

Факултет инжењерских наука Универзитета у Крагујевцу



Назив студијског програма: Машинско инжењерство

Ниво студија: Основне академске студије

Модул: Индустријски инжењеринг

Предмет: Управљање развојем

Број индекса: 133/2012

Никола М. Станковић

Анализа фактора који подстичу и фактора који ограничавају раст предузећа

завршни рад

Комисија за преглед и одбрану:

1. Доц. др Снежана Нестић - ментор

2. _____

3. _____

Датум
одбране: _____

Оцена: _____

У оквиру овог завршног рада кандидат треба да представи факторе који подстичу као и факторе који ограничавају раст предузећа и да анализира факторе који ометају раст и опстанак малих и средњих предузећа у Србији.

Препоручена литература:

[1] Сенић Р., (1993), Управљање растом и развојем предузећа, Савремена администрација, Београд

[2] С. Филиповић (2003), Ограничавајући фактори развоја малих и средњих предузећа у Србији, Индустрија, 3 – 4, 25-36.

[3] Д. Ерић, И. Бераха, С. Ђуричин, Н. Кеџман, Б. Јакшић, Финансирање средњих и малих предузећа у Србији, Институт економских наука Београд, Београд, 2012

Крагујевац, датум

Ментор:
Име, презиме и звање ментора

Изјава о самосталној изради рада

Изјављујем да сам овај завршни рад урадио самостално, служећи се стеченим знањем и искуством као и наведеном литературом.

133/2012 Никола Станковић

(потпис)

Садржај

1. Увод	1
2. Појам и значај раста предузећа	2
2.1 Појам раста	2
2.2 Раст као циљ	3
2.3 Методи раста	4
3. Подстицаји и ограничавајући фактори раста предузећа	7
3.1 Подстицаји за раст предузећа	7
3.2 Фактори организације као фактори ефикасности	9
3.3 Општа категоризација фактора који утичу на процес репродукције	14
3.4 Ограничавајући фактори раста	15
3.5 Екстерни (спољашњи) фактори који успоравају раст предузећа	17
3.6 Интерни (унутрашњи) фактори који успоравају раст предузећа	20
4. Фактори који детерминишу оптималну величину предузећа	22
4.1 Оптимално предузеће	22
4.2 Пет основних фактора	23
4.3 Динамички фактори величине предузећа	24
5. Ограничавајући фактори раста и развоја малих и средњих предузећа у Србији	26
5.1 Финансијска подршка (финансирање малих и средњих предузећа у различитим фазама животног циклуса)	26
6. Закључак	32
Литература	34

Резиме: У овом раду су представљени фактори који могу да подстичу или ограничавају раст предузећа. Анализиране су промене, у предузећу које доводе до његовог раста. Такође, у раду је стављен акценат и на организованост као фактор који подстиче ефикасност предузећа, као и методе интерног и екстерног раста. На практичном примеру су приказани и објашњени фактори који ометају раст и опстанак малих и средњих предузећа у Србији.

Кључне речи: Раст предузећа, фактори раста, методи раста, баријере, фазе раста

Summary: This paper presents factors that can stimulate or limit the growth of the company. Changes were analyzed in the company that led to its growth. Also, the paper emphasizes the organization as a factor that encourages the efficiency of the company, as well as methods of internal and external growth. The practical example illustrates the factors that hinder the growth and survival of small and medium-sized enterprises in Serbia.

Key words: Growth of enterprises, growth factors, growth methods, barriers, growth phases

1. Увод

Економски положај и начин остваривања делатности предузећа условљен је дејством низа фактора екстерне и интерне природе, под чијим се утицајем формирају алтернативне могућности остваривања привредне делатности. Развојем друштва мењају се фактори који одређују волумен и структуру потреба, чијим задовољењем предузеће себи обезбеђује опстанак и даљи раст. Економски прогрес истовремено ствара ефикасније начине производње добара и услуга. Отуда, границе подручја ангажовања предузећа као произвођача, одређене су променом у волумену и структури тржишних потреба, с једне и померањем нивоа оптималног упошљавања ресурса за њихово задовољавање с друге стране.

На почетку рада дат је осврт на појам и значај раста предузећа који је уско повезан са величином предузећа. Објасниће се и раст као основни циљ предузећа као и који то методи раста постоје.

Подстицајни и ограничавајући фактори раста биће објашњени у глави три. Анализираће се фактори који представљају изазове и који ако се прихвате могу изазвати раст предузећа, као и о факторима који ако се не прихвате на одговарајући начин могу представљати баријере расту предузећа.

Фактори који детерминишу оптималну величину предузећа, биће детаљно објашњени, као и појам оптималне величине предузећа.

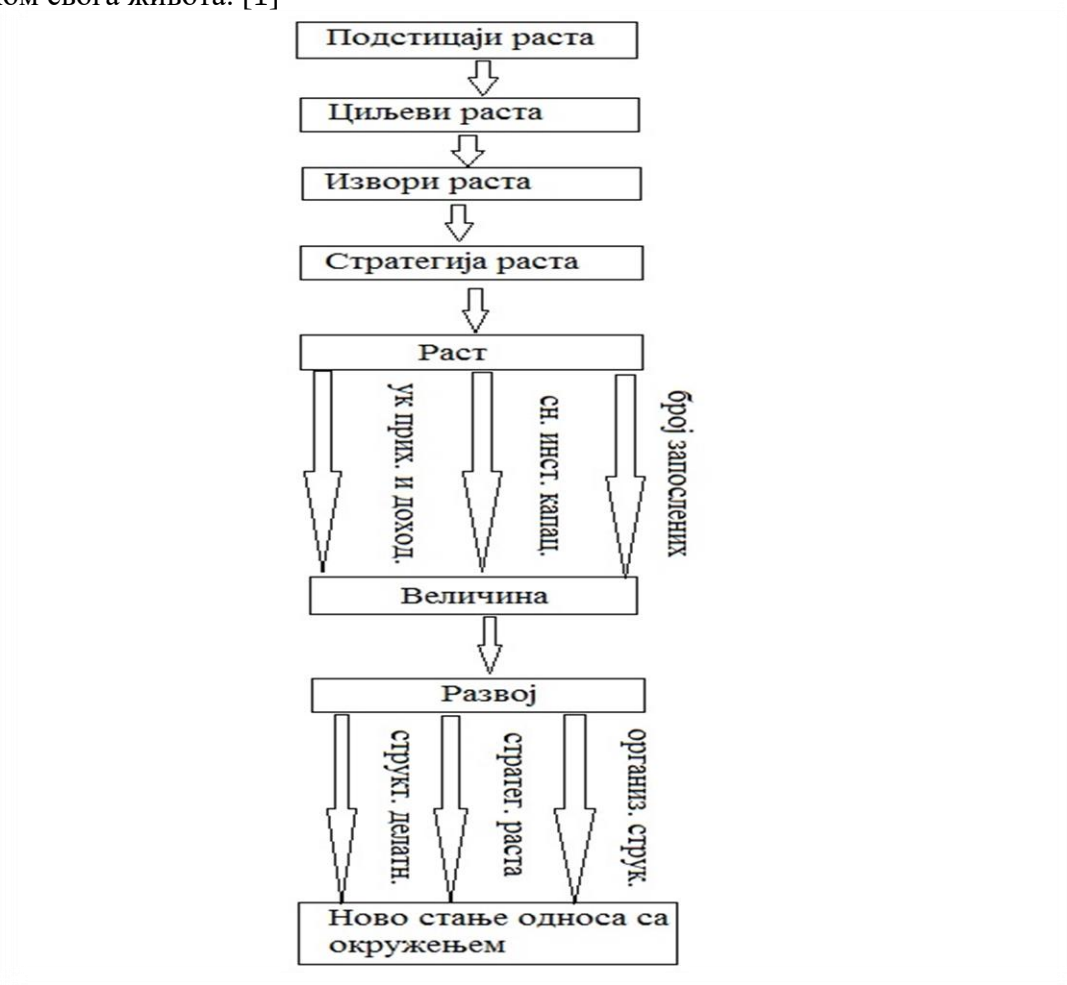
На крају рада, дата је анализа фактора који утичу на раст и развој малих и средњих предузећа у републици Србији, са акцентом на финансијској подршци као најзначајнијем фактору који успорава раст предузећа у републици Србији. Биће објашњени и извори финансирања малих и средњих предузећа у Србији кроз различите фазе развоја предузећа. Кроз статистичке податке који ће бити сликовито приказани сликама и табелама, утврдиће се извори финансирања које грађани Србије најчешће користе и које су то препреке с којима се најчешће сусрећу приликом подизања кредита. Анализираће се због чега банке избегавају да дају кредите одређеним предузећима, и због чега велика предузећа лакше долазе до кредита и зашто банке таквим предузећима више верују.

2. Појам и значај раста и развоја предузећа

2.1 Појам раста

У савременим условима привређивања самопотврђивање производних организација као робних произвођача предоминантно је и условљено усклађеношћу њихове величине и унутрашње конфигурације за захтевима које намеће развој друштвених, техничко-технолошких, тржишних фактора.

Како процес прилагођавања новим условима пословања претпоставља увећање основе упошљавања фактора производње, раст предузећа се у ствари приказује као промена у његовој величини, која се може измерити гледајући број запослених и снагу инсталираних капацитета. Предузеће како расте оно настоји и да побољша своју позицију на тржишту. То чини било активним утицајем на факторе окружења, било реаговањем на повољан изазов у тим факторима. У току процеса раста долази до разгранављања активности предузећа на већи број мање или више хетерогених производа, претпостављају се промене у организационој структури и низ других модификација, стога се развој предузећа дефинише као промене које оно доживљава током свога живота. [1]



Слика 1. Ток раста и развоја предузећа [1]

Како што слика 1 показује раст и развој предузећа одвијају се под утицајем већег броја других фактора, а и сами утичу на одређене промене у предузећу. Циљеви раста, који могу бити различити формирају се под утицајем одређеног броја фактора. Интеракција између циљева и подстицаја раста прожета је базичном друштвено-економском улогом предузећа у датом систему привређивања.

2.2 Раст као циљ предузећа

Сва предузећа теже свом основном циљу, а то је раст. Раст као процес доводи до повећања његове величине која се изражава снагом инсталираних капацитета, бројем запослених, порастом укупног прихода и дохотка и сл. Међутим, да би се стварно искористили ефекти величине, а која је последица процеса раста, нужно је извршити низ других промена. Зато се најчешће врше промене у стратегији раста, организационој структури и структури делатности. У циљу да се укаже на квалитативну страну промена, раст као повећање предузећа третира се као повећање његовог обима пословања у оквиру дате делатности, док се развој односи на повећање пословања кроз обухватање и нових делатности. Међутим са обзиром на чињеницу да увећање обима пословања предузећа најчешће базира на коришћењу и једне и друге могућности, као да се при томе захтевају одређена, друга, прилагођавања, суштину развоја предузећа чини укупност промена које оно доживљава током века његовог постојања [1].

