

Gorica Bošković*
Ivana Kostadinović**

KLASTERI MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA – KLJUČ EKONOMSKOG RAZVOJA

Sažetak: Mala i srednja preduzeća predstavljaju okosnicu razvoja privrede, kako razvijenih zemalja, tako i zemalja u razvoju. Da bi opstala na tržištu, ova preduzeća moraju stalno graditi nove konkurentске prednosti. Te prednosti se mogu graditi unutar samih preduzeća, ali i kroz saradnju i povezivanje između njih.

Jedan od načina podizanja efektivnosti poslovanja i efikasnosti razvoja malih i srednjih preduzeća, a time i njihove konkurentnosti i konkurenčnosti ukupne privrede, jeste stimulisanje razvoja klastera. Takav način povezivanja preduzeća, posebno u oblasti industrije (kao prve među jednakim delatnostima u oblasti materijalne proizvodnje), doprinosi ne samo skladnijem regionalnom razvoju privrede, već predstavlja ključ ukupnog ekonomskog razvoja. Naročito su industrijski klasteri, poslednjih decenija, u centru pažnje ne samo stručnih krugova, već i kreatora ekonomske politike, u smislu kreiranja programa za unapređenje ekonomskog razvoja i konkurenčnosti nacionalnih ekonomija. U centru pažnje su regioni koji su, zahvaljujući klasterskom udruživanju malih i srednjih preduzeća, postigli znacajan uspeh u poređenju sa drugim regionima u svetu. Naime, regioni u svetu u kojima je razvijen sistem umrežavanja i saradnje kroz klastere ostvaruju znacajan ekonomski rast, kao i porast životnog standarda svih onih koji su povezani sa klasterom na datoj teritoriji. U regionima gde takvog organizovanja nema, potrebna su značajna finansijska sredstva kako bi se podstaklo klastersko organizovanje, kao i uspešan razvoj klastera. Povezivanje obrazovanja, nauke i proizvodnje je neophodan uslov privrednog razvoja i podsticanja inovativnih procesa. Osvajanje novih tehnologija, otvaranje novih radnih mesta, izlazak na nova tržišta, bez podrške institucija je teško ostvarivo. Zbog toga je uloga države od presudnog značaja. Evropska unija, na primer, svakim dokumentom strateskog razvoja svoje ekonomije, u centar politike i mera za podsticanje razvoja malih i srednjih preduzeća stavlja aktivnosti usmerene na inovacije, osnivanje malih i srednjih preduzeća i umrežavanje, a posebno na razvoj klastera. Ovo, tim pre, što na teritoriji Unije mala i srednja preduzeća čine 99% od ukupnog broja svih aktivnih privrednih subjekata.

U vreme krize i problema sa kojima se suočava naša privreda, institucionalna podrška klasterima bi, svakako, doprinela unapređenju konkurenčnosti i ukupnog ekonomskog razvoja.

Ključne reči: mala i srednja preduzeća, klasteri, ekonomski razvoj, regionalni razvoj, konkurenčnost

* Dr Gorica Bošković, vanredni prof. Ekonomskog fakulteta u Nišu, gorica.boskovic@eknfak.ni.ac.rs

** Ivana Kostadinović, asistent Ekonomskog fakulteta u Nišu, ivana.kostadinovic@eknfak.ni.ac.rs

CLUSTERS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES – A KEY TO ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract: Small and medium enterprises represent a cornerstone of the economic growth of both developed and developing countries. In order to survive on the market, these enterprises must constantly build new competitive advantages. These competitive edges can be built within the very companies, as well as through their mutual cooperation and connecting.

Stimulating cluster development is one of the ways of attaining business effectiveness and the development efficiency of small and medium enterprises, which also implies an increase in their competitiveness and the competitiveness of the whole economy. Not only does such a means of connecting enterprises, particularly in the field of industry (as the first among equals in the field of material production) contribute to a more coherent regional economic development, but also represents a key to economic development. Industrial clusters in particular have been in the focus of both professional circles and economic policy creators for the past few decades, in the sense of creating plans for the improvement of economic development and national economic competitiveness. The focus is on the regions which have been more successful in comparison with other regions owing to the alliance of small and medium enterprises into clusters. Namely, regions worldwide which have a developed networking and cooperation cluster system attain a significant economic growth, as well as an increase in the standards of living of all entities interconnected by clusters in the given area. Areas lacking such an organisational model require greater financial means in order to encourage cluster organisation and a successful cluster development.

Relating education, science, and production is a substantial prerequisite for economic development and the encouragement of innovative processes. It is difficult to make new technologies, open new positions and enter new markets without the help of institutions. That is the reason why the role of the country is so important. For instance, each document of the European Union on the strategic economic development plan brings into the focus of politics and measures for encouraging small and medium enterprise development activities aiming at innovations, starting small and medium enterprises, networking, and cluster development in particular. This is a common practice since small and medium enterprises account for 99% of the total number of all economically active subjects on the territory of EU.

At the time of economic crisis and problems which our economy is encountering, the institutional support to clusters will certainly contribute to the improvement of competitiveness and total economic growth.

Key words: small and medium enterprises, clusters, economic growth, regional development, competitiveness

UVOD

Sektor malih i srednjih preduzeća (MSP) i preduzetnika predstavlja sve značajniji segment srpske privrede. Već nekoliko godina unazad ovi privredni subjekti su najefikasniji deo privrede Republike Srbije i predstavljaju nosioce privrednog rasta i zapošljavanja. Uz strane direktnе investicije, ovaj sektor bi i u budućnosti mogao biti značajna poluga ekonomskog razvoja i osnovni kreator novih radnih mesta.

Učešće MSP i preduzetnika u ukupnom prometu privrede, u 2009. godini, iznosilo je oko 68%, u bruto dodatoj vrednosti privrede oko 57%, u profitu ostvarenom u privredi oko 54%, u ukupnom izvozu oko 51% i u ukupnom uvozu privrede oko 61%. Međutim, profitabilnost, merena odnosom profita i BDV ovog sektora, niža je od profitabilnosti privrede Republike Srbije (36,2 u odnosu na 38,3).¹ Problem je u nepostojanju dovoljnog broja brzorastućih, dinamičnih preduzeća, kao i preduzeća srednje veličine (u kojima je BDV po preduzeću i po zaposlenom daleko veća), koja bi predstavljala generatore ekonomskog rasta i razvoja Srbije.

