MOTIVACIJA I ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH NA PRIMERU PREDUZEĆA "MDS" KNJAŽEVAC

Milan Stojanović¹, Marko Todorović², Željko Milovanović³

¹ Univerzitet Singidunum, Beograd, Srbija

² Knjaževačka Gimnazija, Knjaževac, Srbija

³ JKP "Vodovod", Zaječar, Srbija

Korespondencija: zeljko.milovanovic@yahoo.com ³

Vrsta rada: Pregledni rad

Primljeno: 22.11.2018; Prihvaćeno: 22.05.2019

Rezime: Mala i srednja preduzeća predstavljaju pokretač ekonomskog razvoja velikog broja zemalja. Sagledavajući strukturu privrede Srbije, možemo reći da su mala i srednja preduzeća od krucijalnog značaja za nova zapošljavanja, povećanje prihoda od poreza, povećanje izvoza i slično. U doba globalizacije, za uspeh na turbulentnom tržištu je potrebno izdvajanje iz mase privrednih subjekata. Bez obzira na delatnost preduzeća, tržište je gladno inoviranja. Inoviranje predstavlja uslov opstanka malih i srednjih preduzeća za poslovanje u savremeno doba. Proces inovacije se razlikuje u zavisnosti od tipa inovacije koji kompanija želi da primeni. Preporuka za sprovođenje određenog tipa inovacije se ogleda u sprovođenju onog tipa inovacije za koji određena kompanija ima mogućnosti i kapaciteta. Sve faktore inovativnosti možemo podeliti na unutrašnje i spoljašnje. Kod procesa inoviranja, preduzeća nailaze na brojne prepreke. U cilju opstanka na tržištu i zarade profita, kompanije su osuđene na inoviranje. Radi uspešnog inoviranja potrebno je utvrditi odgovarajući tip inovacije, faktore koji utiču na inovativnost i najveće prepreke inovativnosti. Predmet istraživanja ovog rada jeste ispitivanje inovativnosti malih i srednjih preduzeća koja posluju na teritoriji Republike Srbije.

Ključne reči: inovativnost, mala i srednja preduzeća (MSP), Republika Srbija

Uvod

Prema mišljenju velikog broja autora, mala i srednja preduzeća se

smatraju pokretnim motorom razvoja ekonomije određene zemlje. Svaka država treba da posveti pažnju MSP sektoru. Ova predu-

zeća ostvaruju veliki doprinos pri povećanju zaposlenosti. Uloga malih i srednjih preduzeća je posebno važna u zemljama u tranziciji koje su suočene sa problemima velikog broja nezaposlenih lica, nedovoljne konkurentnosti i nedovoljnog nivoa investicija. Mala i srednja preduzeća apsorbuju viškove radne snage koji su nastali u procesima tranzicije i transformacije državnih i društvenih preduzeća.

Inovacije su prihvaćene kao ključni faktor konkurentnosti nacija i organizacija. Važnost inovacije je izražena u velikoj meri usled povećane globalne konkurentnosti, skraćivanja životnog ciklusa proizvoda, povećanja tehnološke sposobnosti i slično.

Sektor malih i srednjih preduzeća u Srbiji je značajno doprineo rastu privrede koji je ostvaren u periodu političkih promena do pojave efekata svetske ekonomske krize. U navedenom periodu je ostvaren dinamičan rast zaposlenosti i izvoza. U Srbiji su mala i srednja preduzeća važan faktor u procesu približavanja srpske privrede privredama razvijenih tržišnih ekonomija. Pored toga, razvoj MSP sektora u Srbiji je važan i usled procesa ulaska zemlje u Evropsku Uniju. Proces podsticanja razvoja sektora malih i srednjih preduzeća je definisan kao jedan od prioriteta

ciljeva ekonomske politike Vlade Republike Srbije.

Od presudne važnosti za rast i razvoj malih i srednjih preduzeća je razvoj novih proizvoda i usluga. Postoji veliki broj inovativnih aktivnosti koje je moguće realizovati u preduzeću. Međutim, kod inoviranja MSP sektor teži minimizaciji troškova. Veliki broj malih i srednjih preduzeća je ograničen sa finansijskim sredstvima, te ima ograničeni prostor za inoviranje. Pored finansija postoje i drugi problemi sa kojima se susreću mala i srednja preduzeća u procesu inoviranja.

Predmet istraživanja ovog rada ogleda se u prikazivanju inovativnosti, tipova inovativnosti, faktora koji utiču na inovativnost i prepreka inovativnosti malih i srednjih preduzeća koji posluju na teritoriji Republike Srbije.

1. Uloga i značaj malih i srednjih preduzeća

Pregledom literature ustanovljen je veliki broj definicija malih i srednjih preduzeća. Pre donošenja zajedničke definicije na nivou Evropske unije, postojalo je nekoliko različitih definicija MSP-a. U Velikoj Britaniji su mala preduzeća bila definisana kao subjekti koji imaju do 200 zaposlenih dok se u Francuskoj broj zaposlenih u malim preduzećima kretao od 6 do

50 radnika, a u srednjim od 51 do 500 radnika. (Ikić & Gudžević, 2012, 363) Kada govorimo o Nemačkoj, u njoj se za definisanje malih i srednjih preduzeća uzimaju broj zaposlenih i ukupni godišnji prihod. (Radulović, 2006, 118)

Zajednička definicija malih i srednjih preduzeća na nivou Evropske Unije je od ključne važnosti. U Evropskoj Uniji, pod pojmom MSP se podrazumevaju sva preduzeća koja imaju manje od 250 zaposlenih i zadovoljavaju barem jedan od sledeća dva kriterijuma: godišnji prihod koji ne prelazi 50 miliona eura i vrednost ukupne aktive koja nije veća od 43 miliona eura. (Erić i dr., 2012, 14)

Ova definicija se koristi kao osnova za odluke o zakonodavstvu Evropske Unije o državnoj pomoći i

striktnim fondovima. To podrazumeva da različite kategorije malih i srednjih preduzeća moraju da budu definisane na način koji garantuje ekonomsku pravednost, odnosno koji firmama daje pravnu sigurnost, dok upravnim sistemima zemalja članica omogućava laku primenu. (Ogawa, 2001, 17)

Prema Zakonu o privrednim društvima Republike Srbije, privredno društvo se definiše kao pravno lice koje osnivaju osnivačkim aktom pravna i/ili fizička lica radi obavljanja delatnosti u cilju sticanja dobiti. (VRS, 2004, 53) Podela privrednih društava u Srbiji je izvršena na osnovu Zakona o računovodstvu. Kriterijumi za podelu privrednih društava su prikazani u Tabeli 1.