С обзиром на динамичност друштвених и техничко-технолошких оптимума (односи се на најбољи избор људи, технике и технологије у предузећу), развој предузећа током времена истовремено доводи до нарастања његове предузетне моћи. То се одвија у оквиру стадијума у животном веку предузећа у смислу повећавања његове величине. Отуда, суштину раста предузећа чине промене у компонентама његове величине током стадијума у његовом развоју.

Тешко је, међутим, једним показатељем обухватити промене у величини предузећа, односно снази предузећа. У теорији и пракси се често користе различити показатељи величине предузећа као што су: Укупан приход, број запослених, снага инсталираних капацитета и доходак. Раст се може мерити и тако што се везује за способност предузећа да спектар датих циљева остварује на вишем нивоу, или се пак раст може изразити као временски диференцијална величина која се добија упоређивањем успеха по временским раздобљима, односно стадијумима у развоју предузећа. Посматрано раст --- величина --- циљеви предузећа, величина се јавља и као последица раста, али пре свега као услов за оспособљавање предузећа да ефикасно остварује своје друштвено-економске циљеве у динамичним условима привређивања [2].

Постоје и друга схватања која се односе на величину и раст предузећа. Тако, на пример Р.Ф. Drucker, писац, економиста, учитељ и један од највећих теоретичара двадесетог века, сматра да величина одређеног предузећа њега не чини бољим предузећем од осталих, и да раст предузећа нема никакве предности. Предузеће треба

бити праве или оптималне величине за своје тржиште, за своју економију и за своју технологију. Р.Ф. Drucker је, такође, изумитељ концепта управљање према циљевима.

Друкер се супротставља чињеници да је раст сам по себи циљ. (“Није превасходно ствар у томе да предузеће по сваку цену постане велико, ствар је у томе да постане боље. Веома рентабилна предузећа при садашњој величини веома брзо даљим растом могу доћи у банкротство, док предузећа која сада нису рентабилна, могу много боље и успешније да трагају за својим опстанком, тако што ће снизити своје трошкове, него у расту продаје“). Такође сматра и да раст не може бити аутоматски и да се не може десити само због жеље неког предузећа [3].

2.3 Методи раста

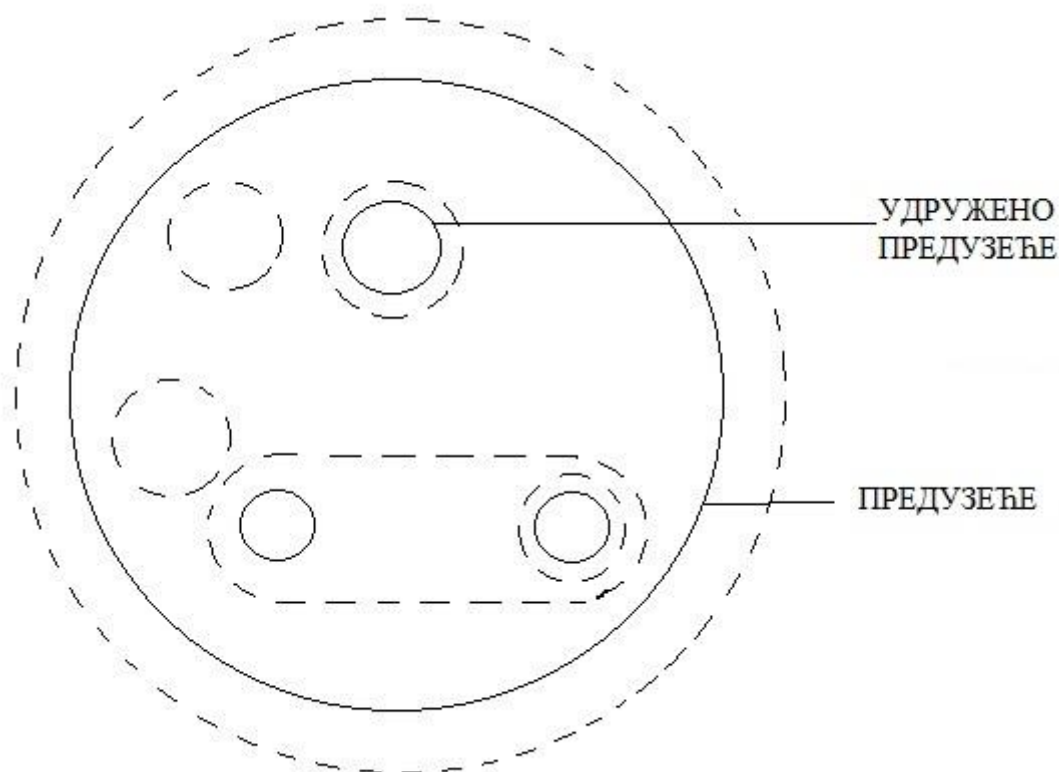
Реализација циљева и правца раста може да се врши на бази [2]:

- 1) Интерног раста тј. изграђивањем сопствених капацитета и сопственим развијањем нових производа;
- 2) Екстерног раста, тј. спајањем или удруживањем са другим предузећима;
- 3) Комбинације ова два метода.

Говори се о одлукама које имају стратегијски карактер будући да ефикасност изабраног правца и темпа раста може значајно да буде умањена ако је изабран неодговарајући метод. Отуда, се избор метода мора вршити имајући у виду атрактивност појединих праваца као и мере и политику друштвене заједнице на подручју регулисања услова привређивања. С обзиром на велике трошкове и ризике који су присутни у случају инвестирања у сопствене капацитете, најприхватљивије је оно решење које ће бити резултат одговора заинтересованих предузећа у смислу заједничког инвестирања у поједине од критичних фаза.

Потреба за интерним растом најчешће се јавља када се ради о реаговању на спољашње повећање тражње, будући да благодети екстерно повећане тражње уживају или желе да искористе сви произвођачи. Осим тога интерни раст може да омогући активирање додатних извора за остваривање дохотка. Орјентација на сопствена истраживања у циљу остваривања раста на бази концентричног типа диверсификације зависиће од финансијских и кадровских могућности, али и од степена изражености одређеног подручја делатности. Са становишта јачања производне базе и доприноса друштвеном прогресу, значајно је да се конкретно производно подручје што комплексније обухвати и учини што дарежљивијим у смислу добијања нових производа за подмирење потребе друштва. Посебна опрезност се захтева када се ради о увођењу потпуно новог производа, са обзиром на велика улагања и последице у случају тржишног неуспеха. Зависно од тржишне ситуације интерни раст може базирати на стратегији пенетрације тржишта у смислу да дотично предузеће кроз повећање продаје постојећег производа повећава своје тржишно учешће, или пак на диверсификацији у смислу да предузеће повећава свој капацитет и шири производни програм кроз увођење нових производа. Интерним растом назива се и ситуација када се повећава величина постојећих предузећа или пак када се два или више предузећа из исте сфере пословања

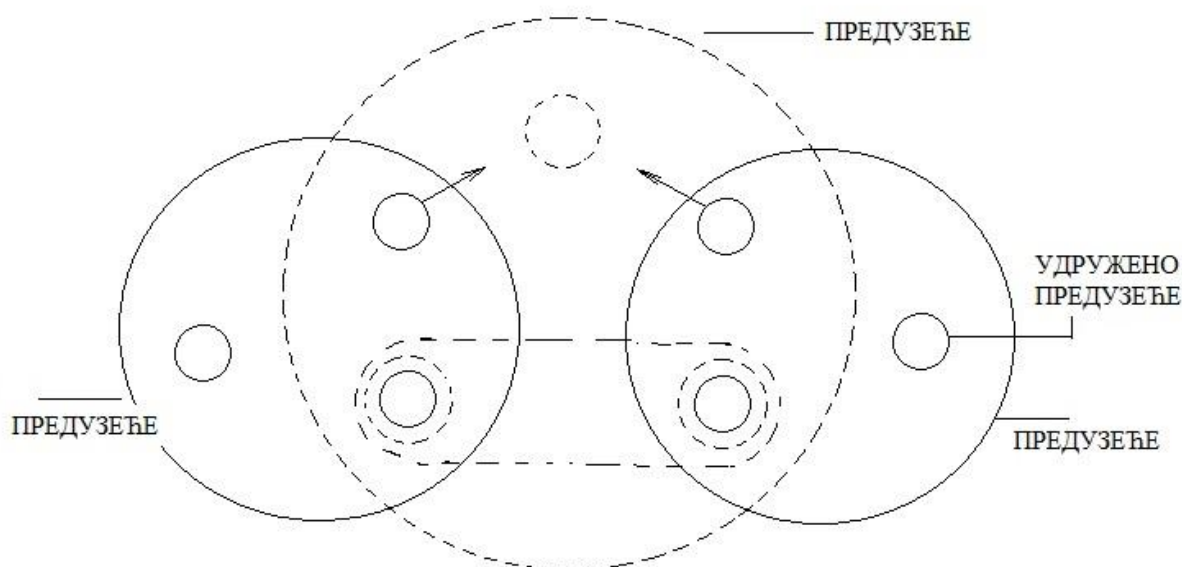
споје или пак заједнички улажу у развој новог удруженог предузећа у дотичном предузећу (слика 2).



Слика 2. Интерни раст [1]

Фаворизовање интерног раста има своју производно-техничку и тржишну компоненту коју је потребно размотрити у анализи појединих алтернатива. Наиме, за оцену атрактивности појединих решења потребно је превасходно дати одговоре на следећа питања [1]:

- Избор концепције трошкова и дохотка тј. да ли у анализи користи концепцију маргиналних трошкова и оперисати додатним дохотком као показатељем или користи концепцију дугог временског периода, односно оперисати нето дохотком имајући у виду пуне трошкове производње и промета.
- Утврдити начин исказивања рентабилности (стопа дохотка по јединици, стопа приноса на инвестиције, укупан доходак).
- Прецизирати рок трајања рентабилне производње одређеног производа.
- Утврдити висину стопе која ће служити као стандард за упоређивање појединих алтернатива.