Mada je sektor MSP najkonkurentniji deo privrede Republike Srbije, on, ipak, značajno zaostaje u odnosu na prosek EU. Učešće ovog sektora u ukupnom broju preduzeća i zapošljavanju u Srbiji je na nivou proseka EU. Veće učešće koje sektor MSP ima u ukupnom prometu BDV i profitu, od proseka EU, prvenstveno je posledica zaostajanja velikih preduzeća u Srbiji u odnosu na velika preduzeća u EU, a u mnogo manjoj meri je posledica razvijenosti ovog sektora.

Negativne posledice svetske ekonomske krize odrazile su se i na poslovanje MSP u Srbiji. Mala i srednja preduzeća, koja su najosetljivija na promene u poslovnoj okolini, suočila su se sa padom tražnje, otežanom naplatom potraživanja, smanjenim investicijama, smanjenom kreditnom sposobnošću i smanjenom likvidnošću, što je rezultiralo njihovim slabijim položajem na tržištu. Ova preduzeća karakteriše i odsustvo horizontalnih i vertikalnih veza, odnosno ona nisu dovoljno povezana između sebe u različite oblike poslovnog udruživanja, kao što su na primer klasteri, niti su dovoljno povezana sa velikim preduzećima i multinacionalnim kompanijama u lance dobavljača. Saradnja i povezivanje preduzeća u klastere, ali i institucionalna podrška klasterima bi, svakako, doprinela unapređenju konkurentnosti ovog sektora i ukupnom razvoju privrede.

Vlada Republike Srbije je 2008. godine usvojila dokument pod nazivom Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih malih i srednjih preduzeća za period od 2008. do 2013. godine, u kome su definisani strateški ciljevi i pravci razvoja MSP. Ovaj dokument se zasniva na „pet stubova“, koji predstavljaju i osnovne prioritete razvoja, a to su: (1) promocija i podrška preduzetništvu i osnivanju novih preduzeća, (2) razvoj ljudskih resursa za konkurentan MSP sektor, (3) finansiranje i oporezivanje MSP, (4) razvoj konkurenčkih prednosti MSP na izvoznim tržištima i (5) razvoj podsticajnog pravnog, institucionalnog i poslovnog okruženja za MSP. Očekuje se da će uspešna primena ove strategije doprinositi, pre svega, stvaranju većeg broja novih preduzeća, većoj stopi njihovog opstanka u prvim godinama poslovanja i njihovom bržem rastu i razvoju kroz međusobnu saradnju i povezivanje u klastere. Isto tako, očekuje se da će realizacija ove strategije omogućiti i brže prerastanje mikropreduzeća u mala i malih u srednja preduzeća, da će doprinositi poboljšanju spoljnotrgovinskog bilansa, ravnomernijem

¹ Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, Republički zavod za razvoj (2011: 103)

regionalnom razvoju, kao i većem zapošljavanju (posebno visokokvalifikovanih radnika).

1. POSLOVANJE MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA U SRBIJI

Strategija razvoja konkurentnih i inovativnih malih i srednjih preduzeća za period od 2008. do 2013. godine i mere ekonomske politike Vlade Republike Srbije su kompatibilne sa Evropskom poveljom o malim preduzećima (The European Charter for Small Enterprises) i Aktom o malim preduzećima (Small Business Act).

Evropsku povelju o malim preduzećima doneli su, u junu 2000. godine, lideri zamalja EU i od tada je ona glavno sredstvo politike promocije razvoja preduzetništva. Povelja ističe značaj malih preduzeća i preduzetnika za rast, konkurentnost i povećanje zaposlenosti u EU, a definiše i šta zemlje članice EU i Evropska komisija treba da učine kako bi poboljšali okruženje za poslovanje ovih preduzeća.

Srbija je 2003. godine prihvatile Evropsku povelju o malim preduzećima i time se obavezala da, merama svoje ekonomske politike, ostvaruje njene ciljeve. Ministarstvo privrede, odnosno Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, od 2003. godine, u saradnji sa Evropskom komisijom i OECD-om, ocenjuje sprovođenje ove povelje u zemljama zapadnog Balkana. Na osnovu određenog upitnika Evropske komisije, utvrđuje se Indeks politike MSP. Osnovni zaključak ocene sprovođenja ove povelje na Zapadnom Balkanu iz 2008. godine je da je Srbija za prethodne dve godine najviše napredovala, jer je veoma brzo prešla iz faze određivanja strateških ciljeva u fazu njihove realizacije. Napredak Srbije ocenjen je ukupnom ocenom 3,3 (od maksimalno 5). Oblasti u kojima je Srbija ostvarila najveći napredak su: podrška inovativnim preduzećima i preduzećima u osnivanju, pružanje poslovnih usluga i širenje informacija na on-line osnovi, unapređenje dijaloga između javnog i privatnog sektora o politici podrške MSP, itd.

Kao novi okvir politike MSP u EU, koji je zamenio Evropsku povelju, a sa ciljem dalje podrške održivom razvoju i povećanju konkurentnosti MSP, u junu 2008. godine, Evropska komisija je usvojila Akt o malim preduzećima, koji je u decembru 2008. potvrdio i Evropski savet. Od juna 2009. godine, nakon regionalne ministarske konferencije o Evropskoj povelji o malim preduzećima za Zapadni Balkan, Srbija je, kao i druge zemlje regiona, otpočela sprovođenje Akta o malim preduzećima, kojim se ističe ključna uloga MSP u evropskoj ekonomiji i, u formi 10 principa, definišu ključna područja za razvoj ovog sektora.²

