

*Др Љубиша Дабић,  
научни савешњик, Института за упоредно право, Београд*

## **Класификација малих и средњих предузећа и њихово повезивање - Упоредноправни приступ -**

### **Резиме**

*Научни и практични разлози довели су до разврставања малих предузећа на неколико група, на пример, традиционална, кооперативна, иновативна, вишепрофилна и друга. Критеријуми за такве класификације малих предузећа огледају се, првенствено, у специфичностима њиховог настанка и различитој улози коју имају у привредном развоју. Међутим, класификација малих предузећа сусреће се и у појединим законодавствима о малим и средњим предузећима, преваходно за потребе правилне примене и тумачења законских одредаба. Такве класификације се најчешће заснивају на економским критеријумима, какав је, на пример, привредна делатност (привредна грана) за коју је мало предузеће регистровано или приоритетни у подстицању малих предузећа.*

*Савремена кретања у привредама развијених земаља, али и земаља у транзицији, иду у правцу развоја малих и средњих предузећа (МСП). У тим кретањима се велика предузећа у структуралном погледу организују у оквирима МСП, а тако настала МСП се међусобно повезују на уговорној или спонтанној основи, ради ефикасности у њиховом пословању, реструктурисању великих предузећа и националне привреде уопште.*

**Кључне речи:** *мала и средња предузећа, класификација предузећа, повезивање предузећа, кооперација*

Ради практичних и доктринарних потреба, наука разврстава мала предузећа на три групе, и то: традиционална предузећа, кооперативна (подговорна) и високо иновативна предузећа. Критеријуми за изнету класификацију малих предузећа огледају се у специфичностима њиховог настанка, неопходним предусловима за њихов развој, ангажовању ресурса и различитој улози коју имају у привредном развоју.<sup>1)</sup> У страном законодавству о малим и средњим предузећима (МСП) такође се сусрећемо са одређеним класификацијама малих предузећа, превасходно за потребе правилне примене и тумачења законских одредаба. За њихову класификацију се најчешће претпоставља или узима неки од економских критеријума, какав је на пример привредна делатност или привредна грана у којој предузећа обављају делатност. Тако, италијански Закон 317/91 о мерама за иновирање и развој малих предузећа, који је донет крајем 1991. године (даље: Закон 317/91),<sup>2)</sup> када дефинише мало предузеће, под њега подводи ове врсте предузећа: мало индустријско предузеће, мало трговачко предузеће, мало туристичко и мало услужно предузеће. Поменуте категорије малих предузећа су економски изрази за исказивање њихове величине и привредне гране у којој обављају делатности, као и за указивање којој групацији привредних делатности припадају. Наведеном и сличним класификацијама, такође, законодавац декларише економску политику коју ће остваривати према конкретним врстама предузећа. Таквим приступом законодавца даје се подршка малим предузећима у њиховом оснивању, пословању и развоју путем законских мера и мера економске политике које ће произаћи из закона у наредном периоду. Примера ради, када се у италијанском Закону 317/91 помиње примена олакшица, онда се истиче "да се олакшице односе на мала предузећа", и то на: мала индустријска и услужна предузећа, која могу бити основана у облику задруга и задружних друштва, као и мала производна занатска предузећа.

Бугарски законодавац у Закону о малим и средњим предузећима (1999)<sup>3)</sup> даје неку врсту класификације МСП узимајући за критеријум "приоритете у њиховом подстицању", у оквиру мера за подстицање оснивања и развоја МСП у појединим привредним областима и делатностима.<sup>4)</sup> Тако, приоритете у подстицању имају следећа врсте МСП: производна, високотехнолошка, извозно оријентисана, која отварају нова радна места у реонима са неупошљеношћу вишом од просечне у земљи, туристичка, установе за лечење, превозничка, новооснована, производна у области пољопривреде, у области заштите животне средине и развојна.

Савремене тенденције иду у правцу све израженије свести о нужности развитка МСП, као једног од основних стожера развитка националних привреда развијених земаља (на пример: Јапан, Италија), али и земаља у транзицији. Посебно је изражен тренд да у оквирима великих предузећа (производних, услужних, трго-

1. Ненад Пенезић: Управљање развојем малих предузећа, Београд 1998, стр. 27.