Tabela 1. Kriterijumi za podelu privrednih društava

	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Prosečan broj zaposlenih	do 10	11 do 50	51 do 250	preko 250
Poslovni prihod	do 700.000 €	700.000 do 8.800.000 €	8.800.000 do 35.000.000 €	preko 35.000.000 €
Prosečna vrednost poslovne imovine	do 350.000 €	350.000 do 4.400.000 €	4.400.000 do 17.500.000 €	preko 17.500.000 €

Mala i srednja preduzeća imaju značajnu ulogu u svim ekonomija, a posebno u tranzicionim zemljama u razvoju koje se nalaze pred velikim izazovima u pogledu rešavanja problema visoke nezaposlenosti i nejednake distribucije zarada. (Erić

i dr., 2012, 15) MSP sektor u razvijenim zemljama predstavlja generator privrednog rasta koji se ogleda kroz otvaranje novih radnih mesta, podsticanje brzih tehnoloških promena zasnovanih na neprestanoj zdravoj i kreativnoj

konkurenciji, raznovrsnost ponude roba i usluga, kreiranje novih potreba potrošača i zadovoljenje istih. (Isaković, 2015, 89)

Sektor MSP ostvaruje značajan doprinos povećanju dohotka i kreiranju novih radnih mesta. Pored toga, ova preduzeća predstavljaju narednu i veoma važnu fazu u razvoju mikro preduzeća, podstiču inovativnost i razvoj novih tehnolo-

logija i ostvaruju direktan uticaj na nivo agregatne tražnje i investicija.

Kod analize uloge i značaja malih i srednjih preduzeća, potrebno je napraviti poređenje ovog sektora sa velikim preduzećima. Veliki broj autora pravi grešku pri klasifikaciji MSP sektora i velikih preduzeća. Iz tog razloga, u Tabeli 2 će biti prikazana razlika između MSP sektora i velikih preduzeća.

Tabela 2. Komparacija malih i srednjih preduzeća u odnosu na velika preduzeća

Mala i srednja preduzeća	Velika preduzeća
Tržišna prilagodljivost promenama	Profesionalna organizaciona struktura
Direktan kontakt sa kupcima	Veoma često profesionalni menadžeri
Direktan kontakt sa zaposlenima	Delegiranje autoriteta i odgovornosti
Fokusiranje na tržišne niše	Reagovanje brže nego MSP
Kratak kanal upravljanja	Ostvaruju ekonomiju obima
Teško pribavljanje kapitala	Brže dolaze do kapitala
Male investicije u opremu i tehnologiju	Velike investicije u opremu i tehnologiju

Zahvaljujući svojoj fleksibilnosti, vitalnosti, sklonosti ka preduzimanju inovativnih i rizičnih poduhvata i većoj mogućnosti za specijalizaciju, mala i srednja preduzeća su superiornija u prilagođavanju zahtevima potrošača i dinamičnim promenama u uslovima poslovanja na globalnom tržištu u odnosu na velika preduzeća. (Beraha, 2011, 315)

Osnovna snaga malih i srednjih preduzeća leži u njihovoj veličini i organizacionoj strukturi koja je u odnosu na glomazna i kompleksna velika preduzeća jednostavna i

fleksibilna. Najveći deo malih i srednjih preduzeća čine mikro preduzeća koja zapošljavaju do 5 ljudi. Često se javlja slučaj da mikro preduzeća zapošljavaju samo par članova porodice. Sa druge strane, u velikim preduzećima postoji veliki broj hijerarhijskih nivoa menadžmenta, jasne podele rada, formalnih procedura i pravila i često sporog i birokratizovanog procesa odlučivanja. (Erić i dr., 2012, 16)

Pored činjenice da produktivnost radne snage raste sa povećanjem veličine preduzeća, doprinos MSP

rastu i razvoju privreda postaje sve značajniji. Ovaj značaj se posebno ogleda u pogledu mogućnosti za povećanje zaposlenosti i kreiranju novih radnih mesta, povećanju efikasnosti i ravnomernijoj distribuciji dohotka. Manja produktivnost malih i srednjih preduzeća je posledica uloge koju ova preduzeća imaju u nacionalnim ekonomijama. Velika uloga MSP sektora se ogleda u povećanju zaposlenosti i kreiranju novih radnih mesta. Mala i srednja preduzeća su potencijalno značajan generator zaposlenosti. (Erić i dr., 2012, 17)

2. Inovativnost malih i srednjih preduzeća

Reč inovacija potiče od latinskog izraza *innovare* što u prevodu na srpski znači novo. Često se u svakodnevnom životu a ne retko ni u stručnoj publikaciji sadržaj inovacija poistovećuje sa pojmom promena. Ipak, promena predstavlja opšti cilj koji označava odstupanje od nekog postojećeg stanja, dok inovacija predstavlja poseban oblik promene, promene koja podrazumeva primenu nove ideje kako da se unapredi neko postojeće znanje. (RIS, 2007, 42)

Inovacije predstavljaju osnovu za razvoj ekonomije zasnovane na znanju i one su od ključnog značaja za razvoj i opstanak preduzeća. (De