² Principi koji predstavljaju polazište za kreiranje praktičnih politika podrške razvoju preduzetništva i MSP su: (1) stvaranje okruženja u kome preduzetnici i porodične firme mogu da napreduju i gde se preduzetništvo stimuliše i nagrađuje; (2) omogućavanje časnim preduzetnicima koji su se suočili sa bankrotom da brzo dobiju drugu šansu; (3) kreiranje pravila u skladu sa principom „prvo misli o malima“;

Institucionalnu infrastrukturu za podršku razvoja MSP i preduzetništva u Republici Srbiji čini mreža javnih institucija i agencija – Nacionalna agencija za regionalni razvoj, Fond za razvoj, Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza, Nacionalna služba za zapošljavanje i dr. Od 2009. godine u Srbiji je aktivna i Evropska preduzetnička mreža, koja deluje u okviru konzorcijuma predvođenog nacionalnom agencijom za regionalni razvoj. Na ovaj način, MSP u Srbiji imaju mogućnost da, kao i preduzeća u EU, dobiju potrebne informacije i usluge, koje su im od značaja za razvoj poslovanja na tržištu EU, za pronalaženje poslovnih partnera, za inovacije, transfer tehnologije i učešće u programima EU. Privredna komora Srbije, sa svojom mrežom, takođe je aktivna u pružanju podrške za razvoj ovog sektora.

U Srbiji je, u 2009. godini, poslovalo ukupno 88.586 MSP, što je predstavljalo 99,4% ukupnog broja preduzeća. Ako se ovom broju doda 226.241 preduzetnika, dobija se da je u Srbiji u 2009. godini ukupno bilo 314.827 malih i srednjih preduzeća i preduzetnika, što je predstavljalo 99,8% od ukupnog broja privrednih subjekata. Posmatrano po delatnosti, 63% MSPP je u oblasti usluga (trgovina na veliko i malo i servisi za popravku gotovih proizvoda 34%; hoteli i restorani 6%; saobraćaj, skladištenje i veze 10%; 13% u poslovima sa nekretninama), 17% je u prerađivačkoj industriji i 8% je u oblasti građevinarstva. U sektoru MSP i preduzetnika bilo je zaposleno 872.540 radnika, što je predstavljalo preko 2/3 od ukupno 1.308.291 zaposlenog u privredi Srbije. Posmatrano po veličini preduzeća, najveći deo u zapošljavanju imala su velika preduzeća (33,3%), zatim preduzetnici i srednja preduzeća (po 19,8%), mala preduzeća (15,4%) i mikropreduzeća (11,7%).³ Za podršku razvoju ovih preduzeća i preduzetnika u Srbiji, na regionalnom i lokalnom nivou, formirane su, pored mreže regionalnih razvojnih agencija, i različite organizacije i institucije, kao što su, na primer, poslovni inkubatori, tehnološki parkovi i dr. Poslovni inkubatori predstavljaju značajan deo poslovne infrastrukture jer pružaju poslovno okruženje povoljno za razvoj MSP, tako što aktivno nastoje da novoosnovanim preduzećima obezbede resurse, usluge i pomoć koja im je potrebna. Danas u Srbiji postoji petnaest aktivnih poslovnih inkubatora, zatim tri koja su u procesu registracije, tri inovativna inkubatora i dva tehnološka parka. Realno je očekivati da će se u skorijoj budućnosti broj aktivnih poslovnih inkubatora znatno povećati i da će se set usluga koje poslovni inkubatori pružaju svojim inkubantima više razviti. Za sada se one, uglavnom, svode na korišćenje poslovnog prostora i na

(4) brže reagovanje javne administracije na potrebe MSP; (5) prilagođavanje instrumenata politike MSP potrebama MSP: olakšavanje učešća MSP u javnim nabavkama i korišćenju državne pomoći; (6) omogućavanje pristupa MSP izvorima finansiranja i izgradnja zakonodavnog i poslovног okruženja koje će podsticati izmirenje obaveza na vreme u komercijalnim transakcijama; (7) pomaganje MSP da ostvare veću korist od poslovnih mogućnosti koje nudi jedinstveno tržište; (8) promovisanje unapredjenja znanja i veština zaposlenih u MSP kao i svih oblika inovacija; (9) omogućavanje MSP da izazove okruženja pretvore u poslovne šanse i (10) ohrabrivanje i podržavanje MSP da ostvare koristi od rasta tržišta.

Vidi: Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, Republički zavod za razvoj (2011: 105)

³ Isto, str. 103

administrativne usluge. Znatno manje su zastupljena umrežavanja, usluge obuke, poslovnog savetovanja, finansijske usluge, a gotovo i da nema podrške inovativnim aktivnostima inkubantima.

