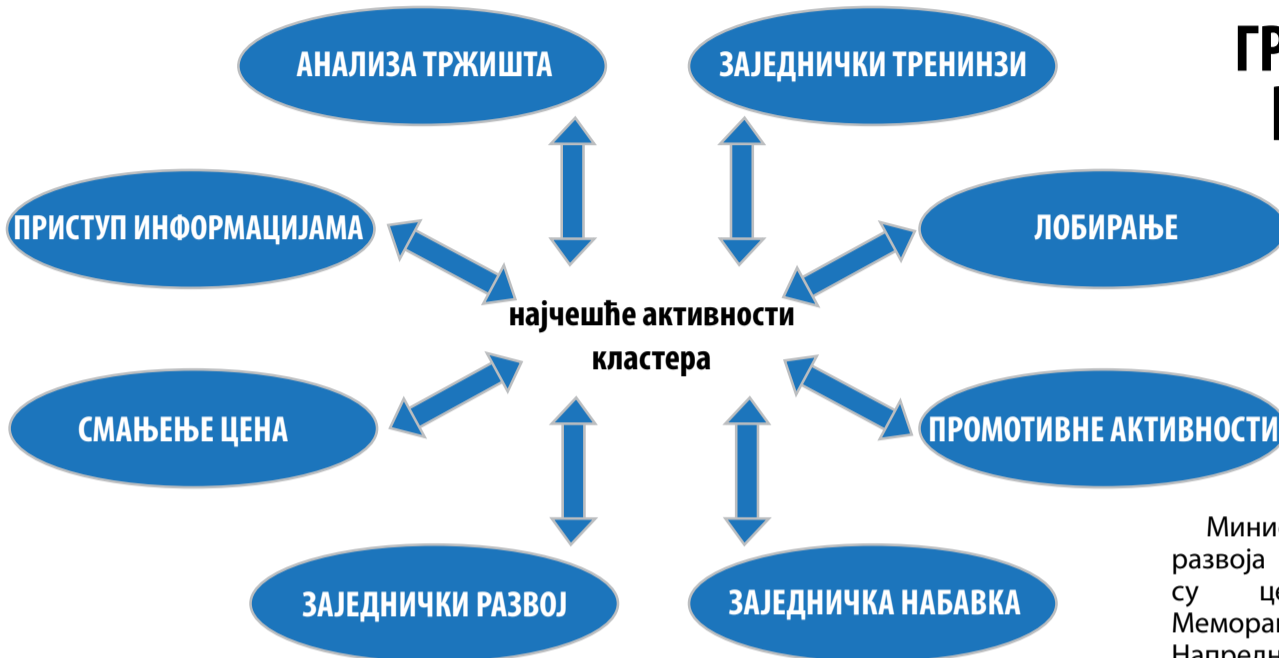




ГРАД НИШ ПОДРЖАВА РАЗВОЈ КЛАСТЕРА НАПРЕДНИХ ТЕХНОЛОГИЈА

Град Ниш и Пројекат за развој конкуретности и промоцију извоза СЕЦЕП, заједнички пројекат Европске Уније и Министарства економије и регионалног развоја Републике Србије, организовали су церемонију свечаног потписивања Меморандума о подршци будућем кластеру Напредних технологија у региону града Ниша.



ВОДИЧ КРОЗ РЕГИСТРАЦИЈУ И РАД МСП

- » КОЈИ СУ ДОПРИНОСИ ОБАВЕЗНИ?
- » ОБРАЧУНАВАЊЕ, УТВРЂИВАЊЕ И ПЛАЋАЊЕ ДОПРИНОСА
- » ПЛАЋАЊЕ ДОПРИНОСА КАДА СЕ ПРИХОДИ ОСТВАРУЈУ ПО ВИШЕ РАЗЛИЧИТИХ ОСНОВА
- » СТОПЕ ДОПРИНОСА
- » ПОРЕЗ НА ДОБИТ ПРЕДУЗЕЋА
- » ОПОРЕЗОВАНА ДОБИТ
- » ОБРАЧУНАВАЊЕ И ПЛАЋАЊЕ ПОРЕЗА
- » КАПИТАЛНА ДОБИТ
- » ОСЛОБАЂАЊЕ ОД ПЛАЋАЊА ПОРЕЗА

ВИЗИЈА ГРАДА НИША

Захваљујући процесу који је спроведен у Нишу за потребе израде Стратегије развоја града, а нарочито раду на креативним радионицама, дефинисана је визија града која гласи:

**НИШ ЋЕ ПОСТАТИ РАСКРСНИЦА И МЕСТО СУСРЕТА ЉУДИ, ИДЕЈА, КУЛТУРЕ И ТРАДИЦИЈА;
РЕГИОНАЛНИ ЕКОНОМСКИ, УНИВЕРЗИТЕТСКИ, ЗДРАВСТВЕНИ, СПОРТСКИ И ТУРИСТИЧКИ ЛИДЕР;
ЦЕНТАР ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА У КОЈЕМ ЈЕ ДОСТИГНУТ ВИСОК КВАЛИТЕТ ЖИВОТА ЗА СВЕ ГРАЂАНЕ.**

РЕЧ ИМА: Градоначелник Ниша Мр Милош Симоновић



До 2007. године и доношења Закона о локалној самоуправи, локална самоуправа ни званично ни формално није била надлежна за локални економски развој. Нови Закон је по први пут дефинисао активности локалне самоуправе на подстицају локалног економског развоја. Непостојање закона је, до његовог доношења, много пута било и разлог и оправдање за непостојање јасних смерница и подршке економском развоју. Искуства земаља ЕУ и света су показала да без доброг сервиса локалне самоуправе нема ни локалног економског развоја. Зато је приоритет Града Ниша управо поправљање старе слике и стварање повољног пословног амбијента.

Једна од првих активности града на овом пољу, било је отварање Канцеларије за локални економски развој. Следиле су активности у домену стратешког планирања, потом на пољу међурегионалне сарадње, промоција инвестиционих потенцијала и, веома важна, подршка малим и средњим предузећима.

Од 2008. године је покренута прича о потреби изналажења нових потенцијала Града, по први пут у сарадњи са фабриком дувана Филип Морис и Регионалном привредном комором. Организован је Нишки инвестициони форум, Ниш је почео да се појављује на сајмовима инвестиција у земљи и иностранству. У почетку је то радио Град сам, да би затим дошло до сарадње са РПК у заједничкој промоцији потенцијала Града.

Канцеларија за локални економски развој развила је промотивни материјал Града, а све ово пратио је интензивни рад на развоју важних стратешких докумената. Започет је и реализован велики број важних пројеката, уз сталну компоненту јачања капацитета града. Постали смо чланови НАЛЕД-а, спровели важан процес сертификације града, формирана је Обласна развојна асоцијација ЈУГ, формиран су текстилни, грађевински и кластер напредних технологија.

Уз велику помоћ ЛЕДИБ програма спроведена су четири, за град важна пројекта, а интензивно се ради и на стављању у функцију зоне ЕИ, где још увек има доста препрека и проблема. У наредном периоду главна смерница Града треба да буде улагање додатних напора како би се 65 ха на простору ЕИ Холдинга довело до техничко технолошког нивоа који ће бити добитна комбинација за град за довођење нових инвеститора и побољшање услова за рад постојећих компанија.

Од великог значаја за економски развој Града су и слободне зоне, а успостављена база градског грађевинског земљишта, уз помоћ и подршку УСАИД програма, помогла је да сада тачно знамо чиме град располаже када је грађевинско земљиште у питању.

Град подржава неколико пројеката чији је циљ запошљавање, а 90 милиона динара од приватизације Фабрике дувана, стављено је у функцију кроз кредитну линију са БАНКА ИНТЕЗОМ. Започета је и друга кредитна линија дугорочних кредита, са НЛБ абнком, уз подршку ЛЕДИБ програма.

Новина је и то што град Ниш може да се похвали и добром сарадњом са свим националним и државним институцијама. Уз активну подршку града, чак 9 компанија из Ниша добило је средства од СИЕПЕ, а 7 компаније, поред компаније ЈУРА и ДАЈТЕК, треба да запосле између 600 и 700 нових радника. Са пресељењем Фонда за развој у Ниш, ова сарадња може да буде само још боља.

Наше генерално искуство, када су инвеститори у питању, је да сваки инвеститор, како страни тако и домаћи, мора да се прати од почетка до краја, како би се уклониле препреке споре и обимне администрације.

Основни циљ како мој, тако и мојих сарадника је стварање позитивне пословне климе, како у граду тако и у нашем региону. У овом тренутку су у току преговори о доласку нових компанија у град, поред Јуре, Дајтека и Сажема, а средином децембра град ће посетити делегација од 12 корејских компанија које су, задовољне досадашњом сарадњом са градом затражиле од Владе Србије да Ниш буде главно место стационирања корејских компанија у будућности.

Генерални правци града, у периоду пред нама, биће стварање услова за долазак нових инвеститора, потом налажење стратешких партнера за приватизоване фирме, што смо до сада пропустили да урадимо, као и заједничко тражење партнера за докапитализацију постојећих компанија у граду.

Задатак свих нас је излазак из изолованог круга и помоћ како компанијама тако, веома важним, малим и средњим предузећима, да постану конкурентније и успешније, и тако допринесу економском напретку града.

ВИЗИЈА ГРАДА НИША

Захваљујући процесу који је спроведен у Нишу за потребе израде Стратегије развоја града, а нарочито раду на креативним радионицама, дефинисана је визија града која гласи:

**НИШ ЋЕ ПОСТАТИ РАСКРСНИЦА И МЕСТО СУСРЕТА ЉУДИ, ИДЕЈА, КУЛТУРЕ И ТРАДИЦИЈА;
РЕГИОНАЛНИ ЕКОНОМСКИ, УНИВЕРЗИТЕТСКИ, ЗДРАВСТВЕНИ, СПОРТСКИ И ТУРИСТИЧКИ ЛИДЕР;
ЦЕНТАР ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА У КОЈЕМ ЈЕ ДОСТИГНУТ ВИСОК КВАЛИТЕТ ЖИВОТА ЗА СВЕ ГРАЂАНЕ.**

ПРВА СЕДНИЦА ПРИВРЕДНО-ЕКОНОМСКОГ САВЕТА

Прва седница Привредно-економског савета, којој је председавао градоначелник Милош Симоновић, одржана је у Градској кући 29. новембра 2010. године. Ово тело формирано је са циљем да прати спровођење планова и програме локално-економског развоја, даје иницијативе везане за економски развој и мишљења о приоритетним пројектима локалног економског развоја, прати активности на промовисању привредних потенцијала Града Ниша и разматра стратегије економског развоја.

Привредно-економски савет чине привредници, стручњаци из области економије и челници удружења предузетника. Чланове Савета именовало је Градско веће на предлог градоначелника.

Чланови Привредно-економског савета су се на првој седници упознали са улогом и значајем овог тела у локалном економском развоју.

На основу члана 58 Статута Града Ниша ("Службени лист Града Ниша", број 88/2008) и члана 8 и 39 Пословника о раду Градског већа Града Ниша („Службени лист Града Ниша“, број 101/2008, 4/2009 и 58/2009),

Градско веће Града Ниша, на седници одржаној 15.11.2010. године донело је



РЕШЕЊЕ О ИМЕНОВАЊУ ПРЕДСЕДНИКА И ЧЛАНОВА ПРИВРЕДНО-ЕКОНОМСКОГ САВЕТА

I У Привредно-економски савет, именују се:

за председника:

Дејан Павловић, дипл.инж. електронике, генерални директор „ПАКОМ ГРУПЕ“

за чланове:

1. Вујадин Шћекић, електротехничар, власник привредног друштва „JUGOIMPEX“ d.o.o. и председник Управног одбора Удружења - кластер „Рециклажа југ“
2. Бранислав Михајловић, машински инжењер, власник и директор предузећа „РЕСОП“ д.о.о. Гаџин Хан и председник Удружења привредника југоисточне Србије
3. Владимир Вукашиновић, дипл. инж. електронике, вршилац дужности генералног директора КВАЛИТЕТ а.д. Ниш
4. Милован Коцић, дипломирани економиста, председник Регионалне привредне коморе Ниш, власник привредних друштава „Yumis“ Ниш и „Електро медицина“ Ниш
5. Проф. др Евица Петровић, доктор економских наука, декан Економског факултета у Нишу
6. Слађана Бацковић, дипломирани економиста директорка Фонда за развој Републике Србије
7. Joongwoo Nam, дипломирани економиста, директор YURA Corporation d.o.o. Србија
8. Миодраг Стојадиновић, менаџер за односе са локалном заједницом Philip Morris International – Фабрика дувана Ниш
9. Проф. др Миролуб Гроздановић, редовни професор на Факултету заштите на раду у Нишу, ректор Универзитета у Нишу
10. Проф. др Сретен Ђузовић, редовни професор на Економском факултету у Нишу.