2. L. 5 ottobre 1991, n. 317 (1) Interventi per l'innovazione e lo sviluppo delle piccole imprese, Gazzetta Ufficiale 9. ottobre 1991, n. 237, S.O.

3. Закон за малките и средните предприятия, Държавен вестник, 84/1999.

4. В. члан 14. бугарског Закона о малим и средњим предузећима.

вачких или мешовитих) долази до стварања МСП, а тиме и до делотворније пословно-организационе структуре која битно утиче на ефикасност и ефективност њихове унутрашње организације и на дисперзију и (ре)структурирање националне привреде уопште, а у складу са тим, и на њихову ефикасност.<sup>5)</sup>

## 1. Традиционална предузећа

Традиционална предузећа обухватају привредне субјекте из области традиционалног занатства, трговине, угоститељства и грађевинарства. Највећи број малих предузећа у свету припада баш овој категорији малих предузећа. Привредни субјекти из наведених традиционалних сектора привреде имају за основне делатности производњу робе и пружање услуга локалном становништву за њихове потребе. Традиционална предузећа нису капитално интензивна, не одликује их иновативност, њихова карактеристика није брз раст и развој, али су од посебног значаја за локалну самоуправу и националну привреду, јер омогућују ангажовање значајног броја незапосленог становништва.<sup>6)</sup>

Сагласно законодавном искуству појединих развијених земаља и земаља у транзицији, на пример, у Савезном закону о државној подршци малом предузетништву Руске Федерације (1995)<sup>7)</sup> пошло се од економских критеријума за одређивање малих предузећа, односно за њихово разграничење од осталих (великих) предузећа. Законодавац Руске Федерације је обухватио привредне субјекте који обављају традиционалне делатности: грађевинарство; трговина на велико; трговина на мало и пружање свакодневних услуга становништву; остале гране и обављање других врста делатности.<sup>8)</sup> У Русији данас само 25-30% укупног броја субјеката малог предузетништва обавља делатност у области грађевинарства и индустрије, више од 40-50% послује у трговини, посредничкој делатности и области пружања услуга. Како констатује економска наука, идеална структура малих предузећа би требала да буде дијаметрално обрнута, тј. да у производно-иновационом сектору тих предузећа буде 50-60%.<sup>9)</sup>

## 2. Кооперативна предузећа

Савремене тенденције у области привредног развоја показују да од способности државе да изгради добро осмишљену и јаку производну мрежу зависи конку-

5. Никола Кувачић и др: Подузетничка библија, Сплит 2002, стр. 94.

6. Ненад Пенезић: оп. цит., стр. 28.

7. Федерални закон о државној подршци малог предузетништва у Руској Федерацији, 25/1995.

8. Савезни закон о државној подршци малом предузетништву у Руској Федерацији, члан 3. тачка 1.

9. А. Орлов: Малое предпринимательство: старые и новые проблемы, Вопросы Экономики, 4/1997, стр. 134.

рентност привреде земље на међународном тржишту. Квалитет пословних односа који се успоставља између предузећа јесте питање изградње децентрализоване мреже предузећа, повезаних по хоризонталном и вертикалном принципу. Хоризонталне везе представљају спој МСП у одређеним производним циклусима, док вертикалне везе повезују већи број субјеката малог бизниса са финалним произвођачем и испоручиоцем. Овако успостављена мрежа међу предузећима омогућава непрекидну сарадњу засновану на узајамним економским интересима.<sup>10)</sup>

