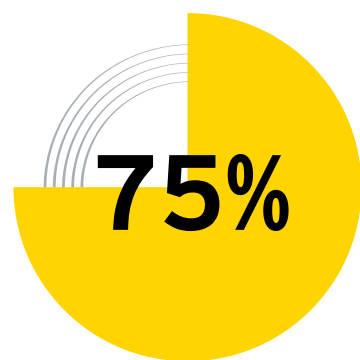
Промене, било демографске, политичке или територијалне, довеле су до тога да се у региону Западног Балкана предузетништво развија првенствено као одговор на недостатак одговарајућих производа проузрокован пропадањем привредних и трговинских гиганата, због ратова и економске кризе. Ипак, као главна карактеристика предузетништва и даље стоји иновативност и агилност, којом се надомешћује све оно што су гиганти претходно заузимали - тржиште, разноврсност производња и услуга

и финансијска историја. Главни задаци који се постављају пред српског предузетника су како доћи до потрошача, како их задржати и како проширити утицај. Креативне идеје, неуобичајени приступ, оригиналност, инсистирање на и присутност у свакодневном животу подвлаче значај предузетништва као најпроменљивијег али и најбрже растућег дела домаће привреде. Све комфорнији начин живота где се потрошачи охрабрују на „набавке из фотеље“ отворили су читав један одсек услужних трговинских делатности, повећали број ланаца снабдевања и изнедрили читаву скалу нових занимања за све оне који су били у потрази за послом. Локално становништво, као саставни део локалне привреде, свакако профитирају од оснивања аутохтоних ланаца као и од ширења глобалних утицаја. Тако се утиче на стварање нових занимања, ангажовање већег броја запослених а самим тим и смањење незапослености у областима где предузетници послују успешно. Дешава се да се оснивањем једне предузетничке компаније током времена подстакне оснивање читавог низа мањих, чак микро предузећа, која постају локална подршка производњи или услугама. Такав ланац производње, од предузетничке идеје преко сировине, производње, логистике и продаје ангажује појединце чиме се утицај предузетништва даље преноси на њихове породице и локалну привреду.

Успех и просперитет, које у збиру дају сви наведени сегменти предузетништва као резултат имају и стабилнију куповну моћ и економску ситуацију локалне заједнице, локалне привреде, а затим региона и државе.

Добра процена тржишних потреба и трендова, као и немогућност уклапања у постојеће начине производње, тежња ка другачијем, новијем, здравијем, потребнијем су најчешћи разлози за појаву и опстанак предузетника на тржишту. Уз све то, оснивање нових предузетничких компанија ојачава дух конкуренције на тржишту чиме се потрошачима отварају веће могућности избора.

Сарадња са локалном заједницом, друштвена одговорност и повећање еколошке свести су све важнији део сваког пословања - у прилог томе ЕУ Барометар показује да је висок проценат (71 одсто) предузетничких предузећа у своје планове уврстило одрживост пословања, што охрабрује и може се сматрати једним од кључних фактора пословног успеха предузетника.



**испитаника се
изјаснило да успешно
руководи својим првим
пословним подухватом**

Запошљавање

Анализа пословања преко 500 предузетничких компанија на територији Србије кроз пету годину истраживања ЕУ Предузетнички барометар, осмишљеног као надоградња програма ЕУ Предузетника године, показује да српски предузетници као један од великих проблема - а са друге стране велику снагу компаније - издвајају запослене. Проблем је, како наводе, наћи квалитетну и добро обучену радну снагу, а уколико се састав тима током времена битно не мења, усавршава и расте са компанијом, постаје једна од највећих снага предузећа.

По подацима Републичког завода за статистику (РЗС) у првом кварталу 2020. године број запослених у предузетништву, уз лица која самостално обављају делатност, износио је 374.306 што је 17,12 одсто од укупног броја запослених (2.186.834) и износи 1 одсто повећања броја запослених у овој категорији у односу на исти период прошле, 2019. године. Тренд раста се наставио и у другом кварталу, упркос нестабилностима које је донела глобална епидемија вируса COVID-19 - тада је укупан број запослених износио 2.197.065 са повећањем броја запослених предузетника, са свим припадајућим категоријама, у проценту од 0,9 одсто.

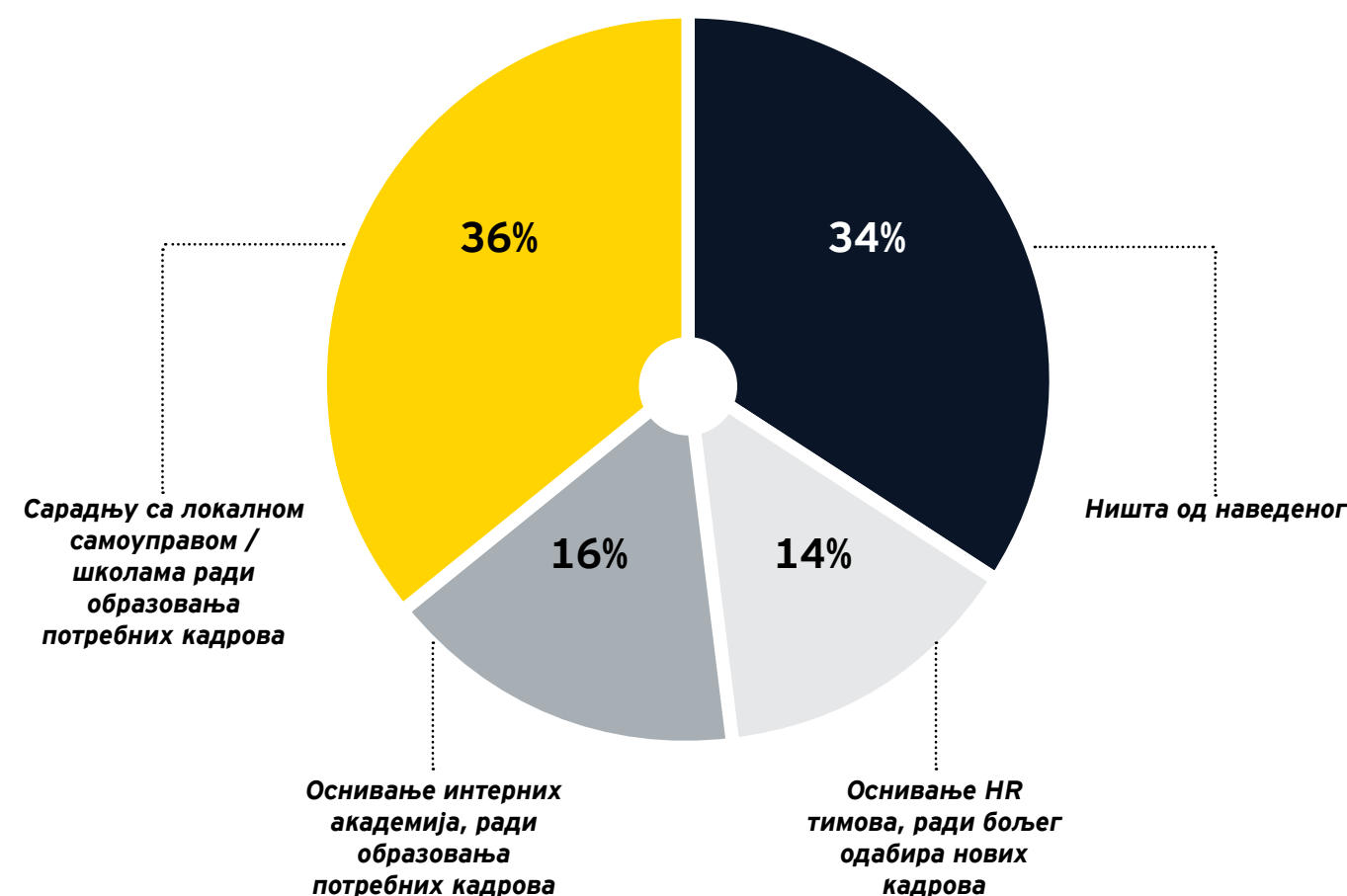
Ипак, без обзира на статистичке приказе често се може чути како предузетници помињу зачарани круг када је у питању ангажовање радне снаге - прича почиње са недостатком радне снаге, наставља се са запосленима који се неретко врло кратко задржавају на радном месту и одлазе у потрази за бољим условима, истовремено стварајући слику да нема довољно расположивих радних места, јер је много запослених који немају ангажман.

У прилог овој слици ваља напоменути да Србија, на жалост, прати европске трендове старења становништва и да је у самом врху ове неславне табеле. Према подацима РЗС за 2018. годину, просечна старост становника Републике Србије је била 43.1 годину, што је за 3 године већи просек него пре деценију и по. Испред нас су Немачка (45.5 година) и Италија (44.4) које имају сличан проблем као ми, али се много лакше боре јер имају далеко већи број становника и досељеника. У нашој земљи радно способно становништво (15 - 64 године) чини 66 одсто становника, али не значи да толико висок проценат становништва заиста и ради.

Извештај Светске банке (World Bank Group) из априла 2020. године показује сличне податке - уз велику просечну старост становништва и велики демографски минус (од око 38.000 годишње) као и велики број радно способних људи који се сваке године иселе из земље (између 10.000 и 20.000), пројекције су да ће број становника Републике Србије да опадне за 17 одсто у периоду 2015-2050. године, док ће број радно способних бити мањи за 12 одсто.

ЕУ Предузетнички Барометар показује значајне преокрете када су у питању планови предузетника везани за радну снагу - док је у прошлогодишњој анкети само 11 одсто испитаника изјавило да намерава да задржи исти број запослених, ове године се за ту опцију изјаснило скоро пет пута више, 50 одсто испитаних.

Да ли Ваши планови за осигуравање будућности пословања компаније укључују:



Овакав тренд старења, на који се мора додати податак да свуда у свету људи све дуже живе, доводи до чињенице да се број сениора старијих од 75 година из године у годину повећава, чиме се повећава притисак на земљу, пензије, здравство и систем социјалне заштите.

Потрес изазван пандемијом вируса COVID-19, који је уздрмао глобални пословни свет и који ће можда оставити теже последице него криза из 2008. године навели су већину земаља у свету да наметну строга ограничења што се тиче друштвеног, а самим тим и економског живота. Земље Западног Балкана, према извештају Светске банке претрпеле су озбиљне последице, јер се укупна понуда и укупна потражња истовремено смањују. Стопа запослености на Западном Балкану је до краја 2019. године достигла 44,3 процената, што је повећање са 42,7 процената у 2018. и 36,9 процената у 2012. години. Али, многа нова радна места била су отворена у слабо плаћеној, радно интензивној производњи и услугама, а многа радна места су привремена и неформална. Са развијањем COVID-19 кризе, та радна места ће вероватно бити подложна нестанку, што ће преокренути пораст броја радних места последњих година.

ЕУ Предузетнички Барометар такође показује значајне преокрете када су у питању планови предузетника везани за радну снагу - док је у прошлогодишњој анкети само 11 одсто испитаника изјавило да намерава да задржи исти број запослених, ове године се за ту опцију изјаснило скоро пет пута више, 50 одсто испитаних. Гледано на дуже

стазе, статистике само потврђују негативан утицај COVID-19 кризе на пословање - 2017. године 64 одсто испитаних предузетника се изјаснило како планира да запосли више радника на пуно радно време, док је за 2020. годину тај проценат доста мањи - 27 одсто.

У Републици Србији висок проценат (90 одсто) овогodiшњих анкетираних брзорастућих предузетника наводи као један од највећих изазова који могу да одлуче будућност компаније проналазак адекватног и квалитетног кадра. Тај проценат је у статистици у ЕУ Предузетничком барометру за 2017. годину износио 74 одсто, што јасно указује на нестабилност на тржишту радне снаге. Проблематика која може да се сагледа из података добијених истраживањем за потребе реализације пројекта „Development of Lifelong Learning Framework in Serbia“, је тврдња да квалификациона структура запослених, а нарочито незапослених не одговара потребама тржишта, што указује на јасно неслагање и неповезаност између образовног система и захтева које поставља тржиште рада. Многе компаније биле су приморане да саме приону на решавање овог проблема и углавном су се искристалисале четири методе:

- Интерне обуке, запослени - нови запослени
- Стварање својеврсних пословних академија / сарадња са локалним средњим школама
- Плаћене праксе уз могућност преквалификације
- Аутоматизација процеса производње са тенденцијом смањења броја запослених

У принципу, предузетници се у овом сегменту пословања ослањају на иновативност понуде другачијих бенефита запосленима у коју укључују све оно што могу да обезбеде и за шта верују да ће раднике задржати у њиховим постројењима/канцеларијама. Конкуренција је велика, јер се добри радници тешко проналазе и све је више оних који немају традиционални однос према послу, где се подразумевало да се на једном месту остаје скоро читав радни век. Флукуација радне снаге не мора сама по себи да буде лоша, али је потребно времена, улагања и стрпљења док се дође до колектива на какав предузетник може да се ослони. Као проблем који се интерно често спомиње у пословним круговима, а значајно је објашњен истраживањем Центра за међународну јавну трговину у новембру 2017. године, је врло мала проактивност студената у смислу ангажовања ван наставе, или избора занимања која су дефицитарна на тржишту - тек 9.6% студената нађе запослење током студија док се 48.5% не ангажује ни на каквим ваннаставним активностима. Спремност на доживотно учење, усавршавања а понекад и преквалификацију је особина која се све више цени код запослених а свакако је већ много година тренд у успешним светским привредама.