Слика 3. Екстерни раст [1]

Поред показатеља о висини рентабилности битно је у анализи укључити и друге критеријуме који су такође релевантни код опредељивања метода раста. Стицање могућности ефикаснијег премошћавања услова уласка на одређена тржишта, придобијање извора који одмах обезбеђују доходак као и осигурање шире продајне мреже и повећање удела на одређеном тржишту, су моменти који утичу на предузеће у политици раста која фаворизује удруживање, уместо ослањања на сопствена истраживања. Међутим, овим факторима треба супротставити тешкоће које доноси раст на бази удруживања, као што су [1]: 1) неопходност периода реорганизације и уходавање новог предузећа, 2) оспособљавање кадрова, 3) удовољавање условима које намеће економска политика друштва и законодавство, 4) евентуални уступци који се морају чинити да би се неко перспективно предузеће привукло да се удружи. У нашим условима то удруживање најчешће се манифестује у стварању сложеног предузећа као организације или пак кроз повезивање међу предузећима различитих радних организација. У ствари, екстерни метод раста може да се остварује на два начина и то: а) заједничким улагањем у развој појединих удружених предузећа и б) другачијим организационим структурирањем у смислу спајања предузећа из различитих радних организација (слика 3).

С обзиром на широку тржишну и технолошку повезаност удружених предузећа комбиновање интерног и екстерног метода је најреалнији пут да се остваре планирани правац и темпо раста. Удруживање рада и средстава и на тој основи стицање дохотка може значајно да поспеши реализацију појединих пројеката и допринесе рационалнијем располагању друштвеним капиталом тј. минулим радом. [2].

3. Подстицаји и ограничавајући фактори раста

На развој предузећа утиче веома велики број фактора, због тога је битно дефинисати их по карактеру њиховог деловања. Значај класификације фактора по карактеру њиховог деловања, огледа се у томе што једна група фактора може представљати изазове, који ако се прихвате представљају шансе за развој и раст предузећа. С друге стране, постоје и фактори ако се не уваже на одговарајући начин, могу представљати баријере или опасност за даљи напредак предузећа и у крајњој линији могу довести до престанка његовог функционисања. Такође је могуће, да постоји један исти фактор који може представљати и опасност и шансу за предузеће, то ће зависити од начина приступа у току пословања предузећа. Имамо случај технолошког развоја на пример. Очито је, да ако му предузеће приступи на одговарајући начин и благовремено, може добити значајну дугорочну конкурентску предност у остваривању оптималних резултата пословања. Међутим, уколико би којим случајем предузеће занемарило свој технолошки развој и праћење савремених технолошких напредака у области свог пословања, готово је сигурно да ће доћи до погоршавања његове конкурентске тржишне позиције, па и до престанка функционисања [11].

У данашњим условима динамичког привредног и друштвеног развоја, самопотврђивање предузећа као субјекта привређивања, врши се на бази његовог раста. Промена у технологији и друштвеним стандардима поткопавају стечене позиције, а преживљавају она предузећа која стално раде на проналажењу нових могућности које стварају тим променама. Истина, спремност предузећа да у датом периоду прихвати даљи раст и тренутни мотив раста, зависиће од његовог постојећег положаја на тржишту, финансијске снаге, кадровске структуре и схватања органа управљања.

3.1 Подстицаји за раст предузећа

Подстицаји за раст могу произићи из било ког стања ресурса и развијености постојећих функција у радној организацији, било из промена у факторима који су изван контроле дотичне радне организације. Отуда се говори о подстицајима интерне и екстерне природе. У оквиру интерних подстицаја најзначајнији су они који се формирају током нарастања финансијских, кадровских и истраживачко развојних могућности радне организације, односно њених делова.

Расположива финансијска средства се јављају као значајан фактор који стимулира темпо и правац раста. У одређеним условима раст може бити подстакнут потребом да се ускладе капацитети појединих производних јединица или да се усагласи величина прометних и истраживачко-развојних могућности са захтевима производних јединица. Сличан подстицај за раст може да произиђе из потребе да се оствари технолошко и тржишно комплетирање производног асортимана. Резултати унутрашњег истраживања и развоја такође могу да доведу да даљег раста пословног система,

односно његових делова. Не треба занемарити ни подстицаје који произилазе из жеље да се комплексније искористе базичне сировине и стечена производна, организациона и друга знања (*Know-How*).

Интензитет и природа дејства унутрашњих (интерних) фактора значајно су одређени стањем и тенденцијама у кретању екстерних фактора. Екстерно подстицаји формирају се у променама фактора окружења. Ради се о изазовима и претњама који настају са променама у друштвеним, тржишним и технолошким факторима привређивања. Конкретније раст пословног система може значајно да буде подстакнут мерама друштвене заједнице, развојем науке и технике и променама у обиму и структури тржишних потреба. Поред тога, развијеност економских односа са иностранством, расположивост екстерних извора финансирања као и развој саобраћаја, такође могу да стимулирају раст величине привредног субјекта односно предузећа.

Подстицаји за раст скоро су перманентно присутни, било да раст сам по себи ствара нове могућности за проширивање извора остваривања дохотка, било да се у међу времену мења карактер дејства екстерних ограничавајућих фактора за одређени правац раста. Током раста мења се унутрашња снага предузећа, а долази и до промена његове снаге у односу на екстерне подстицаје, тако да се остварују услови за појаву економије чије активирање стимулира даљи раст. Својеврсни синергични ефекти који се могу остварити на различитим подручјима (руковођење, истраживање, производња, маркетинг и др.), било да се активирају на страну, било у току пословања, подстичу предузеће да прихвати одређени правац раста.

Многи сматрају да предузеће, када достигне одговарајући ниво, не може даљом експанзијом активности остварити економски напредак, јер се раст претвара у просто дуплицирање и триплицирање постојећих односа у производњи уз константне просечне трошкове.

Међутим, достигнути ниво у њиховом коришћењу, не би требало да се претвори у баријеру даљем расту, јер врло често се ради о ситуацији да оптимизација нивоа пословања претпоставља промене у коришћењу других фактора у предузећу, те се јавља потреба увећања предузећа. Да би се искористиле предности промене рада и специјализације нужно је балансирање обима коришћења појединих ресурса, а то најчешће подразумева промене у величини предузећа.

На неким подручјима појава и развој економије која утиче величину предузећа диктирана је природом производње и карактеристикама производа. Тако, величина као компонента ефикасности појављује се најочигледније на подручјима [2]:

- где су производи и опрема за његову производњу велики,
- где је процес производње комплексан,
- где се скупи истраживачки радови појављују као значајно конкурентско средство
- где је производ стандардизован и може бити произведен у великим серијама на посебним машинама,

- где је тржиште географски сконцентрисано или су транспортни трошкови ниски у односу на вредност јединице производа, и
- где се захтева веће учешће средстава за рад.

У неким ситуацијама раст фигурира као основ искоришћавања предности које може имати велико предузеће, било због остварене комбинације ресурса било због природе производног подручја на којем се ангажују. Велико предузеће је атрактивније за кадрове, јер обезбеђује шире могућности за професионални развој и промоцију. Величина, репутација као снага која иде уз то, представљају сигурност за инвеститоре, те велика предузећа лакше долазе до кредита. Осим тога финансијска снага великог предузећа омогућава му да прихвати већи ризик, што је посебно значајно, ако се ради о скупом научном истраживању као и када су инвестиције честе, а застаревање производа убрзано. Што је предузеће веће, утолико ће имати шире подручје за диверсификацију, а да много не губи на економији великог обима. Коначно, величина доноси снагу у односу на снабдеваче, конкуренцију и купце.

У суштини, величина фигурира као главна покретачка снага развоја предузећа. Економија величине која се манифестује у чињеници да предузеће зато што је велико може не само да одређени производ производи и продаје ефикасније него мање предузеће, него и да ефикасније производи веће количине и уводи нове производе, резултат је предности које се остварују на неколико подручја по основи величине. Јавља се као: 1) технолошка економија, 2) економија управљања маркетингом, финансијама и истраживањем и развојем и 3) економија при уласку на нова подручја производње. Неки аутори, отуда, поред економије већег обима, идентификују и економију у пословању и економију раста. Док се економија обима манифестује као снижавање у просечним трошковима, економија у пословању се јавља када је одређена експанзија извршена, у смислу способности предузећа да после тога производи и продаје додајну производњу по нижим просечним трошковима у односу на трошкове које би имало друго предузеће ако би производило тај производ [2].

3.2 Фактори организације као фактори ефикасности

Свако предузеће мора своју структуру компоновати према циљевима ради којих постоји. То је објективни закон опстанка, јер везаност за одређени циљ већ претпоставља адекватност структуре објекта који тежи циљу – са циљем. Ова констатација има универзално важење. Сви елементи и односи између елемената који се могу третирали као подсистеми, предмет су организовања од стране субјекта у организацији. Утицај свих фактора се провлачи, транспортује кроз функционисање радне организације. Фронт утицаја радне организације на факторе своје активности је дат концепцијом привредног система, а у оквиру тих могућности величина њеног утицаја ће зависити од организационе умешаности субјекта у организацији.

Под организованом подразумева се степен усмерености организационе структуре према унапред постављеним циљевима. Она чини материјални одраз сагледаности свих утицаја елемената од којих зависи организација која се циљу

усмерава, она је резултат интелектуалних напора и економских могућности да се интелектуални закључци реализују. Фактори организованости су многобројни са узајамним условљеностима. Њих, ради системског третирања, треба упознати и категорисати. Теоријски посматрано, постоји безброј фактора који утичу на стање организованости, тиме и на резултате функционисања који чине сврху и еталон за мерење ваљаности организације. Истина је чињеница да се организованост сваког организма, отуда и предузећа као типичног привредног организма, јавља као резултанта практично свих делујућих фактора. С обзиром на изванредно велики број фактора организације јавља се тешкоћа стварања модела организације који би обухватио све те факторе. Проблематика организованости као фактора ефикасности је сложена, чак суперсложена. Овладавање овом проблематиком чини суштину захтева за организовањем репродукције у радној организацији. Успех на овом плану означава, при датим материјалним могућностима организације, битан предуслов за економски успех. Изучавање проблематике организованости у светлу фактора економске ефикасности подразумева проучавање проблема елемената процеса рада (1), фактора организације, уопште, (2), принципијално познавање могућности утицаја тих фактора на ефективност (3), и познавање дејства организационих композиција (кумулативни утицај низа фактора организације који условљавају стање организације) на ефективност [4].

Факторима производње је економска теорија посветила велику пажњу. Они представљају чињенице од којих зависи сам процес производње. То су елементи који су неопходни за одвијање процеса производње. Ти елементи посматрани потпуно независно од друштвеног облика производње то су: предмети рада, рад и средства за рад.

Примећује се, да се рад, средства за рад и предмети рада јављају у својству предмета или објекта организовања. Истовремено, ово су фактори организације који имају своје прецизиране појавне облике, своје натуралне изражајне облике и мерљиве манифестације дејства на економију. Није свеједно, са становишта оног ко употребљава ове елементе процеса рада, какав је квалитет ових елемената узетих појединачно и какве су могућности комбиновања истих. Уопште узев, квалитет ових елемената је детерминисан нивоом развијености друштва, односно средине у којој радна организација живи. На нижем ступњу тог развоја асортиман предмета рада који долази у обзир за употребу у сврху производње једног прецизираног производа је сиромашнији него на неком вишем ступњу. Такав произвођач је ограничен у погледу могућности постизања вишег економског квалитета посматрано са становишта манипулисања асортиманом предмета рада.