II Ово решење објавити у "Службеном листу Града Ниша".

Број: 1141-8/2010-03

У Нишу, 15.11.2010. године

ГРАДСКО ВЕЋЕ ГРАДА НИША
ПРЕДСЕДНИК
мр Милош Симоновић

СИЕПА НА САЈМУ У АМСТЕРДАМУ

Агенција за страна улагања и промоцију извоза Србије (СИЕПА)



саопштила је да ће први пут организовати учешће домаћих фирми на међународном сајму трговачких робних марки ПЛМА, који се одржава у мају 2011. године у Амстердаму.

Сајам представља главно место на коме се сусрећу произвођачи са представницима највећих малопродајних ланаца.

Трошкове закупа простора од 72м2, као и изградње штанда сноси СИЕПА, док фирме које буду учествовале треба да плате путне трошкове, превоз експоната, партиципацију у износу од 105.000 динара, као и трошкове чланства у асоцијацији произвођача робних марки у износу од 1.000 ЕУР. Трошкови партиципације подразумевају израду заједничког каталога, пратећег материјала и маркетиншких активности неопходних за позитиван наступ домаћих фирми на том сајму.

Рок за пријављивање је 15. децембар, а формулар и детаљније информације погледајте на www.siepa.gov.rs

Ради се о изузетно амбициозној визији која, да би се постигла, треба да буде прихваћена од стране целокупне заједнице. Истовремено треба утврдити да ли у Нишу постоје услови да би се та визија остварила и, ако постоје, какве акције треба предузети. Циљ вршења анализе и припрема за Стратегију јесте управо процена изводљивости тако високо постављених циљева.

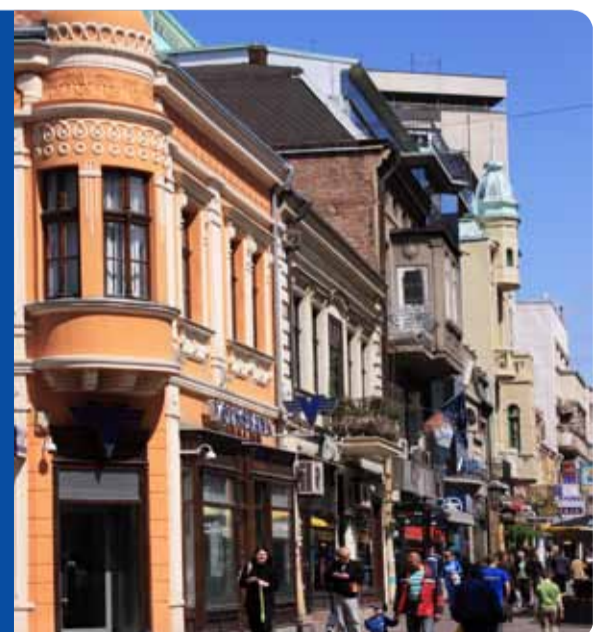
За потребе доношења Стратегије развоја града Ниша извршена су два вида процене.

Ниш: Непресушни Извор Шанси

Суштина визије је затим сажета у водећем слогану:

**Не постоје границе за (Непресушни)
извор (Извор)
перспектива (Шанси)**

Прва се односи на детаљну анализу и испитивање јаким и слабих тачака привредног, социјалног и територијалног контекста Ниша, и извршена је уз помоћ swot анализе. Ове анализе показале су, с једне стране, стање опште слабости привредног и друштвеног контекста, као и неразвијеност система инфраструктуре; с друге стране, регистровани су велики потенцијали у области животне средине, културе и локација појединачно, који би омогућили креирање политика развоја града које значајно могу да подигну ниво продуктивности постизањем циљева дефинисане визије.



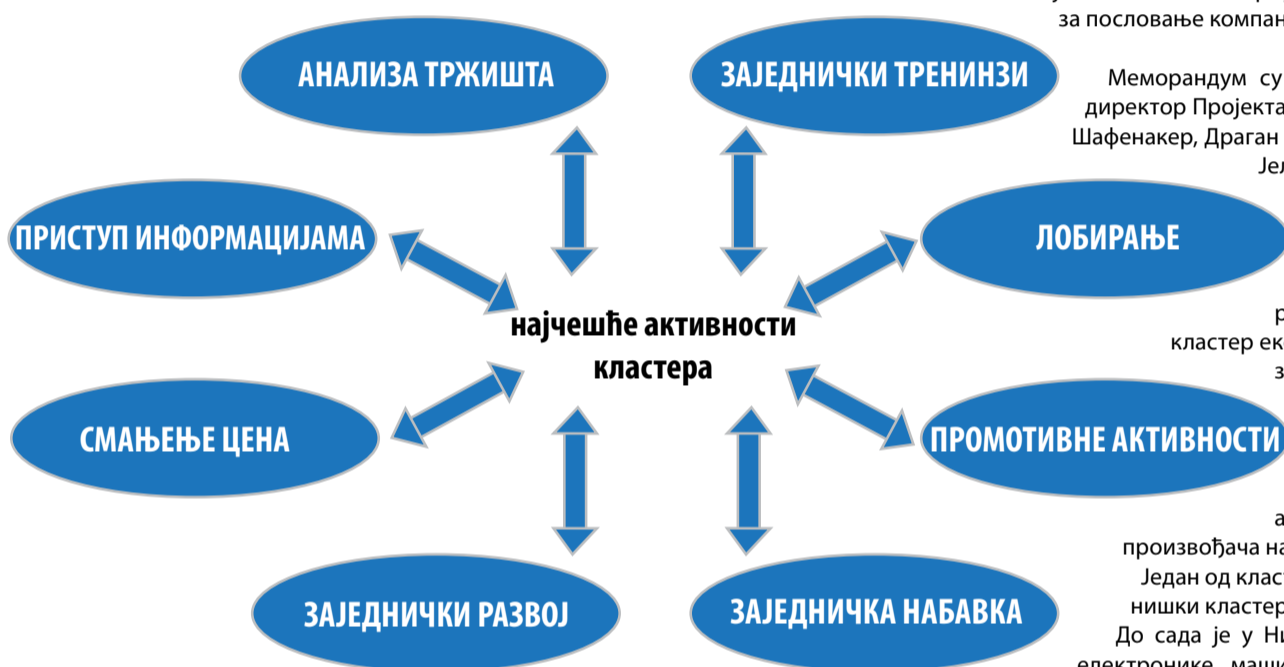
ГРАД НИШ ПОДРЖАВА РАЗВОЈ КЛАСТЕРА НАПРЕДНИХ ТЕХНОЛОГИЈА

Град Ниш и Пројекат за развој конкурентности и промоцију извоза СЕЦЕП, заједнички пројекат Европске Уније и Министарства економије и регионалног развоја Републике Србије, организовали су церемонију свечаног потписивања Меморандума о подршци будућем кластеру Напредних технологија у региону града Ниша.

Поред града Ниша и СЕЦЕП пројекта, подршку Кластеру напредних технологија пружиће Универзитет у Нишу, доминантно кроз Електронски и Машински факултет као и Регионална привредна комора из Ниша. Све поменуте институције користиће своје позиције и функције да служе сврси и активностима кластера.

Оснивање кластера има за циљ јачање локалних малих и средњих предузећа и локалне економије. Организацијом у кластер, локалним предузећима која се баве производњом електронских уређаја као и предузећима која се баве информационим технологијама, биће пружена подршка која се односи на њихов пословни и технички развој, истраживање, маркетинг и заједнички наступ на циљаним тржиштима. Поред тога, подршка ће бити дата и подизању вештина запослених као и сарадњи са образовним институцијама.

ШТА МОЖЕ КЛАСТЕР?



Визија оснивања кластера јесте профилисање града Ниша као пожељне локације за пословање компанија које се баве напредним технологијама.

Меморандум су потписали, Градоначелник Мр Милош Симоновић, директор Пројекта за развој конкурентности и промоцију извоза Андреј Шафенакер, Драган Денић проректор Универзитета у Нишу и Александар Јелић подпредседник Регионалне привредне коморе из Ниша.

О важности кластера говорили су Иван Бркић, виши саветник Министарства економије и регионалног развоја, Александар Карајев, СЕЦЕП кластер експерт, гост из Македоније и Џон Мареј, СЕЦЕП експерт за кластере, коме је поверен пројекат Напредних технологија у Нишу.

Иначе, СЕЦЕП и Министарство економије и регионалног развоја Србије, подржаће шест националних кластера међу којима су кластер аутомобилске индустрије у Крагујевцу, кластер произвођача намештаја у Врању и Краљеву и ИКТ кластер у Београду.

Један од кластера препозант као веома важан за развој региона је и нишки кластер напредних технологија.

До сада је у Нишу и околини мапирано 45 компанија из области електронике, машинства и информатике, а мапирање још увек траје. Визија кластера је успостављање Града Ниша као главног европског града

у области електронике и напредних технологија, али и раст и повећање профитабилности чланица кластера.

У плану активности кластера налази се већ неколико заједничких маркетиншких активности, анализа и проналажење нових тржишта, као и заједнички пројекти и наступи према могућим изворима финансирања. Активности кластера треба да отпочну крајем јануара, након децембарског формулисања акционог плана, у чему ће учествовати сви чланови кластера.

За реализацију пројекта кластера напредних технологија, поред СЕЦЕП тима, биће задужена и Канцеларија за локални економски развој.

КОРИСНИ КОНТАКТИ:

Младен Цветановић
Локални експерт СЕЦЕП пројекта
Моб: +381 63 10 17 334
E-mail: mladen.secep@gmail.com
Website: www.secep.rs

КЛЕР

Тел: + 381 18 209 239
Факс: +381 18 209-240
Моб: + 381 64 8330 150
E-mail: stela.jovanovic@gu.ni.rs
Website: www.kler.ni.rs

РАЗВОЈ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

ПРВИ ПОДАЦИ

Може се рећи да је историја цивилизације на одређени начин производ деловања предузетништва и резултат појединачних и групних активности на мењању света и прилагођавању променама.

Корени предузетништва могу се пронаћи још код старих цивилизација, а у старим културама су арапи, вавилонци, египћани, јевреји, грци, феничани и римљани били познати по свом предузетничком духу. Први познати записи о малом предузећу, а самим тим и о предузетништву, појавили су се пре 4000 година описујући како су банкарски позајмљивали новац уз камату. Стари век записан је у историји као време бурног раздобља предузетништва и малих предузећа. Цивилизација се путем предузетништва ширила на све четири стране тада познатог света.

Предузетништво и предузетници, у данашњем смислу, појављују се између 11. и 13. века. Први облици предузетништва појављују се прво у трговини, банкарско-кредитним и мењачким делатностима, а затим у поморству, али и у разбојништву и гусарству. Као основне типове предузетника у то доба наводе се: гусари, феудалци, државни чиновници, шпекуланти, трговци. Трговци су у то доба обављали, осим трговачких, и друге послове, попут превозничких и зајмодавачких. У Италији настају и посебна удружења која попримају основне ознаке карактеристичне и за данашња модерна трговачка предузећа. Таква удружења била су углавном привременог карактера, наиме, трговци су се удруживали тј. стварали копнене караване или поморске флоте ради смањења ризика превоза робе. У свету је најпознатији трговац из тог доба млетачки трговац Марко Поло.

Крјем 14. века појављују се трајнија трговачка удружења, утемељена на породичној традицији, мобилизацији људи и капитала, која су углавном попримила карактеристике данашњих трговачких друштава. У то доба постојале су

такозване трговачке гилде, удружења трговаца која су имала за циљ пружање узајамне помоћи приликом трговачког посла.

У 15. веку долази до раздвајања државне активности и пословне имовине предузетника од његове приватне имовине, те се појављују предузећа са данашњим карактеристикама предузетничког предузећа. Предузећа постају независни субјекти који послују под властитим именом, те су се могла куповати и продавати.

