

POJAM I ZNAČAJ KLASTERA

Naziv klaster potiče od engleske reci „clusters”, što znači skup, grupa, buket, grozd, svežanj, jato. U ekonomskom smislu klasteri se mogu definisati kao savremeni model umrežavanja preduzeća, formiranjem lanaca saradnje na osnovu proizvodne kooperacije, prometa i pružanja usluga, u kojima se na fleksibilan način pokreće razvoj malih i srednjih preduzeća.

Porter definiše klaster kao geografsku koncentraciju međusobno povezanih preduzeća, specijalizovanih dobavljača, isporučioaca usluga, firmi iz srodnih industrija, i sa njima povezanih ustanova, na primer univerziteti, razvojne agencije, udruženja preduzetnika, privredne komore i slično, koje se međusobno nadmeću u poslovanju ali istovremeno i saraduju.

Glavni razlozi zbog kojih se preduzetnici, preduzeća, kao i poljoprivredni proizvođači odlučuju za klastere jesu utvrđivanje trenutnih tržišnih pozicija, nova tržišta, i lakši prodor na njih, bolji kontakti koji omogućavaju informisanost uz razmenu iskustva, jačanju veza između kupaca i dobavljača, podizanje nivoa znanja i potrebnih veština, lakši pristup fondovima podrške, efikasnija upotreba resursa kroz zajedničku upotrebu, i tako dalje. Ovakav model udruživanja je veoma prihvaćen u razvijenim zemljama sveta i predstavlja temelj njihove konkurentnosti. Vlada i asocijacije pomažu razvoju klastera kroz uspostavljanje veza, odnosa i dijaloga, tako da između njih nastaju veze između firmi i malih preduzeća, javnog sektora i nevladinih organizacija. Zajedno oni ujednačavaju svoje ciljeve i inicijative, kreiraju kreditne linije, udružuju kapital, uspostavlja se sistem obrazovanja.

Prema konceptu klastera, ciljevi udruživanja su:

- *uspostavljanje i razvoj mreže* - tu spadaju definisanje i jačanje infrastrukture klastera putem izrade baze podataka članice klastera, zvanična internet stranica, uspostavljanje sistema komunikacije,
- *obuka i obrazovanje* - tu analiziramo potrebu za specifičnim obukama u klasteru, organizovanje obuka, organizacija studijskih putovanja,
- *poslovna saradnja* - to znači uspostavljanje saradnje na različitim područjima delovanja klastera,
- *uticaj na politiku* - lobiranje i kreiranje dijaloga između industrije, obrazovno-istraživačke i naučne zajednice i Vlade,
- *inovacije i tehnologije* - zajedno je mnogo lakše u klasteru uvesti inovacije, njihov razvoj, kao i uvođenje novih tehnologija,
- *rast klastera* - to znači širenje klastera kroz prijem novih članica, formiranje novih preduzeća u okviru klastera, kreiranje regionalnog identiteta, povezivanje sa srodnim klasterima u region, internacionalizacija.

Klasteri se dele u tri grupe:

- *nacionalni klasteri* - klasteri čiji su glavni ciljevi od nacionalnog značaja, kao što je: rešavanje problema infrastrukture, planiranje prostora, rešavanje problema u bilansu plaćanja (klaster koji se fokusira na izvoz, ili klaster koji se fokusira na jačanje domaće proizvodnje i smanjenje uvoza). Ovi klasteri uglavnom imaju jaku podršku države i uglavnom su deo ekonomske politike vlade.

- *regionalni klasteri* - regionalni klasteri se fokusiraju na razvoj interne konkurentnosti i povezuju preduzeća u okviru jedne regije zarad ostvarivanja što boljih rezultata. Kao direktan efekat se javlja poboljšanje konkurentnosti regije, povećanje ekonomskog

blagostanja, razvoj infrastrukture. Vrlo često se regionalni klasteri formiraju oko nekog resursa, kao što je na primer drvo, ruda ili industrija vina.

- *komercijalni klasteri* - komercijalni klasteri ne predstavljaju klastere po strogoj definiciji, ali se često u međunarodnoj literaturi navode kao klasteri. Komercijalni klasteri nastaju kada grupa preduzeća odluči da se udruži i radi zajedno na nekim projektima. Ukoliko se saradnja završi na kraju projekta, klaster nestaje.

- I konačno klasteri koji su po definiciji i svojoj strukturi osnovani radi zajedničkog nastupa na tržištu, upotpunjavanja entiteta koji im nedostaju, bilo da je reč o opremi, ljudskim resursima, znanju, tehnologiji.. a sve sa ciljem da kao takvi, udruženi nadmaše konkurente.

Članice takvog klastera pojedinačno gledano, jesu konkurenti ali sjedinjeni deluju kao Svi za jednog, jedan za sve! Neretko se na inostranom tržištu i na svetskim sajmovima, pojavljuju pod zajedničkim logom / brendom, kako bi svetu predstavili The best from Serbia.

U Srbiji danas zvanično postoji preko 80 klastera, i najviše klastera identifikovano je u oblasti turizma, u poljoprivredi i prehrambenoj industriji. Jedan od najuspešnijih klastera u Srbiji jeste automobilski klaster, koji najviše pažnje posvećuje unapređenju komunikacije i razmeni informacija između članova, nalaženju mogućnosti za obezbeđenje finansijskih sredstava, edukaciji, aktivnostima marketinga, kao i razvoju saradnje i internacionalizaciji.

PRIMER IZ PRAKSE

Automobilski klaster Srbija - AC Serbia je mreža srpskih kompanija i organizacija koje posluju u automobilskom sektoru i deluju kao dobavljači automobilskih delova i opreme ili obezbeđuju usluge u ovom sektoru.

Automobilski klaster Srbije je osnovan 2005. godine i rad Automobilskog klastera Srbije podržan je od strane Vlade Republike Srbije, GIZ (Nemačka organizacija za tehničku saradnju), UNIDO (Organizacija Ujedinjenih nacija za industrijski razvoj), USAID (Američka agencija za međunarodni razvoj), SIEPA (Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza) i NARR (Nacionalna agencija za regionalni razvoj). AC Serbia ima 45 članica od kojih su 42 kompanije i tri naučno-istraživačke i obrazovne institucije.

Misija AC Serbia je povezivanje i umrežavanje privrede, naučnih, razvojnih i javnih institucija radi lakšeg ostvarenja sinergije, pokretanja zajedničkih razvojnih projekata, dostizanja zahtevanog nivoa kvaliteta i stvaranja prepoznatljivog Brenda koji će doprineti jačanju konkurentnosti članica na međunarodnom planu.

Vizija AC Serbia kao centar umreženih proizvođača autodelova i opreme koji postaju deo međunarodnih dobavljačkih lanaca jeste primarna vizija klastera.

Najznačajniji ciljevi mreže su povećanje konkurentnosti članica, ostvarenje dugoročne profitne pozicije unutar lanaca dodate vrednosti kod međunarodnih proizvođača automobila i indirektno unapređenje ekonomske pozicije celog sektora.

U okviru strategijskih ciljeva klastera planiran je rast izvoza, povećanje broja članica, zajednički nastupi na sajmovima, zajednički istraživačko-razvojni projekti, stvaranje kontakta sa potencijalnim kupcima i drugo. Dok je cilj klastera da pruži svojom članovima podršku u procesu jačanja konkurentnosti, ostvarivanju profitabilnog pozicioniranja u okviru lanca dobavljača internacionalnih proizvođača automobile, kao i da posredno utiče na poboljšanje ekonomske situacije čitave branše.