Са друге стране, нови услови на домаћем и светском тржишту, сви условљени новом пословном климом у последњих неколико месеци довели су до појаве нових занимања или до повећане потребе за новим услугама - највећи део се односи на услужну делатност, где су многи трговински ланци, у условима ванредног стања и/или ситуације увели услуге доставе робе. Такав вид пословања условио је повећање броја оператера који примају поруџбине, броја запослених који наручену робу одвајају и на крају и повећање последње карике у ланцу коју чине достављачи. Прецизан увид у тренутне потребе на тржишту могу се видети у Анкети послодаваца 2019/2020 коју је објавио НЗС а у којој је учествовало 2.500 послодаваца.

Предузетници у Србији, су према резултатима ЕУ Предузетнички барометар истраживања у изузетно малом проценту (4 одсто) могла да несметано наставе пословање ван пословних просторија. Овако низак проценат није изненађење, јер је велики проценат (53 одсто) овогодишњих испитаника ангажовано у области производње. Компаније које су могле да организују „remote business“ су у највећем броју ИТ компаније. Остале компаније су успеле само делимично у томе (54 одсто) што је у највећем броју случајева одређено специфичношћу производње или услуге.

Рад од куће носи својеврсне изазове и за запослене и за послодавце - на првом месту лишава запослене осећаја припадности колективу, чиме се нарушава тимски дух, онемогућава „brain storming“ и усавршавање процеса рада. Са друге стране, власници компанија губе реални увид у рад запослених, недостатке тимова и теже долазе до квалитетних решења проблема, нарочито када је у питању колектив који је навикао на тесну међу-секторску сарадњу и контролу. У Републици Србији су се последњих година појавиле стране компаније које екстерно ангажују запослене за рад од куће и то у области техничке подршке, уноса података, програмирања, графичког дизајна и сличних делатности које не захтевају присуство запосленог у канцеларији.

Једна од препрека која се све чешће појављује у предузетништву је и потреба за константним учењем и прогресом због могућности праћења убрзаног развоја технологије, какав није забележен у претходним декадама. Овакав начин пословања доводи до сталне потребе за усавршавањем постојећег кадра, или ангажовањем новог, који је боље упознат са савременим начинима и приступима раду. Сви ови процеси доводе до усавршавања производње, паковања, испоруке и сличних производних радњи, али умногоме повећавају изазове који се постављају пред домаће предузетништво.

Изазови за даљи раст компаније

Нова пословна 2020. година, ставила је пред читав пословни свет још један огроман изазов за који би било немогуће адекватно се припремити, чак и да је ико могао да га најави - пандемија вируса COVID-19 која је довела до знатног успоравања, чак заустављања пословања у многим гранама светске привреде.



Оно што се прошле године чинило као највећи изазов за даљи раст, по мишљењу српских предузетника (90 одсто њих) било је проналажење адекватно обучених и способних радника. Ове године је од 110 испитаника, који су учествовали у истраживању ЕУ Предузетнички барометар, њих 82 одсто као највећи изазов навело неизвесност пословања условљену појавом вируса COVID-19, па је брига о кандидатима за запошљавање и њиховој посвећености и способности за запошљавање пала на треће место, са 38 одсто анкетираних.

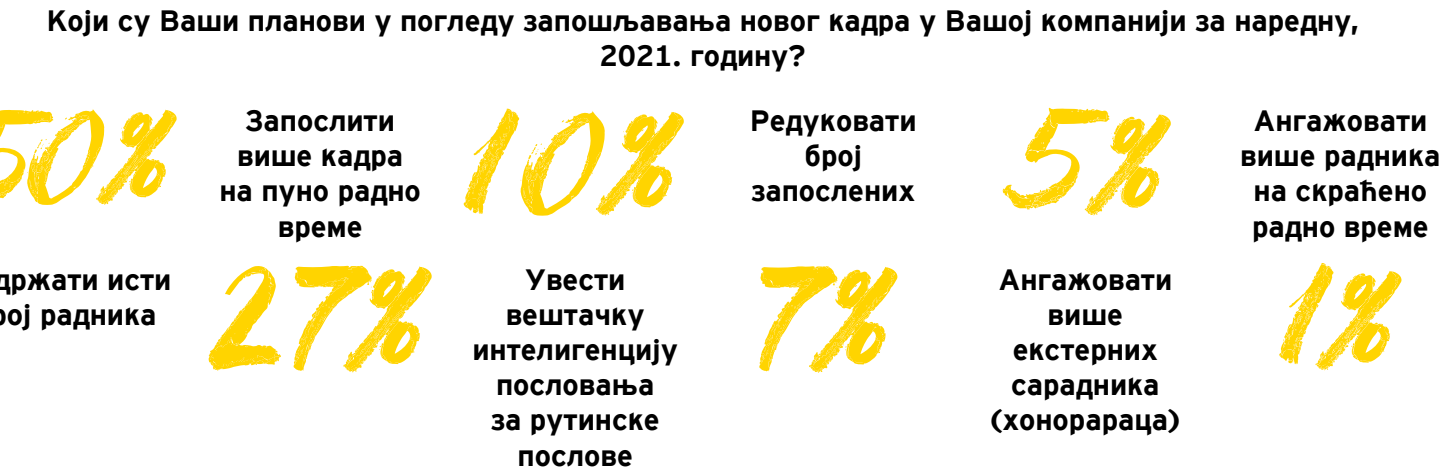
Од почетне идеје до дугогодишњег пословања, свака компанија пролази кроз неколико основних фаза, које се могу разврстати на фазу покретања, фазу раног пословања, и фазу даљег развоја. Како би остварио своју идеју и визију претворио у пословни подухват, предузетник пролази кроз разне изазове током свих фаза пословања. Чак 62% испитаника петог по реду ЕУ Предузетничког барометра као један од главних изазова за даљи раст компаније наводи економску климу (глобалну и локалну).

Према студији Entrepreneurship Development in Serbia: The chance for a way out of economic crisis, макроекономски услови за пословање у Републици Србији снажно су одређени наслеђеном економском структуром из периода пре транзиције, економском политиком после 2000. године и последицама изазваним светском финансијском кризом. После другог удара кризе, који се догодио током 2012. године, динамика српске економије је расла, иако је велики део индустрије остао у рецесији. Извоз је постао кључни генератор за покретање индустрије, упоредо са стабилним курсом домаће валуте и ниским инфлаторним

притисцима. Али ипак, ти позитивни трендови остали су у сенци високе стопе незапослености и даљег пада агрегатне тражње. Ограничене могућности индустрије да се суочи са бројним ризицима и претњама показале су своју рањивост и зависност од утицаја из иностранства. У 2013. години остварен је раст од 2,5% БДП-а, што је делимично надокнадило његово смањење од 1,5% у претходној години. Највећи допринос расту БДП-а дали су следећи сектори: пољопривреда, снабдевање гасом и енергијом, као и сектор информисања и комуникација.

С друге стране, постојале су неке тенденције ка рецесији у неким секторима, посебно у грађевинској индустрији. Структура БДП-а је неповољна због доминантног учешћа сектора који није заменљив (скоро 2/3), док је учешће заменљивог сектора (пољопривреда, прерађивачка индустрија, снабдевање електричном енергијом, снабдевање гасом, итд) далеко од развојних потреба. Међутим, БДП по становнику у Србији је изузетно низак. Према подацима Светске банке за 2012. годину, БДП по становнику износио је само 5.293,9 америчких долара, што је далеко мање него у Словенији (22.058,8 америчких долара) и Хрватској (13.158,8 америчких долара).

И друге земље бивше Југославије (Македонија, Црна Гора, Босна и Херцеговина) имају сличан ниво овог показатеља. Овај индикатор даје стварну слику животног стандарда и економске снаге земље, па је лако видети колико је Србија у поређењу са развијеним земљама, од којих неке имају БДП по становнику сса 100.000 америчких долара (Луксембург - 103.858,9 америчких долара , Норвешка - 99.635,9 америчких долара), према подацима Светске банке.



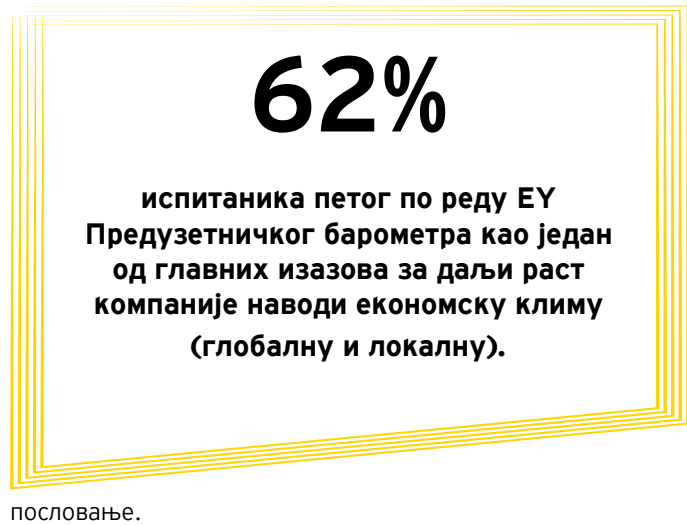
Предузетници у Србији имају кључну улогу за развој домаће привреде. Њихово учешће у привредној структури се све више повећава, а истовремено се континуирано увећава и њихов утицај на формирање бруто додате вредности и оствареног промета. Ипак, и поред чињенице да је предузетништво у фокусу српске економије последњих пар година, резултати на светским ранг листама и даље нису повољни. Препреке унапређењу предузетништва у Србији видимо у недовољном расту привредне активности, неповољном асортиману производа из извоза (по технолошкој интензивности посматрано), ниском нивоу инвестиција (фиксне инвестиције свега 18% БДП-а), недовољним издвајањима за науку (мање од 5% БДП-а), одсуством адекватне регулативе по питању интелектуалне својине (иновације, патенти) и одливом високо-образовног кадра. Ипак, значај предузетништва је веома велики и потребан је озбиљан стратешки приступ. Предузетништво је главни покретач економије и привредног раста, и њему су иманентни ефикасност, мобилност радне снаге, креирање нових радних места, иновације, трансфер знања и технологије, пораст дохотка, промовисање додате вредности, слабљење монопола. Унапређењу предузетништва у једној економији треба да претходи дугорочан процес унапређења система предузетништва, кога чини не само пословање, већ и окружење, инфраструктура, радна снага (образовање, вештине), отвореност и повезаност, пословна пракса, приступ капиталу и регулатива.

Поред тога, домаћи предузетници из године у годину, у све већем проценту наглашавају да је једна од главних препрека на свом предузетничком путу управо, као што је горе поменуто, недостатак адекватне радне снаге.

Како је COVID-19 пандемија, значајно утицала на читаву предузетничку сферу, у истраживању компаније ЕУ питали смо руководиоце брзорастућих компанија који су планови у погледу запошљавања новог кадра у наредној 2021. години, на шта је тачно половина испитаних предузетника рекла да планира да задржи исти број радника. Одмах затим, 27% испитаника истакло је да планира да запосли више кадра на пуно радно време, 6% испитаника рекло је да ипак планира да редукује број запослених, а 5% њих истакло је да жели да ангажује екстерну радну снагу (хонорарце), а свега 1% испитаника жели да ангажује више радника на скраћено радно време.

Годинама уназад, домаћи предузетници, на овај или онај начин, сусрећу се са проблемом ангажовања и задржавања квалитетне радне снаге. Криза која се догодила 2020. године, са собом је донела принудна решења када је у питању начин рада и функционисања компанија, самим тим, већина предузетника сусрела се са новим начином рада и односа унутар тимова. Тако је 8% испитаника овогодишњег ЕУ Предузетничког барометра истакло да су привремено смањили број запослених. Више од половине (53%) испитаника увело је рад од куће као једну од опција задржавања радника и функционисања компаније.

Са друге стране 43% испитаних предузетника фокусирао се на унапређење маркетинг стратегије која би им помогла да опстану током кризе, а 37% се окренуло ка унапређењу online продаје. Ове стратегије предузетници су увели како би се ухватили у коштац са последицама кризе по њихово



пословање.

На питање да ли се, услед кризе изазване појавом пандемије COVID-19 рад запослених базира на раду од куће, свега 4 одсто рекло је у потпуности. Више од половине испитаника нагласило је да њихови запослени делимично раде од куће, 5 одсто испитаника рекло је да није било потребе за тим, а 37% признаје да то није било могуће са њиховим концептом пословања.

Усмеравање младих ка предузетничком пословању отвара могућности да појединац креира економске, или друштвене вредности покретањем нових активности, или унапређивањем постојећих иницијатива. Међутим, раст и развој иновативних предузећа, основаних од стране младих високо образованих људи чији су пословни модели углавном глобално усмерени, а њихова флексибилност и висок квалитет представљају главне одреднице за конкурентску предност, углавном су ометени застарелим пословним окружењем, законским решењима и превазиђеним процедурама јавне управе које представљају озбиљну сметњу за предузетничке активности. Иако се већина домаћих компанија успешно прилагодила новим начинима пословања, предузетници традиционално запослене идентификују као највећи фактор ризика који утиче на њихово пословање.