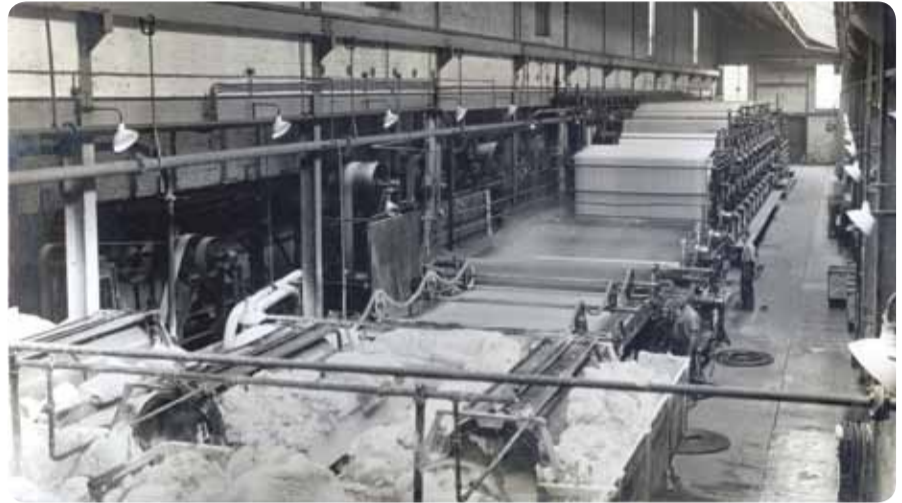
Најпознатији предузетник тог времена свакако је Кристофор Колумбо, истраживач и трговац који је препловио Атлански океан и допловио до Америке. Иако је у историји остао упамћен по открићу Америке, прави циљ његове пловидбе била је чиста предузетничка активност, проналажење краћег, пловног пута до Индије у циљу максимизирања профита од продаје зачина, најдрагоценије трговачке робе тог времена.



У 17. веку предузетништво постаје делатност којом се почело масовно бавити. Дошло је до процвата различитих облика трговине и трговачких предузећа, па је порастао значај међународне, а затим и прекоокеанске трговине. Тек у 18. веку долази до битнијег одвајања банкарства и специјализације у трговини.

На прелазу из 19. у 20. век, с појавом индустријске револуције, дошло је до наглог пораста важности предузетништва у новонасталим индустријама. Међутим, одмах након индустријске револуције, почетком тзв. економије великог обима и појавом масовне производње, опада улога предузетништва. Развој великих индустријских корпорација заменио је развој предузетништва и малих предузећа.

Развој информацијоних и комуникационих технологија, пропаст социјализма у већини социјалистичких земаља, транзиција и настајање нових држава, измењена геополитичка карта света, допринели су томе да предузетништво крајем 20. века битно добија на интезитету и на важности широм света. Почетак 21. века је по свему виђеном последњих 10 година доба ренесансе предузетништва. Мала и средња предузећа постају доминантна на економској карти света потискујући својом бројношћу и прилагодљивошћу џиновске индустријске системе 20. века.



ПРЕДУЗЕТНИШТВО ДАНАС

Значај предузетништва у данашње време огледа се и кроз различите како законске тако и саветодавне акте разних институција. Тако се у преамбули европске повеље о малим предузећима истиче: Мала предузећа представљају главни ослонац европске економије, она су главни покретач иновација, запошљавања, прилагодљивости и конкурентности, као и социјалне и локалне интеграције у Европи.

У зеленој књизи –предузетништво у Европи, Европска комисија истиче следећу важност предузетништва:

1. Предузетништво помаже отварању радних места и индустријском расту
2. Предузетништво је од круцијалне важности за конкурентност
3. Предузетништво ослобађа личне потенцијале
4. Предузетништво је друштвени интерес.

У Европској повељи о малим предузећима наглашено је да ће настојања Европе око увођења нове економије успети само уколико се мала предузећа ставе на врх лествице приоритета.

Мала предузећа су главни покретач иновација, запошљавања те социјалне и локалне интеграције, па се због тога, као главна активност истиче креирање најпогоднијег окружења за развој малог предузетништва. За његово стварање Европска комисија истиче начела која говоре о важности предузетништва:

- » Свесни смо динамичности и способности малих предузећа у изналажењу нових одговора на потребе тржишта и отварања радних места.
- » Наглашавамо важност малих предузећа у процесу подстицања социјалног и регионалног развоја, пружањем примера иницијативе и преданости.
- » Препознајемо да је предузетништво важна и продуктивна вештина, на свим нивоима одговорности
- » Поздрављамо успешна предузећа, која заслужују примерну награду
- » Узимамо у обзир да је неуспех неизбежна пропратна појава сваке одговорне иницијативе и преузимања ризика, те да га треба схватити искључиво као прилику за напредовање кроз учење
- » Препознајемо вредности знања, преданости и флексибилности у новој економији

ВАЖНОСТ МСП

Важност малих и средњих предузећа тј. предузетништва илуструје податак о броју предузећа и запослености у сектору малих и средњих предузећа у Европи, према којима је у 17, 824 милиона микро предузећа у Европи запослено више од 55 милиона људи, у 1,261 милиона малих предузећа запослено је више од 24 милиона људи, а у нешто више од 185 хиљада средњих предузећа запослено је више од 18,5 милиона људи.

У структури укупног броја предузећа удео малих и средњих предузећа у укупном броју предузећа је 99,79%, од чега је 92,30% микро предузећа, 6,53% малих предузећа и 0,96% средњих предузећа. У структури укупног броја запослених удео запослених у малим и средњим предузећима је 69,73%, од чега је у микро предузећима запослено 39,39%, у малим предузећима 17,37% и 12,96 у средњим предузећима.

Пораст запослености у сектору малих и средњих предузећа економија држава кандидаткиња за пријем у ЕУ (који је у раздобљу 1995-99. просечно годишње око 3,5 пута виши од онога оствареног у западним економијама) илуструје допринос МСП, како ублажавању незапослености настале нарочито губитком радних места у великим предузећима, тако и развоју запослености у целини.

Анализирајући наведене податке као и резултате истраживања која спроводи Глобал Ентерпренеуершип Монитор (ГЕМ) 2004, могуће је оценити да је:

- » **Предузетништво тесно повезано са економским растом**
- » **У државама са сличном економском структуром, корелација предузетништва и економског раста високо је статистички важна**
- » **Позитивна веза између висине предузетничке активности предузете у одређеној години, и пораста бруто друштвеног производа две године касније**
- » **Предузетнички сектор путем малих предузећа и осталих облика организовања у малом предузетништву доприноси расту националних економија.**

Значај предузетништва је широко друштвено препознат.

Поред очигледног економског значаја који се огледа кроз пораст бруто националног дохотка и смањења незапослености, предузетништво има и шири друштвени значај који се огледа кроз увођење нових технологија, иновације чија се примена из сектора индустрије прелива и у друге друштвене сектор(медицина, образовање...).

Све мере и активности које се предузимају са циљем подстицања предузетништва имају за циљ бржи развој малих и средњих предузећа, а самим тим повећање запослености, раст животног стандарда, раст БДП-а, пораст извоза... што све води до убрзаног економског развоја земље.





КАКО ДО УСПЕШНОГ МСП

ПРОФИЛ И КАРАКТЕРИСТИКЕ УСПЕШНОГ ПРЕДУЗЕТНИКА

Појам предузетника (енг. entrepreneur) већ се дуго времена одомаћио у употреби, тако да се та реч уобичајено употребљава за било кога ко води предузеће. У прошлости је ова реч имала много прецизније значење, и означавала само оне који су створили властито предузеће.

Када говоримо о карактеристикама успешног предузетника морамо рећи да не постоје два потпуно једнака предузетника па тако и није једноставно дефинисати особине које поседују успешни предузетници.

Као најупечатљивија особина успешних предузетника истиче се **ИНОВАТИВНОСТ**. Она обухвата креирање и увођење промена, развој и примену новог производа, услуга, процеса, поступака, нових решења, нових извора сировина, нових канала дистрибуције, нових тржишта, нових начина употребе постојећих производа, иновације предузећа итд...

У пракси се веома често разликује улога иноватора од предузетника, иако је иновација снажна претпоставка како би се могло ући у предузетништво, бројни примери показују да прави изумитељи веома често не примењују своје изуме у пракси, него тај изум примени неко други ко га комерцијализује. Иновација се сматра предузетничком тек када се примени у пракси, тј. када нађе своје место на тржишту.

РИЗИК је темељна особина која карактерише предузетника и предузетништво, те га разликује од менаџмента и менаџера. Ризик је неизбежан пратилац сваког предузетничког подухвата, будући да неки од њих успевају а неки не. Унапред се не може тврдити који ће подухват успети а који не, а спремност



на преузимање ризика је особина која краси предузетнике. Може се рећи да је немају сви људи и често се догађа да особе које имају много других претпоставки како би били успешни предузетници због своје особине да не желе преузимати ризик, тј. желе само сигурност, никада не постају предузетници. Предузетници углавном избегавају оно што је сигурно јер им то не осигурава задовољство због успеха, него траже нешто ново у чему ће наћи своју афирмацију, нешто што је примерено њиховим способностима које су изнад просечне, тј. оно што не могу сви, или оно за шта само они верују да ће успети, а то је управо ризично.

Савремени предузетници низу хазардери, они настоје разумно преузимати ризик, иако чине подухвате високог ризика очекујући да ће осигурати задовољство и успех.

САМОУВЕРЕНОСТ. Предузетници верују у себе, у своје способности, уверени су да могу надмашити

сваког у свом подручју рада и да могу остварити пословни подухват у који се упуштају. Предузетник верује у остварење своје визије и свог подухвата тако да је неретко суочен са подсмесима и неверицом својих сарадника, породице и пријатеља, али је уверен да ће успети. Предузетници веома често стављају под хипотеку своју имовину, ризикујући да остану без ичега. Улажу сву своју имовину у подухват јер су уверени да ће успети да се то понекад граничи са здравим разумом. Предузетници и кад неки пословни подухват не успе, поново и поново покушавају са истим или различитим подухватима, па често након неколико неуспеха дочекају успех (Хенри Форд је два пута банкротирао пре него што се обогатио).

Иако некад све познате чињенице говоре другачије, предузетник верује да су им шансе веће и самоуверено иду у реализацију подухвата и неретко доживљавају успех. Међутим, потребно је бити свестан и чињенице да околина непрекидно шаље сигнале које само ретки примећују и разумеју њихово значење, па на темељу праве процене направе изврстан пословни резултат, а потези које су повукли из садашње перспективе, тј. у неком каснијем раздобљу изгледају сасвим логично иако су у времену предузимања тих активности за већину биле противне рационалном пословном понашању.

УПОРАН РАД. Могло би се рећи да је дуго времена преовладало мишљење да је добар посао онај где постоји фиксно радно време и где након његовог истека више не мислите на посао и предузеће у ком сте запослени. Сигурност посла и плате, довољно слободног времена за лични и породични живот јесу оно што и даље привлачи највећи број људи. И у том погледу успешни предузетници се разликују од већине других. Могло би се рећи да нема професије и занимања у којем неко ради више и напорније од предузетника.

Још једна од разлика је и начин на који предузетници обављају посао, жар и преданост са којим приступају својим радним обавезама и велика марљивост да се започето доведе до краја. Упоран рад нарочито се манифестује у првих неколико година пословног подухвата, а касније како предузеће расте и предузетник ангажује професионалне менаџере препуштајући им управљање већ развијеним предузећем на стабилним основама, очекујући од њих да га таквим и одрже. Обично је то тренутак када предузетници губе елан за радом на дотадашњи начин и своје интересовање окрећу ка новим изазовима и пословним подухватима.

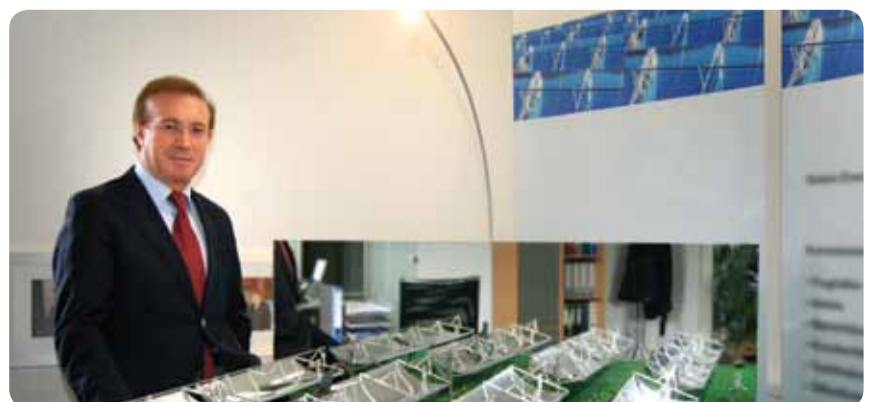
Проучавајући и суочавајући мишљења већине релевантних теоретичара економске мисли можемо рећи следеће:

С обзиром на посматрање предузетништва као процеса и активности које се предузимају ради реализације идеје у подухват, може се рећи да је предузетник особа која служећи се својим талентом, знањем и другим способностима препознаје и трага, те ствара могућности и прилике за предузимање предузетничке активности, развија и конкретизира предузетничке намере, одређује, проналази и осигурава потребне ресурсе за реализацију предузетничке намере, обликује организацију за извођење подухвата, води и контролише извођење подухвата, врши процене успеха и управља неизвесношћу и ризиком подухвата чији је резултат профит или нека друга корист.

