

UVOD

1. SADRŽAJ I CILJ ISTRAŽIVANJA

Današnji razvoj malog biznisa i preduzetništva kod nas i u svetu predstavlja ključnu determinantu poboljšanja stanja privrednog i ekonomskog ambijenta. Mala i srednja preduzeća koja žele da efikasno posluju u uslovima tržišnog sistema privređivanja moraju da identifikuju potrebe i želje potrošača kao građana, privrede i društva. Odluka svakog preduzetnika da brzo započne biznis, i da taj biznis brzo razvija i unapređuje u kontinuitetu, rešava mnoga značajna pitanja za status preduzetnika.

Značaj malih i srednjih preduzeća nije fenomen novijeg datuma, ali je neosporno da im velika preduzeća ustupaju mesto. Praksa razvijenih zemalja, govori u prilog toga da rezultati postignuti kroz preduzetničku orijentaciju nisu slučajni. Uspešno preduzetništvo podrazumeva brojne isplanirane aktivnosti i potpomaganja od strane državnih i regionalnih institucija u tom cilju, čiji se rezultati ogledaju u nastajanju velikog broja malih i srednjih preduzeća i povoljnih okolnosti za njihov razvoj. Uspešna politika na polju preduzetništva ogleda se pre svega u nastajanju i uspešnom poslovanju velikog broja malih i srednjih preduzeća. Savremeno preduzetništvo, zasnovano na znanju, informacijama, ljudskom i društvenom kapitalu i intelektualnoj tehnologiji, sve češće se, uz radnu snagu, prirodne resurse i kapital, navodi kao četvrti faktor proizvodnje. Ljudska kreativnost i preduzetništvo neophodno su potrebni da kombinuju inpute na profitabilan način. Takvim pristupom preduzetnik i preduzetništvo stiču centralnu poziciju u postizanju dugoročnog ekonomskog i društvenog razvoja. Preduzetničko upravljanje malim biznisom podrazumeva, pored ostalog, i raspolaganje potrebnim znanjima i sposobnostima kao i njihovo stalno osavremenjavanje i inoviranje. Ono suštinski počiva na inovaciji. Budući da je malo preduzeće, pre svega, zbog svoje veličine upućeno na inovaciju i da je inovacija instrument njegove konkurenske borbe odnosno izvor njegove konkurenske prednosti, menadžment koji stimuliše inovacije dugoročno obezbeđuje opstanak i rast biznisa.

Predmet ovog rada je razvoj malih i srednjih preduzeća koja u okviru današnjeg modernog tržišnog privređivanja čine generator ekonomskog razvoja, na bazi iskustava

evropskih tranzicionih zemalja, a u cilju definisanja neophodnih aktivnosti za njihovo jačanje u Republici Srbiji. Posebno treba imati u vidu sve turbulentniju situaciju na globalnom tržištu i potrebu svih privrednih subjekata da primenjuju moderne strategije i da gotovo svakodnevno upravljaju promenama.

MSP danas postaju sve značajnija u svim visokorazvijenim privredama. Posmatrano u globalnim okvirima, evidentna je tendencija da se mala preduzeća brže razvijaju u visokoindustrijalizovanim zemljama, a njihove vlade stalno stimulišu njihov razvoj i prosperitet. Novi pristup lokalnom razvoju i dalje karakteriše uloga države i velikih preduzeća, ali uz mnoštvo raznovrsnih projekata u gradskim sredinama, industrijskim zonama, i to sa manjim obimom kapitala a većim brojem malih preduzeća. Mala preduzeća postoje u skoro svim privrednim oblastima. Ova preduzeća shodno ekonomskim parametrima, imaju mali obim poslovanja, mali uloženi kapital i mali broj zaposlenih radnika. Ona se strukturno uklapaju u privredni prostor koji nisu pokrila velika i srednja preduzeća i obavljaju i poslove za koje i nisu zainteresovana, ili koji nisu profitabilni za veća preduzeća. Preduzetništvo, kao preovlađujuća poslovna filozofija preduzeća koja rastu i napreduju, predstavlja osnovu slobodne tržišne privrede i tekovinu nove privredne ere. Ujedno, male firme su sposobne da veoma fleksibilno odreaguju na raznovrsne potrebe potrošača, što ih s pravom svrstava u najosetljiviji deo svake privrede. Preduzetnici i mala preduzeća predstavljaju svojevrzne pokretače ekonomskog razvoja; oni predstavljaju sektor koji promovise preduzetničke veštine. Sposobnost prilagođavanja i brzina prilagođavanja su kritične sposobnosti neophodne za uspeh preduzeća u savremenoj privredi. Pogrešno je verovanje da se za kratko vreme velikim investicionim ulaganjem može stići talas promena u privredi na koje se nije blagovremeno reagovalo. Blagovremene strategijski usmerene i skromne investicije mogu ne samo da očuvaju već i da poboljšaju strategijsku poziciju preduzeća. Stepem prilagodljivosti je veći ukoliko je preduzeće sposobno da uči ne samo na sopstvenom, već i na iskustvu drugih.