Спољашња средина има елементе директне и индиректне акције. У елементе директне акције спадају елементи окружења који директно утичу на активност организације. Елементи директне акције се другачије зову и стејкхолдери организације и то су најчешће акционари, добављачи, синдикати и други који утичу на организацију. Елементи индиректне акције су елементи који утичу на климу у којој се одвијају организационе активности, али они не утичу директно на организацију, ту спадају обично економија, политика, технологија и друштво. Средину директне и индиректне акције једне организације најбоље показује слика 4.



Слика 4. Фактори који утичу на организацију [10]

Елементи директне акције (стејкхолдери) могу бити унутрашњи и спољашњи. У спољашње елементе директне акције спадају [10]:

- синдикати
- потрошачи
- заступници потрошача
- добављачи
- конкуренција
- влада
- групе са посебним интересима
- медији
- финансијске институције

Док су унутрашњи елементи директне акције:

- запослени
- акционари и управни одбори.

Спољашњи елементи директне акције утичу на активност организације (предузећа) између ње саме. Елементи обухватају добављаче, потрошаче, групе са специјалним интересима, владе, медије и конкуренцију.

Потрошачи односно купци размењују средства (новац) за производе и услуге организације. Могу бити болнице, школе итд. или произвођач као појединац. Организације зависе од добављача. Од њих набављају инпуте који могу бити сировине, новац, рад и др. Што је дугорочнија, трајнија и чвршћа сарадња са добављачима то су квалитетнији производи.

Влада не би требало да има директног утицаја на пословање предузећа као радних организација, већ би требало да се ограничи на одржавање реда и закона остављајући слободном тржишту обликовање економије. Али често услед злоупотребе службене моћи, Влада има улогу „пса чувара“, односно почиње да регулише рад предузећа да би сачувала интересе јавности и осигурала придруживање принципа слободног тржишта. Наша држава повремено избацује на наше тржиште производе по јефтинијим ценама из робних резерви државе. Најчешће су то брашно, шећер и месо...

Групе са специјалним потребама, користе политичку кампању односно политички процес да би ојачале своје позиције по одређеним питањима као на пример, абортус, контрола наоружања и др. Менаџери никада не могу бити сигурни да неће настати нека нова *ad hoc* група (повремена), која ће се по неком питању супротставити предузећу.

Покрет потрошача, такође, игра значајну улогу у раду једног предузећа.

Медији су од увек имали улогу праћења пословних активности предузећа, данас средства масовне комуникације свакодневно дозвољавају праћење ових активности.

Синдикати су значајно утицали последњих година на рад организација. Удруживање радника у синдикат и заједничко договарање и преговарање ако надница, радног времена запослених, плата и др. знатно су утицали на побољшање квалитета радног живота.

Финансијске институције као што су осигуравајућа друштва и банке, омогућују предузећима да се снабдевају средствима за проширивање пословних активности и за одржавање. Конкуренција спада у спољашње елементе директне акције. Предузеће у случају повећања тржишта мора да користи две могућности [10]:

- мора да освоји нове потрошаче или
- мора да порази конкуренцију у освајању тржишта које се шири.

У оба случаја, неопходно је да предузеће анализира конкуренцију и да утврди јасно дефинисану маркетинг стратегију.

Унутрашњи елементи директне акције нису део организационе средине јер су део самог предузећа. Они су део окружења за које је одговоран један менаџер. Вештине које се траже од запослених се мењају. Често се предузећа сусрећу са проблемом мањка радне снаге. Од запослених се захтева да буду флексибилнији, образованији и да се добро сналазе у тимском раду. Руководство у великим јавним корпорацијама, често уважава гласове акционара, и на тај начин се и њима дозвољава да утичу на предузеће. Њихов утицај је све већи у предузећу.

Елементи индиректне акције састоје се из четири фактора која утичу на предузеће, и која морају да се анализирају. То су [10]:

- социјални,
- економски,
- политички и
- технолошки.

Социјални фактори као што су стил живота, демографија и социјалне вредности могу да утичу на локацију, састав и очекивања потрошача и будуће радне снаге предузећа.

На количину расположиве радне снаге утичу демографске промене. На пример у Америци, мањи број младих тинејџера, приморао је ресторане брзе хране да за своје хонорарне послове унајме старије људе (пензионере) и жене с породицама који желе поново да раде.

Промена стила живота довела је до тога да имамо све чешће породице са једним одраслим чланом као и породица с једним редитељем.

За менаџере је промена стила живота битна само у погледу утицаја на предузеће.

Економски фактори представљају опште трендове и економске услове који могу да буду фактор који утиче на активности у предузећу. У економске факторе спадају: трошкови, фискална политика, плате, штедња, национални приход, цене, инвестиције, продуктивност, наднице, запосленост и др.

Политички фактори утичу на рад предузећа и резултат су политичких процеса или политичке климе.

На технолошке факторе односи се напредовање у основним наукама као на пример, физика, нови развоји у области производа, процеса и материјала, као и напредовање у науци [10].

Елементи процеса рада су кључни објекти на које је усмерена активност организовања репродукционих токова у радној организацији. Факторима организације се сматрају сви чиниоци који на били који начин делују на елементе процеса репродукције. Њихов број је практично неограничен, њихово категорисање је, посматрано са становишта могућег броја категорија, ствар инвентивности у постављању критеријума. Заиста се скуп појава које на било који начин условљавају репродукциони процес састоји од огромног броја издефинисаних ставки. Практични разлози захтевају рационално категорисање фактора, односно категорисање које ће да има највећу практичну вредност. Највећу практичну вредност има таква категоризација фактора која омогућује: добру орјентацију радне организације у погледу значаја појединих фактора из чега треба да проистекне, и јасну орјентацију у погледу могућности организованог утицаја на факторе [4].

3.3 Општа категоризација фактора који утичу на процес репродукције

Општа категоризација фактора који утичу на процес репродукције у предузећу дата је у економској литератури. Она се разликује од једног до другог схватања не толико у основи колико у детаљима. Детаљисање на теоријском нивоу носи са собом опасност некорисности. Специфичности које прате конкретни процес у радној организацији нису идентичне са специфичностима у другој радној организацији, чак и у условима када се ради о истим утицајима, управо, због тога што су различите способности прилагођавања код двеју организација, па ће једна далеко лакше сачекати неповољни утицај једног фактора док ће друга организација тај неповољни утицај са много поремећаја. Све факторе које утичу на репродуктивни процес привредне организације (предузећа) поделићемо, полазећи од различитих релевантних критеријума, на следећи начин [4]:

1. по критеријуму места импулсирања:

- а) екстерни фактори,
- б) интерни фактори;

2. по критеријуму могућности контролисања:

- а) фактори који се могу контролисати акцијама саме радне организације
- б) фактори који не стоје под контролом радне организације

3. по критеријуму могућности квантификовања:

- а) мерљиви фактори
- б) фактори чије се дејство не може квантификовати

4. по критеријуму временског периода деловања:

- а) краткорочни фактори
- б) дугорочни фактори

5. по критеријуму условљености:

- а) фактори који су објективно условљени
- б) фактори који су субјективно условљени

6. по критеријуму начина на који се јављају:

- а) економски фактори
- б) неекономски фактори

Смисао доброг организовања репродукције је у економским ефектима који произилазе из добре организације. Успех у организацији репродукције условљен је познавањем фактора процеса у организацији, јер се пракса организовања ослања на познавање предмета организовања. Отуда јасно је да је у предности онај који боље познаје проблематику збивања у организацији, факторе тих збивања и принципе за заснивање односа у организацији.

Циљ класификације фактора организације огледа се у томе да се они упознају са одређених аспеката. [4].

3.4 Ограничавајући фактори раста

У овом поглављу биће речи о изазовима и проблемима са којима се предузетници суочавају у току раста свог предузећа. Не расту све компаније једнако, а врло мало предузећа проналази могућност да расте и успева. Раст фирме може бити ограничен због неадекватних ресурса и ниске мотивације предузетника. Због тога је битно да предузетници ангажују искусне менаџере који могу успешно преузети предузеће и вратити га на свој еволуциони пут. Фаза раста је време за структурно преусмеравање и успостављање више формалних процеса, процедура структура, комуникационих и управљачких система и функционалних одељења у свим кључним областима, као што су маркетинг и продаја, финансије рачуноводство, људски ресурси, операције и производња, потрошач услуге, управљање информацијама и администрација. Предузетници такође треба да унапреде своје вештине и знања како би од свог предузећа постали једна организација за учење. И како би своје знање и управљање знањем поделили. Такође, треба дати увек предност подстицању иновација и креативности. Предузетнички капитал (социјални, људски и финансијски) треба искористити за решавање проблема кључних компетенција, управљачких капацитета, доступности квалификованих радника, мобилизације и приступа ресурсима, стицању екстерног финансирања и спољашњих и конкурентних притисака [5].

Код предузећа која су довољно велика и код којих су одређене економије величине већ заступљене, морају се сагледати последице нарастања њихове величине, тј. да ли достигнута величина делова обезбеђује додајне изворе економије или се пак појављују диспропорционалности у структури производно-прометног комплекса. Наиме, различите компаније које се настоје остварити током раста или по завршној фази раста, ограниченог си домета, те се јавља потреба преиспитивања постигнутог стања екстерних и интерних односа у пословном систему.

Атрактивност појединих подстицаја мора се анализирати у контексту свих осталих фактора који опредељују ефикасност пословања у одређеном предузећу. Читав низ ограничавајућих фактора може да неутралише неке подстицаје за раст.

Начелно посматрано, све док даља експанзија пружа рентабилније начине коришћења ресурса која ће предузеће упошљавати, постоји стимуланс за његов даљи раст. Теоријски, предузеће може расти толико дуго, док је у стању да проналази стратегије које ће му омогућити да, задовољавајући одређене потребе друштва, обезбеђује додајне услове дохотка, те ако је оно у стању да то чини, може се пред поставити да ће оно расти бесконачно. Међутим, реалност је сасвим другачија. Бројни фактори се јављају као ограничавајући фактори даљем расту било да га успоравају, било да га чине бесмисленим [2].

Поред фактора који могу имати карактер подстицаја односно стимуланса, на раст и развој предузећа утиче и низ фактора који представљају ограничења за реализацију овог процеса. Према области у којој делују и ограничавајући фактори раста јављају се као интерни или као екстерни.