ПОСТАВЉАЊЕ ЦИЉЕВА. Предузетнички подстицај на неки начин представљају почетни циљеви који су покретачи пословног подухвата поставили пред себе и они се разликују од предузетника до предузетника. Међутим оно што је свима или великој већини предузетника својствено је то да остварењем једног циља не престаје постављање нових и нових циљева. За предузетника је бирање нових циљева процес самообнављања, па му на тај начин нови циљеви и нови изазови представљају нове изазове и нове подстицаје. Остварени циљеви представљају основицу за нове више циљеве, тако да циљеви код предузетника буду увек испред, и готово никад нису сви испуњени. Оног тренутка кад предузетник не поставља пред себе нове циљеве и када они остану иза њега, он престаје бити предузетник, тј. изгубио је предузетнички дух, а такви предузетници су веома ретки.

ОДГОВОРНОСТ. Предузетник у свом пословању мора бити одговоран према самоме себи, али и према свима онима који су на било кој начин укључени у пословни подухват или их се директно или индиректно тиче. Предузетници због различитих мотива и подстицаја због којих су ушли у одређени посао желе пуно признање за остварење свог пословног подухвата, али су свесни да су и одговорни за могући неуспех истог.

Предузетник је у могућности да изабере различите индикаторе као мерило постигнутог, тј. проверу остварујући се његов подухват или не. Традиционално и најчешће мерило је стопа повраћаја (ROI- Return on Investment), са својим различитим варијантама која би у сваком случају морала бити виша од каматне стопе, будући да предузетник рескира новац у подухвату, док је ризик код новца уложеног у банку готово минималан, и зарада је унапред утврђена и релативно сигурна.





ПОСЛОВНИ ПЛАН КАО ОКВИР ЗА ПОСАО

ПОЈАМ, ЕЛЕМЕНТИ, СТРУКТУРА И САДРЖАЈ ПОСЛОВНОГ ПЛАНА

Оснивање новог предузећа захтева од предузетника одговор на низ питања, почевши од тога шта ће радити и чиме ће се бавити, коме ће то продати, па до тога исплати ли се то уопште. Како би одговорио на сва та питања, а поготово ако те одговоре треба презентирати некоме ко ће га подржати у свему томе, неопходно је израдити пословни план (businessplan) у коме се утврђују све активности нужне за оснивање предузећа. Те активности су следеће

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1. одлука о оснивању предузећа | 8. израда плана маркетинга |
| 2. анализа сопствених способности и могућности | 9. израда плана организације |
| 3. избор производа или услуга | 10. израда плана правних активности |
| 4. истраживање тржишта | 11. израда плана осигурања |
| 5. предвиђање прихода од продаје | 12. израда плана рачуноводства |
| 6. избор локације | 13. израда финансијског плана |
| 7. израда плана производње | 14. писање пропратног писма |

(1) ОДЛУКА О ОСНИВАЊУ ПРЕДУЗЕЋА

Оснивање предузећа започиње оног тренутка када појединац или група одлуче да не желе радити за другог већ за себе. Та одлука није продукт само жеље, него она мора бити утемељена на адекватним чињеницама која траже адекватна истраживања.

(2) АНАЛИЗА СОПСТВЕНИХ СПОСБНОСТИ И МОГУЋНОСТИ

Једно од првих истраживања које потенцијални предузетник треба да предузме односи се на њега самог. Наиме, да би се кренуло у један тако ризичан подухват као што је оснивање предузећа, потребно је да оснивач спозна своје снаге и слабости. При томе посебну пажњу треба да обрати на властито пословно искуство и образовање. У тој анализи несме подценити своје слабости, а преценити своје снаге јер га то може стајати времена и новца.

(3) ИЗБОР ПРОИЗВОДА ИЛИ УСЛУГА

Избор производа или услуга кључни је корак у оснивању предузећа-извршити погрешан избор, значи унапред осудити предузеће на пропаст. Због тога овде вреди опште правило да предузетник треба да одабере онај производ или услугу који добро познаје јер се њиме већ дужи време бавио, да верује да ће његов развој бити бржи од развоја привреде, па и да је у томе ентузијаста. Своје веровање у бржи развој изабраног производа он треба да подкрепи спознајама о специфичностима тог производа или услуге и потребама купаца које ће он задовољити. То претпоставља детаљна маркетиншка истраживања.

(4) ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА

Истраживање тржишта представља процес прикупљања, сређивања и анализирања података који се односе на маркетинг производа или услуга. Сматра се да је то најважнија маркетиншка активност с обзиром да даје одговоре на три кључна питања:

- » Које производе или услуга продавати
- » Где их продавати, у којим количинама и по којим ценама
- » шта продаје конкуренција, где су и колико јаки

Због тога је задатак истраживања тржишта прикупити релевантне податке који би послужили за добијање правих одговора на ова питања и предузимање одговарајућих мера.

(5) ПРЕДВИЂАЊЕ ПРИХОДА ОД ПРОДАЈЕ

Након што су извршена истраживања тржишта и утврђени тржишни потенцијали, потребно је

предвидети обим продаје који се може очекивати и приходе који ће из тога проистећи. Како би се то постигло, потребно је извршити предвиђање понуде и тражње за дотичним производом или услугом, па на темељу тога проценити њихову потенцијалну.

У процесу анализе и процене продаје предвиђа се:

- » продаја производа или услуга (укупно, на домаћем тржишту и у извозу за одређена раздобља),
- » тржишне продајне цене дотичног производа или услуге (на домаћем тржишту у динарима, на страном тржишту у иностраној валути),
- » Узроци који утичу на пласман и цене производа или услуге,
- » основни организацијски, комерцијални и технички услови од којих зависи обим пласмана и конкурентност дотичног производа или услуга.

Обе процене треба извршити тако да се прво изради процена свеукупне продаје производа или услуга, а затим се израђује процена продаје на домаћем тржишту и процена његовог пласмана на страном тржишту. Свака се од ових процена ради у три варијанте-обим минималног пласмана, обим максималног пласмана и обим вероватног пласмана.

Након тога израђује се процена кретања тржишних цена и то како за домаће тако и за страном тржиште. При томе се процена такође врши у три варијанте-минимална висина цена, максимална висина цена и вероватна висина цена.



(6) ИЗБОР ЛОКАЦИЈЕ

Локација је важан чинилац успеха предузећа а у неким случајевима, као што је на пример малопродаја, и најважнији. Због тога је веома важно правилно изабрати место на коме ће се лоцирати предузеће. При томе се обично полази од тзв. шире локације према тзв. ужој локацији, тј. од избора регије, града у тој регији, подручија у изабраном граду па до конкретног места-улице.

Различити су чиниоци који одређују избор локације, а које предузетник треба да има у виду. Од економских чинилаца најважнији су тржиште, сировина и материјал, енергија, људски ресурси и транспорт, а од неекономских еколошки, одбрамбени, социјални и развојни. Осим ових чинилаца предузетник треба да уважи и оне који се односе на тзв. ужу локацију, а то

су топографско-економски (природа земљишта, вода, допуштена близина насеља, услови јавног промета и могућности проширења објекта у будућности) и функционално-организацијски чиниоци (унутрашњи распоред лау-аут, унутрашњи саобраћај и грађевински пројекти).

На темељу детаљне анализе локације и других анализа које су раније спроведене, приступа се утврђивању потреба које изабрана локација треба да задовољи. У том смислу потребно је утврдити: потребан простор, врсте и количине енергије, транспорт, потребну воду и одводњавање, потребне депоније отпада и потребе запослених.

Прорачун наведених потреба непосредно је повезан са величином потребног капитала, а посредно и са трошковима пословања који ће касније током рада настати. Због тога је ове потребе неопходно веома пажљиво анализирати и прецизно планирати.

(7) ИЗРАДА ПЛАНА ПРОИЗВОДЊЕ

Израда плана производње односи се на оне случајеве када се оснива предузеће ради производње неког производа. При томе се под планом производње подразумева такав плански документ којим се утврђује обим и вредност производње за плански период. Он се израђује тако да се прво:

- » одреди производ који ће се производити и продавати у планском раздобљу
- » планирају нови или побољшани производи
- » одреди ниво залиха потребних за извршење плана
- » успоставе реални производни капацитети
- » изради главни план производње као резултат претходних етапа

Након израде главног плана производње приступа се изради планова материјала, планова људског рада и планова општих трошкова израде.

Све ове активности планирања резултирају израдом плана производње из кога су видљиве врсте и количине производа, трошкови материјала израде, трошкови људског рада, општи трошкови рада, општи трошкови администрације и продаје и укупни трошкови сваког појединачног производа односно производње у целини.

План производње обавезно се израђује тако да искаже и динамику производње по месецима (кварталима).



(8) ИЗРАДА ПЛАНА МАРКЕТИНГА

План маркетинга представља скуп маркетиншких инструмената које предузеће намерава да употреби како би остварило планирану продају, а то су:

- » дистрибуција,
- » цене,
- » оглашавање,
- » директна продаја,
- » пропаганда.

Исправно комбиновање и усклађивање ових средстава чини маркетинг микс којим се подстиче успешно остварење прихода од продаје.

(9) ИЗРАДА ПЛАНА ОРГАНИЗАЦИЈЕ

План организације представља избор организационе структуре предузећа, па дефинише радна места са потребним бројем и квалификацијама запослених. Овим планом треба предвидети потребу одређених радних места, како би се у датом тренутку могли ангажовати радници одређеног профила и квалификација.

(10) ИЗРАДА ПЛАНА ПРАВНИХ АКТИВНОСТИ

План правних активности подразумева пре свега избор организацијско-правног облика предузећа. Према законским прописима сваке земље постоје различити облици предузећа који имају своје предности и мане. Зато избор одговарајућег облика предузећа може имати велики утицај и на касније резултате рада тог предузећа. Зато је неопходно добро проценити врлине и мане сваког од могућих начина регистрација предузећа и на основу својих предузетничких предиспозиција и донети коначну одлуку о правном индетитету предузећа.

(11) ИЗРАДА ПЛАНА ОСИГУРАЊА

План осигурања представља скуп мера којима се од ризика осигуравају послови које предузеће обавља, као и сам предузетник. У пракси се често догађа да предузетник о своме осигурању не води довољно рачуна, иако је током пословања изложен бројним ризицима. Како би се заштитио од потенцијалних ризика, предузетник треба да изради програм управљања ризиком који ближе одређује:

- » Где се може догодити губитак новца
- » Колико ти губици могу бити велики.
- » Како се односити према тима губицима.

План омогућава да се одабере најбољи начин поступања са ризиком- било да се он отклони, било да се апсорбује помоћу самоосигурања, било да се пребаци на друге кроз осигурање.

(12) ИЗРАДА ПЛАНА РАЧУНОВОДСТВА

Пословне промене које настају на имовини, капиталу, обавезама, расходима и приходима, морају бити под сталним надзором предузетника. Како би он то осигурао, важно је организовати адекватан облик евиденције која је обично законски прописана. У том смислу, свако предузеће мора водити пословне књиге које имају задатак да осигурају одговарајуће податке и информације првенствено менаџменту и власнику предузећа и државним органима задуженим за контролу пословања предузећа у складу са законом.

Као резултат рачуноводствене евиденције на крају пословне године се израђују темељни финансијски извештаји (биланси стања и успеха, извештаји о финансијским променама...). Оквир ових извештаја прописан је законом, па предузеће остаје могућност да у зависности од својих потреба тај оквир прошири.

(13) ИЗРАДА ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА

Финансијски план (буџет) представља вредносни исказ свих других планова, а састоји се из три темељна документа, а то су:

- » прорачун добитак-губитак.
- » прорачун биланса,
- » прорачун тока готовине

Ова документа показују планирану висину добитка-губитка, висину и структуру појединих ставки у активи и пасиви, те приливе и одливе новца у планском периоду.



(14) ПИСАЊЕ ПРОПРАТНОГ ПИСМА

Ово је писмо важан елемент пословног плана с обзиром да се оно упућује првенствено инвеститорима и кредиторима са намером да их прецизно информише о намерама предузећа које се оснива. У том смислу оно сумира резултате до којих се дошло израдом пословног плана са посебним акцентом на очекиване резултате-стопа добити, време повраћаја, солвентност и др.

ВОДИЧ КРОЗ РЕГИСТРАЦИЈУ И РАД МСП

КОЈИ СУ ДОПРИНОСИ ОБАВЕЗНИ?