2. KLASTERI KAO MODEL OSNIVANJA I PODSTICANJA RAZVOJA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA

Poslovanje preduzeća u savremenim uslovima poslovanja zasniva se na kvalitetu, inovacijama, brzini, fleksibilnosti, povezanosti, izgradnji kritične mase kapitala i proizvodnog odnosno uslužnog potencijala. Ovaj novi stil poslovanja zahteva timski pristup na lokalnom nivou – takozvani klaster pristup. Englesku reč *cluster* (skup, jato, grozd, grupa) prvi je upotrebio jedan američki kompozitor (da bi označio skup istovremenih, gusto nanizanih tonova), a ovaj termin je popularisao M. Porter 1990. godine, u svom poznatom delu „The Competitive Advantages of Nations“ (Porter, 1990). Svuda u svetu preduzeća imaju tendenciju da se okupljaju u klastere, i imala su je mnogo ranije nego što je pojam klastera ušao u ekonomsku literaturu. U osnovi ovog pojma nalazi se kooperacija, kao zajedničko delovanje najmanje dva preduzeća, u cilju povećanja poslovnog učinka, odnosno ostvarivanja sinergijskog efekta – kada je zajednički učinak veći od zbira pojedinačnih učinaka. Naime, preduzeća nisu izolovani entiteti, već u obavljanju svojih aktivnosti ostvaruju interakcije sa klijentima, dobavljačima, konkurencijom i javnim institucijama. Svakako da kvalitet veza i sistem odnosa koje preduzeće uspostavlja sa drugim subjektima može bitno da utiče na njegovu konkurentsku prednost. Učestvovanjem u klasteru, preduzeća podižu nivo konkurenčnosti, omogućava im se izlazak na šira tržišta, pristup fondovima i povoljnijim kreditima. Klaster se razlikuje od drugih vidova povezivanja u okviru svojih geografskih granica i to po osnovu: (1) uključivanja i korišćenja sredstava; (2) upravljanja informacijama (lanci znanja); (3) načina razmene proizvoda i poluproizvoda i (4) po osnovu važnosti načina povezivanja. Klastere treba shvatiti kao regionalne sisteme odnosno kao „geografske koncentracije međusobno povezanih preduzeća, specijalizovanih dobavljača, isporučioca usluga, firmi iz srodnih industrija, i sa njima povezanih ustanova (npr. univerziteti, agencije, turistička i trgovinska udruženja) koje se nadmeću ali i sarađuju“. (Porter, 1998: 77–90). Naime, snažne konkurenčne prednosti u globalnoj ekonomiji leže uglavnom u lokalnim stvarima – znanju, odnosima, motivaciji – razlikama koje konkurenti ne mogu lako kopirati, a koje se najbolje mogu razvijati kroz klastere. I sama definicija klastera ističe u prvi plan značaj lokalne sredine, značaj povezanosti članica i geografske omeđenosti, i pored rastućih procesa globalizacije i sve bržeg razvoja tzv. virtualne ekonomije. Jedna od Porterovih kratkih definicija jeste da su klasteri kritične mase preduzeća i institucija na jednom mestu, neobičnog konkurenčnog uspeha u određenim poljima. (Porter, 1998: 78). Razvoj klastera je najefikasniji put za podsticanje razvoja i kvaliteta lokalne sredine, za podizanje ekonomije regiona na viši nivo, odnosno za unapređenje „dijamanta nacionalne konkurenčnosti“.

Klasteri su izuzetno važni za industrije u razvoju, odnosno za zemlje u razvoju. U mnogim zemljama je razvoj klastera prihvaćen kao osnovna strategija ekonomskog razvoja. Profesor M. Porter naglašava da su klasteri osnova produktivne, nove ekonomije. Klaster proizvodi pozitivne efekte, koji utiču i na preduzeća koja se u njemu nalaze, i na ceo region gde se klaster nalazi, u smislu da omogućava: (1) veći broj radnih mesta; (2) kvalifikovanu radnu snagu; (3) veću raznolikost procesa, proizvoda i rada; (4) difuziju tehnologije; (5) smanjenje zaliha materijala i komponenti; (6) niže troškove nabavke; (7) specijalizovane usluge; (8) proširenje tržišta i prilike za nove poslovne veze; (9) izvođenje većih investicionih projekata u regionu i sl. U zavisnosti od karakteristika regiona i preduzeća učesnika, klasteri postavljaju svoje prioritete, koriste resurse svog regiona i formiraju formalne veze koje omogućavaju ostvarenje zajedničkih ciljeva.

Klastere karakteriše dvostrukost, u smislu da: (1) predstavljaju funkcionalno definisane sisteme međupovezanih aktivnosti i (2) prostorno definisane sisteme sličnih i povezanih aktivnosti. U skladu sa tim, jedna od mogućih kategorizacija klastera pravi razliku između funkcionalno povezanih sistema, poznatih kao *industrijski klasteri*, i prostornih grupacija sličnih i povezanih preduzeća i industrija, poznatih kao *regionalni* ili *lokalni klasteri*.

Industrijske klastere najčešće sačinjavaju učesnici, aktivnosti i resursi udruženi na razvoju, proizvodnji i prodaji proizvoda i usluga. Naime, oni nisu ograničeni na urbane zone, već imaju za cilj da obuhvate širi opseg, pokrivači na taj način čitave države ili nacije. Fokus ovih klastera je na jačanju konkurentnosti u okviru različitih sektora.

Regionalni ili lokalni klasteri predstavljaju prostorne aglomeracije preduzeća i drugih subjekata koji obavljaju iste ili slične ekonomske aktivnosti, stvarajući bazu koja efikasno podstiče efekat širenja znanja i kreiranje različitih formi učenja i prilagođavanja. Ove klastere, uglavnom, čine mala i srednja preduzeća, a njihov uspeh je primarno uslovjen geografskom blizinom.

Kategorizacija klastera može se zasnovati i na stepenu uloženog znanja, uzimajući u obzir činjenicu da nivo tehničkog dostignuća postaje manje bitan od sposobnosti interakcije i razmene znanja. Na znanju zasnovani klasteri su prostorno ograničeni ali, za razliku od regionalnih, sa većim akcentom na inovacije i tehnički progres.

Pored industrijskih i regionalnih klastera, postoje i *inovativni klasteri*. To su klasteri koji se konstantno razvijaju i prilagođavaju promenama u okruženju. Ovi klasteri istražuju mogućnosti izvan svojih trenutnih granica, kombinujući unutrašnju snagu, fleksibilnost, stabilnost i smisao za upravljanje. U snage koje pokreću inovativne klastere, obično se svrstava: kreiranje novih preduzeća i tehnološka diversifikacija, kreiranje mreže između učesnika unutar klastera i formiranje klastera.⁴ Inovativni klasteri kontinuirano nadograđuju već postojeće veze između svojih učesnika i, istovremeno, razvijaju nove

⁴ http://www.nordfors.com/david_cv/tciconference_2003.pdf

veze sa eksternim okruženjem. Sposobnost preduzeća da efikasno razvijaju i obezbeđuju neophodne tehnologije u značajnoj meri se povećala sa širenjem različitih oblika saradnje sa univerzitetima ili nekim drugim istraživačkim institucijama. Inovativni klasteri, zahvaljujući svojim specifičnostima, ostvaruju koristi koje se ogledaju u: poboljšanju mogućnosti za stvaranje inovacija, unapređenju poslovnih formacija i povećanju produktivnosti. Dakle, klasteri jesu forma poslovnog udruživanja geografski koncentrisanih preduzeća sa institucijama koje im pružaju podršku u određenoj oblasti u kojoj se takmiče, ali i sarađuju.

