

## AUTOKLASTER SRBOJE, MODEL POVEĆANJA KONKURENTNOSTI PROIZVOĐAČA AUTOKOMPONENTI I REGIONALNOG RAZVOJA SRBIJE

Zlatica Pešić<sup>1</sup>, Irena Panic<sup>2</sup>

**Abstract:** Većina proizvođača autokomponenti u Srbiji još uvek nije okončala proces privatizacije, u evropskim okvirima nije konkurentna, a ispunjenost proizvodnih kapaciteta daleko je od nekadašnje. Dobavljačka industrija, pogotovu onaj deo koji još uvek čeka na privatizaciju, suočava se sa problemima koji su nastali u prošlosti. Preduzeća pokušavaju da povećaju proizvodnju i da smanje zavisnost od domaćih proizvođača vozila. Prilagodavanje u međuvremenu znatno promenjenim tržišnim uslovima i zahtevima iziskuje od dobavljača ogromne dodatne napore.

Proizvodnjom auto delova i auto opreme u Srbiji bavi se oko 160 registrovanih preduzeća sertifikovanih po ISO standardima oko 35%, godišnim prometom oko 200 Mil Eur i blizu 36.000 zaposlenih.

Na osnovu sadašnjeg stanja, srpski proizvođači autodelova i opreme kratkoročno ne mogu računati sa planiranjem proizvodnje. Obzirom na postojeću svetsku ekonomsku krizu koja se najviše odrazila na autoindustriju, dobavljači su primorani da se na stranim tržištima bore za nove kupce svojih proizvoda. Veći aranžmani sa evropskim proizvođačima automobila do sada nisu realizovani, ali se vode pregovori i vrše auditi od strane renomiranih proizvođača, i pojedinačnih TIER 1 dobavljača.

Autoklaster Srbije, kao jedan od vodećih klastera u Srbiji, koji funkcioniše u ekonomskom prostoru jedne države, treba da bude integralni deo sveobuhvatne strategije koja vodi ka daljim ekonomskim reformama. Ovakav pristup predviđa da klasteri treba da imaju ograničen životni vek, gubeći svoj značaj kada se Država uključi u svetsko tržište i postigne projektovane makroekonomske parametre. Autoklaster Srbije, takođe, treba da bude značajni razvojni instrument domaće ekonomije - obezbeđujući priliv direktnih stranih investicija, novih tehnologija i potrebnu stranu valutu da bi se omogućile potrebe uvoza za domaću privredu. Stvaranje novih radnih mesta ključno je za države sa visokom stopom neuposlenosti i zato su one spremne da daju veliki broj povlastica kompanijama koje će uposliti lokalno stanovništvo.

U slučaju autoindustrije Srbije, Autoklaster Srbije je postao partner saradnik Državi-Ministarstvu ekonomije u procesu monitoringa, kvalifikacije i obuke članica, standardizacije kvaliteta proizvodnje i poslovanja, promocije potencijala članica na međunarodnim sajmovima i konferencijama, kooperacije sa međunarodnim asocijacijama GTZ, UNIDO, USAID,...

Koliku važnost i značaj u procesu ekonomskog razvoja Srbije Ministarstvo Ekonomije pridaje delatnosti Autoklastera Srbije, pokazuje i to da u svim aktivnostima na promociji i poboljšanju konkurentske pozicije članica klastera, učestvuje sa 50 % svih troškova i aktivnosti. Od početka svog postojanja-2005, Autoklaster Srbije daje značajan doprinos naporima srpskog dobavljačkog sektora autoindustrije, i tek predstoje aktivnosti i zadaci koje nameću i svetski proizvođači automobila, postojeći i potencijalni strani investitori.

Tehnička obuka, sertifikacija, zajedničke prezentacije, trening programi, kao i stvaranje radne discipline može biti trajna dobit u nastavku tranzicionih aktivnosti Srbije i restrukturiranja dobavljačkog sektora autoindustrije.

**Ključne reči :** Autoklaster , edukacija, nove tehnologije, upošljavanje , regionalni razvoj

<sup>1</sup> "Tigar" AD Pirot, zlatica.pesic@tigar.com

<sup>2</sup> FORKUP, Novi Sad, irena.panic@fjsp.edu.rs

## **AUTOMOTIVE CLUSTER OF SERBIA, MODEL OF INCREASE IN COMPETITIVENESS OF AUTOMOTIVE COMPONENTS PRODUCTION AND REGIONAL DEVELOPMENT OF SERBIA**

**Abstract:** Most of the producers of automotive components in Serbia has not completed the privatization process and they are not competitive on the European market and have scarce production capacities. The entities in the supply industry, especially the segment expected to be privatized are encountering problems that are inherited from the past. Enterprises are striving to increase production and free themselves from the dependant position in relation to national vehicle producers. Adapting to considerably changed market conditions and demands requires enormous additional efforts on the part of suppliers.