Доприносима се обезбеђују средства за финансирање обавезног социјалног осигурања, и то:

- » Пензијског и инвалидског осигурања
- » Здравственогосигурања
- » Осигурања за случај незапослености

Основица доприноса за запослене и за послодавце је зарада, односно плата и накнада.

Зарада у складу са законом који уређује радне односе, општим актом и уговором о раду.

ОБРАЧУНАВАЊЕ, УТВРЂИВАЊЕ И ПЛАЊАЊЕ ДОПРИНОСА

Послодавац је обвезник обрачунавања и плаћања доприноса из основице и на основицу за запослене, изабрана, именована и постављена и лица која обављају привремене и повремене послове.

Послодавац је дужан да доприноси обрачуна и уплати истовремено са исплатом зараде, по прописима који важе у моменту исплате тих примања. Ако послодавац не исплати зараду до 30.ог у текућем месецу за претходни месец, дужан је да најкасније до тог рока обрачуна и уплати доприносе за претходни месец за најнижу месечну основицу доприноса.

ПЛАЊАЊЕ ДОПРИНОСА КАДА СЕ ПРИХОДИ ОСТВАРУЈУ ПО ВИШЕ РАЗЛИЧИТИХ ОСНОВА

Одредбама члана 12. закона и доприносима за обавезно социјално осигурање, прописано је да када осигураник остварује приходе по више различитих основа (радни однос, самостална делатност, уговори и др), допринос за обавезно пензијско и инвалидско осигурање обрачунава се и плаћа по свим тим основама до износа највише годишње основице доприноса.

Изузетно од ових одредаба, обавеза обрачунавања

и плаћања доприноса искључује обавезу плаћања доприноса по основу пољопривредне делатности.

Највишу годишњу основицу доприноса чини петоструки износ просечне годишње зараде у Републици исплаћене у години за коју се обрачунавају и исплаћују доприноси. Номинални износ највише годишње основице објављује министар надлежан за послове финансија.

Најнижу месечну основицу доприноса чини износ од 35% просечне месечне зараде у републици исплаћене у претходном кварталу за који су објављени подаци републичког органа надлежног за послове статистике, ако законом није другачије одређено.

Месечна основица доприноса не може бити нижа од најниже месечне основице доприноса.



СТОПЕ ДОПРИНОСА

- » За обавезно пензијско и инвалидско осигурање – 22%
- » За обавезно здравствено осигурање -12,3 %
- » За осигурање за случај незапослености -1,5%

Када се доприноси плаћају истовремено из основице и на основицу, обрачун доприноса се врши по стопама:

- » За обавезно пензијско и инвалидско осигурање – 11%
- » За обавезно здравствено осигурање -6,15 %
- » За осигурање за случај незапослености -0,5%

За време одобреног мировања радног односа, мирује обавеза плаћања доприноса. Ова обавеза мирује и привреднику који привремено одјави обављање делатности, осим ако поднесе захтев Пореској управи, за плаћање доприноса у том периоду.

ПОРЕЗ НА ДОБИТ ПРЕДУЗЕЋА

Порески обвезници пореза на добит предузећа су сви облици предузећа (привредних друштава), као и задруге које остварују приходе продајом производа на тржишту или вршењем услуга уз накнаду (Закон о порезу на добит предузећа. "Сл. гласник РС", бр 25/01, 80/02, 43/03, 84/04).

Порески обвезник дужан је да надлежном пореском органу поднесе пореску пријаву у којој је обрачунат порез и порески биланс за период за који се утврђује порез.

Уз пореску пријаву и порески биланс, обвезник је дужан да надлежном пореском органу достави и биланс успеха, биланс стања, извештај о новчаним токовима, извештај о променама на капиталу, као и другу документацију прописану законом.

Пореска пријава подноси се надлежном пореском органу у року од 10 дана од дана истека рока прописаног за подношење финансијских извештаја.



ОПОРЕЗОВАНА ДОБИТ

Основица пореза на добит предузећа је опорезована добит. Стопа пореза на добит предузећа износи 10 %. Порески период на који се обрачунава порез на добит предузећа је пословна година.

ОБРАЧУНАВАЊЕ И ПЛАЋАЊЕ ПОРЕЗА

Порески обвезник је дужан да у пореској пријави обрачуна порез на добит за порески период за који се пријава подноси.

Порески обвезник током године порез на добит плаћа у виду месечних аконтација, чију висину утврђује на основу пореске пријаве за претходну годину у којој исказује и податке од значаја за утврђивање висине аконтације у текућој години. Месечна аконтација пореза на добит плаћа се до 15-ог у месецу за претходни месец. На износ месечних аконтација које нису плаћене у наведеном року, порески обвезник дужан је да обрачуна и плати камату у складу са законом.

КАПИТАЛНА ДОБИТ

Капиталним добитком сматра се приход који обвезник остварује продајом, односно другим преносом уз накнаду (продаја):

- » Непокретности
- » Права индустријске својине
- » Удела у имовини правних лица и акција и осталих хартија од вредности, осим обвезница

Капитални добитак представља разлику између продајне цене имовине и њене набавне цене, усклађене према одредбама Закона о порезу на добит предузећа.

Ако је разлика негативна, у питању је капитални губитак.

Закон о порезу на добит предузећа предвиђа могућност да се капитални губитак остварен при продаји једног права из имовине може пребити са капиталним добитком оствареним при продаји другог права из имовине у истој години. Уколико се и после оваквог пребијања исказа капитални губитак, допуштено је његово пребијање на рачун будућих капиталних губитака у наредних десет година.

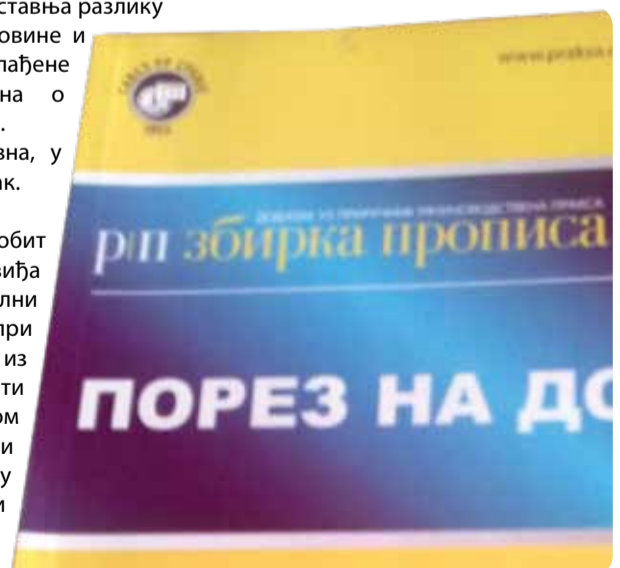
ЈЕДНО ОД ПИТАЊА

Када су оснивачи ортакског друштва - лице које је у пензији и лице које је у радном односу, оба лица су у обавези да плаћају доприносе за обавезно социјално осигурање. Наиме, када осигураник остварује приходе по више различитих основа, допринос се обрачунава и плаћа по свим тим основама, до износа највише годишње основице доприноса.

ОСЛОБАЂАЊЕ ОД ПЛАЋАЊА ПОРЕЗА

Током првих година рада, привредни субјекат се још увек прилагођава тржишним приликама и не очекује се његово пословање уз остваривање добити. Уколико се, пак ради о високопрофитабилној делатности која током прве године рада остварује добит, не постоји разлог за пореско ослобађање.

Стопа пореза на зараде је јединствена за читаву Србију и износи 12% (Закон о порезу на доходак грађана „Сл.гласник РС“, бр 24/2001...65/2006, 10/07, 7/08)





РЕЗУЛТАТИ БАС АНКЕТЕ (3)

Канцеларија за локални економски развој је, у оквиру МЕГА програма који је финансирао УСАИД, спровела анкету међу послодавцима Ниша, у циљу прикупљања информација о мишљењу привредног сектора о пословној клими у граду. Анкета је требало да обезбеди корисне и поуздане информације које се односе на ставове оних који инвестирају и отварају радна места у Нишу. Ово су резултати БАС анкете:

ЈАВНЕ УСЛУГЕ И ОДНОСИ СА ВЛАСТИМА

Опште мишљење анкетираних предузећа о локалним властима, на почетку 2009. године било је тек задовољавајуће. Наиме, од 71-ог анкетираних предузећа, 58 је дало своје мишљење о локалним властима, а 13 је одговорило да „нема мишљење“. Чак 23 предузећа сматра да је локална самоуправа „лоша“, док исто толико мисли да је њен рад „задовољавајући“. Једанаест анкетираних предузећа сматра да је локална самоуправа „добра“ а само једно да је „изврсна“.

Додатни показатељ о ограниченом поверењу у локалну самоуправу добијамо и кад погледамо одговоре на питање да ли локална самоуправа примењује процедуре за издавање дозвола, наплату пореза и других накнада на једнак и поштен начин свим грађанима и привредним субјектима. Наиме, чак 39 од 62 предузећа која су дала одговор на ово питање се донекле или у потпуности не слажу са овом констатацијом. Са друге стране, 22 предузећа се слажу са овом констатацијом, а само 1 се у потпуности слаже, док 9 предузећа нема мишљење.

Кад се гледају појединачне институције, најповољније су оцењени Градоначелник, Заменик градоначелника и агенција за привредне регистре, док су најлошије оцењени Пореска управа, Републички фонд за развој и Дирекција.

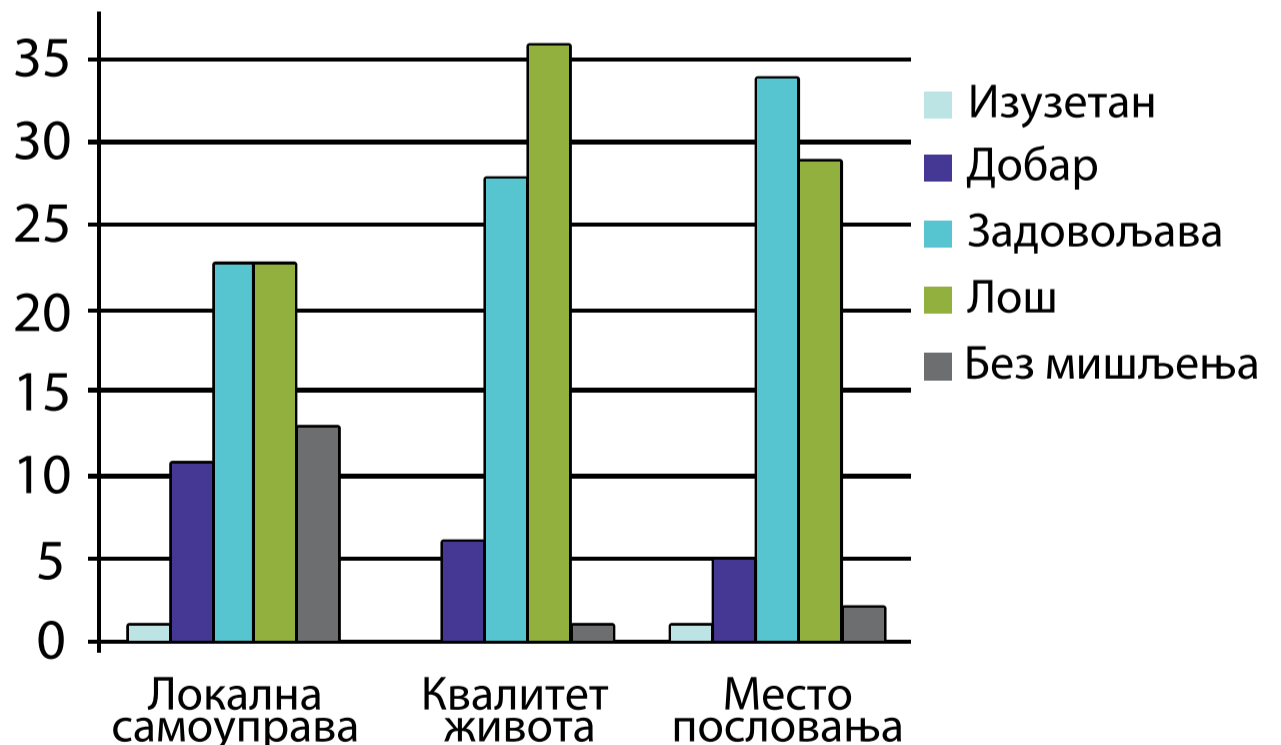
Квалитет услуга које пружа локална самоуправа је такође оцењен релативно лоше. На скали од 1 до 4, где је 1 најбоља, а 4 најлошија оцена, локална самоуправа је за услуге које пружа добила укупну оцену 3,20. Најлошије оцене су дате за издавање грађевинских дозвола (3,80), одржавање путева (3,56) и развој инфраструктуре (гас, вода, канализација, ел. енергија) (3,55) гледано према укупном броју одговора. Међутим, уколико се изузме број датих одговора као параметар за израчунавање, онда је по квалитету најлошије оцењено издавање дозвола (као што је наведено), затим понуда пословних локација за изградњу (3,77), питање на које је од 71, одговорило 64 предузећа, као и подршка МСП сектору (3,71) питање на које је од 71 одговорило 58 предузећа.