У економском смислу, класична мрежа привредних субјеката састојала се од произвођача, трговца на велико и трговца на мало, који су по правилу пословали аутономно на тржишту. Савремени начин привређивања и конкуренција на тржишту захтевали су од привредних субјеката да успостављају вертикалне и хоризонталне системе пословне сарадње. Разлике између ових система пословне сарадње се огледају, између осталог, у степену и обиму самосталности и повезаности привредних субјеката, у начину управљања, централизацији привредних ресурса и успостављеној контроли над (не)зависним предузећима. У погледу правне организације пословне сарадње постоје две врсте система: 1) статусни (корпоративни) системи који су у власништву једног привредног субјекта и у којима не постоје хијерархијски независни привредни субјекти; и 2) уговорни системи који претпостављају уговорне групације учесника, за чије успостављање иницијатива може да потекне од прозвођача, трговца на велико или трговца на мало, а могу да имају различите облике. Такође, постоје две врсте правних инструмената за остваривање пословне сарадње између привредних субјеката, и то: вертикални и хоризонтални споразуми. Привредни субјекти (предузећа) који се налазе на различитим нивоима производне репродукције (производња – трговина на велико – трговина на мало) закључују тзв. вертикалне споразуме, а привредни субјекти (предузећа) који се налазе у истом нивоу процеса репродукције (само у области производње, само у области трговине на велико или само у области трговине на мало) закључују тзв. хоризонталне споразуме. За прву групу споразума су карактеристични споразуми произвођача и продаваца на велико и мало о различитим модалитетима дистрибуције роба и услуга, а за другу групу споразуми о специјализацији, истраживању и развоју, као и различити модалитети споразума о заједничким пословним подухватима.

У тржишно развијеним привредама велика предузећа (корпорације) заснивају своју производњу финалног производа на кооперацији са већим бројем кооперантских предузећа (подговорна предузећа), која опслужују матично предузеће компонентама, подсклоповима и склоповима. Кооперантска предузећа нису капитално интензивна, а њихово пословање не карактерише висок ризик и брз развој. Допринос ових предузећа се огледа у повећању њихове конкурентске способности и у апсорбовању незапослених лица.

10. Драгана Кнежић-Поповић: Институционалне форме за подршку оснивања малих предузећа, Право и привреда, 5-8/2000, стр. 175.

Мала предузећа су од «животног» значаја за постојање и пословање великих предузећа, имајући у виду да велика предузећа свој опстанак на тржишту, често и у великом мери, захваљу малим предузећима која су заправо њихови претежни подговорачи, кооперанти, добављачи или купци, нарочито на тржиштима тзв. пословне потрошње.<sup>11)</sup>

Уочљива је појава да се у неким законима о МСП инсистира и посебна пажња посвећује пословном повезивању МСП на уговорној основи (уговор о кооперацији). На пример, јапански Основни закон о малим и средњим предузећима, који је донет 1963. а измењен 1973. године, садржи одредбе о повезивању предузећа на основу подговорања, тј. о "спречавању одлагања обрачуна на основу подговорања".<sup>12)</sup> Међутим, појава међусобног повезивања МСП и њиховог повезивања са великим предузећима је много израженија у пословној пракси. Искуство западних земаља је показало да видови пословног повезивања и удруживања (пословне групе) дају добре резултате. Пословно повезивање малих предузећа са великим и обратно назива се вертикалним повезивањем, а међусобно повезивање малих предузећа хоризонталним повезивањем.

За разлику од земаља у транзицији, у којима се недовољна пажња поклања питањима кооперације између великих и малих предузећа, већина тржишно развијених земаља пружа другачију слику. Искуство Италије, Јапана или САД-а у организацији малог бизниса и његовом обављању у оквирима различитих економских модела кооперације је вишегодишње и може да послужи за углед. С једне стране, кооперација између привредних субјеката у тржишним привредама се остварује између малих предузећа, а с друге стране, између малих и великих предузећа.

У литератури се праве поређења о обиму остваривања кооперације између великих и малих предузећа у појединим земљама. Тако, у зависности од модела тржишне привреде степен те међузависности (кооперације) је различит: у САД-у је он нешто мањи, а у Јапану је традиционално нешто већи.<sup>13)</sup>

У Јапану мала предузећа имају изузетно значајну улогу у развоју привреде и повећању друштвеног производа. Такође, то је земља са највећим учешћем малих предузећа у индустрији, полазећи од тога да су велика предузећа пословно повезана са већим бројем малих предузећа (коопераната), односно велике јапанске фирме (на пример, Тојота и Мицубиши) имају успостављене кооперантске односе са великим бројем МСП. Даље, у Јапану, као индустријски развијеној земљи, МСП послују у оквирима врло разгранатих мрежа и у саставу великих привредних група. Практика повезивања великих и малих предузећа уграђена је у структуру јапанске привреде, али и друштва у целини. Због тога велике јапанске компаније, на

11. Никола Кувачић и др: оп. цит., стр. 79.