Around 160 registered enterprises, 35% of enterprises have certificates for ISO standards and annual turnover of 200 million EUR, nearly 36.000 employees

Concerning the present situation, Serbian producers of auto parts and equipment have no capacities to plan production on short term basis. The current economic crisis has reflected mostly in the car industry and the suppliers are forced to fight for new buyers on the international market. Big business deals with European car producers have not been concluded yet but there are negotiations and auditing going on with famous producers and individual 'TIER- 1' suppliers.

Automotive cluster of Serbia as a leading cluster in Serbia operating in economic sphere of the country should be an integral segment of comprehensive strategy in the future economic reforms. Such approach foresees a short life span of the clusters and losing its significance once the state becomes a part of the world market and achieves planned macroeconomic parameters. Automotive cluster of Serbia should also become an important development instrument in local economy ensuring direct foreign fundings, new technologies and foreign currency for the import needs of local industry. Opening of new jobs is of crucial importance for the states with big unemployment rate which must be ready to offer special privileges to companies which will employ local people.

Automotive cluster of Serbia became a partner-associate to the State, to the Ministry of Economy in monitoring process, qualification and training of members, standardization of production quality and business, promotion of members at international fairs and conferences, cooperation with international associations GIZ, UNIDO, USAID,...

How important role in the process of economic development of Serbia the Automotive cluster plays can be documented by the fact that the Ministry of Economy co-funds promotion activities and improvement of competitiveness of the cluster members with 50%. Since its establishment in 2005, Automotive cluster of Serbia has contributed greatly in the activities of auto industry suppliers of Serbia to achieve standards imposed by world car producers, present and potential foreign investors.

Technical training, certification, joint presentation, training programs and ensuring of working discipline can represent a long term benefit in transitional activities of Serbia and restructuring of a supplier sector in the automotive industry.

**Key words:** Automotive cluster, education, new technologies, employment, regional development

## 1 NOVI ODNOSI U SVETSKOJ AUTOMOBILSKOJ INDUSTRIJI

Dobavljači automobilske industrije u Srbiji podeljeni su u dve grupe: s jedne strane postoje preduzeća sa privatnim kapitalom, odnosno uspešno privatizovane kompanije, a sa druge strane društvena preduzeća koja još uvek nisu završila privatizacioni proces. Njihov udeo na srpskom tržištu prema našim procenama iznosi oko 30%. Osnovni problemi sa kojima se suočavaju srpska preduzeća su slične prirode i mogu se razvrstati u probleme interne prirode, koji nastaju na osnovu situacije i odnosa u samim preduzećima, i u probleme nastale na osnovu krajnje nepovoljnih uslova za poslovanje tokom 90-ih godina prošlog veka, zbog kojih je domaća automobilska industrija izgubila korak sa kretanjima u svetskoj automobilskoj industriji i objektivno nije bila u mogućnosti da tokom prethodnih 15 godina prati svetske trendove i prilagodi se novim uslovima i fundamentalno izmenjenim odnosima u svetskoj automobilskoj industriji. Ti novi odnosi ogledaju se u sledećim činjenicama [9] i [3]:

Stvorena je svojevrsna dobavljačka hijerarhije (TIER 1, TIER 2 ...), uključujući prebacivanje troškova istraživanja i razvoja na dobavljače.

Formiran je lanac dobavljača uz insistiranje na „Just in Time“-principu zbog insistiranja na stalnom smanjenju troškova.

Uvedena je obaveza stalnog smanjivanja rizika u procesu proizvodnje i na strani dobavljača, što srednjoročno vodi stremljenju ka obaveznoj toleranciji grešaka od 0% duž čitavog lanca dobavljača. Na osnovu toga se važeći međunarodni standard kvaliteta u svetskoj automobilskoj industriji ISO TS 16949 nametnuo kao merilo kvaliteta bez čije potpune implementacije nijedno naše preduzeće neće moći da opstane na tržištu.