Релативно повољне оцене су добили становање (2,59), јавна безбедност (2,60) и јавни транспорт (2,98). На питање, које услуге локалне самоуправе би прво требало унапредити, предузећа наводе управо оне услуге које су и добиле најлошије оцене: издавање грађевинских дозвола, развој комуналне инфраструктуре, подршка малим и средњим предузећима и понуда локација за изградњу.

Од укупног броја анкетираних, 29 предузећа (или 41%) је у последњих 12 месеци пословало са локалном самоуправом. Ове фирме су пружале услуге, радиле на заједничкој промоцији локалне привреде и испоручивале робу. На крају, споменимо да су само 2 предузећа у претходних шест месеци користила услуге Општинског услужног центра/Центра за обједињено издавање дозвола. Од тога, једно предузеће је ове услуге користило за проширивање послова и повећање продаје, а друго за проширење пословања и повећавање броја запослених.

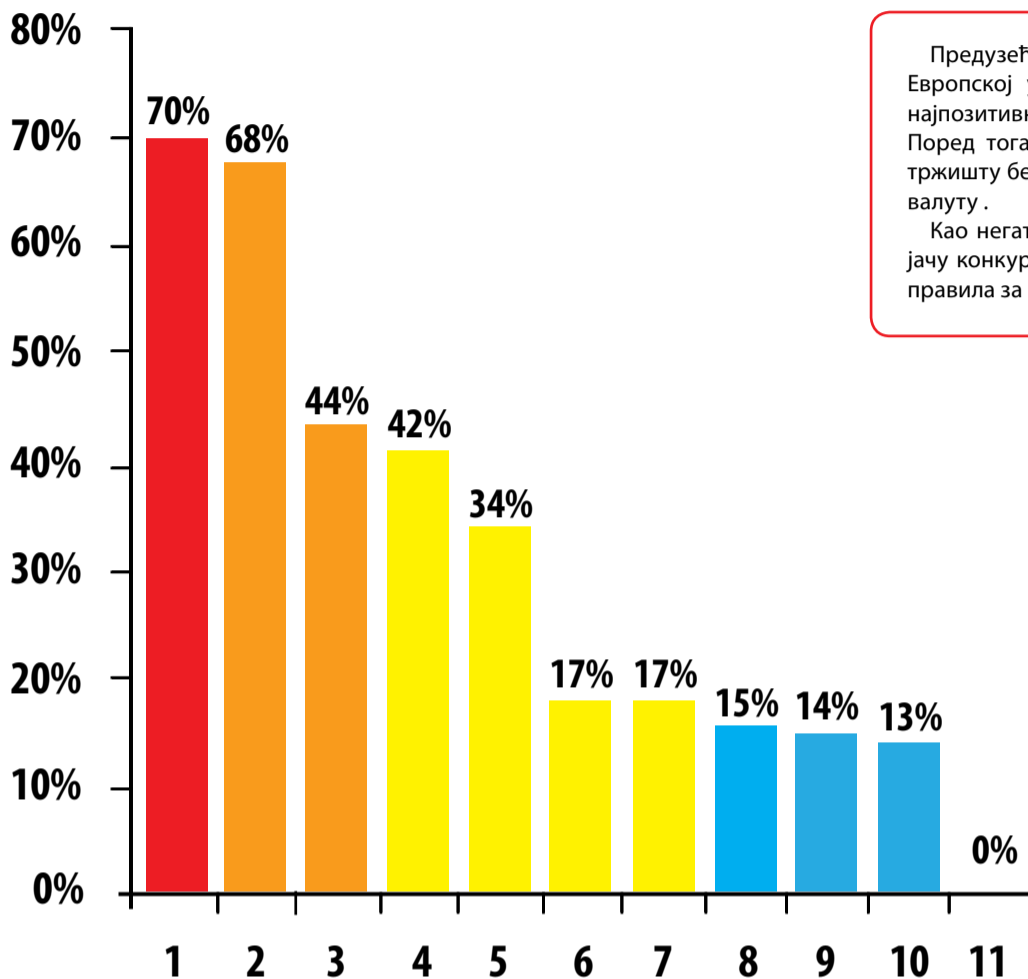
На питање коју улогу би локална самоуправа требало да има у развоју локалне привреде, уочавамо да привредници пре свега сматрају да би локална самоуправа требало активније да се бави привлачењем инвестиција. Такође, привредници сматрају да би локална самоуправа требало да се бави пореским олакшицама, етичким кодексом и финансијском или било којом другим врстом помоћи предузетницима. Са друге стране, релативно мали број предузећа сматра да локална самоуправа не би требало да се бави директном помоћи менаџменту предузећа и обезбеђивањем стручњака за економски развој.

Укупни утисци



Упитани шта би требало да буду приоритетне теме којима би требало да се бави стратешки план економског развоја, далеко највећи број предузећа се изјаснио да је то подршка и пружање помоћи предузећима. Поред тога, значајан број предузећа сматра да су приоритетне теме развој малих и средњих предузећа, привлачење нових страних предузећа и комунална инфраструктура. Сва анкетираних предузећа сматрају да транспорту не треба посветити велику пажњу у стратешком плану економског развоја.

ОДНОС ПРЕМА ПРИДРУЖИВАЊУ ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ



Предузећа су упитана и за њихова очекивања везана за процес придруживања Европској унији, то јест, за позитивне и негативне аспекте тог процеса. Као најпозитивнији ефекат, највећи број предузећа наводи стабилну пословну климу. Поред тога, као позитивне ефекте предузећа често наводе и приступ великом тржишту без царина и других препрека, стабилно тржиште капитала и јединствену валуту.

Као негативне стране, предузећа пре свега наводе веће трошкове радне снаге, јачу конкуренцију, престанак услова за конкурентнију цену и стриктнија државна правила за помоћ предузећима.

1. Подршка пружања помоћи предузећима
2. Развој малих и средњих предузећа
3. Привлачење нових страних предузећа
4. Комунална инфраструктура
5. Развој пољопривреде и села
6. Развој радне снаге
7. Туризам
8. Истраживање и развој, трансвер технологија
9. Образовање
10. Индустриско реструктурирање/диферсификација
11. Транспорт

ИЗ СТРАТЕШКИХ ДОКУМЕНАТА

НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА КОНКУРЕНТНИХ И ИНОВАТИВНИХ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА ЗА ПЕРИОД ОД 2008. ДО 2013. ГОДИНЕ

НИВО РАЗВИЈЕНОСТИ СЕКТОРА МСП

МСП имају важну улогу у економији Републике Србије, нарочито ако се има у виду учешће овог сектора у:

1. укупном броју предузећа (99,8%) и запослених (65,5%, у сектору МСП од 2004. до 2007. године отворено је око 149 хиљада нових радних места);
2. промету (67,6%), у бруто домаћем производу (око 36%), бруто додатној вредности (БДВ -58,3%), профитабилности(38,6%) и продуктивности у пословању;
3. извозу (50,2%), увозу (64%) и инвестицијама (51,2%) у нефинансијском сектору;
4. микро предузећа доминирају у сектору МСП са учешћем од 95,6% укупног броја и запошљавају скоро 50% укупног броја запослених.

Истраживања Светске банке, презентована у Извештају о пословању 2008 (Doingbusiness 2008), показују погоршање пословног амбијента привреде Републике Србије и 86 позицију на ранг листи од 178 земаља (84 позиција у 2006. години). Од земаља региона, Република Србија има бољу позицију од Хрватске (97), БиХ (105) и Албаније (136), а слабију од Мађарске (45), Румуније (48), Словеније (55), Македоније (75) и Црне Горе (81).

За оснивање предузећа у Републици Србији је потребно 11 различитих процедура, 23 дана и 8,9% бруто домаћег производа по становнику (10,2% у 2006. години). За добијање различитих врста дозвола (за градњу, прикључак за струју, телефон, одобрења од инспекција или других органа, да би покренули пословање и сл.) предузећа се сусрећу са 20 процедура, за чије испуњавање утроше 204 дана и плате 27 пута већу вредност од вредности бруто домаћег производа

по становнику (33 пута у 2006. години).

За запошљавање новог радника предузеће потроши 18% зараде, а за престанак радног односа запосленог 25 недељних плата.

Према Индикатору добијања кредита, Република Србија заузима 13 позицију и поправила је свој ранг за осам места: Република Србија се побољшала за једно место на скали за приступ кредитима и добила оцену седам од максималне десет (већа оцена значи да закони омогућавају бољи приступ кредитима), а код Индекса кредитне информисаности који мери обим, приступ и квалитет информација није било промена у односу на 2006. годину, чија је оцена пет од могуће шест.

Република Србија спада у групу земаља са сложеним системом плаћања пореза и такси - број годишњих плаћања је 66 пута (у Шведској два пута), односно за припрему, обрачун и плаћање пореза и

других обавезних давања предузећа потроше чак 279 сати.

За увоз у Републику Србију неопходно је 12 дана, шест докумената и 1.240 УСД, а за извоз - 14 дана, шест докумената и 1.440 УСД.

Да би се у Републици Србији наплатила спорна потраживања по основу комерцијалних уговора, потребно је 635 дана и 36 процедура на које се потроши 28,4% вредности дуга. Потребно време за затварање предузећа у просеку износи 2,7 година, а стопа наплате потраживања од несолвентних предузећа износи 23%.



УЗРОЦИ НЕ-АКТИВНОСТИ МСП

Нижи ниво активности малих и средњих предузећа узрокован је следећим проблемима: недовољан ниво знања и вештина; раскорак између финансијских потреба и постојећих финансијских инструмената; регионална неједнакост у развоју; недовољно коришћење нових технологија и иновација; неодговарајуће заступање интереса МСП.

Подаци указују на то да би се конкурентност, иновативност и техничко-технолошки напредак у МСП могли значајно повећати.

Изазови:

- основати већи број МСП;
- повећати проценат МСП која опстају током почетних година пословања;
- повећање обима средства за финансирање МСП под повољнијим условима;
- повећати конкурентност МСП;
- подстицати развој иновативности у МСП;
- повећати учешће оних МСП која расту захваљујући извозу;
- подстаћи прерастање микро у мала, и малих у средња предузећа

ПОЛИТИКА ДОБРЕ ПРАКСЕ

Креирање делотворних политика које доприносе подстицању нових предузећа упућује на следеће:

- » промовисање и јачање свести о могућностима и шансама које нуди предузетништво са циљем повећања броја нових предузећа;
- » побољшање квалитета и доступности пословне подршке потенцијалним и новим предузетницима;
- » реформа формалног и неформалног образовног система и увођење система предузетничког образовања, који развија људске ресурсе са практично употребљивим знањима и вештинама;
- » унапређење образовног система у области предузетништва;
- » смањење пореског терета новим предузећима која имају ограничене финансијске ресурсе;
- » бржа и јефтинија регистрација предузећа уз успостављање јединственог шалтерског система (One - stop shop);
- » обезбеђивање система праћења (мониторинг) са циљем подршке опстанка новооснованих предузећа.

ШТА СЕРТИФИКАТ ЗНАЧИ?

Сертификација општина значи испуњење одређених стандарда, тј. одређену гаранцију да ће постојећи привредници, као и потенцијални инвеститори, добити услуге и информације на начин који олакшава послове и активности који спадају у надлежност локалних самоуправа у Србији.

Додатно, то значи да привредници могу очекивати и одређену помоћ и партнерски однос општине, када су у питању и послови и процедуре које спадају у надлежности институција које делују на републичком нивоу.

Намера креатора Програма сертификације је да сам процес и чин доделе сертификата представља подстицај локалним самоуправама.

Критеријуми за сертификацију представљају неку врсту подсетника о томе шта све једна општина треба да развија, као сопствени капацитет, те који оперативни сегменти општинске организације треба да буду функционални.

Овај процес треба да резултира повећаном конкурентношћу српских општина у односу на општине у региону унутар и ван граница Србије и помогне им у такмичењу са конкурентима који су знатно раније почели процес транзиције и реформи.