Слика 7. Ограничавајући фактори раста предузећа [9]

Са слике 7 може се уочити да се баријере односно, ограничења за раст предузећа могу поделити на праве улазне баријере. Оне се даље деле на природне и вештачке баријере које могу бити екстерне и интерне.

Природне баријере су проблеми с којима се најчешће сусрећу мала и неискусна предузећа. Оне су праве баријере и успешно успоравају напредак предузећа које жели да повећа своју вредност на тржишту. Оне нису резултат људске способности.

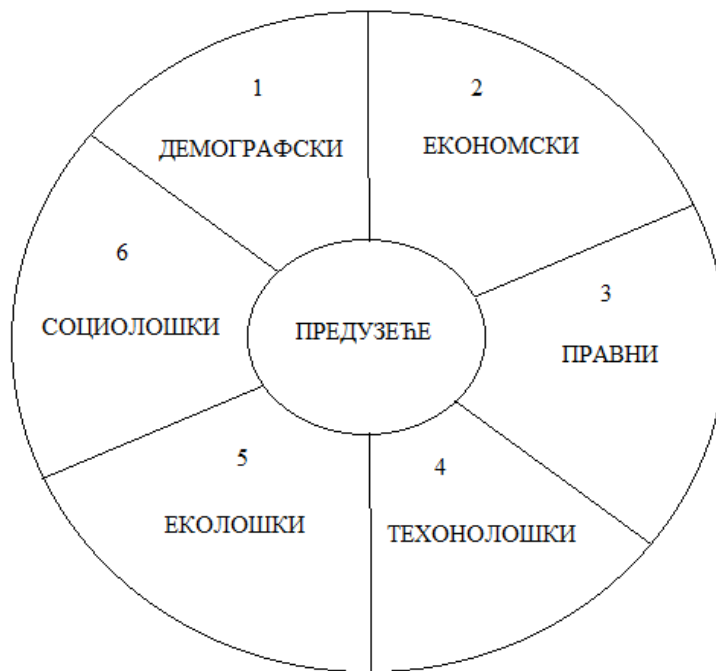
Све вештачке баријере за улазак на тржиште и раст су спољашње односно екстерне за мало предузеће. Оне су резултат јавне политике, која се формира да би промовисала неки циљ, али ненамерно она може имати штетан утицај на раст малих предузећа. Ови не намерни утицаји јавне политике могу се означити као регулативне баријере за раст малих предузећа. Регулаторне баријере обухватају све мере јавне политике усмерене на промовисање конкуренције на тржишту.

3.5 Екстерни (спољашњи) фактори који ограничавају раст предузећа

Екстерни ограничавајући фактори се односе на све појаве у окружењу које могу утицати на даљи раст и развој предузећа. Од екстерних ограничавајућих фактора који начелно могу успорити даљи раст предузећа на одређеном подручју најважнији су [11]:

- Постојање одређених рестриктивних правних норми које отежавају приступ савременим технологијама, као што је, на пример, контрола производне технике кроз патенте;
- Отежан приступ неопходним елементима производње (мисли се, пре свега, на репроматеријал и специјализовани технички и управљачки кадар);
- Неразвијеност услова за добијање финансијских средстава
- Дестимулативност мера економске политике;
- Неразвијеност саобраћаја и трговинских комуникација;
- Постојање законских (антимонополских) ограничења даљем расту по одређеном методу;
- Постојање тешко премостивих осталих предности постојећих предузећа, као на пример, предности у добијању кредита, контрола супериорних облика и дезена производа, поседовање или повољан приступ неким нееластичним каналима дистрибуције и слично.

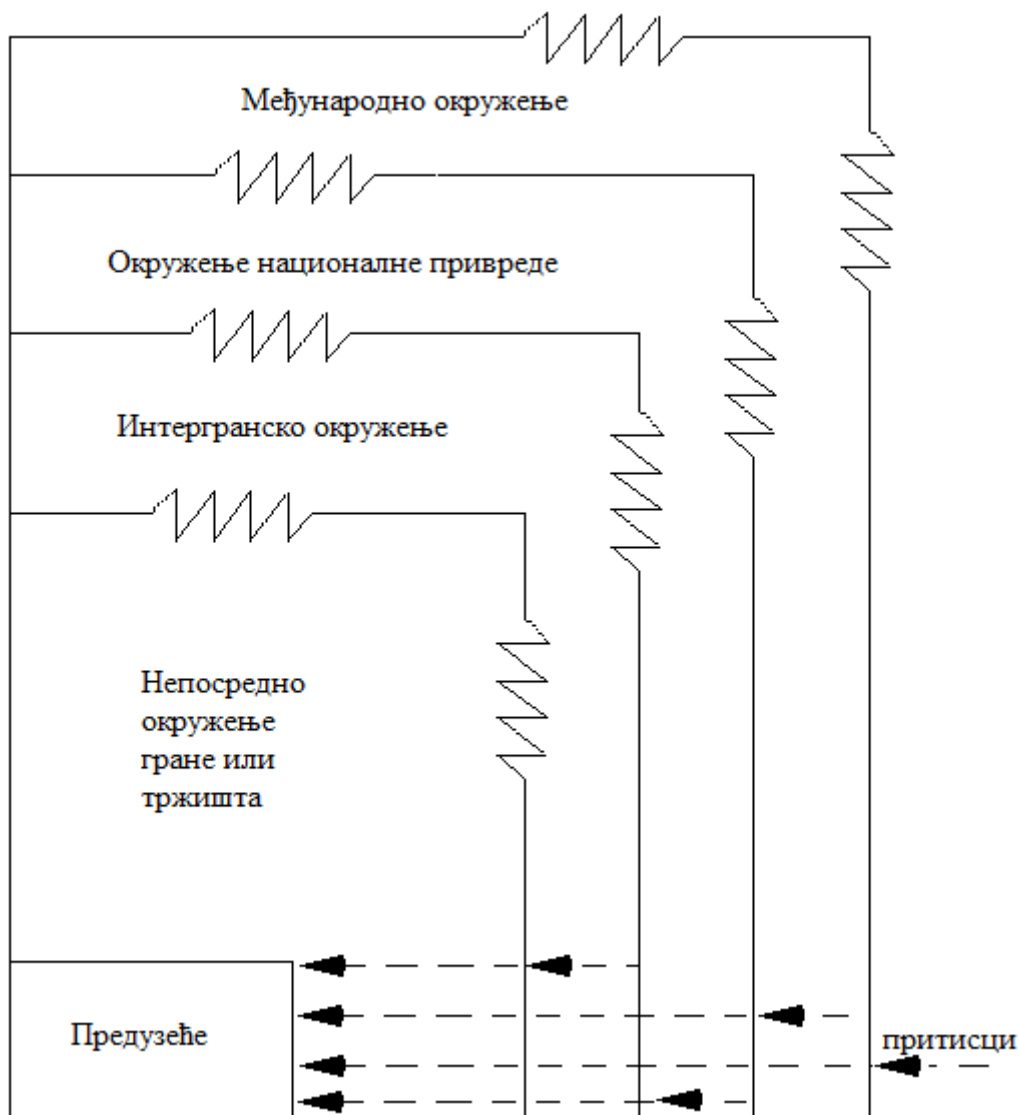
Да би се описао смисао дејства ове групе фактора данас се у теорији и пракси користи синтагма *екстерно окружење*, иако би правилније било говорити о факторима окружења. Наиме, ради се о факторима који су изван дотичног предузећа и на које оно не може у потпуности утицати, а који битно могу утицати на могућност и ефикасност остваривања његове економске мисије. У питању је велики број фактора у чијем се јаком деловању формирају шансе и претње за будуће пословање предузећа, те се од предузећа као основног носиоца очекује да идентификује и антиципира промене у овим факторима да би сходно томе програмирало коришћење својих интерних могућности. Да би се представило укупно окружење предузећа, уобичајено је да се екстерни фактори групишу у следеће категорије: економско, правно, технолошко, социолошко и демографско окружење (слика 5).



Слика 5. Класификација фактора окружења [1]

Сваку групу чини мањи или већи број фактора који у датом тренутку са своје стране уређују услове привређивања, односно укупан пословни амбијент. Тако на пример у оквиру економског окружења релативно је идентификовати основе трендове раста привреде, кретање стопе инфлације, мере друштвено-политичких заједница, као и подручја регулисања услова привређивања, структуру тржишта и сл. Треба, међутим, бити свестан постојања међу утицаја у оквиру ових категорија окружења. Њихов значај за пословање предузећа варира зависно од величине предузећа, ширине његове делатности и улоге у датом стадијуму развоја привреде и друштва. Отуда се идентификовање структуре просторног хоризонта често везује са могућношћу препознавања, тзв. нивоа утицаја. (слика 6.)

Према томе, полази се од тога да пословање предузећа трпи одређене утицаје из међународног, национално-привредног и окружења различитих привредних и других грана и тржишта који су међусобно зависни. Значај међународног окружења зависиће, пре свега, од тога колико су дотична предузећа по основу продаје и набавке оријентисања на међународно тржиште. Уколико предузеће цео свет посматра као потенцијално тржиште за своје производе и уколико је оно изложено конкурентском притиску спољних предузећа уколико је и већи значај изучавања међународног окружења. Ради се практично о домену међународног маркетинга који међународну трговину не свде само на извоз производа него и делова производа, затим извоз истраживачког *know-how*, лиценци, оснивање предузећа у иностранству, друге облике инвестиција у иностранству као увоз производа или њихових делова који су јефтинији од домаћих.



Слика 6. Окружење у којем предузеће послује [1]

Национална привреда као окружење практично обухвата стање и перспективе развоја свих привредних грана у дотичној земљи, плус мере државних органа на подручју уређивања услова привређивања. Предузеће треба унапред предвидети формирање шанси и претњи за пословање предузећа у будућности. Практично, ради се о јако великом броју података који одсликавају планирани раст појединих величина, и развој грана чије значење тек треба разумети да би се антиципирала структура будућег пословног амбијента. Тако на пример релевантно је анализирати податке о очекиваном расту становништва, променама у броју и структури запослених, затим планирани пораст продуктивности, пораст цена, бруто друштвеног производа, дохотка и структуре његове потрошње, инвестиција, планирани развој појединих грана и сл. Дobar број ових података треба да је садржан у аналитичко-документационим основама средњорочних и дугорочних планова друштвено економског развоја виших друштвено-политичких заједница као и у самим плановима њиховог развоја.

Трећу врсту окружења конституише стање међугранске повезаности, а по основу супституције производа. Наиме, за конкретно предузеће је релевантно да ли одређени производи трпе конкуренцију производа из других грана, то је нужно узети у обзир, осим гране као окружења, и оно што се дешава у сродним гранама.