Groot et al., 2013, 84) Ekonomiju zasnovanu na znanju odlikuje stvaranje, širenje i korišćenje znanja i inovacija. (Despotović i dr., 2014, 18) Kreiranje, razmena i uspešna komercijalizacija znanja kroz inovacije predstavljaju izvore produktivnosti, rasta, dodate vrednosti, konkurentnosti, ekonomskog rasta, stvaranja i blagostanja u svakom društvu. Inovacije su od ključnog značaja jer utiču na sve aspekte ekonomije zasnovane na znanju. (Johannessen et al., 2010, 502)

Inovacije predstavljaju širok pojam i različite discipline proučavaju različite aspekte inovacija, uključujući marketing, menadžment kvaliteta, tehnološki menadžment, organizaciono ponašanje, razvoj proizvoda, strateški menadžment. (Hauser et al., 2006, 687) Na osnovu mišljenja određenog broja autora, inovacije nastaju kada preduzeća uoče jaz između ponuđenih proizvoda i tražnje za istim na tržištu. Inovacije usmeravaju resurse kompanije u satisfakciju potrošača. (Slater & Narver, 1995, 64)

Sagledavajući literaturu, utvrđen je veliki broj tipova inovacija. Naime, mala i srednja preduzeća u procesu inoviranja imaju ogroman broj mogućnosti za ubacivanje novina u svom poslovanju. Jedan od autora koji je analizirao tipove inovacije je

bio Jozef Šumpeter. On pod inovacijama podrazumeva nove kombinacije faktora proizvodnje. Prema Šumpeteru, pet osnovnih grupa inovacija, odnosno novih kombinacija su: uvođenje novog dobra ili novog kvaliteta postojećeg dobra; uvođenje novih metoda proizvodnje; otvaranje novih tržišta; osvajanje novih izvora sirovina i poluproizvoda; sprovođenje nove organizacije u industriji. (Schumpeter, 1961, 25)

Definisanje tipova inovacija je vrlo važno. Privredni subjekti se veoma razlikuju u pogledu mogućnosti. Kroz definisanje tipova inovacije, menadžment kompanija ima zadatak da sprovede onaj tip inovacija koji je u skladu sa mogućnostima organizacije.

Veliki broj studija ukazuje na važnu ulogu unutrašnjih i spoljašnjih faktora za inovativnost malih i srednjih preduzeća. Pored toga, ispostavilo se da postoji očigledan model uticaja koji se odnosi na sve vrste inovacija. Kako bi preduzeće uspešno kreiralo tehnološku inovaciju, svi potrebni uslovi potražnje i ponude moraju da budu zadovoljeni. Tehnološko znanje i stručnost su neophodni za inoviranje.

Inovacija može da omogući malim i srednjim preduzećima da postanu deo globalnog lanca snabdevanja u kome MSP postaju deo (karika u lancu) celokupnog procesa proiz-

vodnje, bez obzira da li se radi o inovaciji proizvoda ili inovaciji procesa. Pored ponude i potražnje sa kojom se suočavaju mala i srednja preduzeća, neki unutrašnji faktori koji su specifični za pojedina preduzeća mogu biti od presudnog značaja za njihovu sposobnost za inoviranje. Najvažniji unutrašnji faktori su dostupnost i kvalitet ljudskih resursa, finansijska snaga i apsorpcioni kapacitet malih i srednjih preduzeća. Sa druge strane, spoljni faktori se obično odnose na mogućnost povezivanja sa drugim kompanijama u oblasti inovacija, pozicioniranja u okviru lanca snabdevanja i lanca vrednosti.

Kod sprovođenja inovativnosti, mala i srednja preduzeća nailaze na veliki prepreke. Prepreke inovativnosti su brojne i zavise od mogućnosti privrednog subjekta. Sa povećanjem mogućnosti određenog malog ili srednjeg preduzeća, prepreke inovativnosti se smanjuju, tj. mala ili srednja preduzeća sa jakim kapitalom su u mogućnosti da reše veliki broj prepreka inovativnosti. Sa druge strane, ukoliko preduzeća iz MSP sektora imaju ograničena sredstva, manje su im mogućnosti za prevazilaženje prepreka.

Pored finansijskih sredstava, nedostatak kvalifikovanih kadrova i organizacionih sposobnosti može da

dovede do problema izvodljivosti eventualnog uspeha inovacija. Naime, inovacija se najpre odvija u glavama ljudi. Maštovite, inovativne firme možemo posmatrati kao kompanije zasnovane na znanju. (Dodgson & Rohtwell, 1994, 8)

U skladu sa tim, visoko obučeni kadrovi i naučni eksperti su važni, jer predstavljaju preduslov za inovacije. (OECD, 2000, 15) Organizaciona struktura mora biti u stanju da stvara, deli i prenosi znanje putem odgovarajućih internih komunikacija između različitih odeljenja. Dalje, nedostatak stručnih kadrova može da dovede do unutrašnje nefleksibilnosti prema dinamici inovacija. U skladu sa tim, inovaciju je moguće opisati kao proces koji integriše kvalifikovanu radnu snagu i adekvatnu organizaciju.

Još jedna grupa prepreka inovativnosti su nedostatak informacija o tehnologijama, nedostatak informacija o tržištima i nedostatak kupaca. Ovi faktori mogu da pojačaju neizvesnost u procesu inoviranja. Inoviranje podrazumeva proces pogađanja tehničke mogućnosti i prilika na tržištu. (Freeman & Soete, 1997, 12) Inoviranje podrazumeva prepoznavanje potreba potencijalnih korisnika i tehničko znanje koje može biti opšte poznato ali često može uključiti novo naučno i

tehnološko znanje. Kompanije koje zanemaruju specifične zahteve potencijalnih tržišta ili troškove njihove inovacije u odnosu na tržište će verovatno propasti kao inovatori.