КОНТЕКСТ ЕВРОПСКИХ ИНТЕГРАЦИЈА: УСАГЛАШАВАЊЕ СА ЕВРОПСКИМ СТАНДАРДИМА И ПРИНЦИПИМА

- » Европска повеља о локалној самоуправи.
- » Фискална децентрализација као темељ општинске аутономије.
- » У центру пажње: низ мишљења и препорука Савета Европе чија је сврха да у раду локалних власти обезбеде фискалну аутономију, квалитетно располагање новцем, транспарентност, активно учешће грађана и пружање квалитетних услуга.
- » Стандарде и принципе треба поштовати без обзира на традицију и посебне финансијске институте и аранжмане: локална власт мора да осигура сталне и предвидљиве приходе да би могла да располаже са њима тако што ће укључити своје грађане у процес одлучивања.
- » Централни приходи за које се зна намена и који су прикупљени за одређене пројекте треба да подстакну конкуренцију између општина.
- » Финансијско уједначавање: могућност за мање развијене општине да својим грађанима пруже услуге које нису испод доње границе стандарда.
- » Партнерство између приватног и јавног сектора треба да привуче инвестиције, људе и идеје за побољшање квалитета услуга за грађане.
- » Зајмови и општинске обвезнице као снажно средство за повећање инвестиција.
- » Стандарди производње - нарочито у обради хране.
- » Мере урбаног планирања.

СЕРТИФИКАЦИЈА ОПШТИНА СА ПОЗИТИВНИМ ПОСЛОВНИМ ОКРУЖЕЊЕМ

У програму за подстицај економском развоју општина (МЕГА) и Национална алијанса за локални економски развој (НАЛЕД) сарађују са важним актерима на националном нивоу и општинама на изради и увођењу програма сертификације за општине са позитивним пословним окружењем. Програм сертификације има

- дефинисање јединственог и стандардизованог приступа новим као и постојећим фирмама
- увођење иновација у начину на који се промовишу локални потенцијали
- проналажење конкретних решења за побољшање пословног окружења.

Програм сертификације је једна од многобројних активности које утичу на креирање брже и ефикасније администрације, која треба да отклони препреке за убрзани развој привреде, привлачење домаћих и страних инвестиција, увођење нових технологија,

креирање нових радних места и општу модернизацију друштва. Овакве активности су важне и за стварање добре репутације Србије, у времену када све земље у окружењу улажу значајне напоре ка економском развоју.

Стварање привлачне пословне климе не значи само да се нуде финансијске повластице инвеститорима. Иако је то важан део одлуке, инвеститори узимају у обзир и квалитет комуникације коју остварују са локалним властима, професионализам, прецизност, као и утисак и очекивања о могућем партнерском односу у будућности.

Инвеститори вреднују реално представљену слику о локалној средини и предвидљивост потребног времена и новца који је потребан за различите поступке, почев од регистрације предузећа, преко изградње објеката, повезивање на енергетске и комуналне системе снабдевања и запошљавање радне снаге.



за циљ да побољша сарадњу свих оних актера који су укључени у процес привлачења и реализације страних инвестиција као и да промовише стандарде који стварају позитивну пословну климу. Овај програм ће омогућити општинама да кроз сертификат покажу потенцијалним инвеститорима да могу да понуде здраво окружење које погодује развоју бизниса.

Програм сертификације је инструмент који омогућава оцену квалитета локалних заједница везаних за њихове инвестиционе могућности, иницијативе за привлачење инвестиција, и програме напредне бриге о бизнису које пружају.

Циљеви Програма обухватају али се не ограничавају на:

- јачање капацитета општина за привлачење инвестиција
- обезбеђивање стабилног и мерљивог пословног окружења
- утврђивање примера најбоље праксе
- "корак по корак" водич ка даљим побољшањима
- изградњу свести привредника о могућностима и потенцијалима које пружају општине

ТЕКСТИЛНИ КЛАСТЕР „ИМПУЛС“

У просторијама Регионалне привредне коморе Ниш, 24. фебруара 2010. године одржана је оснивачка седница Текстилног кластера извозника југоисточне Србије „ИМПУЛС“ уз техничку подршку данског програма за локални економски развој на Балкану ЛЕДИБ, Регионалне привредне коморе Ниш која је као оснивач кластера задужена за пружање пословне развојне подршке кластеру, Високе струковне школе за текстил Лесковац и Вунарског института Лесковац.

Кластер текстилних извозника југоисточне Србије – ИМПУЛС је основан у циљу:

- » пружања подршке члановима Кластера у подстицању одрживог развоја региона Југоисточне Србије
- » иновација и извоза као и подстицаја примене принципа етичности и поштовања у пословним односима
- » јачања конкурентности и остваривања профитабилног позиционирања на домаћем и иностраном тржишту
- » стимулисање размене знања, идеја и информација
- » промовисања предузетништва и обезбеђивања правне, економске и социјалне сигурности оснивача Кластера у складу са начелима лојалности Кластера као колективитету и слоге између његових чланова.

Кластер обухвата око 30 чланица малих и средњих текстилних производних предузећа, са сталном тенденцијом раста броја чланица.

Просторије Кластера текстилних извозника југоисточне Србије – ИМПУЛС налазе се у згради Регионалне привредне коморе Ниш.

Стратешки циљеви и задаци Кластера :

- » Промоција фирми на европском тржишту.
- » Праћење, изучавање и подстицање свих облика пословног повезивања и удруживања његових чланова са осталим субјектима привређивања.
- » Подстицање и допринос обезбеђивања услова за свестрано укључивање његових чланова у све облике спољнотрговинске размене роба и услуга.
- » Остваривање сарадње са истим или сличним асоцијацијама, коморама, органима, организацијама, институцијама, фондовима и заједницама по питањима од заједничког интереса.



ИЗЛАЗАК У ЈАВНОСТ И СВЕТ У 2010. ГОДИНИ

Кластер се први пут представио домаћим и страним посетиоцима на 1. Међународном сајаму кластера малих и средњих предузећа у Нишу. Импулс је представио својих тридесетак чланица али и своје стратешке циљеве, остваривши значајне контакте са кластерима из земље и региона као и са одређеним владиним институцијама које ће бити од велике помоћи и значаја за даље развијање и унапређење кластера.

Пред многобројним гостима и представницима медија чланице кластера 'ИМПУЛС' представиле су се модном ревијом на којој су приказале своје колекције и производне програме.

“Значај кластера и пословних организација за локални економски развој”, била је тема скупа који је организовао Текстилни кластер извозника Југоисточне Србије „Импулс“ у сарадњи са Привредном комором Србије и програмом ЛЕДИБ, Удружењем за индустрију текстила, коже и обуће РПК Ниш уз подршку представника ресорних одбора свих регионалних комора у Србији.

Чланице Текстилног кластера „Импулс“, уз помоћ ЛЕДИБ програма, реализују и програм практичне и теоријске едукације у просторијама Високе струковне школе за текстил Лесковац. Циљ ове едукације је био унапређење знања и способности запослених технолога за коришћење савремених софтверских апликација, пројектованих за потребе конструкцијских припрема текстилне производње.



Текстилни кластер извозника Југоисточне Србије „Импулс“ учествује и у стварању Асоцијације кластера коју је подржало Министарство економије и регионалног развоја, Привредна комора Србије, СИЕПА и Национална агенција за регионални развој.

Уз помоћ ЛЕДИБ програма, кластер реализује пројекат пружања консултантских услуга са фирмом ПРИЗМА Ниш, са програмом практичне едукације компанија, чланица Текстилног кластера „Импулс“, у циљу коришћења савремених софтверских апликација пројектованих за потребе технолошких и других стручних процеса производње.

Како је реч о едукацији из области стручних предмета, програм предвиђа ангажовање професора и асистената са Високе струковне школе за текстил, који су дуги низ година радили у производњи, и предају те предмете у Високој струковној школи за текстил. Ангажовани професори имају сертификате фирме Гербер, за рад на систему Гербер односно за коришћење софтвера Corel designer и AccuMark и едукацију других лица за рад овим системима.



САЈМОВИ КАО ПРИЛИКА ЗА НОВЕ КОНТАКТЕ

Чланови текстилног кластера Импулс учествовали су и на 13. Међународном сајму у Истанбулу. Сајам је организовала Асоцијација независних индустријалаца и привредника Турске (МУСАИД), на простору од око 100 000м², уз учешће 3000 излагача.

Чланови текстилног кластера Импулс искористили су учешће на сајму за бројне састанке са привредницима и удружењима из овог сектора привреде, али и за посете дистрибутерима машина и резервних делова и упознавање са новим технологијама. На сајму су остварени добри пословни договори и изузетни контакти за даљу сарадњу.

РПК Ниш и МУСАИД су, овом приликом, потписали и протокол о сарадњи.

У периоду од 2 до 4. децембра 2010. године на Београдском сајму одржан је 9. Међународни сајам предузетништва "Бизнис база 2010". На сајму је своје производе и услуге представило око 300 привредника из Србије и региона, државне институције које се баве развојем сектора МСП, градови и општине, факултети, институти и удружења. Овогодишњи сајам "Бизнис база 2010" одржан је под слоганом "Кључ успеха" који се налази у знању, партнерима и подршци. Захваљујући ЛЕДИБ програму међу излагачима, на истом штанду, нашли су се и представници кластера ИМПУЛС, Опека Брик, савез Старт УП кластера, пословна удружења привредника и Регионална привредна комора Ниш.

СМАЊЕЊЕ СИРОМАШТВА КРОЗ ПОДРШКУ СТАРТ АП БИЗНИСА

ДИН Фабрика дувана а.д. Ниш, у саставу Филип Морис Инт. и НВО ЕНЕКА Ниш, отпочели су сарадњу на



пројекту „Смањење сиромаштва кроз подршку стартап бизниса“, настављајући заједничке напоре на јачању предузетништва у Нишу. Укупна вредност пројекта, који финансира ДИН Филип Морис, а чији је партнер Град Ниш, износи 9,6 милиона динара, а уговор о сарадњи потписан је 18. новембра 2010. године.

Наставком сарадње између друштвено одговорних компанија и невладиног сектора, за девет месеци колико ће трајати овај пројекат, биће подржано још 45 клијената (малих бизниса) који ће добити опрему просечне вредности од 180.000,00 динара, уз обавезне пратеће обуке, пословне и стручне, као и пословно саветовање у току оснивања или проширења, како би се додатно осигурала одрживост подржаних бизниса.

Пројекат је намењен свим заинтересованим лицима са здравом пословном идејом за започињање или развијање и проширивање пословне делатности, а која ће им обезбедити запошљавање и редовне изворе прихода.

Клијенти који потпишу уговоре о донацији имаће обавезу да региструју своју пословну делатност, обаве 15 часова друштвено корисног рада, и изврше повраћај од 20% од вредности гранта, приликом добијања опреме.

Основни циљ пројекта је допринос одрживом развоју у Србији, док ће специфични циљеви пројекта као локални економски развој кроз бизнис инкубацију, бити остварен подршком имплементацији локалних развојних стратегија и повећање запослености кроз обезбеђивање грантова у виду опреме и едукацију подржаних бизниса.

Подршка развоју приватног сектора биће пружена искључиво у оквиру постојећих стратегија локалног одрживог развоја.

Пројекат ће заинтересованим подносиоцима пријава бити ближе представљен информативном кампањом, о чему ће детаљније информације бити доступне путем медија, као и на интернет странама НВО ЕНЕКА и локалних партнера.



ГРАД НИШ



РЕКЛИ СУ О ПРОГРАМУ

Од 2009, када је покренут овај програм, захваљујући финансијској помоћи Филип Морис-а у Србији, 50 незапослених грађана Ниша успешно су започели свој мали бизнис кроз који је већ запослено више од 80 лица. Пхилип Моррис у Србији својом донацијом за 2010. годину жели да помогне још 50 незапослених грађана кроз доделу средстава за покретање малих бизниса. ЕНЕКИН програм подразумева врло пажљив процес одабира корисника, а заснован је на одрживости и спроводивости предложених пословних предлога.

„Као један од највећих послодаваца у Нишу, веома нам је драго што помажемо заједници финансирајући иницијативу ЕНЕКЕ којом се подржава и промовише предузетништво“, изјавио је Скип Борнхитер, регионални директор Филип Морис-а за југоисточну Европу.

„Овај програм директно утиче на стварање нових радних места, што је мој најважнији и најкритичнији приоритет“, рекао је градоначелник Ниша Милош Симоновић. „Партнерство ЕНЕКЕ и Филип Морис-а у Србији је сјајан пример на који начин јавни и пословни сектор могу да пруже ефикасну обуку и да оспособе људе за успех.“

Директор НВО ЕНЕКА, Маша Бубањ је изјавила: „Ова иницијатива подразумева стварање нових послова. Сваки нови бизнис који је успешан отвориће додатна радна места. Када људи имају посао, они купују робу и услуге од локалних добављача, што као последицу има више привредних активности и већу запосленост.“



АКЦИОНИ ПЛАН КАО НОВОГОДИШЊИ ПОКЛОН

Средином децембра у Нишу је одржана прва радионица са потенцијалним члановима Кластера напредних технологија, са темом израде Акционог плана кластера. Овај састанак је био наставак активности СЕЦЕП програма, које су започете 30. новембра, када је потписан меморандум подршке између СЕЦЕП програма, Града Ниша, Универзитета и Регионалне привредне коморе Ниш.