12. В. Б. Рамзес: Мелкие и средние предприятия в послевоенной Японии, Москва 1965, стр. 143.

13. Е. Бухвальд - А. Виленский: Российская модель взаимодействия малого и крупного предпринимательства, Вопросы Экономики, 12/1999, стр. 68.

пример у производњи аутомобила, послују делимично и уз помоћ МСП, која, опет, опстају на тржишту као подуговарачи и кооперанти тих великих предузећа.

За Јапан је специфичан тзв. систем *keiretsu*, који претпоставља повезивање, кооперацију и координацију предузећа различитих профила и уједно објашњава типичну јапанску привредну структуру. Наведни систем делимично објашњава и затвореност јапанске привреде за увоз без обзира на снижене царине и ванцаринску заштиту. Постоје различити *keiretsu* типови, и то: 1) хоризонталне групације, у којима је у средишту смештена банкарска и трговинска функција; 2) вертикалне групације, које претпостављају концерне и његове групације а типичне су за аутомобилску и електро индустрију; 3) дистрибутивни систем, у којем произвођачи сами организују трговину на велико и трговину на мало.<sup>14)</sup>

У Јапану је формирање групација предузећа (*keiretsu*) специфично за јапанску компанију. Постоји редовна пракса да једно предузеће има акције у другом предузећу и често се преко узајамног акционарства (држања акција) успоставља чврста повезаност и сарадња између великих предузећа која се баве сасвим различитим делатностима. Реч је о великим конгломератима који укључују велики број предузећа, по правилу банку, често и осигуравајућа предузећа и ланац продавница. "Keiretsu карактерише интерно пословање у оквиру групе и заједничка финансијска политика". Унакрсно повезивање пружа одређену сигурност предузећима члановима групације, а у јапанској пракси се није догодило да неко велико предузеће (компанија) буде преузето од другог, иако се мала предузећа често преузимају од великих предузећа.<sup>15)</sup>

Италија, где мали бизнис чини основу привреде, даје пример бројности различитих организационих облика развоја и кооперације малих предузећа. Како истичу поједини аутори, реч је "о производним групама као једном од најраспрострањенијих облика организације малих предузећа".<sup>16)</sup> Кад је реч о Француској, тамо је кооперација малих предузећа са великим корпорацијама "више у знаку комплементарности него ривалства". Две различите врсте предузећа по величини често врше различите активности користећи најчешће различиту технику. Однос између малих предузетника и великих предузећа поприма различите облике: од једноставне контроле у оквиру једне индустријске или финансијске групације, преко различитих облика пословне сарадње (кооперације) до односа клијент-добављачи.<sup>17)</sup>

14. Павле Поповић - Мирољуб Хаџић - Мила Коруџић: Програм - Институционална подршка за оснивање и развој малих и средњих предузећа (МСП), Економски институт Београд - Центар за мала и средња предузећа (шапирографисано), стр. 44.

15. Часлав Пејовић: Јапанско компанијско право, Право и привреда, 5-8/1996, стр. 363.

16. В. Хмельницкая: Кооперация малых и средних предприятий в Италии, Мировая Экономика и международные отношения, 2/1997, стр. 94.

17. Веселин Бурђевац: Француска искуства у сарадњи великих корпорација са малим привредницима, стр. 1. - Зборник реферата "Кооперација (франшизинг) - услов опстанка малих привредника и велике корпорације", Сабор малих привредника, Врњачка Бања 26-28. децембра 1990. године.

По дефиницији *G. Lorenzoni*-а, пословна група је "облик развоја организационе макроструктуре предузећа, када се инвестирање врши путем прикључења нових организационих јединица, правно независних једна од друге, а не путем ширења сваке од њих појединачно". *A. D. Depperu* и *P. Cappelo* дефинишу групу као "свеукупност правно аутономних предузећа која подупиरे заједнички привредни субјект који можемо назвати привредним субјектом групе".<sup>18)</sup> У том случају се под привредним субјектом групе подразумева скуп лица који имају основни привредни интерес. По правилу, та лица су власници уложеног капитала у производњу.<sup>19)</sup>