Mala i srednja preduzeća koja nemaju potrebnu naučnu kompetentnost da razviju zadovoljavajući proizvod ili proces neće uspeti kao inovator, ma koliko dobro njihov proizvod ili usluga odgovara tržištu. Pored pomenutih, i druge prepreke mogu ometati inoviranje malih i srednjih preduzeća. (Galia & Legros, 2004, 1187)

3. Metodologija istraživanja

Tema istraživanja ovog rada odnosi se na ispitivanje inovativnosti malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji. Za potrebe istraživanja je sprovedena anketa. Anketni list se sastoji iz tri velike celine: primenjeni tipovi inovativnosti preduzeća, faktori koji utiču na inovativnost i prepreke inovativnosti. Faktori koji utiču na inovativnost su podeljeni na spoljne i unutrašnje.

Unutrašnji faktori su: delatnost organizacije, broj zaposlenih, godina osnivanja organizacije (starost organizacije), broj visoko obrazovanih radnika u organizaciji, broj zaposlenih u istraživačkom odeljenju, primena nove ili značajno promenjene korporativne strate-

gije, primena nove upravljačke strategije, primena nove ili značajno promenjene organizacione strukture, promena u marketing konceptu i promena u estetskom izgledu i dizajnu razmatrane organizacije. U spoljašnje faktore ubrajamo podržanost inovacija od strane države, opštine/grada, saradnju sa drugim kompanijama i saradnju sa fakultetima ili institucijama. Pored toga, u spoljašni faktor je potrebno uvrstiti i dominantno tržište na kome se plasira roba (nacionalno ili međunarodno). Pored unutrašnjih i spoljašnjih faktora, privredni subjekti su ispitani i o orijentaciji prema kupcima, orijentaciji prema konkurentima i usklađenosti organizacionih jedinica.

Kada govorimo o preprekama inovativnosti, i one su podeljene na spoljne i unutrašnje. Spoljne prepreke inovativnosti su: troškovi inovacija, izvori finansiranja, pomoć države pri obavljanju inovativnih aktivnosti i navike potrošača. U unutrašnje prepreke inovativnosti ubrajamo: kvalifikovano osoblje, motivisanost zaposlenih, informacije vezane za tehnologiju i informacije vezane za tržište.

Nakon sprovedenog anketiranja, pristupilo se analizi podataka. Proces analize podataka je izvršen posredstvom softverskog paketa

IBM SPSS Statistics 23. Analiza podataka je vršena u skladu sa celinama anketnog lista. Naime, prvi deo analize se odnosi na primenjene tipove inovacije. Tipovi inovacije i broj preduzeća koja su izvršila određeni tip inovacija je analiziran posredstvom deskriptivne statistike. Kroz deskriptivnu statistiku se dolazi do podataka o primeni i broju preduzeća koja su sprovedla određeni vid inovacije za razmatrani period.

Drugi deo analize inovativnosti malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji podrazumeva ispitivanje faktora koji utiču na inovativnost. Plan ovog dela istraživanja se ogleda u utvrđivanju faktora koji imaju statistički značajan uticaj na inovativnost MSP sektora. Prvi korak drugog dela ispitivanja inovativnosti podrazumeva primenu korelacione analize. Prilikom primene korelacione analize, u odnos su stavljeni faktori koji utiču na inovativnost (unutrašnji i spoljašnji) i tipovi inovativnosti. Svi faktori koji statistički značajno utiču na inovativnost MSP sektora su dalje analizirani kroz binarnu logističku regresiju. Primenom binarne logističke regresije, dolazi se do podataka o statistički značajnom uticaju određenih faktora na inovativnost malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji.

U poslednjem delu anketnog lista izvršeno je ispitivanje prepreka inovativnosti. U skladu sa tim, treći deo ispitivanja inovativnosti podrazumeva analizu prepreka za inovativnost. Sve prepreke inovativnosti su analizirane na osnovu statističke metode - deskriptivna statistika. Primenom ovog alata, dolazi se do podataka o najvećim preprekama inovativnosti malih i srednjih preduzeća.

4. Rezultati istraživanja

Korišćeni podaci u radu su prikupljeni u toku 2018. godine na teritoriji Republike Srbije. Odabir preduzeća je izvršen u skladu sa glavnim aktivnostima i broju zaposlenih u kompaniji. Ukupan broj analiziranih preduzeća je dostigao broj 121. Strukturu broja kompanija je moguće prikazati na sledeći način: od ukupnog broja anketiranih preduzeća, 65 je mikro preduzeća, 44 malih preduzeća i 12

srednjih preduzeća. Istraživanje je izvršeno ličnim anketiranjem pri čemu je svakom ispitanom preduzeću objašnjeno značenje pitanja iz ankete. Na ovaj način, izbegnuti su nesporazumi i svi upitnici su uredno popunjeni.

Kao što je navedeno, inovativnost malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji je ispitana posredstvom anketiranja. Rezultati istraživanja će biti predstavljeni kroz tri celine: primenjeni tipovi inovacije; faktori koji utiču na inovativnost; i prepreke inovativnosti.

Prvo anketno pitanje se odnosilo na primenu uvođenja bilo koje inovacije u organizaciji u prethodnih pet godina (2013-2018). Ukupan broj anketiranih preduzeća je dostigao cifru od 121. Rezultati primene bilo koje inovacije u ispitanim privrednim subjektima su prikazani u Tabeli 3.

Tabela 3. Primena inovacije ispitanih preduzeća u periodu 2013-2018 godine

Ispitana preduzeća	Primena bilo kojeg tipa inovacije	
	Da	Ne
	104	17

Od ukupnog broja anketiranih preduzeća, 104 njih je sprovedo određenog vida inovacije u razmatranom periodu što predstavlja 85,95% ukupnog broja anketiranih preduzeća. Sa druge strane, 17 ispitana privredna subjekta nije

primenilo nijedan vid inovacije u razmatranom periodu što čini 14,05% ukupnog broja ispitanih privrednih subjekata.