Коначно добија се група као најнепосредније окружење предузећа. Будући да се ради о свим произвођачима у дотичној грани, а који се налазе у односу стварне или потенцијалне конкуренције, битно је детаљно истражити структуру овог окружења. Свакако да је најзначајније познавати садашње стање односа снага (тржишног учешћа сваког произвођача), елементе конкурентске позиције сваког понуђача, јаке и слабе стране сада и у перспективи, тенденције у развоју тржишта за производима гране, тенденције у развоју технологије и сировининих основа на којима заснива продукција гране, потенцијални утицај онога што ће се дешавати у другим гранама и сл. Са обзиром на повезаност са претходним компонентама просторног хоризонта, анализа овог окружења практично конкретизује утицаје и остала три окружења, те се може рећи да из ове анализе и предвиђања *de facto* и црпимо најважније планске претпоставке [1].

3.6 Интерни (унутрашњи) фактори који ограничавају раст предузећа

Интерни ограничавајући фактори расту произилазе из створене ситуације у предузећу и профита досадашњег раста. Недовољност кадровског потенцијала у смислу броја, знања и воље, сигурно се појављује као кључни фактор који ограничава раст. Поред кадровског потенцијала, интерни лимити раста предузећа могу бити и: неадекватна организациона структура предузећа, оскудност расположивих финансијских средстава, неразвијена истраживачко-развојна основа, и слично [2]. По правилу предузеће може да утиче на интерне факторе свог развоја. Међутим посматрано у одређеном временском пресеку, они се јављају као дата величина која у одређеном тренутку делује задржавајуће на развој предузећа. Са становишта кадровског потенцијала, максимални износ раста биће одређен расположивошћу релевантног кадровског потенцијала у односу на потенцијал који се захтева да би се остварио жељени темпо раста. Тај однос ће зависити од [1]:

- Карактера експанзије (већи број различитих производа);
- Веза пројекта са постојећом производном базом и
- Метода раста у смислу да ли се ради о спајању са великим предузећем или већим бројем мањих.

Досадашња стратегија раста може да створи нове могућности за раст али може и да га блокира. Опредељивањем за специјализацију на одређеном подручју производње, предузеће ограничава оквир стратегије понашања. Осим тога, на одређеном нивоу раста, поједине стратегије долазе у конфликт.

Посебни ограничавајући фактори раста могу да произађу из карактера техничко-технолошких решења.

Наиме, код повећања техничких капацитета постоје одређени ступњеви на којима су екстратрошкови већи од трошкова екстрапројектованог капацитета те се јавља потреба успостављања нове равнотеже. Због недељивости и различитог степена дељивости постројења у оквиру предузећа, понекад даљи раст имплицира померање одређене минималне величине, ако се жели очувати економија.

Природа производње и карактеристике тржишта, са своје стране, могу условљавати даљи раст. Тако, сматра се да су мала предузећа погодна на подручјима [1]:

- где је опрема прилагодљива и дељива,
- где због географске диспрезије тржишта сировина или готових производа, није могуће користити економију производње већег обима, због високих трошкова транспорта,
- где се производи по индивидуалним захтевима, или када се траже разни варијети или високодиференцирани производи,
- када се због техничких услова често мења начин рада , или када се често мења тражња (модни артикли),
- где је укупна продаја подложна широким флукуацијама и
- где је снабдевање битним сировинама или потенцијално тржиште готових производа, мало.

4. Фактори који детерминишу оптималну величину предузећа

4.1 Оптимално предузеће

У литератури углавном преовлађује схватање да је економија масовне производње значајна и да је висок степен концентracије, као једно од обележја савременог привредног развоја економски нужен. Сматра се да реална економија великих погона постоји али да је недовољна да оправда велику концентracију и да економија великог предузећа са више погона или не постоји или је само новчаног карактера, те нема никакве друштвене користи.

Постоји схватање по коме не може бити неограниченог раста, већ се сугерише раст до ограничених циљева. Мала предузећа ма колико била бројна не могу бити опасност за средину. Економија сувише потенцира критериј рентабилитета и игнорише зависност људи од природе (ограниченост базичних изворе). Сугерише се квалитет раста уместо квантитативне разлике. Према једној студији међународне банке подаци из земаља у развоју говоре, да мала предузећа са малим износом инвестиција по раднику остварују често вишу продуктивност капитала него већа капиталом интензивна предузећа.

Логика теоријских аргумената као и искуство праксе указали су на чињеницу опадања трошкова са порастом величине предузећа. Претпоставља се, иако то није могуће утврдити без неопходне статичке документације у сваком конкретном случају, да постоји оптимална величина предузећа при којој су дугорочни просечни трошкови најнижи по јединици производње. Не може се посебно рећи која је то оптимална величина предузећа, али се теоријски могу дати фактори који условљавају оптималну величину предузећа и оквири у којима се сматра да је предузеће оптималне величине.

Предузеће је оптималне величине само при одређеној структури тржишта посматрано са друштвеног становишта. Наиме ако су присутни елементи монопола онда цене не коинцидирају са просечним трошковима. Због тога се при дефинисању оптималног предузећа не узимају у обзир продајне цене већ производни трошкови као критериј оптималне величине предузећа.

Неки економисти праве јасну разлику између економске и техничке оптималне величине предузећа. Сматрају да је прави оптимум (највиша економичност) када сви економски фактори не делују (нпр. тржиште) – Техничка оптимална величина. Када се каже економска оптимална величина тада се сматра да је то реална величина предузећа и она долази у обзир у пракси, такође она може прилично да одступа од правог оптимума. Економска оптимална величина поред економичности у себе укључује и рентабилност.

Зависно од структуре тржишта може да дође и у пракси по правилу и долази, до веома значајних одступања, ако прихватимо термине одређених економиста између техничког и економског оптимума.

4.2 Пет основних фактора

У овом одељку ће се анализирати пет основних фактора који утичу на оптималну величину предузећа, с тим што ћемо акценат ставити на фактор који се односи на финансијска средства и трошкове.

Читав низ фактора утиче на однос између величине предузећа и трошкова. Фактори који утичу на овај однос могу се поделити на: техничке, руководства, финансијске, тржишне и ризика, и флуктоације. Наведени фактори треба у одређеним условима да доведу до апроксимативно оптималне величине предузећа. Утицај појединих фактора може бити различитог квалитета и интензитета деловања. Оптимална величина треба да произађе као резултанта комплексног деловања свих релевантних фактора.

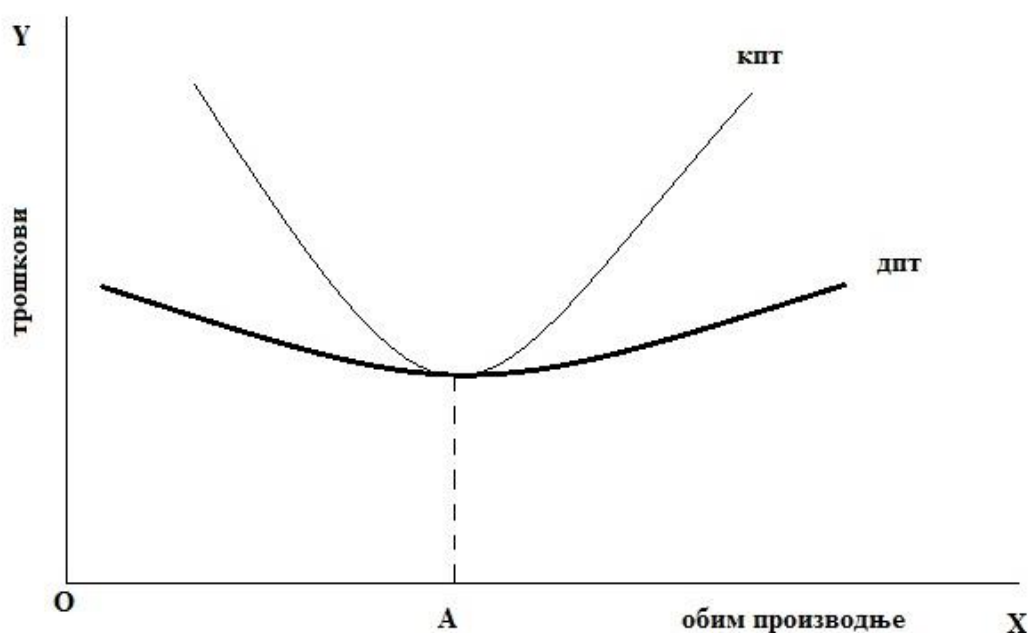
Од техничких фактора, који обично заузимају централно место, међу релевантним факторима који одређују оптималну величину предузећа посебно се истиче подела рада, која води ефикаснијем пословању. Могућност коришћења најсавременије опреме и уређаја и балансирање процеса (интеграције и деинтеграције технолошких процеса) су битни технички фактори. Оптимална величина предузећа са становишта техничких фактора није уловљена само производним могућностима појединих машина и уређаја, већ пре свега сврсисходношћу и вероватним степеном искоришћености. Уколико остали фактори (на пример, тржиште) захтевају већу од оптималне техничке величине, при датим могућностима техничког оптимума, онда долази обично до простог мултиплицирања техничких фактора до тачке (величине) где долази до усаглашавања са величином коју захтевају остали фактори. Значај техничких фактора уочљив је из чињенице, на коју су указале како економска теорија тако и привредна пракса, да дегресија трошкова која се појављује са повећањем величине предузећа, може у основи да се сведе на чисте техничке факторе. Тек од одређене величине предузећа могућно је потпуно и рационално користити одређене уређаје и опрему.

Финансијска средства су значајан лимитирајући фактор. Могућност предузећа да прибави средства за пројектовање и изградњу погона оптималне величине зависи од великог броја фактора. Недостатак финансијских средстава чест је разлог да предузеће није у могућности да изгради погон оптималне величине. Често се погон гради нешто испод техничког оптимума а у будућности се врши доградња према финансијским могућностима. Такозвана фазна изградња се доста често практикује у привредној пракси. Сматра се да већа предузећа имају повољније могућности како за стварање сопствених фондова тако и за прибављање средстава са стране под релативно повољнијим условима од мањих предузећа. Лакше је доћи и до иностраних извора финансијских средстава.

Тржиште, како набавке елемената производње тако и пласмана производа и услуга, утиче на оптималну величину предузећа. Иако има аутора који изражавају сумњу, превладава мишљење, да у одређеним условима постоји реална економија

набавке и продаје великог предузећа. У том смислу се и сматра да тржиште унеколико фаворизује велико предузеће.