Tranzicija kao proces se, inače, najčešće definiše kao promena institucionalnog sistema jedne zemlje, tj. skupa domaćih institucija i povezanih mehanizama koji regulišu ponašanje pojedinaca i njihovu interakciju, kao što su tržište ili izbori. Tranziciju treba posmatrati kao dva uporedna i komplementarna procesa - istovremena izgradnja demokratskih institucija i postavljanje temelja tržišne ekonomije. Jedan proces bez drugog jednostavno nije moguć. U zemljama koje nisu uspele da uspostave pravnu infrastrukturu koja obezbeđuje slobodnu inicijativu i demokratsko odlučivanje (kako u ekonomskom,

tako i u političkom delovanju), tržište ne može efikasno funkcionisati. Institucionalni sistem, između ostalog, obuhvata i politički i ekonomski sistem, pa se stoga mogu razlikovati politička i ekonomska tranzicija. Politička tranzicija u osnovi obuhvata: demokratizaciju, tj. višepartijski sistem i poštene izbore; promenu karaktera države, tj. parlamentarnu liberalnu demokratiju umesto partijske države; i novu ulogu države, ograničenu na zaštitu pravila igre i umerene intervencije, umesto svemoćne paternalističke države. Ekonomska tranzicija obuhvata napuštanje socijalističkog modela ekonomske aktivnosti, bilo centralno-planskog, bilo samoupravno-tržišnog, i izgradnju standardnog tržišnog modela sa dominacijom privatne svojine. Jedna od ključnih komponenti procesa ekonomske tranzicije u evropskim tranzicionim zemljama je upravo razvoj malih i srednjih preduzeća. Dva faktora determinišu razvoj MSP u zemljama u tranziciji, i to: stanje početnih uslova na početku procesa tranzicije, i stopa rasta MSP sa aspekta političke orijentacije (uključujući i pomoć međunarodne zajednice u pospešivanju razvoja MSP). Proces privatizacije u zemljama Centralne i Istočne Evrope, koji se odvijao početkom devedesetih godina, značajno je uticao na razvoj preduzetništva i podsticanje razvoja grupacije MSP. Uloga države u procesima ekonomske i vlasničke transformacije u pomenutim zemljama, kao i u domenu podsticanja preduzetništva je bilo veoma značajna. Od izbijanja svetske ekonomske krize, Vlade su preduzele brojne i veoma različite mere, posebno namenjene sektoru malih privrednih subjekata, od kojih su jibatnije: jednostavnija poreska procedura; kraći rokovi isplate obaveza po osnovu javnih nabavki i jača disciplina plaćanja; jednostavnija tenderska i nabavna procedura i politika; programi državnih nabavki formulisani tako da određeni deo nabavki države obezbeđuju MSP, i dr. Iskustva tranzicionih evropskih zemalja sa aspekta restrukturiranja preduzeća i razvoj MSP sektora su od izuzetnog značaja. Tranzicija jedne privrede odnosno prelazak na tržišni način privređivanja zahteva promene na mikro i makro nivou privređivanja, uz istovremenu izgradnju pravne i institucionalne infrastrukture koja treba da omogući i potpomogne te promene. Suštinski element uspeha tranzicionog procesa je integracija zemalja u tranziciji u međunarodne finansijske tokove. U ovim zemljama je, tokom tranzicionog procesa, identifikovana velika potreba za kapitalom koji treba da pomogne oživljavanje proizvodnje i izgradnju infrastrukture. Značajni ekonomski problemi sa kojima se susreću privrede zemalja u tranziciji od početka ekonomske i političke transformacije početkom devedesetih godina dvadesetog veka su složeni i međusobno isprepletani. Evropske zemlje u tranziciji su, tokom poslednjih dvadeset godina, ostvarile