Привредна концентрација у форми производне групе, која се не огледа само у акумулацији и централизацији капитала у једном "средишту", на правном плану може а не мора да води статусним и правноорганизационим променама. Та концентрација се остварује пословном сарадњом између предузећа, укључујући МСП, било путем фузије (апсорпцијом једног предузећа од стране другог или стварањем новог предузећа на место ранијих која се спајају), било путем успостављања контроле (или доминације) једног предузећа (доминантно предузеће) над другим (потчињено предузеће), при чему та предузећа остају правно различита, али су у погледу економске политике и одлучивања потчињена доминантном предузећу. На тај начин, концентрација се у овом случају изражава у привредном обједињавању, с једне, и правној деконцентрацији, с друге стране.<sup>20)</sup> Међутим, привредна концентрација у облику производне групе, тј. као правна концентрација предузећа може да се остварује и на уговорној основи (уговор о кооперацији, уговор о конзорцијуму, уговор о франшизингу, уговор о ексклузивној дистрибуцији).

Постоје неколико основних разлога на основу којих се мала предузећа у Италији укључују на пут развоја привредних група. Први разлог се огледа у повећању броја предузећа, што доводи до измене у њиховој структури организације и управљања. Организација малих предузећа постаје гломазна и може да се покаже неефикасном, док упоредо слаби контрола, што у одсуству заиста уске специјализације може да утиче на квалитет производа. Други разлог се исцрпљује у констатацији да се већина малих предузећа развија на породичној основи. Трећи разлог се огледа у ширењу производње у оквиру једног предузећа које претпоставља инвестирање допунских средстава. У том случају се посеже за привлачењем слободних инвеститора или акционара, што доводи до прерасподеле улога у капиталу и след-

18. Наведено према В. Хмельницкая: ибидем.

19. По изнетим подацима *Mediocredito centrale*, у 1995. години, у Италији је 37,4% предузећа припадало различитим производним групама (у 1991. години - 26,6%). Све производне групе су испољиле предности групе као организације, а не повећања броја посебно узетог предузећа. - В. Хмельницкая: оп. цит., стр. 95. У Француској је убрзани развој кооперације започео 50-тих година XX века. После извесног застоја, почетком 70-тих кооперација је поново у порасту. За целу индустрију, у структури пословних резултата, кооперација учествује са 5,4% у 1973. и 6,8% у 1979. години, што је представљао пораст релативне вредности од око 30%. - Веселин Ђурђевац: оп. цит., стр. 1, фуснота 2.

20. Врлета Круљ: Правни режим и облици концентрације у привреди, Институт за упоредно право, монографија 97, Београд, 1978, стр. 149.

ствено томе до губљења контроле над предузећем. На тај начин, учешће у производној групи умањује трошкове посебне јединице, али не слаби власт претходног власника. На крају, четврти разлог, који је тесно повезан са три претходна разматрања, захтева неопходност разграничења делатности предузећа и утврђивање одређеног одговарајућег типа "производ - тржиште" за сваку посебну производну јединицу.<sup>21)</sup>

У Француској се заинтересованост за сарадњу великих предузећа са малим предузетницима објашњава бољим пословним резултатима МСП. Наиме, МСП у области индустрије су отпорнија на кризу у односу на велике фирме. С друге стране, мала предузећа су већином "инплантирана" у областима привреде где је стопа раста изнад просека, где налазе погодан терен за развој, а препреке у прибављању капитала су незнатно мање. Затим, мала предузећа су способнија за прилагођавање променама на тржишту, јер је њихово управљање радном снагом ефикасније и економичније. Даље, слабија интензивност капитала малих предузетника у односу на велике олакшава њихов опстанак на подручју где је тржиште уско, а тражња нестабилна и где се не може очекивати висока рентабилност. Најзад, кад је реч о финансирању, мала предузећа су у двоструко неповољнијем положају у односу на велика предузећа, и то како у погледу висине камата, тако и у погледу њихове задужености.<sup>22)</sup>

Основни објективни разлог формирања производних група малих предузећа у Италији је криза "фордовског" модела производње. Производне групе су поникле почетком 70-тих година, када је постало јасно да привреда земље не може да се супроставља само крупној индустрији, и када је преовладала тенденција сужавања индустријских гиганата.<sup>23)</sup> У Француској је 60-тих година изгледало да малим предузетницима прети нестанак са привредне сцене. Међутим, већ крајем 70-тих и почетком 80-тих година, мала предузећа испољавају већу отпорност према кризи у поређењу са великим предузећима. Захваљујући кооперацији са великим фирмама, у периоду 1977-1984. године, МСП су у индустрији забележила мањи пад у односу на велика предузећа. Шта више, мала предузећа су повећавала удео у тржишту, посебно у областима под рецесијом.<sup>24)</sup>

21. В. Хмельницкая: оп. цит., стр. 95.