При одлучивању о проблему величине предузећа присутни су увек одређени елементи ризика. Веома је сложено предвидети тенденцију у тражњи, технологији, трошковима и другим факторима од значаја за одлуку о величини предузећа. Предузеће не може да рачуна са подацима из прошлости већ се мора оријентисати на концепцију планских трошкова. Уколико се у пројект будућег предузећа свесно укалкулише прилагодљивост као препрека неизвесности (слика 8) то по правилу захтева одређене жртве, пошто су у том случају просечни трошкови већи него код предузећа пројектованог да ради са оптималном величином, уколико оно успева да нормално користи своја постројења.



Слика 8. Прилагодљивост због неизвесности [1]

Фактор руководства има утицај на оптималне величине предузећа. Није прихватљиво схватање да у овом фактору леже неминовни узроци прогресије дугорочних просечних трошкова по јединици производње, које се не може рекомпезирати предностима економије масовне производње. Међутим, то не значи да при статичком поређењу руковођења великог и малог предузећа није могућно наћи недостатке код првог и извесне предности код другог.

4.3 Динамички фактори величине предузећа

Оптимална величина предузећа она при којој су трошкови производње минимални. Таква величина представља одговарајући ниво технологије, тражње, цена, трошкова итд. Одређен ризик се увек мора прихватити при пројектовању величине

предузећа. Код већег броја делатности уштеде су значајне у инвестицијама при изградњи већег предузећа.

Однос између инвестиције и величине производње се изражава следећом формулом:

$$(Л1/Л2) = (П1/П2) \beta$$

где Л1 и Л2 обележавају потребна инвестициона улагања за изградњу одређеног погона 1 и 2, а П1 и П2 су одговарајући обими производње. β је емпиријски експоненцијални коефицијент који варира од једне гране до друге и који стоји као тачан у једном оквиру изнад кога варира.

Не само да трошкови инвестирања код већег броја делатности опадају са величином предузећа већ и трошкови производње по јединици производа се код неких делатности смањују.

При поређењу трошкова производње различитих величина предузећа претпоставља се да је степен њиховог коришћења капацитета константан. Наима, не треба previdети разликовање између економије која се постиже бољим коришћењем постојећих капацитета и оне која се остварује величином капацитета. У предузећу дате величине економије се остварују бољим коришћењем капацитета и дегресијом трошкова – фиксни трошкови се распоређују на већи број произведених јединица производа. Предност већег у односу на мањи погон у трошковима по јединици производа је због технолошке економије величине и могућности за економију тзв. општих трошкова. Технолошка економија величине се остварује поделом рада и интеграцијом процеса као и због механичке предности неке опреме и уређаја. Могућност за уштеду тзв. општих трошкова су код активности истраживања и развоја, количинског рабата и уопште повољних услова набавке, у трошковима одржавања и оправки опреме, стандардизацији производа, итд. У добром броју делатности економија општих трошкова су код активности истраживања и развоја, количинског рабата јединици производа код великих погона нижи по јединици производа. То говори у прилог тези да удруживањем рада и средстава за одређивање активности може да се обезбеди и друштвена економија за већи број предузећа и без експанзије величине њихових постројења. Свако појединачно предузеће не може имати свој сектор истраживања и развоја и наступати самостално на иностраном тржишту, на пример.

Поједини елементи трошкова на различити начин реагују ако се промени величина погона или предузећа. У принципу трошкови материјала су пропорционални како са обимом производње тако и са величином капацитета. Економија код већег предузећа се остварује путем бонификације при набавци већих количина, у трошковима транспорта и манипулисања. Слично је и са трошковима енергије и горива – уштеде су ограничене и последица су примењене технологије. Економија у трошковима радне снаге могућа је ако повећање величине значи капиталом интензивну производњу. Ефекат величине предузећа по јединици трошкова капитала је значајан и условљен је делатношћу односно структуром трошкова и маргиналне цене капитала. Велико предузеће боље користи специјализоване факторе производње и разне услуге, а уз то

долази до депресије фиксних трошкова – њихове поделе на већи број јединица производа. У неким случајевима нешто су релативно нижи и трошкови амортизације.

5. Ограничавајући фактори раста и развоја малих и средњих предузећа у Србији

У данашње време се може чути да се мала и средња предузећа (МСП) сматрају као једна од водећих снага економског развоја. Зато је ово сектор од кога се највише очекује – стварање диверзификације економске структуре, генерисање радних места за велики број незапослених, допринос извозу и трговини, активно учешће у креирању тржишне економије итд.

Међутим, МСП се сусрећу у свакодневном животу са великим бројем проблема и са ограничењима. У циљу да се превазиђу постојећи проблеми пословања, потребно је ојачати финансијску подршку, увести олакшице и фискалне подстицаје, решити се административних баријера, односно потребно је унапређење овог сектора које треба бити базирано на развојној стратегији на основу које би се, уз одговарајућу подршку институција, спроводиле координирано активности у циљу даљег оживљавања МСП [7].

У наредном тексту биће речи о најзначајнијем ограничавајућем фактору раста малих и средњих предузећа у Србији, о финансијским средствима и финансијској подршци кроз различите фазе животног циклуса предузећа у Србији.

5.1 Финансијска подршка (финансирање малих и средњих предузећа у различитим фазама животног циклуса)

Један од значајнијих фактора који ограничава опстанак и раст МСП јесте Финансирање. Само оснивање предузећа, ширење пословних активности, развој нових производа и улагање у опрему, људске ресурсе и постројења ради се због потребе предузећа за капиталом. Може се рећи да по правилу мала предузећа оснива једна особа (предузетник) , мада то може бити и група од неколико људи који имају заједничку идеју за започињање бизниса, и они располажу сопственим средствима или у замену за учешће у предузећу имају финансијску помоћ пријатеља и породице. Како предузеће раста и постаје успешно јавља се и потреба за иновацијама и ширењем бизниса. Зато се јављају проблеми зато што је обезбеђивање финансијских средстава за мала предузећа много захтевније и теже него за велика.

МСП се суочавају и са проблемом ограниченог приступа на тржишту новца и тржишту капитала, због тога су принуђена услед исцрпљивања сопствених ресурса, да недостатак средстава прибаве на локалном банкарском тржишту. Отежано финансирање представља највећу препреку расту и развоју МСП. У почетним фазама раста, већина малих предузећа користи сопствене изворе финансирања. У каснијим фазама животног циклуса потреба за капиталом превазилазе интерне могућности власника, и он тада мора да размотри коришћење екстерних извора финансирања ,да би

обезбедио средства за инвестиције и развој пословања. Међутим, финансирање из екстерних извора може представљати проблем за веома млада односно *start – up* предузећа јер они немају историју пословања, као и за иновативна предузећа јер она као таква представљају она за банке представљају категорију ризичних дужника, јер је за банке најважније да се обезбеде од ризика.

Као што се могло уочити из прочитаног, за обезбеђивање финансијских средстава, МСП могу користити интерне и екстерне изворе, као и различите њихове комбинације. Сопствена новчана средства представљају најчешћи интерни извор финансирања који користе МСП. У екстерне изворе финансирања спадају формални и неформални извори. Неформални извори могу бити средства која су прикупљена од, пријатеља, породице и од богатих појединаца – тзв. пословних анђела. Видови традиционалног задуживања (микрокредитирање, лизинг, кредити банака и других институција које се односе на финансије) као што је факторинг, фондови различитог капитала, трговачки кредити итд. представљају формалне изворе финансирања. Најчешће се користе комбинације више различитих извора финансирања, и увек се преиспитује однос између два капитала позајмљеног и сопственог. Доступност различитих извора финансирања се мења током развојног циклуса предузећа, све у зависности од циљева, фазе раста, од потенцијала раста, од сектора у коме се послује као и од односа менаџмента према ризику.

Резултати истраживања показују да би од ванбанкарских екстерних извора финансирања МСП у Србији најрадије користила помоћ државе, затим микрофинансирање од стране ванбанкарских субјеката, помоћ пријатеља и породице, пословне анђеле и на крају ризични капитал, као што се може видети у табели 1.

-- у % --	
Проблем	Фреквенције договора
Помоћ државе	70,0
Микрофинансирање од стране ванбанкарских субјеката	11,7
Помоћ пријатеља/рођака	10,0
Пословне анђеле	5,0
Ризични капитал	3,3

Табела 1. Структура одговора на питање: „Који од од наведених ванбанкарских екстерних извора финансирања бисте најрадије користили?“ [8]

Предузећа се током свог живота, у настојању да обезбеде капитал из најповољнијих извора, сусрећу са дилемом: задуживање или власнички капитал? С обзиром на бројне предности и недостатке обе алтернативе, нека оптимална структура финансирања је ограничена циљевима развоја и раста предузећа. МСП су на располагању следећа четири извора финансирања [8]:

- сопствена средства,
- средства породице и пријатеља,

- средства формалних инвеститора – фондови ризичног капитала односно *venture capital* фондови или корпорације и
- средства неформалних инвеститора – богатих појединаца тзв. пословних анђела.

Када тек започињемо неки бизнис, на самом почетку животног века предузећа, треба да се има у виду да ће број расположивих извора финансирања бити мали. Због ограничености поузданих података о финансијским и другим особинама пословног подухвата, екстерно финансирање је још увек неповољно за секторе МСП и привлачење екстерних извора је отежано. Мала предузећа теже долазе до кредита. Са порастом предузећа и његовог напретка у пословању, јавља се диверсификација доступних извора финансирања. У раним фазама свог развоја предузеће се у највећој мери финансира из сопствених извора финансирања, ослања се на сопствена средства и позајмице од пријатеља и породице. Како предузеће расте, споменуте интерне могућности предузећа се исцрпљују а повећавају се могућности коришћења спољног капитала у различитим формама – пословни анђели, формални инвестициони фондови, корпоративне инвестиције, позајмице банака и други. Такође, финансирање много зависи од типа предузећа, тј. да ли је у питању традиционално МСП, које је основано за обезбеђивање прихода за појединца, породицу или мању групу запослених, или иновативно предузеће са средњим или високим потенцијалом за раст.