Радионици су присуствовали представници 16 малих и средњих предузећа, од 45 до сада мапираних, која се успешно баве производњом у сфери електронике, механике и информационих технологија.

До краја децембра биће започет рад на прецизној бази података чланица Кластера, а почетком јануара очекује се и формална регистрација кластера.

Акциони план који ће, по речима кластер експерта Џона Мареја, члановима Кластера бити прослеђен као новогодишња честитка, имаће за циљ дефинисање заједничких акција које ће допринети пословном развоју фирми. Акциони план ће обухватити маркетиншке активности, развој људских ресурса, едукацију запослених ради савладавања нових пословних вештина, успостављање сарадње међу члановима кластера али и освајање нових тржишта, што је, у коначном, и најважнији циљ Кластера напредних технологија.



ПОКРЕТАЊЕ НОВОГ БИЗНИСА - најчешће коришћена средства

БИЗНИС ИНКУБАТОРИ

Бизнис инкубатори су проверено средство које се користи широм света за стварање позитивног окружења за отпочињање пословања. Бизнис инкубаторе традиционално чини пружање заједничких услуга неопходних за пословање, обједињени на једном месту попут чиновничких услуга, правне помоћи, услуга слања, пословног планирања, рачуноводства и томе сличног, које се нуде новим, неискусним фирмама по повлашћеним ценама на одређено време.

Сврха бизнис инкубатора је да створи позитивно окружење да би се тек основаним фирмама пружила шанса да се развију и успеју. Бизнис инкубатори могу имати и друге облике, када се услуге и подршка не морају добијати на физички истој локацији. Бизнис инкубаторе, најчешће, у потпуности подржава јавни сектор, али је могуће и њихово финансирање посредством разних аранжмана који користе јавне/приватне изворе.

ИНДУСТРИЈСКИ ПАРКОВИ

Индустријски паркови се формирају да би се пружила локација за пословање са одговарајућом

инфраструктуром за обављање разних активности. Они варирају од индустријских паркова који обезбеђују канцеларијски простор, до оних који подржавају интензивну фабричку производњу.

Индустријски паркови могу нудити земљиште припремљено за изградњу пословних објеката или већ изграђене објекте намењене за изнајмљивање. Локације индустријских паркова нуде се по тржишној цени и нису дотиране.

ЗОНА УНАПРЕЂЕЊОГ ПОСЛОВАЊА

Зоне унапређењог пословања јесу трајна партнерства успостављена између власника имовине, пословних лица, и њима сличних, и градске владе са циљем да се побољшају услови за пословање и живот у датој области. Организације које се баве унапређењем пословања у некој области засноване су на идеји о самопомоћи тако што финансирају побољшања и вишегодишње пословне подухвате посредством самоопорезујућих механизма које одобрава општинско правно тело.

Овај начин рада настао је у Сједињеним државама и успешно се примењује у девет општина у Србији.

ПРИВАТНО-ЈАВНО ПАРТНЕРСТВО

Приватно-јавно партнерство представља односе успостављене између јавне институције и ентитета који немају јавни карактер да би се предузеле одређене акције или решили поједини проблеми. Такви односи су пожељни јер са собом носе веће шансе да се успешно реше проблеми када јавне и приватне организације заједнички уложе своја посебна знања и поље деловања.

Приватно-јавно партнерства формирају се у разноврсне сврхе, попут обезбеђивања финансијске подршке за спровођење стамбеног пројекта од користи за заједницу, али који не може заживети без учешћа јавног капитала или законске потпоре, у комбинацији са знањем из приватног сектора. На тај начин, могуће је решити многе проблеме и питања.



КОРИСНЕ ИНФОРМАЦИЈЕ

КОНТАКТИ: МИНИСТАРСТВА

Влада Републике Србије [www.srbija.gov.rs]

Званичан сајт Владе Републике Србије са најновијим политичким, економским и другим информацијама. Контакт информације свих релевантних представника Владе, министарстава и релевантних институција.

Министарство финансија [www.mfn.gov.rs]

Информације о макроекономској клими и условима у Србији, релевантни закони и регулативе и контакти финансијских институција у Србији.

Министарство економије и регионалног развоја [www.merr.gov.rs]

Активности министарства, релевантни закони и регулативе и корисни линкови.

Министарство рударства и енергетике [www.mem.gov.rs]

Корисне информације о енергетици и рударском сектору, могућности инвестирања и релевантни закони и регулативе.

Министарство трговине и услуга [www.mty.gov.rs]

Информације о законима и регулативама, текућим пројектима, активностима министарства, вести и догађаји.

Министарство за науку и технолошки развој [www.nauka.gov.rs]

Активности министарства, информације о технологији и науци и релевантни закони и регулативе.

НАЈБОЉИМ ИЗВОЗНИЦИМА У 2010. ГОДИНИ ТИТУЛА НАЈБОЉЕГ – ПРИЗНАЊЕ И ПОДСТИЦАЈ

СИЕРА

СИЕПА ову награду додељује од 2004. године, са намером да ово државно признање послужи као стимуланс за нове извозне подухвате најбољим извозним предузећима у Србији. Награда доноси и ексклузивно право да награђене компаније у свом материјалу користе лого „Извозника године“.

О добитницима овогодишње Награде извознику године одлучивала је стручна комисија у саставу: потпредседник Привредне коморе Србије Михајло Весовић, помоћник министра у Министарству економије и регионалног развоја Ненад Илић, професор на Економском факултету Београдског Универзитета Саша Вељковић, уредник часописа „Економист“ Војислав Стевановић и директор Агенције за страна улагања и промоцију извоза (СИЕПА) Божидар Лаганин, који је уједно и председник комисије.

„ТИГАР ТАЈЕРС“ НАЈБОЉИ ИЗВОЗНИК 2010



Најбољи извозник 2010. године је компанија „Тигар тајерс“ из Пирота. Награду за најбољи извозни производ добила је фирма „Алинг-Конел“ из Бачке Паланке, док је за освајање новог тржишта награду добила компанија „Квадра график“ из Београда. Награду у категорији малих и средњих предузећа добила је фирма „Коларевић“ из Појата, док су специјална признања у овој категорији добиле и компаније „Ајс крим фактори“ из Нове Пазове и „ФСО Гоша“ из Симићева. Награду за најбољег извозника у категорији друштвено одговорног пословања добила је компанија „Амига“ из Краљева.

Компанија „Тигар тајерс“ добила је награду првенствено због великог учешћа извоза у укупној

продаји - од 92,6 одсто, али и због повећања броја запослених и реализације нових улагања у производњу. Ова компанија је успешан пример стране инвестиције која доприноси повећању српског извоза.

Награду за најбољи извозни производ ове године однела је компанија „Алинг-Конел“ за програм инсталационих склопки, прикључница и разводних кутија, који је нашао велики број купаца на тржиштима Русије и ЕУ.

У категорији малих и средњих предузећа награду је добио домаћи произвођач намештаја „Коларевић“, који је преко 90 одсто прихода остварио на тржиштима Швајцарске, Немачке, Аустрије и Шпаније. Специјална признања у овој категорији добиле су и компаније „Ајс крим фактори“ за извоз сладоледа у Русију и ФСО „Гоша“, која целокупну производњу ауто-мешалица за бетон извози на тржишта Немачке, САД, Бразила, Белгије и Индије. Награду за освајање новог извозног тржишта у 2010. години припала је предузећу „Квадра график“, које је успело да у огромној конкуренцији произвођача из целог света пласира своје производе на тржишта Азербејџана, Нигерије, Тогоа, Финске и Пољске. „Квадра график“ производи широк и атрактиван асортиман „греб-греб“ лутријских картица,

припејд картица за допуну кредита, „сим“ картица за мобилне оператере и поклон ваучера.

Награду у категорији друштвено одговорног пословања, коју СИЕПА по први пут додељује ове године, добила је компанија „Амига“. Ова фирма одговорно послује више од 20 година, спроводи едукативне програме и семинаре за своје запослене, учествује и подржава бројне културне, спортске и хуманитарне акције. Поред бројних потешкоћа, са којима су се сусрели становници и привреда Краљева, „Амига“ је и у овој години константно улагала у разне хуманитарне акције и активно се укључила у санацију последица земљотреса ангажовањем механизације и радника.

Спонзори овогодишње доделе Награде за извозника године су „Еуробанк ЕФГ“, која је фирми „Коларевић“ уручила чек у износу од 15.000 евра за унапређење извозних активности, „ДХЛ Интернационал Београд“ која је фирми „Квадра график“ доделила награду у висини од 10.000 евра у услугама извоза и „Оранж студио“, која је фирми „Алинг-Конел“ доделила награду у висини од 10.000 евра у виду израде промотивне маркетиншке кампање. СИЕПА је „Амиги“ уручила награду у виду програма обуке запослених у циљу унапређења продаје, ефикасности и радних способности.

ЗАКОНИ

ЗАКОН О ЗАШТИТИ КОНКУРЕНЦИЈЕ

Овим законом уређује се заштита конкуренције на тржишту Републике Србије, у циљу економског напретка и добробити друштва, а нарочито користи потрошача, као и оснивање, положај, организација и овлашћења Комисије за заштиту конкуренције.

Одредбе овог закона примењују се на сва правна и физичка лица која непосредно или посредно, стално, повремено или једнократно учествују у промету робе, односно услуга, независно од њиховог правног статуса, облика својине или држављанства, односно државне припадности, и то на:

1. домаћа и страна привредна друштва и предузетнике;
2. државне органе, органе територијалне аутономије и локалне самоуправе;
3. друга физичка и правна лица и облике удруживања учесника на тржишту (синдикати, удружења, спортске организације, установе, задруге, носиоци права интелектуалне својине и др.);
4. јавна предузећа, привредна друштва, предузетнике и друге учеснике на тржишту, који обављају делатности од општег интереса, односно којима је актом надлежног државног органа додељен фискални монопол, осим уколико би примена овог закона спречила обављање тих делатности, односно обављање поверених послова.

ЗАКОН О ЕЛЕКТРОНСКОЈ ТРГОВИНИ

Овим законом уређују се услови и начин пружања услуга информационог друштва, обавезе информисања корисника услуга, комерцијална порука, правила у вези са закључењем уговора у електронском

облику, одговорност пружаоца услуга информационог друштва, надзор и прекршаји.

Одредбе овог закона не примењују се на: заштиту података, опорезивање, заступање странака и заштиту њихових интереса пред судовима, као ни на игре на срећу са новчаним улозима, укључујући лутријске игре, игре у казинима, кладионичке игре и игре на срећу на аутоматима, ако посебним законом није другачије одређено.

ПОДАТАК је информација, порука и документ сачињен, послат, примљен, забележен, складиштен или приказан електронским путем, укључујући пренос Интернетом и електронску пошту;

НЕДОПУштЕНИ ПОДАТАК је информација, порука и документ који је у супротности са прописима и моралом или који је законом одређен као поверљив;

УСЛУГА ИНФОРМАЦИОНОГ ДРУШТВА је услуга која се пружа на даљину уз накнаду путем електронске опреме за обраду и складиштење података, на лични захтев корисника услуга, а посебно продаја робе и услуга путем Интернета, нуђење података и рекламирање путем Интернета, електронски претраживачи, као и омогућавање тражења података и услуга које се преносе електронском мрежом, обезбеђивање приступа мрежи или складиштење података корисника услуга;

ПРУЖАЛАЦ УСЛУГА ИНФОРМАЦИОНОГ ДРУШТВА је правно лице или предузетник који пружа услуге информационог друштва (у даљем тексту: пружалац услуга);

КОРИСНИК УСЛУГА је свако физичко или правно лице које због професионалних или других циљева користи услуге информационог друштва;

ПОТРОШАЧ је свако физичко лице које закључује правни посао на тржишту у сврхе које нису намењене обављању његовог занимања, пословне активности или предузетничке делатности;

УГОВОР У ЕЛЕКТРОНСКОЈ ФОРМИ је уговор који правна и физичка лица закључују, шаљу, примају, раскидају, отказују, коме приступају и који приказују електронским путем уз коришћење електронских средстава;

КОМЕРЦИЈАЛНА ПОРУКА је порука у било којем облику, сачињена да промовише, непосредно или посредно, робу, услуге или углед правног или физичког лица које обавља регистровано делатност.