3. EVROPSKA ISKUSTVA U FORMIRANJU I RAZVOJU KLASTERA

Konkretni učinci vezani za formiranje klastera (naročito u oblasti industrije) u EU, za regije i države, mogli bi se sažeti kroz nekoliko prednosti: (1) značajno je porasla industrijska proizvodnja; (2) započelo je pozitivno restrukturiranje industrije; (3) podstaknut je razvoj preduzetništva i sektora MSP; (4) porasla je konkurentnost industrije i privrede u celini; (5) povećan je izvoz; (6) omogućeno je oživljavanje tradicionalno nerazvijenih regiona i (7) stvorene su mogućnosti integracije sa drugim klasterima. Navećemo kao primere iskustva nekih evropskih država u formiranju klastera – Španije, Slovenije i Italije.

1. Španija je razvijena, parlamentarna demokratija, podeljena na 17 autonomnih regiona. Karakteriše je visok životni standard stanovništva i ekonomija koja po veličini, merenoj visinom nominalnog BDP-a, zauzima deveto mesto u svetu.⁵ Španija pripada onome što nekolicina istraživača naziva mediteranskim ili južnoevropskim stilom kapitalizma u Evropi (Rhodes, 1997). Jedna od odlika španskog kapitalizma ogleda se u geografskoj dualnosti poslovne strukture: (a) glavni grad, politički centar i sedište velikih španskih i stranih preduzeća i multinacionalnih kompanija, naročito u oblasti finansija i usluga i (b) severoistočna periferija, sedište industrijskih aktivnosti koje su u velikoj meri organizovane u mreže ili klastere MSP (Ahedo, 2007: 8). Sa procesom industrijalizacije u Španiji, 60-ih i 70-ih godina 20. veka, lokalni preduzetnici i velike nacionalne i međunarodne kompanije (uglavnom iz SAD-a, Francuske i Nemačke) počele su aktivnije da se angažuju na formiranju i razvoju lokalnih klastera. U Španiji se, u periodu od 1970. do 2000. godine, u kontekstu industrijskih klastera, odvijao proces institucionalizacije. Postojeći industrijski klasteri uklopili su se u institucionalni okvir, uporedo sa razvojem novih institucija i novih politika industrijskog razvoja. Na taj način, privlačili su pažnju kreatora ekonomске politike i obezbedili političku podršku i stimulaciju. U Španiji danas postoje sledeći regionalni klasteri: u regionu Baskije – u sektorima automobilske industrije, proizvodnje mašina alatljika, elektronskih aparata, kućnih uređaja, energetike i papirne celuloze; u regionu Katalonije – u sektorima automobilske industrije, hemijske industrije, metalurgije i proizvoda od metala,

⁵ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2009/027weodata/index.aspx>

tekstilne industrije i proizvodnje odeće i predmeta od kože, inženjeringu, različite mašinske i mehaničke opreme, transportne mašinerije, grafike – izdavaštva, električne opreme i uređaja, prehrambene industrije, drvne industrije i proizvodnje nameštaja; u regionu Valensije – u automobilskoj industriji, proizvodnji cipela, nameštaja, igračaka, tekstilnoj i hemijskoj industriji (Hernandez, Fontrodona, Pezzi, 2005: 17). Politika razvoja klastera u Španiji može se, sasvim sigurno, oceniti kao primarno determinisana inicijativama regionalnih vlasti. Što se tiče javnog sektora, njegov stepen angažovanosti na podsticanju formiranja i razvoja klastera varira u zavisnosti od konkretnog regiona.

Zara i Massimo Dutti, kao najpoznatiji svetski brendovi odevnih predmeta, potiču iz Galicije, odnosno od preduzeća u okviru galicijskog odevnog klastera. Najveći broj preduzeća koja danas posluju u okviru Odevnog klastera osnivali su preduzetnici u malim galicijskim selima. Jeftina radna snaga, siromaštvo i geografski položaj u ovom regionu, doprineli su razvoju preduzetničkih aktivnosti još u XVIII veku.

Odevni klaster u Galiciji nastao je i razvijao se spontano, zahvaljujući privatnom sektoru, odnosno preduzećima koja su umela da prepoznaju neophodnost saradnje, povezivanja i zajedničkog nastupa.

U periodu od 1997. do 2007. godine obim izvoza Odevnog klastera povećavao se po godišnjoj stopi od 24%. Podaci pokazuju da je 1997. godine, prema učešću u ukupnom španskom izvozu odevnih predmeta, Galicija zauzimala drugo mesto (sa učešćem od 20%), dok je na prvom mestu bila Katalonija (47%). Samo deceniju kasnije, povećanjem učešća u ukupnom izvozu na 48%, region Galicije poprima status najvećeg izvoznika odeće u Španiji. (Bozdemir, Oliva, Jerez, Tamayo, 2009: 15). Razvoj Odevnog klastera omogućio je ublažavanje zavisnosti regiona od izvoza prehrambenih proizvoda i proizvodne opreme, kao i od intenzivno rastućeg klastera u oblasti automobilske industrije.

2. Proces razvoja klastera u Sloveniji zasniva se na prepoznatljivom modelu „dinamičnih koncentričnih krugova“, pristupu odozdo-nagore i principima učenja na bazi iskustva. Ovo je takav model u kojem se oko velikih, takozvanih bazičnih, preduzeća osnivaju mreže manjih krugova MSP, koja zatim formiraju potklastera bazirane na specijalizaciji i geografskoj koncentraciji. Pristup odozdo-nagore omogućava vrlo efikasno prilagođavanje institucionalnih mera stvarnim potrebama klastera, i to u različitim fazama razvoja. Pored formalnih, slovenačku realnost karakteriše i određeni broj manjih, najčešće neformalnih klastera. Formiranje neformalnih klastera se odvija spontano i kao posledica nekih prošlih ili tekućih inicijativa, i/ili delovanja katalizatora koji teže da grupišu inače nezavisna preduzeća i institucije (Borras, Tsagdis, 2008: 147). Prema nekim podacima, danas u Sloveniji uspešno funkcioniše 14 klastera, koji zajedno povezuju 117 preduzeća (35.773 zaposlenih) i 36 istraživačko-razvojnih institucija. Od njih se, kao najznačajniji, izdvajaju: Automobilski, Klaster drvno-preradivačke industrije, Klaster proizvodača alata i Klaster proizvodača proizvoda visoke tehnologije.