značajan napredak na putu integracije u svetsku privredu. Međutim, poboljšanja nisu u istoj meri karakteristična za sve zemlje; u nekim od naprednijih zemalja nosioci ekonomske politike se suočavaju sa bržim porastom uloge tržišta i velikim prilivom kapitala, dok u drugim zemljama napredak nije bio ujednačen u važnim oblastima kao što su restruktuiranje preduzeća i banaka, reforma pravnog okvira, i sl.

Evropska Komisija razvila je i implementira široki spektar aktivnosti u okviru politike specifično projektovane za pružanje podrške sektoru malih i srednjih preduzeća u Evropi. Ovakva politika usmerena je ka kreiranju uslova pod kojim mala preduzeća mogu da se osnivaju i razvijaju. EU ima jasan cilj: da ubrza ekonomski rast i kreira mnoštvo novih ili boljih radnih mesta. U tom smislu, glavnu ulogu će u narednom periodu odigrati mala i srednje velika preduzeća.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA I POSTAVLJENE HIPOTEZE

U skladu sa predmetom i ciljem istraživanja ove doktorske disertacije, postavljen je hipotetički okvir koji obuhvata ceo predmet istraživanja i koji usmerava istraživanje ka određenim aspektima razvoja malih i srednjih preduzeća. Radne hipoteze od kojih se pošlo u istraživanju su sledeće:

- Da li je za privredni razvoj zemalja u tranziciji bitan razvoj malih i srednjih preduzeća?
- Da li je za razvoj malih i srednjih preduzeća bitno postizanje konkurentskih prednosti?
- Da li instrumenti predpristupne pomoći EU – učešće MSP sektora dovodi do racionalnijeg poslovanja i da li utiče na povećanje konkurentnosti ?
- Da li se uočava značaj obrazovanja i obučavanja u sektoru MSP za stabilnost poslovanja malih i srednjih preduzeća?
- Da li je za privredni razvoj Srbije bitan razvoj malih i srednjih preduzeća ?
- Da li privatizacija u Srbiji doprinosi razvoju sektora MSP
- Da li odnos Srbije prema obavezama preuzetim u okviru Evropske povelje o malim preduzećima doprinosi razvoju ovog sektora?
- Da li mere podrške razvoju MSP i preduzetništvu u dovoljnoj meri utiču na razvoj sektora MSP?

Obrada u skladu sa ciljevima i hipotezama sistematizovana je u nekoliko tematskih celina, međusobno povezanih, koje zapravo predstavljaju odgovarajući rezime istraživanja. Rad je podeljen i izložen u pet poglavlja:

U prvom Pojam i specifičnosti malih i srednjih preduzeća (MSP) izloženi su na početku opšti pojmovi iz oblasti MSP i preduzetništva. Slede kategorizacija MSP i organizacioni aspekti, zatim specifičnosti MSP sa starteškog aspekta i na kraju modeli povezivanja MSP.

Drugo poglavlje, Problemi razvoja i konkurentnost malih i srednjih preduzeća, bavi se ekonomskim karakteristikama i šansama za rast malih i srednjih preduzeća. Detaljno je analizirano eksterno okruženje MSP kao i strategije za postizanje konkurentskih prednosti. U nastavku je pažnja posvećena problemima razvoja MSP, a posebno je razmatran marketing koncept MSP i preduzetništva.

Značaj MSP sektora za razvoj tranzicionih ekonomija je naslov trećeg poglavlja. Nakon opštih karakteristika tranzicionih procesa u evropskim tranzicionim zemljama, analiziran je dostignuti nivo ekonomskog razvoja evropskih tranzicionih zemalja, kao i karakteristike privatizacionog procesa u EZT. Sledi uporedni pregled evropskih zemalja u tranziciji sa aspekta restrukturiranja preduzeća, kao i komparativna analiza koja se odnosi na performanse MSP sektora u tranzicionim ekonomijama JIE.