22. Веселин Ђурђевац: оп. цит., стр. 2-5.

23. А. Riva је разматрао тај проблем у директној зависности ефикасности производње од величине предузећа. Као и G. Lorenzoni, он се опредељује за мала предузећа у којима је праг 15,35 и 50 запослених људи. Таква предузећа показују неопходност инвестирања средстава у допунску опрему и нове технологије, као и за ширење сервисних служби. Занимљиво је да утицајна предузећа са сложеним програмом производа или усавршеном технологијом за основни облик развоја бирају удруживање у производне групе. Поред умањења трошкова производње, таква предузећа су заинтересована за брзо улажење у новије за њих сегменте делатности и преко различитих већ оформљених специјализованих јединица. Облик група такође даје могућност брзе сарадње у циљу остваривања сложених иновационих пројеката. - В. Хмельницкая: оп. цит., стр. 97-98.

24. Веселин Ђурђевац: оп. цит., стр. 5-6.

Развој производних група у Италији пролазио је кроз неколико стадијума, који нису били општи за све пословне групе. На основу анализе бројних научних радова, статистичких података појединих водећих истраживачких института, Истраживачког центра "Конфиндустрија", "Медиокредито централе", у науци је могућно сачинити већи број врста различитих модела организације малих предузећа у групе.<sup>25)</sup> У први модел могућно је убројити групе које су образоване путем поделе главног предузећа на аутономне производне јединице. У другом моделу су предмет размене између различитих јединица не финални производи, већ полуфабрикати. Трећи модел - то је такво удруживање производних јединица, када контролисана предузећа, којима се не ограничавају узајамни односи са основном фирмом, самостално излазе на тржиште. Четврти модел представља творевину у којој између различитих група и/или спољних производних јединица постоје разноврсни односи, нарочито у нематеријалној области. Петим моделом може се именовати такав облик при којем у резултатима издвајања у самосталне јединице неких структура основне (главне) фирме, последња губи свој утицај у корист издвојених предузећа.

Пословна сарадња у оквиру италијанских производних група и односи који се успостављају између учесника унутар тих група претпостављају одговарајући правни механизам и правне инструментаријуме за остваривање те сарадње. Организовање групе и уређење међусобних односа између њених учесника (велика предузећа и мала предузећа) може да почива на статусним и/или уговорним правилима. Статусним уговорима се оснивају нови привредни субјекти (различити правноорганизациони облици трговачких друштава), а облигационим уговорима се успоставља пословна сарадња и уређују међусобна права и обавезе уговорних страна (на пример: уговор о конзорцијуму, уговор о кооперацији, уговор о пословно-техничкој сарадњи, уговор о франшизингу, уговор о ексклузивној дистрибуцији).

За карактеристике многобројних аспеката пословања италијанских производних група и односа унутар њих, значајна је не само организациона структура тих група већ и типологија њихових узајамних веза. Могу се поделити у три основне врсте: 1) групе са јаким елементом концентрације, 2) групе са механизмом техничког узајамног допуњавања, и 3) групе са slabим координационим функцијама. Практично, наведена подела одражава три степена развоја узајамних веза унутрашњег система производних група.<sup>26)</sup>

У Русији, чија се привреда налази у транзицији, све је израженије мишљење о нужности нормативног регулисања материје о привређивању малих предузећа, као и о условима и облицима њиховог повезивања са великим предузећима. Такође, створена је свест о неопходности дораде Савезног закона о државној подршци малом предузетништву (1995), између осталог, у погледу кооперације малих и великих предузећа. Законом треба уредити и стимулисати процес међусобног пове-

25. В. Хмельницкая: оп. цит., стр. 98.

26. В. Хмельницкая: оп. цит., стр. 99.