Automobilski klaster je 2000. godine dobio podršku Vlade za formiranje jednog od prvih formalnih klastera u zemlji. Ovaj klaster ima za cilj da svojim članovima pomogne u razvoju kompleksnijih proizvoda i proizvoda sa većom dodatom vrednošću. Pored ovog cilja postiže se i drugi, a to je povećanje konkurentnosti slovenačke ekonomije. Ono što se danas smatra Slovenskim automobilskim klasterom vezuje se za prve automehaničarske radionice s kraja XIX veka (od kojih su neke bile i prvi proizvođači auto-delova u Sloveniji i tadašnjoj Jugoslaviji) i za nekoliko industrijskih grana (elektronika, metalna industrija, industrija mašinskih alata, optička industrija, industrija plastike, mehanički inženjerинг). Na intenzivan razvoj automobilske industrije u Sloveniji najveći uticaj imale su visoke carine na uvoz automobilskih delova, deficit strane valute u nacionalnim rezervama kao i razni izvozni podsticaji. Skoro 80% slovenačke proizvodnje automobilskih delova plasira se na tržištu EU, i to najviše u Nemačkoj, Austriji i Francuskoj. Zahvaljujući *Revozu*, koji je 2004. godine postao podružnica *Renaulta*, Slovenija je postala peti najveći trgovinski partner Francuske.

Pored mnogobrojnih pozitivnih karakteristika, vezanih za Slovenski automobilski klaster, njega karakterišu i izvesni problemi u pogledu troškova i ograničene mobilnosti radne snage, a najizraženiji su nedostaci u oblasti kvaliteta stručnjaka. Veliki broj preduzeća unutar klastera nastoji da sam reši pomenute probleme. Iz tog razloga, potrebno je organizovati programe obuke, programe stipendiranja i uložiti napor da se usklade nastavni planovi i programi u slovenačkim školama sa specifičnim potrebama i zahtevima klastera.

3. Italijanski klasteri su se uglavnom razvijali spontano, i to najčešće u radnointenzivnim industrijama i u okviru porodičnih preduzeća. Ono što, svakako, treba istaći je da Italiju karakteriše visoka koncentracija malih i srednjih preduzeća, kao i najduže iskustvo u ravoju klastera na svetu. Posebno je interesantan filmski klaster koji je bio lociran u neposrednoj blizini *Cinecitta* studija u Rimu, osnovan još 1937. godine. Pojava televizije je sasvim sigurno dovela do proizvodne diversifikacije a, istovremeno, i do krize u onom delu klastera koji se bavio filmskom produkcijom.

U pogledu razvoja digitalnih tehnologija, Rimski filmski klaster zaostaje u odnosu na klaster iz Milana, a sve više i u odnosu na klastere iz Napulja i Torina. Milano je bio najviše posvećen razvoju digitalnog klastera i imao je veliku podršku univerzitetskih programa. Regionalni Zakon i Lazio regionalni savet formalno su potvrdili postojanje Rimskog filmskog klastera tek 2002. godine i proglašili ga kao „područje izvrsnog razvoja“. Italijanske filmske klastere karakteriše visok stepen zavisnosti od institucionalne podrške vlade koja je serijom nacionalnih zakona i obiljem podržavajućih institucija stvorila višestruke koristi za ovaj klaster. Budućnost, kao i dalji razvoj Rimskog filmskog klastera, zavisiće od uspeha u prevazilaženju nekih od problema, kao što su: nedostatak edukacija i privatnih investicija, visoki troškovi radne snage, odnos između preduzeća i distributera, barijere za ulazak novih preduzeća, i dr. Razvoj inicijativa za unapređenje

kooperacije između preduzeća, univerziteta i drugih institucija u klasteru trebalo bi da doprinese ostvarenju većeg stepena njihove saradnje.

4. POSLOVNI KLASTERI U SRBIJI

U Srbiji danas zvanično postoji preko 20 klastera i najveći broj istih nalazi se u drugoj fazi razvoja, dok se za nekoliko klastera inicijativa može reći da su u nultoj fazi razvoja. Najviše klastera identifikovano je u oblasti turizma, kao i u poljoprivredi i prehrambenoj industriji. Kao najuspešniji klasteri u privredi Srbije izdvajaju se Automobilski klaster Srbije, Srpski softverski klaster i Klaster *Bipom* – balkansko-crnomorska industrija poljoprivrednih mašina. Pored njih, u klasteru takozvane II (više) faze razvoja ubrajaju se i: Klaster proizvođača cveća *Šumadijski cvet*, Klaster *Galenit* za sakupljanje i reciklažu istrošenih baterija i akumulatora, Građevinski klaster *Dunder* iz Niša, Fond *Kraljevski odmor* – turistički klaster opštine Kraljevo sa okolinom, Klaster medicinskog turizma, *Netwood* – klaster proizvođača nameštaja, Agencija za drvo – klaster drvoprerađivača Srbije, Srpska filmska asocijacija – *SFA* i *IKT Mreža*. U prvoj fazi razvoja su klasteri: *Istar 21* – udruženje za unapređenje saradnje i razvoj turizma u Podunavlju, *Memos* – udruženje za unapređenje konkurentnosti metalkih proizvođača, *FENIKS* – klaster srpske vazduhoplovne industrije, Asocijacija tekstilaca *Asstex*, *Agroindustrija*, Klaster modne i odevne industrije Srbije – *FACTS*, Klaster proizvođača prehramenih proizvoda Srbije – *POLUKS*, Fond *Turistički klaster mikroregije Subotica-Palić*, Vojvodanski IKT klaster. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije je ove klasteru podržalo u periodu od 2007. do 2011. godine preko Javnih poziva za podršku njihovom razvoju. Klasteri nulte faze, koji su se samoorganizovali i rade bez podrške Vlade su: Klaster tekstilaca *LZOTEKS*, Klaster za revitalizaciju starih zanata u Srbiji i Klaster *Somborski salaši*.⁶