У start-up фази, односно фази зачетка развоја предузећа, за већину предузетника најзначајнији извор финансирања представљају позајмице од породице. Финансирање задуживањем код комерцијалних банака и других институција за финансије, се врши само у случајевима када је то нужно и неопходно уз услов и да је доступно. Због повећаног ризика и неизвесности пословног подухвата, задуживање у овој фази може представљати велики проблем. Због тога предузетници преферирају финансијску флексибилност, јер тада настоје да избегну плаћање анuitета, као и високе трошкове који прате задуживање. Добро је то што је данас држава развила различите програме државне подршке почетницима у бизнису. Ти програми представљају предузетницима који тек започињу свој бизнис значајан извор обезбеђивања финансијских средстава у раним фазама развоја (табела 2). [8]

Тип МСП	Фаза зачетка и start-up фаза	Фаза раста	Фаза зрелости
Предузећа са малим потенцијалом за раст	Индивидуална уштеђевина, капитал у некретнинама, ушћедевина породице и пријатеља, државна помоћ, кредити банака	Факторинг, лизинг, трговачки кредити, задуживање код банака	Нераспоређена добит, задуживање код банака
Предузећа са умереним потенцијалом за раст и предузећа са потенцијалом за брз раст	Индивидуална уштеђевина, уштеђевина породице и пријатеља, неформални пословни анђели, фондови venture капитала, корпоративне инвестиције	Venture капитал, затворена/приватна понуда акција, иницијална јавна понуда акција, задуживање код банака, корпоративне инвестиције	Корпорације, задуживање код банака, фондови обвезница са високим приносом, пензионирани фондови, иницијална јавна понуда акција (ИПА)

Табела 2. Извори финансирања МСП по фазама животног циклуса [8]

Ако неки предузетник има неку иновативну пословну идеју или концепт, већина њих ће капитал покушати пре да прибави преко пословних анђела, који представљају јефтинији и доступнији извор, него од формалних инвеститора. То је у неку руку и логично због тога што су у овој фази пословни пројекти веома ризични, са великим процентом неуспеха, што сугерише чињеницу да су још увек недовољно атрактивни за *venture capital* фондове и корпорације. Поред тога што пословни анђели обезбеђују капитал, они такође обезбеђују и неопходно искуство и вештине, зато се због тога сматрају једним од најзначајнијих извора финансирања у раним фазама развоја иновативних и брзорастућих МСП.

Финансирање из екстерних извора добија на значају, у фази раста јер су до тада новчана средства предузетника исцрпљена. Како расте МСП, задуживање и “*venture capital*” постају све популарнији извори финансирања. Међутим, кредитирање МСП није профитабилно за банке због ризика повраћаја средстава, због трошкова обраде захтева и административних високих трошкова, као и због тога што мала и средња предузећа немају адекватну књиговодствену евиденцију, бизнис планове и финансијске извештаје. Због свега наведеног задуживање представља изразито скуп извор финансирања. У овој фази, најчешће предузећа користе лизинг, факторинг и трговачке кредите. Лизинг се најчешће појављује и користи у земљама које су у транзицији и немају довољно новца за куповину опреме и технологије. Он се односи на склапању уговора између лизинг компаније и примаоца лизинга, при чему се постројења, опрема или возила дају на коришћење примаоцу лизинга на одређени временски период уз надокнаду. Под факторингом подразумевамо финансијску трансакцију, где предузеће очекује приход, дакле, има своја потраживања нпр. по издатим фактурама – рачунима, продаје та потраживања трећој страни, некој финансијској институцији која се зове фактор, по сниженој цени, зато што од фактора добија истог тренутка готовину, која је неопходна за даље одржавање послова. Као облик краткорочног финансирања, имамо

трговачке кредите, и они представљају кредите које добављачи одобравају купцима, када им омогуће да могу на одложено да плаћају купљене производе и услуге. Трговачки кредити такође представљају важан инструмент управљања новчаним токовима.

За брзорастућа мала и средња предузећа, као и за предузећа са средњим потенцијалом раста, venture capital, односно ризични капитал представља погоднији извор финансирања него задуживање код банака. Фондови овакве врсте извора финансирања, улажу свој капитал у приватна предузећа која имају висок потенцијал за раст, у замену за удео у структури власника. За разлику од банкарских кредита, када се предузеће финансира из фондова ризичног капитала, у случају да обавезе по основу кредита оптерећују ток финансија предузећа током целог периода трајања кредита, власницима се дивиденде исплаћују само ако је предузеће остварило профит. Средства обезбеђивања нису потребна код ове врсте извора финансирања што није случај код задуживања код банака. Предузећа са високим потенцијалом за раст имају велики избор могућности комбиновања различитих извора финансирања, стога за разлику од осталих предузећа имају реалне шансе да капитал обезбеде јавним позивом за откуп акција. Високорастућа предузећа такође користе и кредите комерцијалних банака као и других институција.

Предузећа која имају мали потенцијал раста током целог животног циклуса суочавају се са проблемом ограниченог броја извора финансирања. Чињеница је да се ова предузећа у току своје фазе зрелости морају ослонити на средства која прибављају код банака и на средства од нераспоређене добити. Предузећа са високим потенцијалом раста, у овој фази раста финансијска средства прикупљају путем акција, као и од различитих инвеститора.

Према истраживањима која су спроведена дошло се до резултата да у Србији, 25% анкетираних МСП финансијска средства за раст добија из банкарских кредита, 28% од нераспоређене добити, 11% од програма које је држава развила, 7% од додатног власничког улагања и 2% од позајмица пријатеља и родбине (слика 10).



Слика 10. Дистрибуција одговора на питање: “За финансирање раста и развоја користим финансирање од“ [11]

Према истраживањима европске асоцијације за приватни и ризични капитал, адекватност појединих извора финансирања у различитим фазама развоја се види из табеле 3.

Фаза у животном циклусу МСП	Адекватан извор финансирања
фаза зачетка	Неформални акцијски капитал и позајмице од оснивача и сарадника. Кредити банака уколико је то неопходно и под условом да су доступни.
start-up фаза	Неформални акцијски капитал и позајмице од оснивача и сарадника. Кредити банака уколико су доступни. Лизинг за опрему
фаза експанзије	Акцијски капитал из оригиналних извора, вентуре капитал, позајмице од банака. Други извори финансирања као што су лизинг и факторинг. Нераспоређена добит
замена капитала	Вентуре капитал, иницијална јавна понуда (ИПО)

Табела 3. Адекватност извора финансирања МСП у различитим фазама развоја [8]

Кредити банака још увек представљају један од најзначајнијих и најчешће коришћених извора екстерног финансирања током животног циклуса највећег броја малих и средњих предузећа. Овим начином предузећа финансирају залихе, средства обртања и инвестиције. Услови за добијање кредита за МСП се разликују по земљама али се не мењају по повољности за мања предузећа, јасно је да ће велика предузећа увек имати боље услове и повољности за задуживање код банака. Разлог томе лежи у чињеници да говоримо о различитим разлозима ова два предузећа за кредитним потребама. Мањи износи кредита који одобри банка за сектор МСП-а захтевају и веће каматне стопе, јер на тај начин банке себи обезбеђују профитабилност. Постоји неколико најважнијих проблема с којима се банке сусрећу приликом одобравања кредита малим предузећима а то су: високе камате, ограничени износи кредита, скупе и дуготрајне процедуре обраде захтева за одобравање кредита, проблематична средства обезбеђења.

Проблем	Фреквенција одговора – у%
Високе камате	45
Обезбеђивање кредита	26
Високи банкарски трошкови	11
Спора и дуга процедура за обраду захтева и одобравање кредита	9
Лимитирани износ кредита	7
Недовољна информисаност	2
Недовољна мрежа експозитура	0
Нешто друго	0

Табела 4. Структура одговора на питање: “Приликом коришћења кредита највећи проблем су ми? [8]“

Према истраживањима дошло се до резултата који говоре да око 45% домаћих малих и средњих предузећа као највећи проблем наводе високе каматне стопе, 25%

кредитно обезбеђење, 11 % високе банкарске трочкове, 9% споре процедуре обраде захтева, 7% ограничавајуће (лимитиране) износе кредита и 2% недовољно добру информисаност (табела 4) [8].

6. Закључак

Фактори раста и развоја су многобројни. У овом раду је објашњен утицај неких важнијих фактора на раст предузећа, као и о ограничењима и подстицајима раста. Проблем категорисања фактора никада неће бити решен до краја, из простог разлога јер се један исти фактор може јавити и као подстицај за раст предузећа и као ограничавајући фактор раста. Ипак, фактори ће увек бити присутни било као баријере раста или као подстицаји расту, стога предузеће мора да развија одређене стратегије раста, како би одолело свим искушењима које доносе промене у унутрашњим и спољним факторима (окружењу). Посебну компоненту стратегије чини оцењивање правца раста са становишта обезбеђивања флексибилности предузећа да што безбедније преживи промене и што ефикасније искористи шансе које могу настати изненадним променама у спољним факторима. Предузеће се мора прилагодити да реагује и на изненадне претње и изазове.

Очекивања од малих и средњих предузећа у Србији су велика, али са друге стране њихово пословање је ограничено различитим факторима. Постојећи фискални и административни оквир није стимулативан, и финансијска подршка није адекватна. Да би се решио овај проблем, предлаже се обезбеђивање бољег пословног окружења. Односно, треба да се уведе адекватан приступ свежем капиталу, као и да се уведу неке пореске олакшице и подстицаји. Такође, процедура регистрација предузећа треба да буде бржа и ефикаснија, да постоји већи број институција које би подржале интересе сектора МСП и да се што више спроводе програми обуке за предузетнике. Када би се радило на овим проблемима, очекивала би се велика експанзија малих и средњих предузећа, и постала би једна од водећих снага економског друштва.

Литература

- [1] М. Милисављевић & Ј. Тодоровић, Планирање и развојна политика самоуправног предузећа, Савремена администрација, Београд, 1983.
- [2] Д. Јуришић, Планирање и развојна политика самоуправног предузећа, Савремена администрација, Београд, 1983.
- [3] Drucker P., Management: Tasks, Responsibilities, Practices, Harper and Row, New York, 1998.
- [4] М. Милојевић, Пословни систем структура и појавни облици, Драгослав Јаковић, Научна књига, Београд, 1980.
- [5] S. F. H. Shah, T. Nazir, K. Zaman & M. Shabir (2013), Factors Affecting the Growth of Enterprises: A Survey of the Literature from the Perspective of Small- and Medium-Sized Enterprises, Journal of Enterprise Transformation, Vol.3, No2, 53-75.
- [6] Y. Mehrizadeh & S. H. Sajady (2005), A study of factors related to successful and failure of entrepreneurs of small industrial business with emphasis on their level of education and training, Paper presented at the European Conference on Educational Research, University College Dublin, 7-10 September 2005
- [7] С. Филиповић (2003), Ограничавајући фактори развоја малих и средњих предузећа у Србији, Индустрија, 3 – 4, 25-36.
- [8] Д. Ерић, И. Бераха, С. Ђуричин, Н. Кеџман, Б. Јакшић, Финансирање средњих и малих предузећа у Србији, Институт економских наука Београд, Београд, 2012.

Корисни линкови:

- [9] <https://prezi.com/6axywabpkgco/prirodne-i-vestacke-barijere-za-rast-preduzeca/> приступљено 07.11.2018.
- [10] <http://www.link-university.com/lekcija/Organizaciona-sredina-i-okru%C5%BEenje-u-kome-organizacija-deluje/2689> приступљено 29.10.2012.
- [11] <http://vasic.info/nuznost-razvoja-preduzeca/> приступљено 08.11.2018.