U četvrtom poglavlju pod naslovom Institucije, direktive i podrška EU u domenu MSP, dat je prvo pregled MSP u Evropskoj uniji, kao i institucije EU bitne za njihovo funkcionisanje. Dalje je pažnja posvećena Evropskoj povelji o malim preduzećima, zatim direktivama EU od značaja za MSP, dok je na kraju poglavlja detaljno analizirana podrška EU razvoju MSP sektora u Srbiji.

Poslednje, peto poglavlje, Ključne determinante razvoja MSP u Srbiji, na početku se bavi procesom tranzicije i ključnim makroekonomskim pokazateljima srpske privrede, a slede privatizacija u Srbiji, zatim poslovna demografija sa posebnim osvrtom na MSP i analiza stanja u sektoru malih i srednjih preduzeća u Srbiji koja obuhvata relevantne statističke pokazatelje u periodu 2002-2009. godina. U nastavku su analizirani regionalni dispariteti i razvoj MSP i aktuelni problemi razvoja MSP u Srbiji. Na kraju poglavlja pažnja je posvećena državnoj podršci sektoru MSP i valorizaciji MSP sektora u Srbiji od strane EU.

Na kraju doktorske teze data su zaključna razmatranja, zatim pregled skraćenica korišćenih u radu, aneks i spisak korišćene literature za izradu ove teze.

Istraživački postupak u ovoj disertaciji obuhvata formulaciju problema, definisanje koncepta istraživanja, sređivanje prikupljenog materijala i njegov prikaz, interpretaciju rezultata i izvođenje zaključaka, što svakako doprinosi uočavanju ekonomskih pojava i tendencija danas, ali i u skorijoj budućnosti. U prezentaciji rezultata istraživanja koristi se deskriptivni metod iskaza, putem koga se idenifikuje i precizno opisuje, uopštava i sistematizuje početno stanje i postulati. U istraživanju je korišćen i komparativni metod u okviru upoređivanja performansi malih i srednjih preduzeća u različitim zemljama. Metod generalizacije je takođe korišćen u izvođenju sinteznih zaključaka vezanih za obradu pojedinih poglavlja teze. Imajući u vidu da istraživanje u ovoj doktorskoj tezi ima i kvalitativne i kvantitativne elemente, osnovna istraživačka metoda je analiza. Fokus istraživanja je pri tome usmeren ka makroekonomskoj i mikroekonomskoj analizi, potkrepljenoj sa odgovarajućim statističkim podacima. U sprovođenju analize i pri donošenju zaključaka koristi se i grupa logičnih metoda kao što su metod indukcije i dedukcije, apstrakcije i konkretizacije, generalizacije i specijalizacije, analogije, itd.

U Srbiji novi privatni sektor raste, ali ne predstavlja onoliku pokretačku snagu kakvu je predstavljao u nekim drugim zemljama u tranziciji, npr. u Poljskoj, gde je vrlo brzo postao osnovni nosilac ekonomskog napretka. Uzroci tome su, prvo, činjenica da je privatni sektor postojao i bio relativno razvijen i pre oktobarskih promena, dok je u većini tranzicionih zemalja on počinjao od nule i, stoga, vrlo brzo rastao u prvim fazama. Drugo, bitan ograničavajući činilac razvoja privatnog sektora u Srbiji je bankarski sistem, koji ni iz bliza nije uspevao da prati potrebe finansiranja (a stari, državni bankarski sistem, nije ni imao tu ulogu, pa kreditiranja privatnih preduzeća praktično nije ni bilo). Glavni izvor novca za investicije i dalje su dobit firme i sredstva vlasnika, što onemogućava brži razvoj. I treće, tu su svi ostali problemi koji opterećuju privredni život u Srbiji i donose barijere ulasku: složene administrativne procedure, slabo sprovođenje zakona i zaštita ugovora, odnosno generalno niska pravna sigurnost, često nekooperativne lokalne vlasti, problemi sa gradnjom i građevinskim zemljištem i slično.

U prethodnim decenijama, politika razvoja MSP nije uvek bila posmatrana kao integralni deo ukupnog društveno-ekonomskog razvoja Republike Srbije. Sektor MSP je često bio marginalizovan i smatran za manje značajnu dimenziju ukupnog ekonomskog razvoja. Situacija je počela značajno da se menja od 2000. godine kada su započele društveno-ekonomske reforme u Republici Srbiji.