Jedan od najuspešnijih u Srbiji jeste Automobilski klaster. On obuhvata 22 preduzeća i 5 naučnih institucija, u kojima je zaposleno ukupno 8.100 ljudi. Preduzeća su locirana u Beogradu, Kragujevcu, Novom Sadu, Bečeju i Surdulici. Ovaj klaster najviše pažnje posvećuje unapređenju komunikacije i razmeni informacija između članova, iznalaženju mogućnosti za obezbeđenje finansijskih sredstava, edukaciji, aktivnostima marketinga, kao i razvoju saradnje i internacionalizaciji. Dolazak *Fiata* iz Italije u Kragujevac, odnosno ugovor o strateškom partnerstvu i zajedničkom ulaganju u fabriku *Zastava*, koji je septembra 2008. godine potpisana između *Fiat grupe* i Vlade RS, trebalo je da označi kraj višedecenijskog propadanja nekada najvećeg industrijskog kompleksa. Za vreme svog poslovanja od pet decenija, *Zastava* je ostvarila proizvodnju od 4 miliona i izvoz od 700.000 automobila u 74 zemlje, na pet kontinenata. Nova zajednička kompanija *Fiat automobili Srbija* je 67% u vlasništvu Fiata, a 33% u vlasništvu Republike Srbije. Decembra 2009. godine potpisana je aneks ugovora o zajedničkom ulaganju,

⁶ <http://klasteri.merr.gov.rs/Klasteri-u-Srbiji>

kojim je *Zastava* i formalno postala deo sistema italijanskog proizvođača automobila. Ovim aneksom je, pored *Punta*, predviđena i proizvodnja dva potpuno nova modela, B i C klase, koji će prvenstveno biti namenjeni izvozu na tržišta SAD i EU. Veliki značaj *Fiatove* investicije u fabriku *Zastava* ogleda se u pokretanju i obnavljanju srpske automobilske industrije, što bi trebalo da dovede do otvaranja više hiljada novih radnih mesta, do povećanja prihoda automobilske industrije, ali i prihoda svih učesnika u lancu snabdevanja, do uspešnijeg plasmana srpskih proizvoda na tržištima SAD-a, Rusije, Evropske unije, Kine, kao i do povećanja izvoza i makroekonomске stabilnosti Srbije.

Svakako da bi i neke druge grane industrije i druge delatnosti privrede Srbije trebalo da traže strateške partnerne sa kojima bi se domaća preduzeća povezivala, jer bi to imalo sinergijski i multiplikativni efekat na privredu u celini. Tako, na primer, značajan potencijalni partner u proizvodnji nameštaja u Srbiji, jeste *Ikea*. *Ikea* je danas sinonim za moderne i cenovno pristupačne predmete za opremanje doma, kao i najveći lanac za maloprodaju nameštaja u svetu, sa 123.000 kooperanata u 25 zemalja i sa 21,5 biliona evra godišnjeg prihoda od prodaje. Najveći broj kooperanata u *Ikea* sistemu je u funkciji maloprodaje finalnih proizvoda. Da bi mogla da prodaje svoje proizvode po niskim cenama, veći deo njene proizvodnje odvija se u Kini (20%), Poljskoj (12%), Švedskoj (8%), Nemačkoj i Italiji (13%) i ostatak od 47% u proizvodnim jedinicama širom sveta.⁷ Kompanija je od osnivanja pa do danas fokusirana na iznalaženje i unapređenje metoda koji su istovremeno inovativni i efektivni, a sve u cilju proizvodnje kvalitetnog i cenovno prihvatljivog nameštaja.

Ukoliko *Ikea* odluči da u Srbiji proizvodi, a ne samo da prodaje, realno je očekivati otvaranje novih proizvodnih radnih mesta, smanjenje deficit platnog bilansa, kao i povećanje izvoza. Uspostavljenjem partnerstva sa *Simpom*, kao i preuzimanjem uloge generatora srpskog klastera nameštaja, *Ikea* bi svakako inicirala vertikalnu integraciju, povećanje obima poslovnih aktivnosti, profita, izvoza i konkurentnosti domaćih proizvođača i dobavljača u lancu snabdevanja. U proizvodnji, kompanija *Simp* koristi savremenu opremu i vrhunsku tehnologiju prilagođenu tehnološkim i ekološkim kriterijumima EU. Osnovni principi poslovanja domaće kompanije, u pogledu društvene odgovornosti i kvaliteta, u potpunosti se podudaraju sa onima koje godinama razvija švedska kompanija *Ikea*. Naime, *Ikea* bi u Srbiji uspela da obezbedi ono po čemu je svih ovih godina prepoznatljiva, kvalitetne, a po ceni pristupačne proizvode i to zahvaljujući jeftinoj radnoj snazi na našem tržištu. Dolaskom kompanije *Ikea* na srpsko tržište i vertikalnom integracijom dobavljača u lancu snabdevanja, unapredile bi se njihove izvozne i poslovne performanse, stvorile bi se prepostavke za modernizaciju opreme i tehnologije, kao i za veću iskorišćenost kapaciteta, rast produktivnosti i profitabilnosti.

Međutim, dosadašnja iskustva ukazuju na brojne prepreke u razvoju klastera u Srbiji, što se ispoljava kroz: nedostatak finansijskih sredstava (posebno SDI) i finansijskih

⁷ http://www.ikea.com/ms/en_US/about_ikea/facts_and_figures/index.html

institucija koje prate razvoj malog biznisa, nedostatak stručnih kadrova i privatnih preduzetnika koji raspolažu potrebnim iskustvom i poslovnom kulturom (posebno u smislu spremnosti za rizik, sklonosti za timski rad, saradnju i udruživanje), nepoverenje i nespremnost za saradnju među preduzećima i sa istraživačko-razvojnim institucijama, nerazvijenu zajedničku klastersku infrastrukturu (npr. dizajn centri, laboratorije, trening centri itd.) i finansijsku samoodrživost klastera. Osnivanje odgovarajućih istraživačkih centara, agencija za promociju izvoza, institucija za ocenu kvaliteta i sl., kao i jačanje poslovnih asocijacija, promocija novih marki i lokacija, značajno mogu doprineti jačanju konkurentnosti preduzeća povezanih u klastere.