Према подацима Завода за статистику (анкета о радној снази) на крају другог квартала 2014. године, стопа незапослености је 20,3%, која износи 21,3% међу женама и 19,5% међу мушкарцима. Стопа незапослености у региону Београда је 18,3%, Војводине - 21,6%, Шумадије и западне Србије - 18,3%, јужне и источне Србије - 23,3%.

Према извештају Светског економског форума за 2014. годину, Србија је рангирана на 94. место на листи која покрива 144 земље, када је реч о глобалном индексу конкурентности. У поређењу са претходном годином, позиција је побољшана за седам места. Глобални индекс конкурентности може се грубо дефинисати као целина институција, политика и фактора који одређују ниво продуктивности земље. Способност националне економије да генерише одрживи економски раст у средњорочном периоду, на тренутној фази развоја, изражава се кроз ниво конкурентности. Узимајући у обзир земље у окружењу, само Албанија има нижи ранг (97), док су остале земље испред Србије (Хрватска - 77, Словенија - 70, Црна Гора - 67, Македонија - 63, Мађарска - 60, Румунија - 59).

Поред горе наведених изазова, конкурентност тржишта, стицање финансијских средстава за даљи раст, регулаторни изазови и бирократска питања, тржишне цене добара и услуга и цена енергије као основног ресурса још неке су од препрека за даљи раст домаћих компанија, по речима испитаника.

Пандемија изазвана вирусом COVID-19 имала је утицај на глобалном плану, доведши у велике проблеме како развијена тржишта тако и економије у развоју. Међу онима који су најтеже погођени налазе се микро, мала и средња предузећа (ММСП). Ово се посебно односи на привреду Србије, јер ММСП представљају 99% активних привредних субјеката, која остварују преко 30% БДП-а, доприносе са 40% укупном извозу и пружају скоро 66% могућности за запошљавање у земљи. С обзиром на то, оживљавање сектора ММСП ће бити од кључног значаја за опоравак српске привреде после пандемије изазване вирусом COVID-19.

Према студији „Предузетништво и млади у Србији“, на глобалном тржишту предузећа се сусрећу са бројним изазовима који се односе на успостављање конкурентске предности. Конкурентност данас почива не толико на класичној иновативности, колико на ценовној компоненти и стандардизованом квалитету производа. Од производа се очекује да буде стандардног квалитета са глобално прихватљивом ценом. Такође, сматра се да је светска економска криза указала на чињеницу да је потребно креирање нових модела пословања. Тржишне турбуленције постале су нова пословна реалност. Глобализација тржишта утиче на опредељење предузећа у односу на степен интернационализације пословања - предузећа постају глобално оријентисана. Предузећа производе глобалне производе, тако што производњу организују тамо где

су трошкови производње најјефтинији. Глобализација за произвођаче у некој земљи значи да све чешће увозе ресурсе из других земаља, а и да све чешће извозе свој крајњи производ у друге земље. Да би предузеће постигло тржишни успех потребно је да поседује конкурентску предност у виду нижих трошкова и диференцијације производа, уз стратегију дугорочног обезбеђивања производа и услуга високог квалитета. Глобализација је дала изванредне могућности многољудним земљама у развоју да се придруже међународној економији. Мале земље углавном су фокусиране на изградњу институција као што су централна банка или министарство финансија, како би минимализовале негативан утицај макроекономске нестабилности која је повезана са глобализацијом. Глобална економија се заснива на примени знања, као и опредељеног знања у облику високо-технолошких достигнућа.

Стварањем нових радних места, развојем нових привредних друштава, предузетници играју виталну улогу у глобалној економији. Упркос свим позитивним променама и утицајима који предузетници остварују на глобални просперитет и раст, и даље се не може утврдити универзална дефиниција предузетништва, нити се могу усагласити прецизне особине и понашања карактеристична за лидере у предузетништву. Иако кључна разлика између предузетника и традиционалног руководиоца лежи у идеји и визији, и самим предузетницима је потребно да садрже карактеристике лидера уз одређен степен пословне дисциплине како би се одређена идеја спровела у пословни подухват. Стога, није зачуђујуће што велики број предузетника наводи да ради више од стандардних 8 сати дневно и што се из године у годину предузетници фокусирају на нове тактике запошљавања адекватног кадра.

Који су највећи изазови за даљи раст и развој Ваше компаније?

82%

Економска клима
(глобална и
локална)

38%

Стицање
финансијских
средстава за
даљи раст

20%

Неизвесност
изазвана појавом
COVID-19
пандемије

62%

Проналажење и
ангажовање
квалификоване
радне снаге

25%

Регулаторни
изазови и
бирократска
питања

Приступ финансирању

Суштина савременог предузетништва јесте у томе да оно прожима све сфере економије, али и људске заједнице. Предузетништво данас треба да буде циљ свих запослених у пословној организацији, без обзира на величину, власништво и карактер саме организације. Савремено схватање предузетничког деловања у пословној организацији подразумева укључивање свих запослених у предузетнички процес.

С друге стране посматрано, свако самозапошљавање у условима транзиционе економије и покретање неког малог бизниса не мора нужно да буде предузетнички опредељено, а сваки послодавац не мора да буде и предузетник, као што је то случај са већином јавних предузећа на домаћем тржишту. За развој предузетништва на нивоу једне националне економије је посебно значајно да се успостави стабилна економска ситуација. Стварањем сигурне политичке и економске ситуације даје се сигурност потенцијалним предузетницима за њихово пословање, посебно домаћим инвеститорима. Национална привреда, која подржава предузетнички дух, ствара услове за повећање продуктивности кроз инвестирање у индивидуалну способност појединца у друштву, као и сваке пословне организације.

На питање шта тренутно виде као највећи фактор ризика по пословање њихове компаније, 32% предузетника наводи финансирање и мањак средстава. Са друге стране, када су упитани како се хватају у коштац са последицама које је пандемија имала по њихово пословање, 32% испитаника је навело да је у питању репрограмирање банкарских кредита.

Као и свих претходних година спровођења истраживања ЕУ Предузетнички барометар, упитали смо предузетнике који воде успешне, брзорастуће компаније како финансирају пословање својих компанија, и као и

раније, велика већина предузетника (67%), рекла је да финансирају пословање из сопствених извора, сви остали испитаници (32%), рекли су да финансирају пословање кредитима од банака. Иако се чини да је ово изузетно висок резултат, заправо је у опадању, јер се на исто питање 77% предузетника прошле године изјаснило да финансира пословање из сопствених средстава. Овакав резултат указује на то да је само један од 110 испитаника рекао да користи Владине програме финансирања.

Тренутна криза је разоткрила колико су ММСП рањива на потресе у понуди и потражњи и ту се не ограничавамо само на оне компаније у Србији, ово је потпуно примењиво на читав свет. Ограничења у активирању радне снаге, прекид у ланцу снабдевања и недостатак сировина и готових производа настали су као домино ефекат услед мера предузетих за борбу против даљег ширења вируса COVID-19. Штавише, изненадни неочекивани пад потражње током дужег периода значи да се чак и предузећа са иначе одговарајућим новчаним резервама вероватно суочавају са проблемом недовољне ликвидности. Оно што се јавља као мера последице, ако ММСП дођу до тачке да више не могу да приуште да задрже запослене, то ће имати повратни ефекат који ће деловати шире на привреду јер ће повећање незапослености резултирати потресом који ће се у дужем периоду одразити на потражњу у привреди.

Резултати истраживања ЕУ Предузетнички барометар указују на то да предузетници имају јасан план када је у питању финансирање како би пребродили утицај који има пандемија COVID-19. Планови предузетника су махом подељени у две струје, 40% предузетника планира да аплицира за додатне изворе финансирања, односно кредите код банака, са друге стране 39% предузетника каже да је не верује да су им потребна додатна средства како би премостили утицаје пандемије на пословање њихових компанија. Само 3% испитаника студије ЕУ Предузетник године, рекло је да, на жалост, нема капацитета да се додатно задужује, а 18% предузетника рекло је да ће се трудити да рефинансира постојеће кредите.

Финансијска подршка домаћим предузећима је недовољна, што можемо да закључимо гледајући уназад сва издања ЕУ Предузетничког барометра, јер се из године у годину сусрећемо са истим резултатима који указују да се предузетници не ослањају довољно на екстерне изворе финансирања. Захваљујући неадекватној финансијској подршци постојећим предузетничким бизнисима у Србији, можемо да приметимо тренд и да се млади све теже одлучују за покретање сопственог предузећа.

Влада Републике Србије покушава да кроз фондове промени овај однос према младим почетницима, али су пословне банке још увек више окренуте другом виду кредитирања под много повољнијим условима. Када се говори о успешном амбијенту за подстицање предузетништва, кључ је свакако постојање институција које ће моћи да овај процес подрже. У Републици Србији постоје институције које пружају подршку младима, али су нажалост њихове активности несинхронизоване. Да би подршка младим предузетницима почетницима била ефикаснија, неопходно је да постоји адекватна подршка од стране одговарајућих државних институција, као и да се успостави сарадња између институција које делују у овој области.

Сва привредна друштва имају потребу за капиталом како би финансирала свој раст и развој у повољним приликама или да финансирају опстанак на тржишту у тешким условима пословања. Приступ потребном капиталу је од суштинске важности за предузећа због временске разлике између расхода и прихода у производном циклусу. За неке трошкове, као што су инвестиције у основна средства, потребне су године да би се отплатила кроз додатну вредност коју предузеће реализује на тржишту. Мали је број предузећа која своје потребе за капиталом могу да реализују из сопствене акумулације, већина је упућена на коришћење екстерних извора финансирања. У том случају, директори увек прво мисле на банкарске изворе финансирања. Али, банке имају своје критеријуме и

услове кредитирања који се не морају увек поклапати са потребама предузећа. Ограничени приступ или приступ неодговарајућим изворима финансирања (рецимо, по рочности, износу, условима итд) може негативно да утиче на будући раст и развој привредног друштва. Глобална финансијска криза је ставила на испит способност многих привредних друштава да послују у условима отежаног финансирања пословања. Добијање кредита је постало много теже и захтевније јер банке захтевају врло темељну анализу способности комитента да отплати кредит кроз будуће приходе/новчане токове. На срећу, поред банака, предузећа имају лепезу других могућих извора финансирања које могу користити.

67%

испитаника, петог по реду ЕУ Предузетничког барометра, користи сопствена средства као примарни извор финансирања.

Опције за финансирање пословања

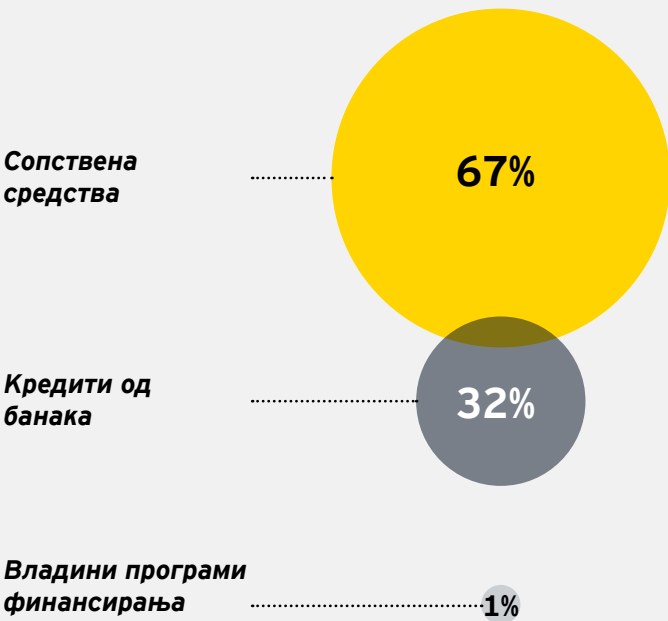
Истраживање под називом „Извори финансирања малих и средњих предузећа у Србији“, коју је спровела организација USAID 2016. године, дошло је до закључка да је стопа одобравања инвестиционих кредита најнижа у односу на друге врсте кредите и износи између 10 одсто и 30 одсто од укупног броја апликација. Најчешћи разлози високе стопе одбијања су: недовољан финансијски капацитет (неадекватан новчани ток, недовољно капитализована предузећа тј. низак удео сопствених средстава, висока конкуренција која утиче на пад профитних маржи, висок ризик рефинансирања), недостатак адекватног колатерала, ризик власника и менаџмента (тј. недостатак адекватног система корпоративног управљања), недостатак квалитетних пословних планова, недостатак кредитне историје. Из перспективе МСП-а, кључне препреке у обезбеђењу већег нивоа екстерног финансирања су: високе каматне стопе, недовољна рочност кредита која често не одговара потребама пројекта који се финансира, нефлексибилност, дуга и компликована процедура у процесу одобравања кредита.

Није нова информација да се новооснована предузећа обично финансирају из уштеђевине оснивача позајмице или поклона од родбине и пријатеља. Међутим поред тих опција постоје и лични кредит од банке, кредит од снабдевача или купаца, донације и кредити од владе и сличних извора намењених новооснованим (start-up) привредним друштвима. Према неким истраживањима која су рађена у САД, 71% новооснованих предузећа се искључиво финансира из средстава оснивача, родбине и пријатеља, а само 8% капитала од стране банака. Самим тим, можемо да закључимо да ни ситуација у Републици Србији није много другачија од глобалног тренда, а око 13% долази од професионалних инвеститора који се обично називају „пословни анђели“ („business angels“).