Prema međunarodno važećim kriterijumima, ekonomiju Republike Srbije karakteriše odsustvo organizovanog sistema za podsticanje inovativnih aktivnosti. Takvo stanje ima za posledicu nedostatak tehničkih i netehničkih inovacija, odsustvo inovativne mreže, nedostatak istraživanja, loša reputacija domaćih proizvoda, nedovoljna podrška u finansijskom pogledu i infrastrukturi, malobrojnost laboratorija i istraživačkih kapaciteta, kao i odsustvo ključnog faktora - razvojne mreže inovacija. Osnovne aktivnosti treba da budu usmerene na podizanje svesti o značaju kulture inovativnosti, stvaranje inovativnih dostignuća, posebno kroz međusobno povezanje MSP sa centrima znanja, uspostavljanje instrumenata finansijske podrške, formiranje kritične mase inovativnih MSP, poštovanje međunarodnih standarda i kreiranje uslova za internacionalizaciju poslovnih inovacija. Sektor malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji ima veliki potencijal koji se mora iskoristiti ukoliko želimo da nacionalna ekonomija bude dovoljno konkurentna. Naime, stvaranje odgovarajućeg ambijenta koji stimuliše potencijalne preduzetnike za pokretanjem sopstvenog preduzeća predstavlja proces koji zahteva angažovanje više institucija i to državnih i privrednih.

Za okončanje tranzicije u Republici Srbiji narednih pet godina su posebno značajne, a mala i srednja preduzeća (MSP) će imati ključnu ulogu u ekonomskom napretku zemlje. Radi ostvarenja tog cilja, potrebno je pružiti odgovarajuću podršku ovom sektoru primenom politike koja će podstaći njegov dalji napredak, posebno onih MSP koja imaju najveće potencijale za razvoj inovativnosti i internacionalizaciju poslovanja.

Navedena tema, generalno posmatrano, predstavlja samo jedan od brojnih nedovoljno istraženih problema, čija je stručna obrada jedan od prioritarnih uslova da bi se ustanovili efekti razvoja MSP sektora, definisale neophodne aktivnosti u pravcu smanjenja nezaposlenosti i siromaštva i time unapredila ova materija u našoj literaturi, nauci i praksi.

3. ZAKLJUČCI I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanja i analize, kao i ocene navedene u ovoj doktorskoj tezi, omogućavaju iznošenje nekih opštih konstatacija u vezi razvoja MSP. Polazeći od datog analitičkog okvira, zaključna razmatranja predstavljaju rezime ključnih ocena i stavova koji su se iskristalisali tokom realizacije ovog rada. Uvažavajući navedeni redosled analize, rad omogućuje iznošenje sledećih važnijih zaključaka:

Sektor preduzetnika i malih preduzeća dobija poseban značaj u zemljama koje ostvaruju ubrzani tehnološki razvoj, jer se preko malih preduzeća lakše prenosi savremena tehnologija. Mala preduzeća imaju izuzetno značajnu ulogu u lokalnom i regionalnom razvoju jedne zemlje. Ona su često glavni izvor nove zaposlenosti. Preduzetništvo, kao preovladjujuća poslovna filozofija preduzeća koja nastaju, rastu i razvijaju se predstavlja osnovu slobodne tržišne privrede i tekovinu nove privredne ere. Zato i ne čudi činjenica da su mala preduzeća najznačajniji kreatori novih proizvoda koji su bitno promenili život ljudi. Ujedno, predstavljaju i najznačajniji kreator novih radnih mesta i najviše doprinose promenama privredne strukture. Sposobna su da veoma fleksibilno odreaguju na raznovrsne potrebe potrošača što ih s pravom svrstava u najosetljiviji deo svake privrede. Činjenica je da se konkurentna prednost preduzetnika kao i malih preduzeća ogleda u brzini, fleksibilnosti i osetljivosti na potrebe potrošača i da kao takva mogu značajno doprineti razvoju tržišne privrede u tranzicionim i zemljama u razvoju, generalno posmatrano.