ZAKLJUČAK

Nema sumnje da su MSP i preduzetnici značajna poluga ekonomskog razvoja Srbije. Od registrovanih preduzeća, ova grupacija čini čak 99,8 %. Sada „mali biznisi“ ostvaruju oko 2/3 ukupnog prometa i oko 60% bruto dodate vrednosti. Ovaj sektor je u prethodnim godinama ponudio najviše novih radnih mesta i danas angažuje 2/3 svih zaposlenih u privredi. Međutim, i pored pozitivnih pomaka u razvoju ovog sektora, koji se sada može porebiti sa razvojem MSP u drugim zemljama, on pokazuje i prepoznatljive hronične probleme. Oni se ogledaju u usitnjenoći poslovnih subjekata, niskoj konkurentnosti, neodgovarajućoj strukturi radne snage, nepovoljnom regionalnom rasporedu, administrativnim preprekama, itd. Najveći problemi su nedostatak finansijskih sredstava i zakonske regulative, nedostatak radnika odgovarajućih kvalifikacija, neusklađenost poslovanja sa zahtevima standarda kvaliteta i nedovoljna informisanost o tržištima i tehnologijama. Obezbeđivanje finansijskih sredstava prestavlja jedan od glavnih problema sektora MSP, jer je kreditiranje u Srbiji teško i skupo. I pored svega ovoga, MSP čine temelj razvoja novih poslovnih ideja. Ona se moraju posmatrati kao glavni pokretači inovacija, zapošljavanja, kao i socijalne i lokalne integracije u Evropi. Iz tog razloga, trebalo bi, po ugledu na Evropu, kreirati najbolje moguće okruženje za potrebe malog biznisa i preduzetništva.

U procesu primene Evropske povelje o malim preduzećima, Srbija je napravila najveći napredak na Zapadnom Balkanu i veoma brzo prešla iz faze formulisanja politike i definisanja strateških ciljeva u fazu realizacije te politike, u smislu podrške inovativnim i *start-up* preduzećima, pružanja poslovnih usluga i *on-line* širenja informacija, kao i unapređenja dijaloga o politici razvoja MSP između javnog i privatnog sektora.

Srbija je preuzeila i obavezu sprovođenja Akta o malim preduzećima i prihvatile principe koje on definiše, a koji su označeni kao ključni za razvoj sektora MSP u EU. U tom smislu su se izdvojili i neki nacionalni prioriteti, pa bi posebna pažnja u narednom periodu trebalo biti posvećena oblastima od specifičnog interesa za razvoj ovog sektora, pružanju podrške razvoju obrazovanja i obuci za preduzetništvo.

Dakle, strategiju razvoja MSP treba posmatrati kao ključan faktor restrukturiranja privrede jer: (1) MSP mogu olakšati restrukturiranje velikih preduzeća (naročito u industriji); (2) povezivanjem niza MSP bi se omogućilo formiranje inovativnih sistema sposobnih za proizvodnju konkurentnih proizvoda i nastup na tržištu Unije; (3) MSP mogu podstići ekonomsko oživljavanje slabije razvijenih područja i regionala i (4) razvoj MSP je važan i zbog socijalne prirode ovog sektora i povećanja zaposlenosti.

Iskustva zemalja EU govore da se konkurentnost ukupne privrede značajno može povećati povezivanjem preduzeća u klastere, naročito u tradicionalnim i zrelim industrijskim granama, pri čemu država ima važnu ulogu u razvoju sistema i institucija podrške njihovom razvoju. Konkurentnost klastera, pak, u velikoj meri zavisi od spremnosti članica klastera da razmenjuju znanja kojima raspolažu i da svoje baze znanja obogaćuju novim znanjima o dizajnu, kvalitetu, marketingu, informacijama od značaja za upravljanje itd.

Klasteri u svim delatnostima privrede Srbije predstavljaju efikasan instrument za prevazilaženje problema međunarodne konkurentnosti preduzeća i osnovni su ključ i poluga ekonomskog razvoja.

LITERATURA

- [1] Ahedo, M., (2007) *The Basque Country – A changing regional variety of capitalism in Spain*, Annual SASE Conference 2007, Society for the Advancement of Socioeconomics, Copenhagen
- [2] Audretsch, D., Horst, R., Kwaak, T., Thurik, R., (2009) *First Section of the Annual Report on EU Small and Mediumsized Enterprises*, EIM Business and Policy Research, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/craft/sme_perf_review/doc_08/spr08_annual_reporten.pdf
- [3] Borras, S., Tsagdis, D., (2008) *Cluster Policies in Europe, Firms, Institutions, and Governance*, Edward Elgar Publishing Limited
- [4] Bozdemir, G., Oliva, C. J., Jerez, P., Tamayo, L. E., (2009) *Microeconomics of Competitiveness*, Apparel Cluster in Galicia (Spain)
- [5] Hernandez, G., Fontrodona, F., Pezzi, A., (2005) *Map of Local Industrial Production Systems in Catalonia*, Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departamento de Treball I Industria, <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/charter/>
- [6] <http://klasteri.merr.gov.rs>

- [7] http://www.ikea.com/ms/en_US/about_ikea/facts_and_figures/index.html
- [8] Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, Republički zavod za razvoj (2011), *Strategija i politika razvoja industrije Republike Srbije*, <http://www.merr.gov.rs/sr/c/vesti/Usvojena-strategija-industrije-republike-2011-2020/596>
- [9] Porter, M., (1998) *Clusters and the new economics of competition*, Harvard Business Review, 76 (6)
- [10] Porter, M., (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, New York, Free Press
- [11] *Small Business Act* for Europe, <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/>

Primljeno: 14.09.2011.

Odobreno: 22.09.2011.