То су индивидуални инвеститори који самостално или заједно са другим себи сличним инвеститорима (организовани у инвестициони синдикат), инвестирају од неколико стотина до неколико милиона евра/долара у привредно друштво или пројекат. Ови инвеститори су углавном људи са знатним пословним искуством који настоје да комбинују свој капитал и своје пословно искуство у циљу остваривања профита. Такви инвеститори осим капитала, имају тенденцију да предузећу понуде и своје експертизу, знање, искуство, пословне везе, познавање појединих тржишта и слично. Омиљене инвестиције су им нове или модерне индустрије као што је ИТ, биотехнологија и слично.

Због високог ризика својих инвестиција траже и адекватну награду за уложени капитал који може да се креће и до 30% приноса годишње.

Који је примарни извор финансирања Ваше компаније?



Да ли очекујете да ће Вам у наступајућем периоду бити потребна додатна новчана средства и како намеравате да дођете до њих?



Жене у предузетништву

Делатност која у последње три деценије све више привлачи пажњу, што активних учесника, што посматрача или саветодаваца, је предузетништво. По самој дефиницији то је „делатност усмерена на покретање, организовање и иновирање пословања предузећа, са основним циљем стварања новог тржишта и остваривања добити. Оно је везано за све аспекте људског понашања и деловања - развој креативност, поспешује рађање идеја и обогаћује људске потребе“ (Др Ненад Д. Пенезић: “Како постати предузетник”, Београд 2003). У пракси се предузетништво показало као врло агилна делатност, спремна на брзе промене и прилагођавања тренутној ситуацији на тржишту, са тежњом ка применама нових решења која убрзавају процесе производње, повећавају квалитет и стварају услове за зараду и даљи развој.



Један од трендова који се пренео и на предузетништво је и учешће жена у оснивању и управљању предузећима. За разлику од малих процената у претходним деценијама, последње године показују да је све више припадница лепшег пола које се успешно носе са захтевима модерног доба (укупан проценат учешћа жена у српском предузетништву је у 2018. години био 34 одсто). Иако су ови проценти охрабрујући, не могу да сакрију чињеницу да још увек нису задовољавајући, са обзиром на то да је укупан проценат женског становништва у ЕУ 52,2 одсто. Ипак, жене се боре за своје позиције на све доступне начине. Често њихове компаније красе креативна решења, нимало уобичајени приступи пословању уз поштовање свих стандарда, или смерница чак и када се ради о традиционалним производима (храна, вино, тканине...).

Истраживања (Journal of Women’s Entrepreneurship and Education (2018, No. 3-4, 60-72)) показују да је у Србији од 2013. до 2017. године број запослених жена порастао за 96.000 од којих је 31.000 нових радних места. Свакако су у питању подаци који нису занемарљиви. Ипак, у

истом истраживању се може видети податак да је 20 одсто анкетираних жена свој посао започело јер су биле незапослене, 20 одсто јер нису биле спремне да раде за друге, док се остатак (60 одсто) одлучило на предузетнички пут јер су имале у плану финансијску добит.

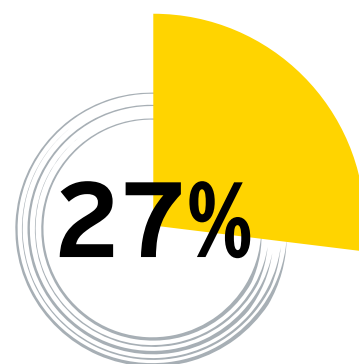
Пето по реду истраживање ЕУ Предузетнички барометар ревизорско-консултантске компаније ЕУ Србија, спроведено током 2020. године показује да је од 110 анкетираних предузетника 27 одсто жена, што је мали помак у односу на прошлогодишње резултате, када је тај проценат био 23 одсто. Интересантно је напоменути да овај проценат константно расте али да није било великих скокова ни одступања од када се спроводи истраживање. Тако је у првој години (2016.године) било 20 одсто анкетираних жена предузетница, затим 21 одсто 2017. године, па 25 и 27 одсто у последње две године, респективно. Важно је нагласити да се проценти повећавају током година, што значи да су жене у предузетништву ипак све заступљеније.

Традиционално, свет бизниса је припадао мушкарцима и још увек има дискриминације према женама, као и у многим другим областима живота. Међутим, разноликост предузетничких компанија, варијетет категорија пословања и пре свега велика могућност исказивања креативности и независност пословања привлачи све више жена, можда онајвише због слободе у организацији пословних решења које нема у корпорацијама а ради бољег усклађивања са породичним животом, коме су жене и даље више посвећене него мушкарци.

Друштва у транзицији показују значајно повећање процента жена у предузетништву, а такав тренд прате и одређене земље источне и средње Европе, упркос предрасудама и потешкоћама везаним за овај облик пословања, без обзира на пол власника. Оно што охрабрује је податак који показује да су све анкетирание предузетнице навеле да им је продаја порасла за 10 до 20 одсто у односу на претходну годину, највише захваљујући новим методама промоције производа. Такав скор показује да ће се предузетнице борити за своје позиције у привреди Србије. Светски трендови показују сличне охрабрујуће податке - можда је добро поновити да је у односу на 1972. годину број жена предузетница повећан за 3.000% само на територији САД (American Express, 2018. године).

Ревизорско-консултантска компанија ЕУ на територији Републике Србије већ више од тридесет година прати и помаже развој предузетништва, као веома важног дела локалних и регионалних привреда, а посебан осврт у последњој декади прави и на женско предузетништво, које само по себи привлачи све више пажње пословне, а и јавности уопште.

Жене у Србији традиционално су „стуб“ куће и велики број жена ни данас не размишља о самосталном пословању. Ипак, рад у корпорацијама, великим системима, па чак и микро предузећима других власника намеће се ритам који одговара власницима, а који се често не поклапа са ритмом запослених. Зато, оне одважније или упорније у жељи да се окушају у самосталном пословању и саме наметну свој ритам, све чешће упловљавају у предузетничке воде. Као три највеће препреке, истраживање „Женско предузетништво - преглед стања и препоруке за будућност“ наводи потешкоће у приступу финансијама, изражену корупцију и слабо економско окружење (БиХ, 2018. године) што се слободно може идентификовати као скуп проблема заједничких за цео Балкан. Оно што знатно може да помогне су програми подршке женском предузетништву, какав је и ЕУ Entrepreneurial Winning Women™, који постоји у 65 земаља света. Овај програм је основан ради идентификације успешних предузетница чија предузећа имају потенцијал за достизање већег обима пословања у чему им је потребна подршка, првенствено кроз менторство и обуке како приступити додатним фондовима да би убрзали раст. Током једанаест година постојања програма, фокус компаније је усмерен на „златну средину“ коју чине предузетнице чије су компаније мале и профитабилне, али још увек нису достигле степен одрживог раста, или још увек нису пронашле алате или облике пословања који би им то омогућили. Оваквим предузетницама компанија ЕУ на глобалном нивоу обезбеђује стални приступ изузетно великој бази ресурса и знања која им помажу да ојачају своје способности да постану лидери на тржишту.



**испитаника
истраживања чине
жене**

Поред тога, велики бенефит оваквог програма је креирање глобалне заједнице предузетница, као и њихово успешно представљање даље у свету.

Жене предузетнице су у Републици Србији нарочито побудиле пажњу током године, а затим и деценије предузетништва, чиме су допринеле већим могућностима едукације, усмеравања и појачавању предности предузетничког пословања.

Раст предузетништва у последњим деценијама је резултат промене целокупног пословног окружења, рапидном развоју информационих технологија што утиче на лакше управљање, мањим потребама за почетним капиталом и развоју услужног сектора, наводи се у студији: „Унапређење квалитета живота жена кроз предузетништво“. По подацима из ове студије, само у Европској унији годишње се региструје 1,2 милиона нових предузећа.

Око 23 милиона људи у Сједињеним Америчким Државама води сопствени бизнис. Око 92% свих предузећа у Европској унији су микро предузећа са просеком од два запослена по предузећу. Према неким статистикама 45% људи у Европској унији и 61% у САД жели водити свој бизнис. Од 1980. година, број жена предузетница у свету расте, посебно у земљама у развоју и руралним подручјима. У Канади и Немачкој постоји више од милион предузетница. У Шведској жене покрећу 28% од нових бизниса. У Јужној Кореји жене су власнице и руководе 36% свих фирми. У Великој Британији 26% од укупног броја предузетника су жене, а 28% у Сједињеним Америчким Државама.

Ако је веровати прогнозама, жене ће још најмање стотинак година зарађивати мање него мушкарци. Оваква будућност говори нам да ће дискриминација по полу бити присутна у пословном свету још прилично дуго. Ипак, што се више жена укључи у предузетништво, то се утиру сигурнији и извеснији путеви за жене предузетнице чиме се повећавају изгледи да ће једнакост стићи раније.

Радно време предузетника и рад запослених од куће

Пандемија изазвана вирусом COVID-19 имала је утицај на глобалном нивоу, доведши у велике проблеме како развијена тржишта, тако и економије у развоју којима припада Србија. Међу онима који су најтеже погођени налазе се микро, мала и средња предузећа (ММСП). Ово се посебно односи на привреду Републике Србије, јер ММСП представљају 99% активних привредних субјеката, која остварују преко 30% БДП-а, доприносе са 40% укупном извозу и пружају скоро 66% могућности за запошљавање у земљи. С обзиром на то, оживљавање сектора ММСП ће бити од кључног значаја за опоравак домаће привреде после пандемије изазване вирусом COVID-19.



56%

**испитаника се изјаснило да просечно
ради 8 - 10 сати дневно.**

Очекује се да ће пандемија COVID-19 и са њом повезане мере социјалног дистанцирања проузроковати значајну штету привредама широм света. Последице ће бити видљиве на бројним пољима, али свакако оно што је очигледно је да је потражња смањена услед првобитног ограничења кретања, а до шокова на страни понуде је дошло услед ограничења понуде радне снаге и тешкоћа са набавком материјалних средстава. Оно што је лако приметити и према тренду резулата студија ЕУ Предузетничког барометра четири године уназад, сада је само изражено у ситуацији где је неизвесност пословања већа услед појаве пандемије. Па је тако приступ изворима финансирања додатно проблематичан ако се могућности за задуживање смање, а тражња порасте. Коначно, неизвесност везана за ову кризу спутава инвестиције и иновације. Гашење иначе здравих предузећа услед оваквог привременог шока указује на његову знатну социјалну и фискалну цену.

На питање колико радих сати у просеку предузетници имају у једном радном дану, само 9% предузетника рекло је да сада ради испод 8 сати дневно, док велика већина предузетника, 68% ради од 8 -10 сати, а 23% предузетника ради и више од 10 сати дневно.

Са друге стране, на питање да ли је услед појаве пандемије пословање променило свој уобичајени ток, 58% предузетника се сложио да је делимично или у потпуности мора да се преоријентише на рад од куће. Са друге стране 37% предузетника каже да није могуће са њиховим концептом пословања да се примени оваква промена пословања. Овакав резултат је у складу са очекивањима, јер је више од половине предузетника из производног сектора, па самим тим постоји претпоставка да је пословање/производња морала да се одржи у истом маниру као и пре појаве пандемије.

На питање која од наведених стратегија је спроведена како би се ухватили у коштац са последицама по пословање њихових компанија, 53% лидера компанија навело је да су увели у некој мери рад од куће.

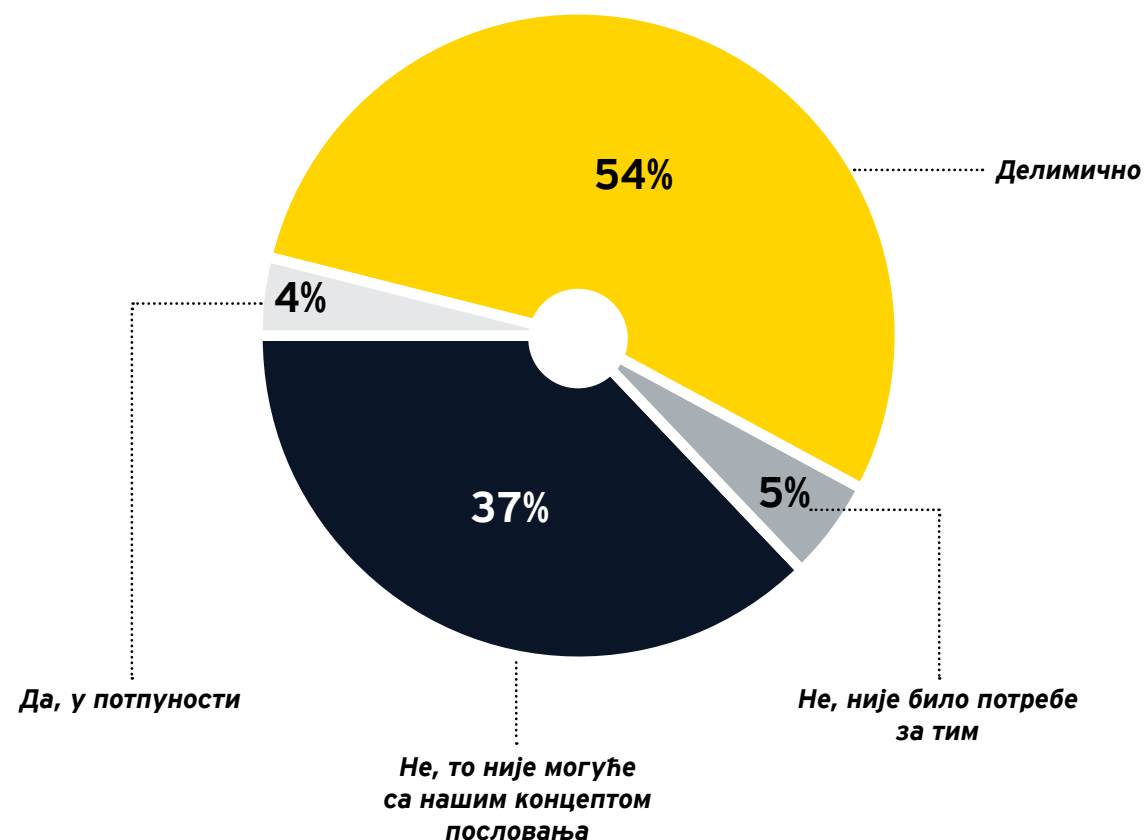
Истраживање које је спровео Смарт Колектив међу микро, малим и средњим предузећима на самом почетку пандемије указује на то да је према добијеним резултатима, највећи број испитаних предузећа примењује праксу рада од куће (36.4%). Потом следи привремени прекид рада у форми плаћеног одсуства (30.1%), затим привремени прекид рада у форми неплаћеног одсуства (25.4%) и скраћено радно време (24.4%). Најмањи број испитаних предузећа посегнуло је или планира да посегне за смањењем радне снаге (3.3%).