U toku je stalno unapređenje proizvodne tehnologije koje nameću sve kraći razvojni ciklusi i potreba za stalnom redukcijom troškova proizvodnje.

Osim toga, moraju se uzeti u obzir i specifični problemi koji opterećuju sadašnju srpsku automobilsku industriju i otežavaju normalno funkcionisanje tržišta [1]:

- Nekadašnje tržište – godišnja proizvodnja od 230.000 vozila samo u pogonima Zastave – više ne postoji, FIAT najavljuje da će u doglednoj budućnosti 2015 godine dostići nivo od 300.000

vozila. Kao rezultat imamo veliku nezaposlenost, odnosno tehnološki višak radne snage.

- Proizvodnja teretnog programa kamiona FAP, Zastava Kamioni, Specijalna vozila i autobusa Ikarbus, Neobus, skoro da ne postoji,
- Srpski proizvodi često nisu na svetskom tehnološkom nivou, dakle nisu konkurentni,
- Industrijska i mašinska oprema u mnogim preduzećima zbog prosečne starosti od 20 - 25 godina ne zadovoljava tehnološki nivo svetske automobilske industrije. Zastarela tehnologija stvara dodatni višak radne snage, neefikasnu proizvodnju i male serije proizvedenih komada.
- Sertifikacija po standardu TS 16949 postaje formalni uslov za bilo kakvu saradnju sa zapadnim partnerima, a većina domaćih proizvođača se nalazi u fazi pripreme za sticanje tog sertifikata,
- Segment razvojnih aktivnosti u sektoru uglavnom je pokrivala Zastava, i zbog tog nepovoljnog odnosa neophodno je usmeravanje aktera na međusobno povezivanje u okviru zajedničkih razvojnih i istraživačkih projekata i kooperacija,
- Još uvek u mnogim preduzećima rukovodstva koriste prevaziđene metode upravljanja ne koristeći u dovoljnoj meri principe savremenog menadžmenta,
- Kalkulacija troškova kao instrument upravljanja kompanijom se ne primenjuje u dovoljnoj meri, a metode kalkulacija su često paušalne,
- Stalna racionalizacija u proizvodnom procesu retko se sprovodi,
- Postoji velika potreba za implementacijom savremenih metoda upravljanja (n.pr. delegiranje poslova, timski rad, stalna razmena znanja i iskustava...) i sistematizovanog načina rada,
- Vreme i resursi utrošeni na izradu i vođenje statističkih baza podataka nisu srazmerne sa njihovom upotrebljivošću kao instrument za upravljanje preduzećem,
- Još uvek je izraženo verovanje da će stare poslovne veze iz predhodnih decenija ponovo oživeti, ali to se zbog promenjenih okolnosti neće dogoditi,
- Starosna struktura zaposlenih je nepovoljna, jer nedostaju mladi kvalifikovani kadrovi,
- Nedovoljno poznavanje stranih jezika, izraženo pre svega kod starijih zaposlenih, otežava razmenu i prikupljanje informacija na međunarodnom nivou.

Ovaj nepovoljan razvoj doveo je srpske proizvođače autokomponenti u situaciju da sve ono što su sticajem okolnosti tokom proteklih 15 godina propustili moraju brzo i temeljno nadoknaditi kako bi se prilagodili novonastalim odnosima u svetskoj automobilskoj industriji [7].

## 2 FIAT SRBIJA

Razvoj automobilske dobavljačke industrije u velikoj meri zavisi od geografske blizine velikih proizvođača automobila (dobri primeri mogu se pronaći u novim članicama Evropske Unije, Češkoj i Slovačkoj). Postojan razvoj bez velikih finalista nije nemoguć, što potvrđuju primeri Mađarske i Švajcarske, ali je u tom slučaju razvojna perspektiva dobavljačkog sektora u velikoj meri otežana.

U tom smislu sklopljeni poslovni aranžmami sa Fiat-om, pregovori sa ostalim svetskim proizvođačima, predstavljaju dobru osnovu i svojevrsnu probnu fazu koja u slučaju pozitivnih obostranih iskustava, može biti dobra osnova za proizvodnju automobila u Srbiji i samim tim podstaći razvoj prateće industrije za izradu komponenti.