Nakon dobijanja podataka o primeni inovacije, potrebno je

sagledati koje tipove inovacije su razmatrana preduzeća primenila. Inovacije su klasifikovane u pet grupa: inovacije vezane za proizvod / uslugu, inovacije vezane za proces, modifikacija postojećih

proizvoda / usluga, kopiranje konkurenata i potpuno novi proizvod. Svaka od kategorija inovacija je razmatrana i rezultati su prikazani u Tabeli 4.

Tabela 4. Procenat prijavljenih tipova inovacije u periodu 2013-2018 godine

Tipovi inovacije	Da	Ne
Inovacije vezane za proizvod/uslugu	42,1%	57,9%
Inovacije vezane za proces	24,8%	75,2%
Modifikacija postojećih proizvoda/usluga	31,4%	68,6%
Kopiranje konkurenata	12,4%	87,6%
Potpuno novi proizvod	33,9%	66,1%

Prema podacima iz Tabele 4, možemo reći da je u razmatranom periodu 42,1% preduzeća primenilo određenu inovaciju vezanu za proizvod/uslugu u preduzeću, dok 57,9% privrednih subjekata nije primenilo ovaj tip inovacije. Inovacije vezane za proizvod ili uslugu predstavljaju tip inovacije koji je najviše primenjivan kod malih i srednjih preduzeća koji posluju na teritoriji Republike Srbije u periodu 2013-2018 godina. Inovacije vezane za proces je primenilo 24,8% razmatranih preduzeća, dok je tip inovacije modifikacija postojećih proizvoda ili usluga bila primenjena kod 31,4% ispitanih organizacija. Potpuno novi proizvod predstavlja tip inovacije koji je drugi najprimenjeniji u MSP sektoru koji posluje u Srbiji. Ovaj vid inovacije je primenilo 33,9% anketiranih preduzeća. Najmanje privlačan i najmanje primenljiv tip inovacije kod malih i

srednjih preduzeća je inovacija kopiranje konkurenata. Preduzeća teže inovativnosti i ne kopiraju drugih, te je ovaj vid inovacije primenilo samo 12,4% ispitanih preduzeća.

Drugi deo ispitivanja inovativnosti malih i srednjih preduzeća sadrži podatke o faktorima koji utiču na samu inovativnost. Faktori inovativnosti su podeljeni na: unutrašnje i spoljašnje faktore. Anketirani privredni subjekti su ocenjeni na osnovu svih faktora koji utiču na inovativnost.

U cilju utvrđivanja statistički značajnih faktora, sprovedena je korelaciona analiza. Pri izvršenju korelacione analize, ispituje se odnos između faktora koji utiču na inovativnost i tipova inovativnosti primenjenih u razmatranim organizacijama. Rezultati korelacione analize su prikazani u Tabeli 5.

Tabela 5. Koeficijenti korelacije

Tip inovacije/ Faktori inovativnosti	Inovacija vezana za proizvod/ uslugu	Inovacija procesa	Modifikacija postojećih proizvoda	Kopiranje konkurenata	Potpuno novi proizvod
Delatnost organizacije	-0,029	0,282**	-0,054	-0,016	0,175
Broj zaposlenih	0,191*	0,181*	0,088	0,234**	0,050
Vreme osnivanja organizacije	-0,085	-0,004	0,030	0,180*	-0,112
Broj zaposlenih sa visokom stručnom spremom	0,061	0,016	-0,030	0,067	0,130
Broj zaposlenih u R&D odeljenju	0,163	-0,016	-0,005	0,054	0,114
Implementacija nove ili značajno promenjene korporativne strategije	0,182*	0,321**	0,150	0,160	0,302**
Implementacija promena u strategiji upravljanja	0,167	-0,015	-0,062	-0,265**	0,144
Implementacija promena u organizacionoj kulturi	0,105	0,014	0,124	-0,066	0,105
Značajne promene u marketing konceptu	0,072	-0,078	0,055	-0,051	0,203*
Značajne promene u estetskom izgledu	-0,026	-0,160	-0,070	-0,105	0,152
Subvencije države	0,184*	0,161	0,171	0,201*	0,009
Subvencije opštine/grada	0,034	0,132	0,016	0,239**	0,261**
Saradnja sa drugim kompanijama	-0,071	0,139	0,051	0,031	0,104
Saradnja sa fakultetima ili institutima	0,034	0,249**	0,178	0,315**	0,261**
Nacionalno tržište	0,031	0,189*	0,012	-0,028	0,022
Međunarodno tržište	0,113	0,136	0,067	0,195*	0,290**

Ispitivanje korelacije između faktora inovativnosti i tipova inovacija pruža podatke o statističkoj značajnosti svih faktora inovativnosti. Statistički značajni faktori su oni kod kojih je pri poređenju sa tipovima inovativnosti dobijen rezultat sa jednom ili dve zvezdice. Dakle, zvezdice prikazuju statističku značajnost faktora.

Delatnost organizacije je u poređenju sa tipovima inovacije ostvarila jaku povezanost sa inovacijom procesa. Faktor broj zaposlenih je povezan sa inovacijom vezanom za proizvod/uslugu, inovacijom procesa i kopiranjem konkurenata. Vreme osnivanja organizacije je statistički značajnu povezanost ostvarilo sa samo jednim tipom inovacija - kopiranjem konkurenata. Dalje, implementacija nove ili značajno promenjene korporativne strategije je ostvarila statistički značajnu povezanost sa tri tipa inovacije: inovacijom vezanom za proizvod/uslugu, inovacijom procesa i potpuno novim proizvodom.