Студија коју је спровела Унија послодаваца, указала је на то да је криза изазвана избијањем епидемије COVID-19

имала умерено негативан ефекат на пословање предузећа у Србији. Више од 80% је успело да функционише током кризе – од чега половина у потпуности, било у просторијама предузећа или уз помоћ рада на даљину. Иако је само око 40% имало план за обезбеђивање континуитета пословања, 90% је извршило одређена прилагођавања како би, колико је могуће, ублажило негативне последице. У оквиру поменутог истраживања показало се да предузећа са више од 250 запослених јесу и најуспешнија у прилагођавању својих активности условима кризе, па је њих 62% пословало готово без икаквих сметњи, од чега половина у својим просторијама, а код половине су запослени радили од куће. Истраживање које је спровела Унија послодаваца се по резултату поклапа са генералном сликом коју можемо да видимо на локалном привредном тржишту, а то је да је готово 100% испитаника изјавило да су унели неке промене у моделу пословања како би ублажила потенцијалне последице пандемије.

Ове промене су обично подразумевале усклађивање са/прилагођавање новом кодексу понашања који је влада успоставила – а који се највише односио на дистанцирање (одржавање физичке дистанце од 2 метра, ношење заштитне маске и рукавица, забрану окупљања више од 5 људи, полицијски час). Како би се прилагодила овим новим околностима, предузећа су увела рад на даљину, а и обратила су додатну пажњу на хигијену и дезинфекцију својих просторија.

Услед настале кризе изазване појавом пандемије COVID-19, да ли се рад Ваших запослених базира на раду од куће?



Да ли сте истрајни у идеји да се отиснете у непознанице?

Сазнајте како Вам ЕУ може помоћи да унапредите своје пословање на ey.com/sr_rs

Ревизија и повезане услуге | Пореско саветовање | Подршка при пословним трансакцијама | Пословно саветовање



The better the question. The better the answer. The better the world works.



Building a better working world

Наслеђивање и породични бизниси

Породичне фирме представљају најстарији и најчешћи облик привредних организација у свету. У многим земљама, па и у Србији, породичне фирме представљају више од 70% укупног броја фирми и играју кључну улогу у расту привреде и запошљавању радне снаге.



У Шпанији је, на пример, око 75% фирми у породичном власништву и доприносе у просеку 65% БНП-а земље. У Латинској Америци породичне фирме доприносе око 60% у укупном БНП-у. Породичне фирме се крећу од малих и средњих предузећа до великих конгломерата који послују у више привредних грана и земаља. Неке од добро познатих породичних фирми обухватају: Salvatore Ferragamo, Benetton и Fiat Grupu у Италији; L'Oreal, Carrefour Grupu, LVMH и Michelin у Француској; Samsung, Hyundai Motor и LG Grupu у Јужној Кореји; BMW и Siemens у Немачкој; Kikkoman и Ito-Yokado у Јапану и коначно Ford Motors Co. и WalMart Stores у Сједињеним Државама.

Породични бизнис има једну сасвим посебну одлику коју корпорације немају, а то је управо сама породица и њене вредности. Породични дух који краси ове сјајне предузетничке организације често је чинилац који највише доприноси њиховој успешности.

Чини се да се важност породичног бизниса не може преценити нарочито ако се има у виду да је готово свуда у свету породични бизнис један од значајних покретача економског раста. И поред тога што је привређивачка снага породичног бизниса скромна у односу на привређивачку снагу корпорација, она је важна за општи напредак. Осим тога, бројне веома успешне корпорације своје корене вуку из породичних фирми.

О значају породичних предузећа говори податак да породична предузећа представљају 80% свих регистрованих привредних субјеката у свету, која генеришу 70% светског БДП-а. Међутим, статистика не говори у прилог успеха наслеђивања у породичним фирмама, јер око 70% породичних предузећа нестане након смрти власника, док само 30% њих дочека прелазак са прве на другу генерације, а једва 12% са друге на трећу. Највећи проблем породичних бизниса у Србији (а таква је велика већина која по неким подацима сеже и преко 70% укупног броја бизниса у земљи) је како да са лично-власничког пређу на корпоративно управљање компанијом. Како да безболно трансформишу породични бизнис у

професионално вођену пословну корпорацију, а уједно, то је и највећа препрека развоју сваке породичне фирме, кад прерасте (снаге и способности) свог оснивача.

У складу са растућим трендом кроз године током којих спроводимо истраживање ЕУ Предузетнички барометар, све је више породичних компанија међу испитаницима. У поређењу са прошлогодишњим истраживањима када је овај проценат износио 71%, односно 67%, односно 58% (ретроспективно, 2019, 2018. и 2017. године), стиче се закључак да се домаћи предузетници више окрећу стратегији изградње успешног породичног бизниса.

Међу испитаницима истраживања ЕУ Предузетнички барометар које је спроведено међу више од 100 брзорастућих успешних предузетника који воде своје компаније у Србији, велика већина (72%) изјаснила се да њихова компанија спада у породичне бизниси. А међу укупним испитаницима, на питање какав тип наслеђа, односно будућег руководства компаније сматрају могућим, 66% предузетника је рекло да се нада породичном наслеђу, док је 21% рекло да је и продаја другој компанији такође опција за будућност, док су остали навели или излазак на берзу или продају инвестиционом фонду или другом лицу.

На питање када је реално да, као власници, изађу из власничке структуре своје компаније, 34% предузетника рекло је тај сценарио реалан за 5-10 година, док је 29% рекло да је то реално за више од 10 година, 15% за 2 - 4 године, док је 17% предузетника рекло да ни не разматра ту опцију за будућност своје компаније.

Резултати истраживања ЕУ Предузетнички барометар за 2020. годину показали су да је велика већина предузетника (61%), спремна да нађе партнера коме би продали део компаније зарад осигурања додатних новчаних средстава и опстанка компаније на дужи рок. Међу њима, 41% испитаника био би спреман да понуди део компаније стратешком партнеру, 29% физичком лицу које већ познаје, док је 11% предузетника спремно да понуди део компаније било коме ко је спреман да понуди довољан износ средстава.

Фондација за породична предузећа је од Центра за предузетничке и финансијске студије Техничког универзитета у Минхену наручила студију која је показала да је у периоду између 2009. и 2018. много више људи је запослено у породичним него у осталим врстама фирми. У породичним фирмама које су на берзи, годишњи раст броја радних места износи шест одсто - двоструко већи него код осталих.

Породична предузећа регистрована на берзи и послују успешније од других, а њихов обрт је већи. У поменутом периоду се повећао за 122 одсто, док је у фирмама које нису у породичним рукама повећан за 50 одсто. Удео приватног капитала је у породичним фирмама у просеку такође већи него код других.

И заиста, када је реч о оперативној добити, такве фирме имају много боље резултате него фирме које јесу на берзи, али се налазе у рукама инвестора или различитих друштава. „Што је јачи утицај породице у некој фирми, то су и позивитни ефекти снажнији“, говори професор Кирхдерфер. Студија показује да предузеће регистровано на берзи важи као „породично“ када оснивачка породица поседује најмање 25 одсто гласова у управи и има бар један мандат у управном или надзорном одбору. Према тој дефиницији, око 40 одсто немачких фирми регистрованих на берзи су породични концерни.

И студије рађене у прошлости су давале сличне резултате. У предузећима којима руководе њихови власници су и трошкови мањи, установио је Институт за истраживања средњих предузећа 2015. године. Годину дана раније, швајцарска банка Credi Suis објавила је међународну студију која је показала да породичне фирме широм света остварују већу добит и имају већи раст обрта него друге фирме. Пет стотина највећих породичних предузећа у Немачкој је у периоду од 2007. до 2016. године повећало свој број запослених за 23 одсто и тренутно има око 2,54 милиона запослених.

Породичне фирме су стожер и главни покретач раста у многим привредама ако не и у већини њих. Због своје природе, породичне фирме се суочавају с многим додатним проблемима у односу на оне којима морају да се баве непородичне фирме. Неки од ових проблема могу да се решавају усвајањем одговарајуће структуре корпоративног управљања у оквиру предузећа. Ова структура управљања треба да јасно дефинише улоге, одговорности, права и интеракцију између главних органа управљања предузећем.

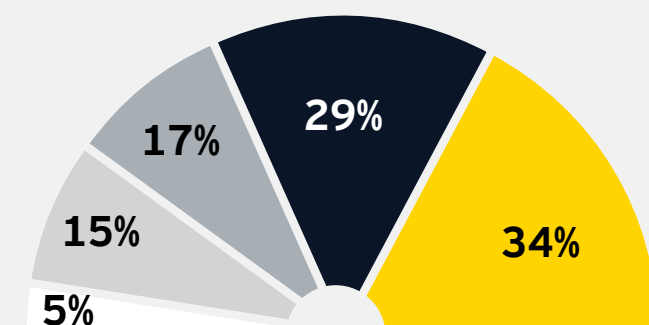
У случају финансијских потешкоћа, да ли бисте били спремни да нађете партнера коме бисте продали ДЕО компаније зарад осигурања додатних новчаних средстава и опстанка компаније на дуги рок?

41% 29%

Да, другој компанији (стратешком партнеру)

Не, никако

Када би за Вас било реално да изађете из власничке структуре Ваше компаније?



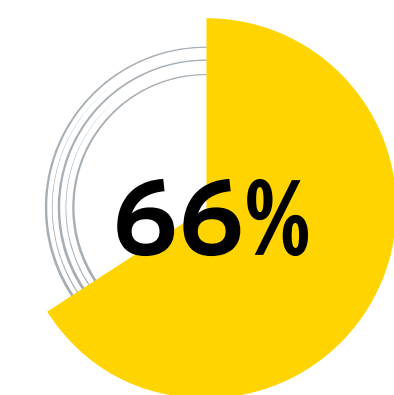
5 - 10 година

Више од 10 година

Ништа од наведеног

2 - 4 године

У року од једне године



испитаника разматра породично наслеђе као опцију будућег руководства

Инвестирање

Микро, мала и средња предузећа у Србији већ чине 99,5 одсто од укупног броја компанија, запошљавају 65 одсто свих запослених, али креирају скромних 32 одсто бруто домаћег производа. У државама попут Мађарске, Хрватске и Чешке ова предузећа стварају између 50 и 60 одсто БДП-а чиме значајно доприносе економској стабилности и бржем развоју.

О великом значају који има омогућавање приступа адекватним изворима финансирања говори и податак Европске инвестиционе банке (ЕИБ) која процењује да се на сваких 100 милиона евра уложених у микро, мала и средња предузећа, БДП директно повећава за 150 милиона.

Пандемија вируса COVID-19 уздрмала је цео свет, у периоду када је у нашој земљи успостављена макроекономска стабилност уз позитивне индикаторе раста и развоја привреде и периоду значајног прилива инвестиција. Привредни токови су заустављени и успорени, уз бројне губитке и проблеме који се посебно испољавају у појединим привредним гранама, при чему су многе изложене великим ризицима у пословању. У периоду када се стање у одређеној мери нормализује и привреда покушава да се врати на пут редовног пословања и опоравка активности, компаније се проактивно прилагођавају новонасталој ситуацији и модификују своје пословање и планове.

Инвестирање је уметност процењивања и преузимања контролисаног ризика а грешке које се на тако осетљивом терену направе могу да коштају много, понекад да воде право у банкрот дојучерашњег успешног предузетника. Попут ходања по минском пољу и овде је потребно имати мапу са потенцијално погрешним потезима и кретати се кроз поље инвестиција са огромном опрезношћу и мудрошћу.

Резултати студије ЕУ Предузетнички барометар указују на то да 40% предузетника не намерава да одложи планиране инвестиције упркос појави пандемије у текућој години. Са друге стране, готово трећина предузетника, 29% сложило се да ће одложити планиране инвестиције иако имају довољно средстава услед повећаног ризика и несигурности који наступајући период носи. Неки од предузетника, 22% морали су да одустану од својих инвестиционих планова услед недостатка средстава, док је само 9% предузетника желело да прекине инвестиционе процесе, али нису били у могућности како би избегли пенале за одустајање.