Malo preduzeće karakteriše relativno nizak stepen specijalizacije poslova, upravljačkih i poslovnih funkcija. Ono u velikom broju slučajeva posluje u lokalnoj sredini pa su i poslovi malog preduzeća, lokalnog karaktera sa stanovišta tržišta i zaposlenosti. Male firme se vode u nesofisticiranim, nebirokratskim, fleksibilnim organizacionim strukturama, gde svi zaposleni rade u kreativnom timu i mogu doprineti. Nepogodnosti koje se povezuju sa posedovanjem i vođenjem malog preduzeća uključuju nesigurnost, ekonomski rizik, naporan rad, slabiji kvalitet života (bar u početku), i veći teret odgovornosti. Postoji nekoliko mogućih marketingških prednosti malih firmi, uključujući blisku saradnju sa mušterijama, fleksibilnost, brzina i sposobnost da pronađu marketingški pogodna mesta. Finansijsko planiranje, naročito vođenje gotovine, je važno za malu firmu; kreativni pristup finansijskom menadžmentu je neophodan.

Strategije malog preduzetničkog biznisa retko se javljaju u čistom obliku i najčešće su kombinovane, tako da zajedno predstavljaju novu strategiju. Strategije malog preduzetničkog biznisa moraju biti takve da u svakom momentu jačaju njegovu konkurentnost, upravo zbog činjenice da takva preduzeća, skoro i da nemaju pravo na grešku, zbog svoje vrlo ograničene snage. Iz tih i mnogih drugih razloga, osnovne strategije malog biznisa treba da se zasnivaju na visokoj produktivnosti, ponudi proizvoda i usluga s većom dodatom vrednošću od konkurencije, stalnom poboljšanju radnih uslova, stručnom usavršavanju zaposlenih i tehničko – tehnološkoj podršci.

Strategijsko planiranje omogućava preduzeću da se suoči sa tzv. šokom budućnosti, koji se opisuje kao bolest ljudi i organizacija koje budućnost prevazilazi pre nego što su za nju spremni. Šok budućnosti se javlja kada tip promena i brzina dešavanja prevazilaze individualnu sposobnost adaptiranja. Karakteristike strategijskog planiranja su analitičnost, konvergentnost i konvencionalnost. Strategijski planovi ne donose se uvek u preciziranim vremenskim intervalima, već kada se javi potreba da se racionalno priđe opasnostima i mogućnostima koje su uočene u sredini.

Mala, srednja i velika preduzeća stoje kako u međusobnoj konkurenciji tako i u komplementarnim odnosima, a jedno od suštinskih pitanja jeste koja je to kombinacija malih, srednjih i velikih preduzeća koja je u stanju da najbolje ispuni privredne i društvene ciljeve jedne zemlje. Sa pravom se smatra da su mala preduzeća izvori ne samo lokalnog, već i rasta nacionalne privrede. Savremena privreda omogućava međuzavisnost preduzeća različitih dimenzija koja su u stanju da ponude kupcima proizvode i usluge na efikasan i efikasan način. Postoje brojne delatnosti koje ne zahtevaju masovnu proizvodnju kao i brojna preduzeća sa masovnom proizvodnjom koja ne mogu uspešno da posluju bez velikog broja malih i srednjih preduzeća. Tržište treba da bude arbitar koje su to dimenzije preduzeća čija je ponuda potrebna i koja doprinose rastu i razvoju privrede. Značaj privatizacije i restrukturiranja, kojima se postiže izmena vlasničke i proizvodne strukture privrede je nesumljiv, ali i stvaranje dovoljnog broja malih i srednjih preduzeća. Mala preduzeća u razvijenim tržišnim privredama preovlađuju gotovo u svim sektorima ekonomije a ne samo, kako se kod nas obično misli u poljoprivredi, zanatstvu i u ugostiteljstvu.

Poslovna politika MSP treba da je efektivna, stabilna i definitivna kao i dovoljno fleksibilna da se prilagodi fundamentalnim promenama. Dobro osmišljena poslovna politika pruža velike mogućnosti da malo ili srednje preduzeće ostvari što bolje finansijske rezultate, a sem toga čuva poslovnu energiju i resurse preduzeća usmeravajući ih konstantno prema utvrđenom cilju. Iskustva se mogu koristiti u velikoj meri, jer politika pokazuje šta treba raditi, odnosno šta i kako učiniti kako bi se postigao utvrđeni cilj. Ograničeni resursi MSP često, u praksi, utiču da se poslovna politika menja. Ovo se posebno odnosi na oblast kadrova i finansijski aspekt poslovanja. Većina uspešnih preduzetnika sposobna je da donosi hitne odluke. Ukoliko je poslovna politika dobro definisana, donošenje hitnih odluka je znatno lakše. Dobar i uspešan preduzetnik organizuje svoj posao kao izazov svoje kreativnosti. Preduzetništvo je nerazdvojivo od