Implementacija promena u strategiji upravljanja predstavlja faktor inovativnosti koji je ostvario statistički značajnu povezanost za inovacijom kopiranje konkurenata. Poslednji statistički značajan unutrašnji faktor inovativnosti je promena u marketing konceptu. Ovaj faktor je u poređenju sa tipom

inovativnosti potpuno novi proizvod ostvario statistički značajnu povezanost.

Na osnovu podataka iz Tabele 5 možemo reći da u unutrašnje statistički značajne faktore ubrajamo: delatnost, broj zaposlenih, vreme osnivanja organizacije, implementaciju nove ili značajno promenjene korporativne strategije, implementaciju promena u strategiji upravljanja i značajne promene u marketing konceptu. Sa druge strane, unutrašnji faktori koji u poređenju sa tipovima inovativnosti nisu pokazali statističku značajnost su: broj zaposlenih sa visokom stručnom spremom, broj zaposlenih u R&D odeljenju, implementacija promena u organizacionoj kulturi i značajne promene u estetskom izgledu organizacije.

Spoljašnji faktori inovativnosti su podržanost inovacija i dominantno tržište na kojem razmatrano preduzeće plasira robu ili pruža usluge. Faktor inovativnosti subvencija države je statistički značajnu povezanost ostvario sa inovacijom vezanom za proizvod/uslugu i sa kopiranjem konkurenata. Za razliku od ovog, faktor subvencije od strane opštine/grada je u poređenju sa tipovima inovativnosti pokazao jaku statističku povezanost sa tipovima inovativnosti: kopiranje konkurenata i potpuno novi

proizvod. Saradnja sa fakultetima ili institutima predstavlja faktor inovativnosti koji je veoma povezan sa inovativnošću procesa, kopiranjem konkurenata i inoviranjem posredstvom realizovanja potpuno novog proizvoda. Kada govorimo o dominantnom tržištu, potrebno je napomenuti da je nacionalno tržište statistički značajno povezano sa inovacijom procesa, dok je faktor međunarodno tržište statistički značajnu povezanost pokazao u poređenju sa kopiranjem konkurenata i realizovanjem potpuno novog proizvoda u proizvodnom programu razmatranih preduzeća.

Statistički značajni spoljašnji faktori su: subvencije države, subvencije opštine/grada, saradnja

sa fakultetima ili institutima, nacionalno i međunarodno tržište. Saradnja sa drugim kompanijama je jedini spoljni faktor koji nije pokazao statistički značajnu povezanost sa nekim od tipova inovativnosti.

Nakon utvrđivanja značajne povezanosti između faktora i tipova inovativnosti, izvršena je regresija. U proces regresione analize se uzimaju samo oni faktori inovativnosti koji su pokazali statistički značajnu povezanost sa nekim od tipa inovacije. Za potrebe regresione analize, korišćena je binarna logistička regresija iz razloga prikladnosti primene za ovakvu vrstu istraživanja. Rezultati primene binarne logističke regresije su prikazani u Tabeli 6.

Tabela 6. Koeficijenti regresije					
Tip inovacije/ Faktori inovativnosti	Inovacija proizvoda	Inovacija procesa	Modifikacija postojećih proizvoda	Kopiranje konkurenata	Potpuno novi proizvod
Delatnost	-0,408	1,446*	-0,596	-1,114	0,279
Broj zaposlenih	0,007	0,004	0,002	0,006	-0,001
Vreme osnivanja organizacije	-0,338	0,077	0,182	2,220*	-0,420
Implementacija nove ili značajno promenjene korporativne strategije	0,302	1,734*	0,820	2,022*	0,877
Implementacija promena u strategiji upravljanja	0,637	-0,579	-0,620	-3,480*	0,071
Značajne promene u marketing konceptu	0,263	-1,004	0,393	-0,085	0,916
Subvencije države	0,886	-0,220	0,478	-0,231	-0,866
Subvencije opštine/grada	-0,020	-0,551	-0,420	1,501	0,773
Saradnja sa fakultetima ili institutima	-0,428	1,287	0,837	0,366	0,742
Nacionalno tržište	0,143	1,192*	-0,048	0,131	0,449
Međunarodno tržište	0,242	0,098	-0,249	0,311	0,981

Kao i prilikom analize korelacije, i kod analize binarne logistike je potrebno posmatrati statističku značajnost između odabranih faktora inovativnosti i tipova inovativnosti. Rezultati iz Tabele 6 pokazuju da faktor inovativnosti delatnost ispitnog preduzeća ostvaruje statistički značajnu, pozi-

tivnu povezanost sa inovacijom procesa ispitanih preduzeća. Naime, delatnost preduzeća ima pozitivan uticaj na inovaciju procesa.

Faktor inovativnosti vreme osnivanja organizacije ima pozitivan uticaj na tip inovativnosti kopiranje konkurenata. Sa druge strane, implementacija promena u

strategiji upravljanja ima veoma negativan uticaj na inoviranje posredstvom kopiranja konkurenata. Implementacija nove ili značajno promenjene korporativne strategije je statistički značajno povezana sa inovacijom procesa i kopiranjem konkurenata. Ovakav rezultat podrazumeva da su preduzeća koja su implementirala novu ili značajno promenjenu korporativnu strategiju u najvećem broju izvršila i inovaciju procesa, odnosno inoviranje posredstvom kopiranja konkurenata.

Nacionalno tržište ima veoma povoljan uticaj na inoviranje procesa razmatranih kompanija.

Dakle, plasiranje robe ili pružanje usluga na teritoriji Republike Srbije je pozitivno i značajno uticalo na inoviranje procesa unutar razmatranih preduzeća.

Broj zaposlenih, značajne promene u marketing konceptu, subvencije države, subvencije opštine/grada, saradnja sa fakultetima ili institutima i međunarodno tržište su faktori inovativnosti koji ne pokazuju statistički značajan uticaj ni na jedan tip inovacija. Pored toga,

binarna logistička regresija je pokazala da nijedan od faktora inovativnosti nema značajan uticaj na inovaciju proizvoda, modifikaciju postojećeg proizvoda ili inoviranje putem kreiranja potpuno novog proizvoda. Faktori inovativnosti koji imaju statistički značajan uticaj su povezani sa inovacijom procesa i kopiranjem konkurenata.