На питање у коју област пословања планирају да инвестирају, највећи број предузетника, 51% определио се за аутоматизацију процеса, као и 46% за ИТ системе и софтвер, а 45% навело је опрему, као и 25% електронску продају.

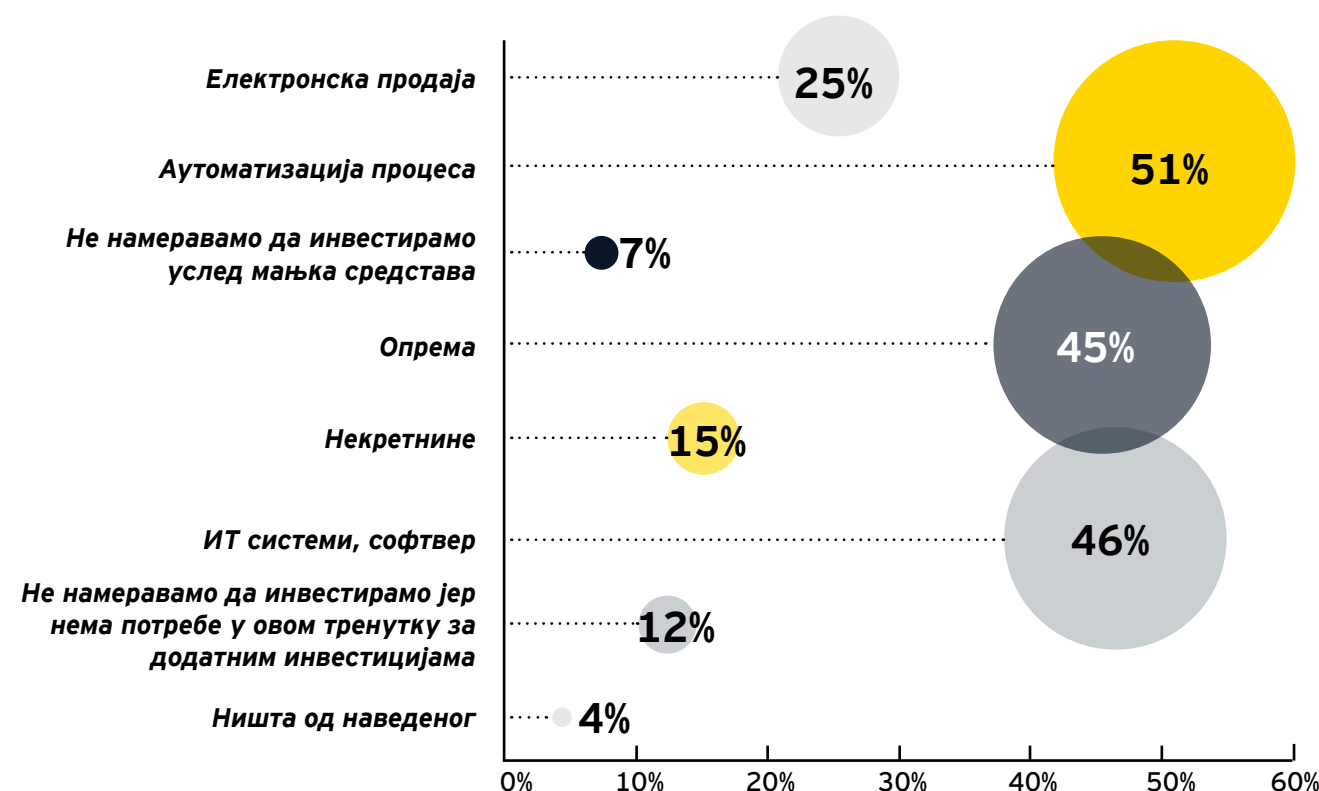
40%

предузетника не намерава да одложи планиране инвестиције упркос појави пандемије у текућој години.

Када се осврнемо на резултате истраживања од прошле године, можемо приметити да су њихови планови били мало другачији, па је тако 38% испитаника планирало производну иновацију (нови или значајно промењени производ или услуга), док ове година већина предузетника има планове у вези са тим како да искористи постојеће ресурсе и ипак иновира пословање, па је тако 52% предузетника основало сопствене „in-house“ тимове који ће се бавити иновацијама. У свету у коме се тржишта, производи, технологије,

прописи, па и читава друштва мењају изузетно брзо, богатство природним ресурсима више не одређује конкурентност предузећа, региона и државе, већ њихова способност да створе и искористе напредно знање. Ово ново стање друштва често се означава као друштво знања и оно почива на могућности и способности да ствара ново знање, и да се кроз иновације производа, услуга и процеса трансформише у економску вредност и богатство (Huggins & Izushi, 2002).

Да ли намеравате да инвестирате у наредном периоду и у којој области?



У овом друштву иновације, заједно са знањем које их омогућава, постају најважнији извор тржног успеха и одрживе конкурентске предности. Зато је питање мерења и разумевање иновативности, како предузећа тако и држава, у овом случају окружење од кључног значаја. Када се осврнемо на прошлогодишње рангирање Републике Србије у глобалном извештају Global Competitiveness Report 2019, објављеном за Светски Економски Форум, закључујемо да смо на пољу развијености предузетничког пословања далеко од водеће позиције - Република Србија је рангирана као 92. друга земља од 141 земље укупно. Заснива се на глобалном индексу конкурентности који је сложене природе и ослања се на анализу и оцену 12 категорија - стубова конкурентности - који једноставно пружају свеобухватну слику о конкурентности једне земље. Стубови конкурентности који су посматрани су: институције, инфраструктура, макроекономско окружење, здравље и основно образовање, високо образовање и обука, ефикасност тржишта добара, ефикасност тржишта рада, развоја финансијског тржишта, технолошка спремност, величина тржишта, пословна софистицираност и иновације.

Посматрани резултати рангирања Србије у оквиру студија Global Competitiveness Report за 2019. годину, указују на то да је слично свеукупном рангирању наше земље (72. место од 141 земља) и када је број иновативних компанија у питању (Србија на 83. месту), а по спремности компанија да крену несвакидашњим путањама пословног развоја (80. место).

Уколико погледамо резултате других локалних истраживања можемо приметити да постоји јасан тренд и на пољу дигиталних бизниса и start-up-а. Први, и свакако најзначајнији утицај COVID-19, везан је за смањење инвестиционе активности. Start-up Genome је забележио да су се улагања VC фондова у Кини у прва два месеца смањила за око 50 одсто. Оваква контракција инвестиција у глобалном контексту довела би до смањења инвестиција у start-up-е од 28 милијарди долара и то за само два месеца. На основу података из претходних криза, уколико би утицај COVID-19 трајао дуже од два месеца и уколико буде постојала додатна контракција економске активности, коју ММФ предвиђа, VC инвестиције на глобалном нивоу би могле бити смањене за 86,4 милијарди долара.

Иновације у предузетничком пословању

Предузетништво, како само име каже, подразумева спретност, способност и предузимљивост пре свега. Разлози због којих се бира предузетнички пут су различити - од породичног наслеђа преко потребе за другачијим, слободнијим виђењем пословања, до незадовољства тренутном понудом на тржишту рада. Истраживање спроведено пети пут, ЕУ Предузетнички барометар показује да је 75% анектираних предузетника (од 110 који су учествовали) навело да сада воде компанију која је њихов први самостални бизнис, упркос чињеници да је 59 одсто анкетираних оценило тренутну пословну климу у Србији, бар што се тиче предузетништва, као неповољну. Ипак, сви који су почели да се баве овом граном пословања опстали су и остали у послу захваљујући формули која садржи следеће елементе: посвећен рад, поуздан тим, идеју о развоју пословања, упорност и иновативност.

Иновације су саставни део предузетничког пословања - појављују се у свим аспектима бизниса, од производа или услуга које се нуде, до побољшаних технолошких решења, успешних маркетинг кампања, ширења мреже сарадника и освајања нових тржишта. Понекад су у питању сви набројани аспекти а понекад само одређени. Оно што је потребно нагласити је да предузетнике одликује могућност налажења решења кроз увођење иновативних приступа пословању, у којој год индустрији да послују. 55 одсто анкетираних предузетника је изјавило да су увели нове производе или прилагодили старе да би се изборили са кризом која је захватила читав пословни свет још од почетка марта 2020. године са појавом вируса COVID-19.

Пословна клима, тржиште и понуда квалитетне радне снаге често условљавају начин развоја и примену иновативних метода предузетничких компанија и такав начин развоја се броји у иновације. Таквих примера има све више и код нас: довољно је навести да се компаније које производе специфичну робу све чешће опредељују за уску аутоматизацију процеса производње, чиме решавају два проблема одједном - повећава се продуктивност, јер прецизне машине раде брже него запослени, а у исто време се штеди на броју запослених који опслужују машине.

Када се свему томе дода повећана безбедност, јасно је да технолошке иновације заузимају високо место на ранг-листи утицаја на промене у предузетништву.

Томе у прилог говори и податак да је скоро трећина учесника овогодишње анкете ЕУ Предузетнички барометар, у ком је учествовало 110 домаћих предузетника, који стоје испред својих брзорастућих компанија, свега 8% испитаника рекло је да не планира иновативне активности у наредној, 2021. години. Са само 1% разлике граниче се испитаници коју су рекли да планирају значајне организационе промене, колико због борбе са кризом, толико и ради повећања ефикасности пословања, бољег позиционирања на тржишту, кроз увођење продуктивнијих решења, унапређење пословних процеса, система, организација итд. (29%) и испитаници који планирају да уложе у стратешке промене и промене у маркетингу (28%).

Нешто мањи проценат испитаних предузетника (19 одсто) се определило за производну иновацију која укључује значајно унапређени „стари“ производ или увођење потпуно новог производа, док тек 15 одсто предузетника, планира иновацију процеса производње/дистрибуције.

Дигитални маркетинг, са друштвеним мрежама које су одавно постале саставни део наших живота, као полуга пробоја до већег броја купаца или корисника услуга, је такође високо котиран у иновативном приступу пословних стратегија предузетника. Када говоримо о начину доласка до иновација, више од половине испитаника навело је да планира да оснује сопствене „in-house“ тимове који ће се бавити иновацијама (52%), што показује колико су предузетници свесни потребе за иновацијама. Затим, 10 одсто предузетника би се одлучило на куповину патента из већ постојеће базе, а свега 7 одсто предузетника било би отворено за финансирање start-up компанија.

Крај двадесетог и почетак двадесет првог века су имали технолошки развој какав није виђен у свету још од изума парне машине и убрзане индустријализације до које је тај изум довео. Тако су компјутерске технологије од пре десет година сада више него застареле. До свега тога су довеле иновације, пре свега у рачунарским технологијама и вештачкој интелигенцији. Примећујемо да су свуда у свету присутни исти трендови који подразумевају праћење технолошких иновација којима се поједностављују/појефтинијењу/убрзавају процеси производње или пружања услуга.



75%

анектираних предузетника (од 110 који су учествовали) навело је да сада воде компанију која је њихов први самостални бизнис, упркос чињеници да је 59 одсто анкетираних оценило тренутну пословну климу у Србији, бар што се тиче предузетништва, као неповољну.

Није на одмет поновити резултате глобалног истраживања „Growth Barometer 2018” ревизорско-консултантске компаније EY у коме се види да је 74 одсто светских руководиоца најуспешнијих компанија истакло да никада не би увели примену вештачке интелигенције, док је већ 2019. године исти број руководиоца своје планове усмерио на увођење вештачке интелигенције у наредне две године. Само овај податак довољно говори о брзини мењања трендова везаних за иновативне технологије и о правцу у коме се креће читав свет. Живимо у времену које је, у најмању руку, врло интересантно због могућности „in vivo” посматрања промена тржишта, производа, услуга, технологија, прописа а самим тим и читавих друштава. Конкурентност више не одређује богатство природних или људских ресурса, већ брзина и умеће примене и искоришћавања напредног знања.

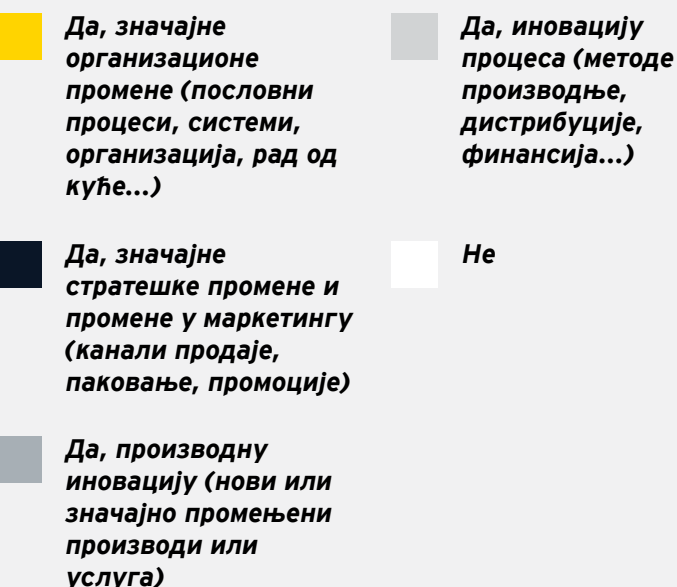
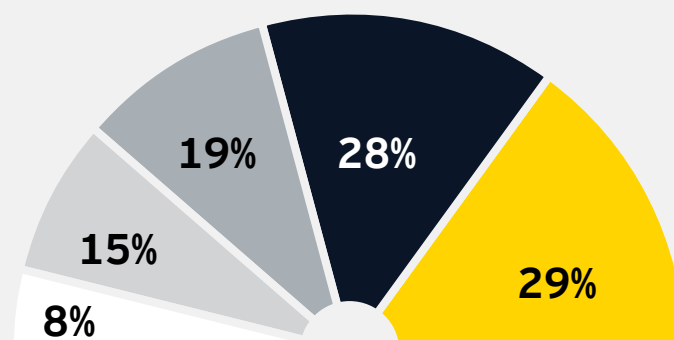
Убрзани технолошки развој довео је и до убрзаног трошења ресурса, брзином којом природно не могу да се обнове. С тим у вези се и подигла еколошка свест, па су многе компаније добиле позитиван одговор од клијената када су се посветиле одрживом еколошком развоју. Треба додати да такве друштвено и еколошки одговорне компаније све више шире тржишта, јер су доказале да планирају очување планете за будуће генерације и у складу са тим шаљу поруку колико је важно пословати одговорно.