зивања малих и великих предузећа, односно да велика предузећа активно послују са малим предузећима на производно-кооперационој и иновационој основи. У том пословању је нужно нормативно уредити да велика предузећа пружају малим предузећима одговарајућу помоћ (на пример: пренос технологије, обука кадрова) и да за то могу да остваре наменски пореску или неку другу врсту олакшице.

У упоредном праву се пословна сарадња између великих и малих предузећа по правилу уређује прописима грађанског законодавства. Такав је случај и у Руској Федерацији. Међутим, за разлику од законодавне праксе Русије, у западним развијеним земљама упоредно је изграђена пракса да се кооперациони и подговорни односи у којима учествују мала предузећа уређују и посебним законодавством, усмереним на заштиту интереса малих предузећа.<sup>27)</sup> Има залагања у науци да се такво посебно законодавство донесе и у Русији.

Како показује искуство западних развијених земаља, у оквиру будућег руског привредног развоја, у том контексту и малог предузетништва, треба непосредно обезбедити могућност стварања тешњих кооперационих веза између малих и великих предузећа. Стимулисање кооперације малих предузећа између себе и са великим предузећима нужно је да постане саставни део државне политике, јер је та сарадња нека врста корективног механизма за одређивање степена способности неутралисања несавршене државне политике за подршку малом предузетништву.

Основни облици и механизми привредне сарадње у Руској Федерацији биће, између великих и малих предузећа, подговарање, франшизинг, лизинг, стварање предузетничких мрежа, систем инкубатора за мала предузећа и други.<sup>28)</sup>

### 3. Иновативна предузећа

Иновативно предузетништво могло би се дефинисати као свако предузетништво које тржишту нуди неки потпуно нов или битно другачији производ или услугу, односно нов производни или услужни процес.<sup>29)</sup> Општепознато је да је МСП иманентно иноваторство, због чега се говори о «иновативном предузетништву», односно о «иновативним предузећима».

Иновативна предузећа своју делатност региструју у области савремених технологија (обрада података, аутоматика, биотехнологије, генетички инжењеринг и сл) и услуга (образовне, консултантске, медицинске и сл).

Основне карактеристике високо иновативних предузећа су да су она у погледу знања изузетно интензивна, често капитално интензивна, а одликују их и висок

27. На пример, у Јапану су донети ови прописи: Закон о потпомагању МСП по основу подговарања (1970), Закон о спречавању одлагања плаћања цена по основу подговарања (1956), Закон о регулисању пословних делатности великих предузећа у циљу гарантовања пословних могућности МСП (1977). Hidetaka Saeki: Small and Medium-Sized Businesses, стр. XI 9-5 и XI 9-7.

28. Детаљније о томе види Е. Бухвалд - А. Виленский: оп. цит., стр. 69-73.

29. Peter Drucker: Иновација и предузетништво – Пракса и начела, Загреб 1992, стр. 27.

степен ризика. Њихова област интересовања је, по правилу, почетна фаза процеса иновације, односно експериментисање у процесу креирања нових производа и услуга. Међутим, истовремено се и највећи проценат случајева везује баш за високо иновативна предузећа. Често, ова категорија малих предузећа настаје као резултат посебне врсте инвестирања, односно тзв. ризичног или спекулативног капитала.<sup>30)</sup> Италијански Закон 317/91 има за основни циљ "унапређење иновирања, развоја и конкурентности малих предузећа", а створена је могућност оснивања финансијских друштава за иновације и развој, ради преузимања на себе привремене партиципације у ризико капиталу малих предузећа која се оснивају у правноорганizacionом облику друштва капитала. Финансијска друштва за иновације и развој се оснивају за одређени регион, морају имати форму акционарског друштва и нужно је да се упишу у посебан регистар код Министра индустрије, трговине и занатства.

#### 4. Вишепрофилна предузећа

У привредној пракси у области малог бизниса јавља се одређени број привредних субјеката који започињу своје пословање са већим бројем делатности, односно са две или више основних делатности - тзв. вишепрофилна предузећа. Примера ради, предузеће се бави производњом неке робе, али је регистровано и за обављање трговине на велико. Такође, предузеће може обављати једну или више основних и неку од помоћних делатности, које се уписују у судски регистар. Одатле подела на основне (претежне) и допунске (помоћне) делатности.