Prepreke inovativnim naporima malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji su klasifikovane kao spoljne i unutrašnje. Spoljne prepreke inovativnosti se odnose na ponudu, tražnju i finansije. Kada govorimo o unutrašnjim preprekama, one se odnose na resurse unutar kompanije. Sve unutrašnje i spoljašnje prepreke inovativnosti su merene korišćenjem dva indeksa koji se obračunavaju na osnovu četiri izjave procenjene na skali od 1 do 3 na kojoj ocena 1 znači da nema značaja za inovativne aktivnosti dok ocena 3 podrazumeva veliki značaj za inovativne aktivnosti. Srednje vrednosti ocena posmatranih kompanija koje se odnose na prepreke inovativnosti su date u Tabeli 7.

Tabela 7. Srednje vrednosti ocena inovativnih prepreka

Prepreka inovativnosti	Prosečna ocena
Troškovi inovacija su suviše visoki	2,43
Nedostatak pravih izvora finansiranja	2,26
Nedovoljna pomoć države	2,30
Navika potrošača	2,07
Nedostatak kvalifikovanog osoblja	1,91
Nedovoljna motivisanost zaposlenih	1,89
Nedostatak informacija vezanih za tehnologiju	2,02
Nedostatak informacija vezanih za tržište	2,04

Na osnovu rezultata ispitivanja malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji, najveća prepreka inovativnim aktivnostima ovom sektoru sa prosečnom ocenom 2,43 predstavlja visina troškova inovacija. Veliki broj preduzeća je troškove inovacije označio kao velikim negativnim uticajem na inoviranje. Usled velikih troškova inovacije, mali broj preduzeća se odlučuju na primenu bilo kojeg tipa inovacije zbog ograničenih finansijskih mogućnosti.

Najveći uticaj na inovativne aktivnosti malih i srednjih preduzeća (pored velikih troškova inovativnosti) je nedovoljna pomoć države. Naime, veoma mali broj preduzeća iz MSP sektora koji posluju na teritoriji Republike Srbije dobio bilo kakve subvencije za inoviranje. Vlada Srbije izdvaja mala novčana sredstva za pomoć inoviranju što dodatno otežava inoviranje preduzeća iz ovog sektora.

Treća najznačajnija prepreka inovativnosti MSP sektora se takođe tiče nedostatka finansija. Nedostatak pravih izvora finansiranja sa prosečnom ocenom od 2,26 zauzima treće mesto u preprekama inovativnosti malih i srednjih preduzeća u Republici Srbiji. Izvori finansiranja su vrlo ograničeni. Najbrži način za dolaženje do određenih sredstava u Srbiji jesu bankarski krediti. Međutim, kamate na odobrene kredite su veoma visoke što negativno utiče na finansijsko stanje određenog preduzeća.

Navike potrošača, nedostatak informacija vezanih za tržište i nedostatak informacija vezanih za tehnologiju predstavljaju prepreke inovativnosti koje imaju sličan uticaj na inoviranje malih i srednjih preduzeća.

Najmanji uticaj na inoviranje malih i srednjih preduzeća koja posluju na teritoriji Republike Srbije su nedostatak kvalifikovanog osoblja i nedovoljna motivisanost zaposlenih. Elem, ova dva faktora vrlo malo utiču na inoviranje iz razloga što je u najvećem broju ispitanih preduzeća radna snaga kvalifikovana za obavljanje dodeljenih zadataka. Pored toga, najveći deo radne snage u preduzeću je motivisan za rad kojim se bavi.

Zaključak

Mala i srednja preduzeća se smatraju za privredne subjekte koji pokreću ekonomski rast. U skladu sa tim, zadatak svih država ogleda se u utvrđivanju načina poslovanja ovih preduzeća radi preduzimanja određenih akcija u cilju unapređenja poslovanja. Jedini put opstanka i unapređenja poslovanja malih i srednjih preduzeća jeste inoviranje. Radi utvrđivanja nivoa inoviranja, najčešćeg tipa inovacije, faktore koje utiču na inovativnost i prepreke inovativnosti, izvršeno je istraživanje malih i srednjih preduzeća koji posluju na teritoriji Republike Srbije.

Rezultati istraživanja su pokazali da su mala i srednja preduzeća u Republici Srbiji implementirala svih pet tipova inoviranja: inovacije

vezane za proizvod/uslugu, inovacije vezane za proces, modifikacija postojećih proizvoda/usluga, kopiranje konkurenata i potpuno novi proizvod. Najčešće korišćen tip inovacije malih i srednjih preduzeća iz Republike Srbije je inovacija vezana za proces/uslugu. Sa druge strane, najmanje korišćen tip inovacije je kopiranje konkurenata.

Pri analizi unutrašnjih faktora koji utiču na inoviranje malih i srednjih preduzeća, rezultati istraživanja su pokazali da delatnost ima pozitivan uticaj na inovaciju procesa. Pored toga, unutrašnji faktor vreme osnivanja organizacije je ostvarila statistički značajnu pozitivnu povezanost sa tipom inovacije kopiranje konkurenata. Treći unutrašnji faktor koji je razmatran je implementacije nove ili značajno promenjene korporativne strategije. Ovaj unutrašnji faktor pozitivno utiče na inovaciju procesa i kopiranje konkurenata. Naime, istraživanje je pokazalo da su mala i srednja preduzeća koja su sprovela novu ili značajno promenjenu korporativnu strategiju na lakši način obavila inoviranje procesa ili

inoviranje putem kopiranja konkurenata. Nova ili značajno promenjena korporativna strategija pozitivno utiče na inoviranje procesa i kopiranje konkurenata. Sa druge strane, nova ili značajno promenjena upravljačka strategija negativno utiče na kopiranje konkurenata.