pojma malog biznisa i malih i srednjih preduzeća koji su kičma privrednog sistema - baziranog na privatnoj inicijativi i tržišnim zakonima poslovanja. Ovaj sektor obezbeđuje zdravu konkurentsku revnosnost, dajući prave efekte uz maksimalnu efikasnost. Preduzetništvo, koje ima vitalnu ulogu u stvaranju i razvijanju malih i srednjih poslovnih poduhvata, bazični je pojam u savremenom poslovanju. Preduzetništvo je jedna od neophodnih pretpostavki efikasnijeg privređivanja preduzeća u tržišnoj privredi. Za njegovo stvaranje, funkcionisanje i razvoj neophodno je obezbediti odgovarajuće uslove.

Za povećanje efikasnosti poslovanja preduzeća neophodno je uspostaviti tržišnu privredu, tj. privredu sa većom slobodom privrednih subjekata, samostalnim donošenjem odluka i preuzimanjem ekonomske odgovornosti i rizika, slobodnim i dinamičnim preduzetništvom, preduzetničkom inicijativom, motivacijom, finansijskom disciplinom.

Uspeh MSP određen je njegovom sposobnošću da otkriva nove potrebe okruženja i iste zadovolji bolje od svojih konkurenata. Dinamičnost potreba i ponašanja konkurencije zahtevaju da preduzeće ima stalno široko otvoren strategijski prozor u prostoru i vremenu kako bi blagovremeno reagovalo na impulse tržišnog okruženja. U takvim okolnostima, zadatak marketinga je da obezbedi raspoloživost pravog proizvoda, na pravom mestu, u pravo vreme i po pravoj ceni uvek vodeći računa da u tome nadmaši konkurenciju. Upravljanje marketingom se pojavljuje kao proces planiranja, organizovanja, implementacije, i kontrole marketing aktivnosti da bi se olakšao i ubrzao proces razmene uz rentabilno poslovanje preduzeća.

Otuda, proces planiranja marketinga, se nužno bazira na tri paralelna istraživanja: tržišnih šansi, konkurentskog okruženja i mogućnosti preduzeća. Na osnovu sučeljavanja rezultata ovih istraživanja treba identifikovati mogućnosti i opredeliti pravce za sticanje diferentnih prednosti, na osnovu čega se i utvrđuje atraktivnost pojedinih generičkih strategija. Teorija marketinga je na brojne izazove reagovala stvaranjem novih postupaka metoda i tehnika. Svrha marketing teorije je da doprinese poboljšanju načina poslovnog razmišljanja, odlučivanja i akcija marketing menadžera.

U Evropi se, sve do sedamdesetih godina prošlog veka, verovalo da su velika preduzeća ključni faktor ekonomskog rasta, jer su, između ostalog, mogla da obezbeđuju potrebnu kritičnu masu pretpostavki za kvalitetan istraživački i razvojni rad. Iskustva, međutim, pokazuju da nije neophodna visoka korelacija između izdvajanja za istraživački i razvojni rad i ekonomskog rasta. Ovaj stav, zajedno sa činjenicom da treba rešavati probleme zaposlenosti, uslovio je povećani interes za razvoj malih i srednjih preduzeća.

Pitanje razvoja ovih preduzeća u Evropskoj uniji locirano je u oblast upravljanja njenom industrijskom politikom. U Evropskoj Uniji postoji dvadeset miliona preduzeća od čega je oko 99% malih i srednjih preduzeća (MSP), a čak 93% MSP ima manje od 10 zaposlenih. MSP su glavni izvor zapošljavanja i stvaranja bogatstva u Evropskoj Uniji. Ona obezbeđuju preko 80 miliona radnih mesta t. zaposleni u MSP čine dve trećine ukupnog broja zaposlenih u privatnom sektoru Evropske Unije; sektor MSP učestvuje sa 70% u ukupnom prometu u Evropskoj Uniji, dok sektor MSP doprinosi 60% ukupnom bruto društvenom proizvodu Evropske Unije.