Иновативни начини производње укључују и елиминацију штетних састојака, еколошки неприхватљивих паковања и још много тога, што млађој, свеснијој публици приближава чак и традиционалне производе. Замена квалитетнијим, можда чак и модернијим састојцима истог квалитета, доводе до повећања производње и продаје. На значајно повећање обима производње или проширења дијапазона услуга утиче и спремност компанија да испрате захтеве модерних клијената, а то је да њихови производи или услуге буду доступни сада и онда. Тако су они најиновативнији, који су први оформили ланце доставе „до врата” клијената 24/7 сада у врху најуспешнијих компанија - читав свет иде ка остваривању удобности клијената, што подразумева већу услужност и спремност компанија да своје производе доставе.

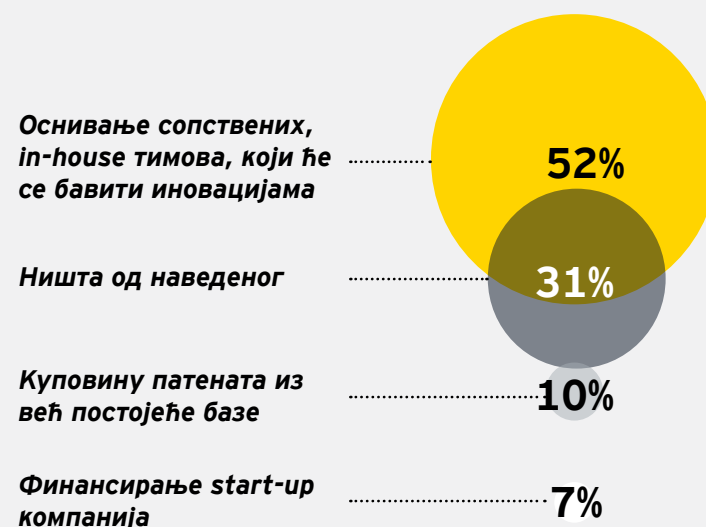
Иновације у пословном смислу обухватају далеко шири појам од развоја нове технологије, производа или процеса. Задатак самог предузетништва, свакако је шири од иновације јер подразумева да се иновација уведе на тржиште како би се понудила одговарајућа вредност за купца, а истовремено и омогућила остваривање позитивног пословног односа за организацију која је носилац иновације.

Мала и средња предузећа далеко брже препознају и одговарају на нове шансе тржишта и то је аспект на ком су они далеко супериорнији од великих традиционалних корпорација, које се због својих одличних ресурса и софистицираних и ефикасних процеса теже одлучују за иновирањем, па самим тим експериментисање није нешто у шта ће лако улагати.

Да ли сте планирали иновативне активности у наредној, 2021. години? Уколико јесте, које?



Нове идеје су увек важне за даљи развој компаније. На који начин се планира долазак до иновација у пословању?



Како изградити бизнисе будућности користећи технологију данашњице?

Сазнајте како Вам EY може помоћи да унапредите своје пословање на ey.com/sr_rs

Ревизија и повезане услуге | Пореско саветовање | Подршка при пословним трансакцијама | Пословно саветовање



The better the question. The better the answer. The better the world works.

EY
Building a better
working world

Колико је важно планирати развој маркетинга за даљи опстанак и ширење капацитета компаније?

На питање колико су морали да мењају постојећи приступ маркетингу, 45% предузетника који су учествовали у истраживању ЕУ Предузетнички барометар рекло је да услед утицаја који је пандемија COVID-19 имала на њихово пословање, да ће морати да унапреде своје постојеће маркетинг стратегије.

Такође, 37% сложило се да ће морати да унапреде своје online стратегије када је у питању пословање компанија које они воде. Поред ове стратегије за хватање у коштац са утицајем који пандемија има на предузетништво у Србији, многи од испитаника сложили су се да важно и прилагодити производе или увести нове производе у портфолио, или да сарађивати са новим добављачима. На питање о иновацијама највећи број предузетника (28%), сложено је потврдио да су увели значајне стратешке промене и промене у маркетингу у шта спадају канали продаје, промена паковања, промена промоција, све у циљу да се компанија избори са неизвесношћу коју је појава пандемије наметнула предузетничким бизнисима у Републици Србији.

Добра полазна тачка у вези са дискусијом колико је флексибилност у погледу маркетинга важна за сваки бизнис јесте и податак из истраживања које је урадила АААА (American Advertising Agency Association), које каже да чак 56% потрошача жели да чује на који начин брендови помажу заједници у овом тренутку. Истовремено, чак 43% потрошача позитивно реагује на комуникацију брендова које познају и којима верују. А само 15% потрошача није заинтересовано за комуникацију брендова у овој ситуацији. Истовремено, по подацима Ace Metrix, 42% корисника нема никакав проблем са тим да се корона вирус користи у огласима, док 44% каже да зависи од бренда или поруке коју оглас шаље.

Можемо рећи да нам нису били ни кључни подаци из ЕУ Предузетничког барометра да закључимо шта је важно у овом тренутку, јер апсолутно све компаније које су у стању да својим купцима понуде производе и услуге које не захтевају одлазак у продавнице имају потуну предност.

Можда је ово тренутак да у Србији коначно е-commerce достигне свој пун потенцијал, да се људи навикну да купују и наручују online, да банкарско тржиште омогући нове видове плаћања „на даљину“. Сведоци смо на који начин се светски гиганти прилагођавају оваквој ситуацији. Компанија Amazon је најавио запошљавање додатних 100.000 радника у магацинима и на испорукама, како би се припремио за повећање свог online бизниса. Netflix ће дуплирати свој раст ове године у односу на план. Имамо прилику да видимо фантастичне кампање брендова McDonalds, Coca Cola и Burger King који су искористили пандемију да пласирају креативна решења, а све у циљу брзог хватања у коштац са великим изазовом као што је изненадна појава пандемије вируса COVID-19.

Свака криза, чак и ова везана за COVID-19, време је када треба размотрити да се успоре улагања у све друге сегменте, осим маркетинга. То одељење сада постаје најјаче, што значи да у њега одлази највећа већина ресурса. Ово се подједнако односи на све компаније и предузетнике, од микро до макро. Није важно да ли компанија има хиљаду запослених или само једног, принцип је исти - фокус мора бити на комуникацији са клијентом и маркетиншким кампањама.

Комуникација је пресудна у кризним ситуацијама, укључујући и ову, до сада невиђену кризу, без обзира на то да ли говоримо о малим, средњим или великим предузећима. Присуство, осећај да нам је стало и да смо овде за своје клијенте, неопходније је него икад. Ако своје речи поткрепимо делима која указују на то да разумемо потребе или да смо заиста предузели праве мере за клијенте који и током кризе остају фокус, очекивања су да ће се такав ангажман вишеструко исплатити.

Ова криза се у много чему разликује од криза на које смо већ „навикли“, или, можемо рећи, које смо до сада искусили. Ова криза је уједно и здравствена криза, па можда и више него икад, криза људског духа. Стога је кључно увести један важан елемент који често недостаје у кризним временима - емпатију. Емпатија треба да постане звезда водилца свих комуникацијских напора. Друштвена одговорност, сензибилитет и брига за потребе потрошача, оно су на шта би свака компанија кроз маркетинг требало да се усредсреди у овој кризи.

45%

предузетника који су учествовали у истраживању ЕУ Предузетнички барометар рекло је да ће услед утицаја који је пандемија COVID-19 имала на њихово пословање, морати да унапреде своје постојеће маркетинг стратегије.

Екологија

Турбуленције у светском пословном окружењу сваке године су све веће и све их је теже предвидети. Током претходне деценије углавном су се односиле на технолошка достигнућа која су мењала перцепцију брзине, брзине промена и основних постулата аутоматизације. Међутим, најновија здравствена ситуација у свету, изазвана пандемијом вируса COVID-19 још једном је потврдила све већу неизвесност са којом се суочавају економски посленици свуда у свету, па и код нас отворивши још једно поље живота са великим утицајем на пословање.

ЕУ Предузетнички барометар је у свом овогодишњем истраживању пети пут предузетницима поставио питања која се тичу планирања будућности пословања, са освртом на највеће изазове и неизвесности. За само годину дана, највећи проблеми које предузетници идентификују као реалне и високе препреке у даљем успешном пословању су се значајно променили. Тако је прошле године 90 одсто испитаника као највећи проблем издвојило проналажење и ангажовање квалитетне радне снаге, док је за 2020. годину највећа неизвесност, по речима 82 одсто анкетираних, неизвесност изазвана пандемијом COVID-19. На другом месту ове године, са 62 одсто испитаних, економска и глобална клима односно њен утицај на пословање на Западном Балкану.

Модерни приступи пословању свакако укључују и велику одговорност, у првом реду према клијентима и запосленима, али све чешће и чвршће уписано у саме основе бизниса и према окружењу и природи. Екологија постаје све чешћа тема и план приликом састављања постулата здравог пословања. Најчешће се односи на енергетску ефикасност самих постројења и просторија, чисто ради уштеде трошкова, али се неретко пружа и на остале сегменте.

Република Србија је према извештају из априла 2020. Светске групе банака (World Bank Group - Serbia Systematic Country Diagnostic Update, April 2020) на незавидној позицији, када су у питању екологија, однос према окружењу и стандарди. По овом извештају Србија се

суочава са великим еколошким изазовима и ризицима, везаним за климу, чиме се појачава потреба за бољим планом за побољшање отпорности земље. Поред тога, суочени смо са великим бројем еколошких претњи - од којих су најкритичније лош квалитет ваздуха и отпадних вода, које негативно утичу на здравље и егзистенцију људи, а самим тим и на расположиве људске ресурсе на тржишту рада. Квалитет воде у Србији, као и управљање отпадом су и даље релативно лоши - овакве позиције пружају велике могућности компанијама које су спремне да се овим пословима баве, на корист свих укључених у процес.

Изазови заштите животне средине у Србији су по WBG међу факторима који смањују живост и конкурентност градова. Још један природни елемент који знатно утиче на економију је склоност Србије ка непогодама - природним опасностима попут поплава, клизишта, суша, шумских пожара и земљотреса. Еколошки изазови су значајни и велики па су самим тим утицали на однос предузетника према њима - 71 одсто од 110 анкетираних предузетника у овогодишњем истраживању ЕУ Предузетнички барометар, изјавило је да у највећој мери у планове за развој компаније укључују еколошку свест и одрживост пословања. Овакав однос према окружењу доприноси агилности предузећа, да када до природних поремећаја дође, лакше победе нове изазове.

Одговорност према природи огледа се и у поштовању стандарда везаних за екологију - све већи број приватних предузећа има испуњен Европски стандард EN16001 за систем енергетског менаџмента - овај систем помаже да се успоставе системи и процедуре потребне за побољшање енергетске ефикасности. Увођење систематског управљања енергијом и енергетским токовима аутоматски значи смањење трошкова за енергенте а самим тим и смањену потрошњу енергената што је значајан корак у очувању природних ресурса. Улагања у енергетски ефикасне пројекте изградње и санације објеката у Србији расту из године у годину, оцењују из Немачке организације за међународну сарадњу ГИЗ. Подаци ове међународне организације доказују да свест о важности улагања у енергетску ефикасност у Србији расте а сама енергетска ефикасност је важна јер се односи на употребу технологије за чији рад је потребно мање енергије и која оставља мање трагова у окружењу.

За сада Србија троши и до три пута више енергије у односу на земље ЕУ у окружењу, а чак четири до пет пута више у односу на развијеније европске државе, што значи да нас чека дуг пут до постизања циљева ЕУ - повећање енергетске ефикасности од 32,5 одсто до 2030. године.

Растућа глобална економија, са интернетом и медијима који свакодневно осветљавају пословне праксе широм света, све чешће доводи компаније пред суд јавности због њиховог односа према животној средини - данас је еколошка свест потрошача на знатно вишем нивоу, а обавештеност доводи и до веће осетљивости према производима које купују. Такви захтеви наводе предузетнике и произвођаче уопште да развијају нове, еколошки прихватљиве производе чиме им доносе тржишну предност. Пословни партнери, финансијске институције и банке као битан критеријум за сарадњу уводе заштиту животне средине и смањење еколошких ризика. Свему набројаном свакако доприноси законска регулатива која је све захтевнија и рестриктивнија, како и треба да буде ради одрживости ресурса широм планете као и заштите животне средине.