Poslednji deo istraživanja inovativnosti MSP sektora u Republici Srbiji se odnosio na prepreke inovativnosti. Rezultati istraživanja su pokazali da se većina preduzeća iz ovog sektora prilikom inoviranja susreće sa barijerama i preprekama. Na osnovu rezultata, možemo reći da je najveća prepreka inoviranju malih i srednjih preduzeća iz Republike Srbije činjenica da su troškovi inovacija suviše visoki. Usled ograničenih resursa, veliki broj preduzeća nema dovoljno sredstava za pokretanje inoviranja. Još jedna ogromna prepreka inovativnosti MSP sektora jeste nedovoljna pomoć države. Najmanji uticaj na inoviranje MSP sektora imaju nedostatak kvalifikovanog osoblja i nedovoljna motivisanost zaposlenih.

Reference

- Beraha, I. (2011). Mala i srednja preduzeća kao faktor ekonomskog razvoja i smanjenja nezaposlenosti u Srbiji. Beograd, *Institut za uporedno pravo*, 2(1), str. 315-332.
- De Groot, H.L., Acs, Z.J. & Nijkamp, P. (2013). The emergence of the knowledge economy: A regional perspective. Amsterdam, *Springer Science & Business Media*, (1)2, p. 81-95.
- Dodgson, M. & Rohtwell, R. (1994). The Handbook of Industrial Innovation. London, *Edward Elgar Publishing Limited*, pp. 5-17.
- Despotović, D.Z., Cvetanović, S.Ž. & Nedić V.M. (2014). Innovativeness and competitiveness of the Western Balkan countries

- and selected EU member states. Beograd, *Industrija*, 42(1), str. 18-30.
- Erić, D., Beraha, I., Đuričin, S., Kecman, N. & Jakišić, B. (2012). *Finansiranje malih i srednjih preduzeća u Srbiji*, Beograd, Privredna komora Srbije.
- Freeman, C. & Soete, L. (1997). The Economics of Industrial Innovation. Cambridge, MIT Press, (1)1, pp. 3-14.
- Galia, F. & Legros, D. (2004). Complementaries between obstacles to innovation: Evidence from France. Paris, *EconPapers*, 33(8), pp. 1185-1199.
- Hauser, J., Tellis, G. & Griffin, A. (2006). Research on Innovation: A Review and Agenda for Marketing Science. *Marketing Science*, 25(6), pp. 687-717.
- Ikić, S. & Gudžević, F. (2012). Perspektivne za razvoj malih i srednjih preduzeća u Novom Pazaru. Novi Pazar, *Socio-ekonomika*, 1(2), str. 360-374.
- Isaković, S. (2015). *Menadžment malih i srednjih preduzeća*, Zenica, Ekonomski fakultet.
- Johannessen, J. A. & Olsen, B. (2010). The future of value creation and innovations: Aspects of a theory of value creation and innovation in a global knowledge economy. *International Journal of Information Management*, 30(6), pp. 502-511.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2000). Mobilising Human Resources for Innovation. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Ogawa, E. (2001). *Upravljanje malim preduzećima danas*, Beograd, Evropski centar za mir i razvoj (EPCD) Univerziteta za mir Ujedinjenih nacija.
- Radulović, M. (2006). *Razvoj institucija i organizacija za podršku malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu u Srbiji i uticaj inostranih iskustava (2001-2005)*, Beograd, Republička agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća.
- Regional Innovation Strategy for east Serbia and north-west Bulgaria region (RIS). (2007). Analiza inovacionih potreba MSP sektora. Vidin, Bulgaria: Regional Innovation Strategy for east Serbia and north-west Bulgaria region.
- Slater, S.F. & Narver, J.C. (1995). Market orientation and the learning organization, *Journal of Marketing*, 59(3), pp. 63-74.
- Schumpeter, J. (1961). The Theory of Economic Development, A Galaxy Book. New York, Oxford University Press, (3)1, pp.21-29.
- Vlada Republike Srbije (VRS). (2004). *Zakon o privrednim društvima*, Službeni glasnik RS, broj 125/04, Beograd, Republika Srbija: Vlada Republike Srbije.

MOTIVATION AND SATISFACTION EMPLOYEES ON THE CASE OF COMPANY "MDS" KNJAŽEVAC

Milan Stojanović¹, Marko Todorović², Željko Milovanović³

¹ Singidunum University, Belgrade, Serbia

² Knjazevac High School, Knjazevac, Serbia

³ Public Communal company "Water supply", Zajecar, Serbia

Corresponding: zeljko.milovanovic@yahoo.com ³

Summary: Small and medium-sized enterprises are the driving force behind the economic development of a large number of countries. Taking into account the structure of the Serbian economy, we can say that small and medium enterprises are crucial for new jobs, an increase in tax revenues, an increase in exports, and the like. In the era of globalization, the success of the turbulent market requires separation from the mass of businesses. Regardless of the company's business, the market is hungry for innovation. Innovation is a condition for the survival of small and medium-sized enterprises for business in the modern era. The innovation process varies depending on the type of innovation the company wishes to apply. The recommendation for implementing a particular type of innovation is reflected in the implementation of the type of innovation for which a particular company has the capabilities and capacities. We can divide all innovation factors into internal and external ones. In the process of innovation, businesses face numerous obstacles. In order to survive on the market and earn profits, companies are condemned to innovate. For the sake of successful innovation, it is necessary to determine the appropriate type of innovation, the factors that influence innovation and the greatest obstacles to innovation. The subject of research of this paper is the examination of the innovativeness of small and medium enterprises operating in the territory of the Republic of Serbia.

Key words: innovation, small and medium enterprises (MSP), Republic of Serbia