Руски законодавац је за потребе малих предузећа дефинисао израз "вишепрофилна предузећа", као предузећа која обављају неколико врста делатности, а мала предузећа разврстава по оној врсти делатности чије је учешће највеће у годишњем обиму делатности или годишњем обиму прихода.<sup>31)</sup>

Разврставање малог предузећа у одређену грану привреде, односно делатности је неопходно, између осталог, у циљу остваривања селективне подршке или програмирања селективних подстицајних мера према МСП, али и ради упоређивања њихових резултата пословања са предузећима у другим делатностима и гранама привреде.

\* \* \*

С једне стране, научни и практични разлози довели су до разврставања малих предузећа на неколико група, на пример, традиционална, кооперативна, иновативна, вишепрофилна и друга. Критеријуми за такве класификације малих предузећа огледају се, првенствено, у специфичностима њиховог настанка и различитој уло-

30. Ненад Пенезић: оп. цит., види стр. 28.

31. Савезни закон о државној подршци малом предузетништву у Руској Федерацији, члан 3, тачку 1, став 3.

зи коју имају у привредном развоју. С друге стране, класификација малих предузећа сусреће се и у поједим законодавствима о малим и средњим предузећима, преваходно за потребе правилне примене и тумачења законских одредаба. Такве класификације се најчешће заснивају на економским критеријумима, какав је, на пример, привредна делатност (привредна грана) за коју је мало предузеће регистровано или приоритети у подстицању малих предузећа.

Савремена кретања у привредама развијених земаља, али и земаља у транзицији, иду у правцу развоја МСП. У тим кретањима се велика предузећа у структуралном погледу (пословном, организационом, финансијском) организују у оквирима МСП, а тако настала МСП се међусобно повезују на уговорној или статусној основи, ради ефикасности у њиховом пословању, реструктурисању великих предузећа и националне привреде уопште.

Док традиционална предузећа обухватају привредне субјекте из области традиционалног занатства, трговине, угоститељства и грађевинарства, дотле се под кооперативна предузећа подводе подговорна предузећа, односно субконтракторска предузећа која опслужују матична (велика) предузећа компонентама, подсклоповима и склоповима, јер велика предузећа (корпорације) своју производњу финалног производа заснивају на кооперацији са већим бројем кооперантских предузећа. У појединим законима о МСП посебна пажња посвећује се пословном повезивању МСП на уговорној основи (уговор о кооперацији). На пример, јапански Закон о МСП садржи одредбе о повезивању предузећа на основу подговарања.

Добро је познато да је МСП иманентно иноваторство, због чега се говори о «иновативном предузетништву», односно о «иновативним предузећима». Иновативна предузећа своју делатност региструју у области савремених технологија (обрада података, аутоматика, биотехнологије, генетички инжењеринг и сл) и услуга (образовне, консултантске, медицинске и сл).

Законодавац Руске Федерације је за потребе малих предузећа дефинисао израз "вишепрофилна предузећа", као предузећа која обављају неколико врста делатности, а мала предузећа разврстава по оној врсти делатности чије је учешће највеће у годишњем обиму делатности или годишњем обиму прихода.

**Ljubiša Dabić, Ph.D.**

**Associate at the Institute for Comparative Law, Belgrade**

### **Classification of the Small and Middle Companies and their Grouping - Comparative View -**

#### **Summary**

*Theoretical and practical reasons have caused classification of the small and middle-sized companies, such as traditional ones, cooperatives, innovative, multi-profile etc. The criteria for such classifications of the small companies lie, at the first place, in speci-*

*ficities of their creation and in different role, which they play in the economy development. However, the classifications of those companies could also be met within some legislation on small and middle-sized companies, primarily for the need of proper application and interpretation of the statutory provisions. Such classifications are based mainly on economy criteria, such as, for instance, kind of business of a small company or priorities in their stimulations. Contemporary economy movements in developed countries and in developing countries are in favor of developing small and medium-sized companies, so that even large companies transform themselves into small or medium-sized ones, making after that a capital group among them, with the aim of achieving greater business efficiency.*

**Key words:** *small and medium enterprises, classification of enterprises, association of enterprises, cooperation.*