Екологија постаје све чешћа тема и план приликом састављања постулата здравог пословања. Најчешће се односи на енергетску ефикасност самих постројења и просторија, чисто ради уштеде трошкова, али се неретко пружа и на остале сегменте.

Планирање будућности носи и дозу одговорности. Колико планови
Ваше компаније укључују еколошку свест и одрживост пословања?

71%

У највишој мери

Делимично

27%

2%

У малом обиму

Ни најмање

0%

Компаније које спроводе еколошке пројекте често померају праг који је од њих регулативом захтеван - тиме промовишу „зелени“ економски раст и бивају боље позиционирани на тржишту. Одговорне компаније пре доношења стратешких одлука врше процене утицаја на животну средину и

предвиђају мере заштите или евентуално мере ублажавања негативних утицаја. Велики број друштвено одговорних пројеката условљава добављаче и друге партнере компанија да се једнако одговорно понашају у односу на животну средину чиме даље шире еколошки утицај.

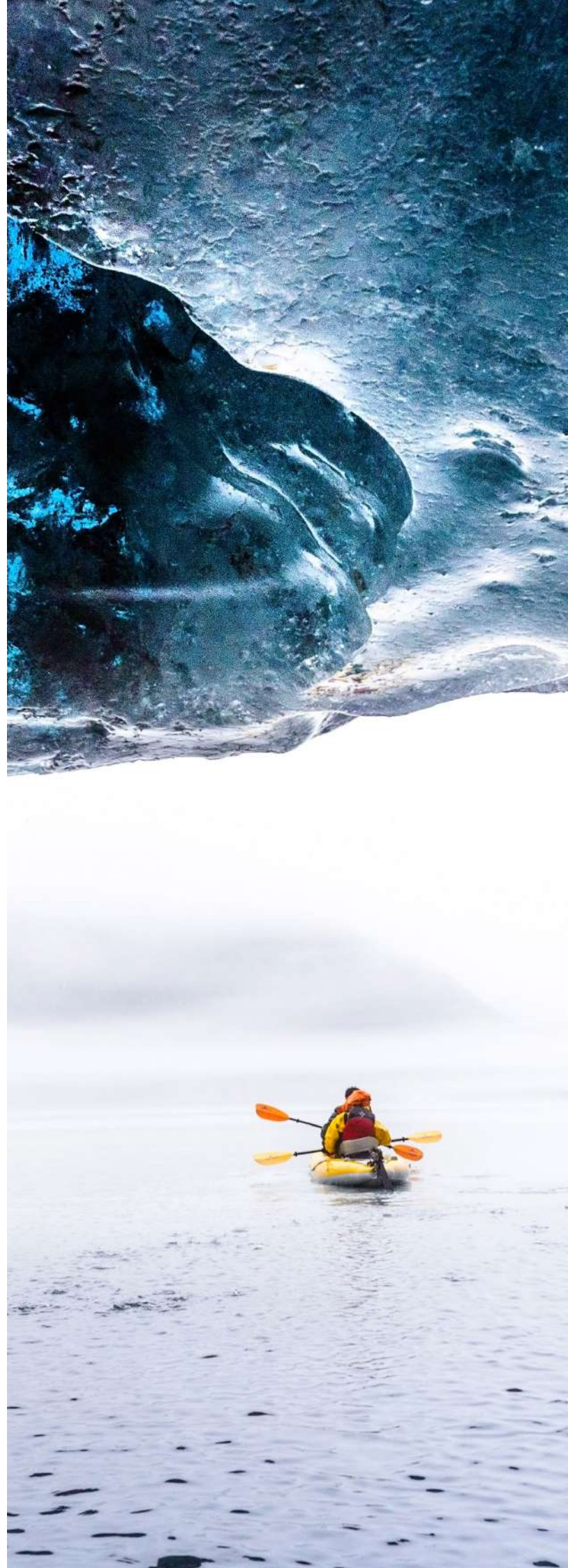
Закључак

Пандемија изазвана вирусом COVID-19 имала је утицај на глобалном плану, доведши у велике проблеме како развијена тржишта тако и економије у развоју. Међу онима који су најтеже погођени налазе се микро, мала и средња предузећа (ММСП) која су суштина фокуса наше студије ЕУ Предузетнички барометар. Ова статистика се посебно односи на привреду Србије, јер ММСП представљају 99% активних привредних субјеката, која остварују преко 30% БДП-а, доприносе са 40% укупном извозу и пружају скоро 66% могућности за запошљавање у земљи. Узимајући у обзир све поменуто, оживљавање сектора ММСП ће бити од кључног значаја за опоравак српске привреде након пандемије изазване вирусом COVID-19.

Иако се испрва чинило да је краткорочна перспектива за већину ММСП прилично тмурна, важно је напоменути да већина стручњака ипак не верује да ће доћи до дуготрајне рецесије, посебно ако буду предузете одговарајуће и адекватне мере реаговања како би се обезбедила добробит светских економија. То у Србији значи да треба обезбедити да ММСП добију потребне ресурсе и могућности да опстану током овог кризног периода. Укратко, перспектива је добра ако је ми учинимо таквом.

Добра процена тржишних потреба и трендова, као и немогућност уклапања у постојеће начине производње, тежња ка другачијем новијем, здравијем, потребнијем су најчешћи разлози за појаву и опстанак предузетника на тржишту. Уз све то, оснивање нових предузетничких компанија ојачава дух конкуренције на тржишту чиме се потрошачима отварају веће могућности избора.

Сарадња са локалном заједницом, друштвена одговорност и повећање еколошке свести су све важнији део сваког пословања – у прилог томе ЕУ Предузетнички Барометар показује да је висок проценат (71 одсто) предузетничких предузећа у своје планове уврстило одрживост пословања, што охрабрује и може се сматрати једним од кључних фактора пословног успеха предузетника.



Извори

1. WorldOmeter. Преузето са: https://www.worldometers.info/coronavirus/?utm_campaign=homeAdvegas1?
2. World Bank Group, редовни економски извештај бр. 17, објављен у пролеће 2020. године, Изгледи за Западни Балкан: тешка времена захтевају добру економију. Преузето са: <http://pubdocs.worldbank.org/en/811531588143831857/SRB-RER-17-Outlook.pdf>
3. Утицај пандемије COVID-19 на активности предузећа у Србији – „Изазови и очекивања“, Унија Послодаваца Србије, стр 11.
4. Дигитална Иницијатива Србије, истраживање Скенер Дигиталне Привреде. Преузето са: <https://www.dsi.rs/skener-digitalne-privrede-covid-19/#1587479989608-e49b3229-54fc>
5. ЕУ Предузетнички Барометар 2017
6. ЕУ Предузетнички Барометар 2018
7. ЕУ Предузетнички Барометар 2019
8. Смарт колектив & Форум за одговорно пословање – Последице пандемије Корона вируса на последице малих и микро предузећа у Србији, април 2020. године
9. Дракер, П. (1996). Иновације и предузетништво. Београд: ПС Грмеч-Привредни Преглед.
10. Anicic, Jugoslav, Marko Laketa, Luka Laketa, Dusan Anicic, and Slavisa Lukic. 2014. Entrepreneurship development in Serbia: The chance for a way out of economic crisis. UTMS Journal of Economics 5 (2): 189-198.
11. Pokrajac, S., N. Dondur, S. Grbic, and M. Savanovic, 2011. “Production entrepreneurship as a possible way out of economic crisis. Economic prospects 16 (4): 719-733
12. P3C - <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/trziste-rada/registrovana-zaposlenost/>
13. http://www.nsz.gov.rs/live/digitalAssets/14/14362_anketa_poslodavaca_2019__godine.pdf
14. <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G201610095.pdf>
15. <http://www.ekonomskeanalize.com/index.php/preduzetnistvo-srbija-naspram-sveta-entrepreneurship-serbia-vs-world>
16. <https://srfp.bfconsulting.com/sr/category/blog-sr/>
17. <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/vesti/20200831-anketa-o-radnoj-snazi-ii-kv-2020/>
18. Предузетништво и млади у Србији: Перспектива стања и предлог смерница за унапређење, др Дејан Ђорђевић, др Драган Ђоћкало, стр 47.
19. Српска микро, мала и средња предузећа (ММСП) и изазови проузроковани вирусом COVID-19. Преузето са: <https://srfp.bfconsulting.com/sr/srpska-mikro-mala-i-srednja-preduzeca-mm-sp-i-izazovi-prouzrokovani-virusom-covid-19/#more-584>)
20. SEECAP, Небанкарски извори финансирања привредних друштава, 2016
21. Journal of Women's Entrepreneurship and Education (2018, No. 3-4, 60-72)
22. Женско предузетништво - преглед стања и препоруке за будућност
23. IFC Приручник за управљање породичним фирмама 2008. година, страна 13. Преузето са: http://wmep.rs/wp-content/uploads/2017/12/Family_Business_Handbook_Serbian.pdf
24. Данијела Мирковић, ЕУ Србија, Ауторски чланак BizLife, 2015. године. Преузето са: <https://www.bizlife.rs/76364-naslede-porodicnog-biznisa-privilegija-ili-teret/>
25. 4 фирме запошљавају милион људи - зашто су породичне компаније успешније. Преузето са: <https://biznis.telegraf.rs/karijera/3095818-4-firme-zaposljavaju-milion-ljudi-zasto-su-porodicne-kompanije-uspesnije>
26. Како паметно инвестирати, „Бизнис и људи“. Преузето са: <https://ras.gov.rs/uploads/2020/06/biznis-i-ljudi-br-1-kako-pametno-investirati.pdf>
27. ЕУ Growth Barometer 2018
28. <https://marketingmreza.rs/digital-u-doba-korone/>
29. World Bank Group - Serbia Systematic Country Diagnostic Update, April 2020
30. [www.energetskiportal](http://www.energetskiportal.rs)
31. <https://odgovornoposlovanje.rs/csr/zivotna-sredina>



EY је глобални лидер у пружању услуга ревизије, пореског саветовања, пословног саветовања и подршке при пословним трансакцијама. Циљ нам је да позитивно утичемо како на пословање тржишта, тако и на друштво у целини. Издајамо се по томе што помажемо нашим запосленима, клијентима и заједницама да остваре свој потенцијал.

Широм света, 300 хиљада запослених у компанији EY дели заједничке вредности као и потпуну посвећеност грађењу бољег пословног окружења. Верујемо да је свакој особи, компанији или заједници потребна подршка како би остварила свој потенцијал, стога нам је циљ да искористимо свој таленат и вештине како бисмо покренули ефикасан и одржив развој код наших запослених, клијената и заједница у којима живимо и радимо.

Ernst & Young d.o.o. Београд је компанија основана 1997. године. Током више од 20 година пословања стекли смо непроцењиво искуство у пружању различитих врста услуга у великом броју пословних области и индустријских сектора. Данас, са више од 300 врхунских експерата, укључујући десеторо Партнера, EY поседује кључне вештине и искуство које је неопходно да својим клијентима из Србије и других земаља региона обезбедимо врхунски ниво услуге. Наше референце укључују велики број компанија, организација и финансијских институција – од великих мултинационалних корпорација до локалних фирми у успону и страних инвеститора који желе да успоставе операције у Србији.



Циљ деловања Министарства привреде Владе Републике Србије јесте унапређење стања у кључним областима за развој предузетништва као што су пословно окружење, приступ изворима финансирања, јачање одрживости и конкурентности МСПП, приступ новим тржиштима као и развој предузетничког духа уз посебан фокус на развој женског предузетништва, социјалног предузетништва и предузетништва младих.

Мала и средња предузећа и предузетници чине преко 99 одсто свих привредних субјеката у Републици Србији. Њихов раст и развој од пресудног су значаја за опоравак и развој српске привреде, повећање запослености и побољшања животног стандарда грађана. Због тога, Влада Републике Србије прогласила је 2016. годину „Годином предузетништва“, претходно усвојивши и Стратегију за подршку развоја малих и средњих предузећа, предузетништва и конкурентности за период од 2015. до 2020. године.

ЕУ | Ревизија и повезане услуге | Пореско
саветовање | Подршка при пословним
транзакцијама | Пословно саветовање

О нама

ЕУ је глобални лидер у ревизорским, пореским, услугама везаним за трансакције и саветодавним услугама. Широм света, 300.000 наших запослених деле наше заједничке вредности као и потпуну посвећеност квалитету. Наша организација развија врхунске лидере који заједнички раде на испуњењу наших обавеза према свима који зависе од нас.

ЕУ се односи на глобалну организацију једну или више чланица фирми Ernst & Young Global Limited, од којих свака представља одвојено правно лице. Ernst & Young Global Limited је фирма регистрована у Уједињеном Краљевству, која не пружа услуге клијентима. За више информација о нашој организацији, молимо вас да посетите адресу ey.com/rs

© 2020 Ernst & Young д.о.о. Београд

Објављено у Републици Србији. Сва права задржана.

ey.com/rs

Овај материјал садржи информације у сажетој форми и стога је искључиво намењен за информисање. Намена овог материјала није да замени детаљно истраживање или изражавање професионалног мишљења. ЕУГМ као ни било која друга чланица глобалне ЕУ организације не прихвата било какву одговорност за штету коју претрпи неко лице услед поступања или уздржавања од поступања по основу информације из овог материјала. За све информације које се односе на специфичне случајеве, треба се обратити одговарајућем саветнику.