Skrećem pažnju na činjenicu da su zemlje kao Rumunija u slučaju privatizacije Dačije, ili Slovenija sa Revozom prilikom pregovora sa vodećim svetskim finalistima vodili računa o zaštiti i povoljnom tretmanu domaćih kooperanata, i smatram da su prilikom privatizacije Zastave-Fiat naši državni organi tu činjenicu imali u vidu. Aktuelna dešavanja u vezi sa Fiat-om, kratkoročno srpskim dobavljačima neće doneti veći obim posla, jer naši dobavljači trenutno ne ispunjavaju stroge kriterijume koji važe u svetskoj automobilskoj industriji. Fiat planira početak proizvodnje Novog modela Punta u Kragujevcu u drugoj polovini 2012 god u čiju proizvodnju će uključiti srpske proizvođače koji zadovolje visoke zahteve Fiat nabavke. Do tada, kontinuitet komunikacije sa Fiatom se nastavlja kroz akcione planove i aktivnosti proizvođača na njihov ODIT. U procesu uključivanja kooperanata iz regiona, izabrani potencijalni proizvođači su u fazi *sertifikacije isporučioaca*.<sup>3</sup>

U procesu lokalizacije i pripreme za sertifikaciju proizvođača autokomponenti, Autoklaster Srbije je koordinator i moderator svih aktivnosti i procesa.

Vladin program podrške razvoju klastera u tom kontekstu predstavlja važan korak u pravom smeru. Zajednički projekat pod nazivom «Olakšavanje pristupa međunarodnom tržištu dobavljačima automobilskih komponenti u Srbiji» koji se sprovodi u saradnji Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije, Ministarstva privrede Republike Slovenije, Organizacije za industrijski razvoj Ujedinjenih nacija (UNIDO), slovenačkog i srpskog automobilskog klastera će kroz jačanje kapaciteta domaćih proizvođača autodelova doprineti unapređivanju institucionalnih kapaciteta i razvijanju regionalne mreže auto-klastera i na taj način omogućiti lakši i brži pristup međunarodnom tržištu automobilske industrije. U tom kontekstu za srpske proizvođače autokomponenti je jako važan Autoklaster Srbije u upoznavanju sa savremenim strategijama i metodama u oblastima projektnog menadžmenta, organizacije proizvodnje, marketinga, razvoja proizvoda i menadžmentom kvaliteta [4].

Obzirom da je mali broj firmi u Srbiji spreman da tehnički, kadrovski, razvojno, softverski aplicira zahteve, to bi primarni cilj politike Autoklastera Srbije bio da zajedno sa članicama i Državom donese i definiše nova institucionalna rešenja koja mogu otkloniti defekte primenjivane politike regionalnog razvoja i nedostatke sistemskih i institucionalnih regulativnih mehanizama.

## 3 AUTOKLASTER SRBIJE I RESTRUKTURIRANJE PRIVREDE

Zakonski okvir za rad klastera u Srbiji ne postoji. Jedini pisani dokument je Radna verzija Nacrta Strategije konkurentnosti i inovativnosti malih i srednjih preduzeća 2008-2012. koju je prezentiralo Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja. Cilj ovog nacrta je snažniji sektor malih i srednjih preduzeća koji podiže konkurentnost privrede i životni standard u Republici Srbiji i približava je Evropskoj Uniji. Oгледа se kroz: više preduzeća, veći izvoz (značajno poboljšanje trgovinskog bilansa Srbije), veću zaposlenost (posebno za visokokvalifikovanu i produktivnu radnu snagu) ravnomerniji regionalni razvoj [6].

Sa formiranjem jedinstvenog tržišta EU, sa inteziviranjem globalizacije proizvodnih tržišta, značaj proučavanja i istraživanja industrijskih klastera ubrzano raste, postaje atraktivan za nosioce ekonomske politike kao mogućnost povećanja

<sup>3</sup> Fiat – Z 10 Srbija, 2008

kolektivne efikasnosti zarad pozitivnih eksternih ekonomija, niskih transportnih troškova, zajedničkih akcija u oblasti novih tehnologija, tržišta...

Pored integracije evropskih zemalja, prisutne su i brojni aktuelni procesi regionalnog ekonomskog integrisanja, što je dodatno uvećalo interesovanje za proučavanje prostorne distribucije ekonomskih aktivnosti i posledični razvoj ekonomskih odnosa među zemljama i integracijama.

Autoklaster Srbije kao partner Ministarstva ekonomije za oblast autoindustrije je od vitalnog značaja i mogao bi pokrenuti značajan investicioni talas u Srbiji. Naime, e-umrežavanjem, i naravno partnerskim odnosima sa državom (MERR-Strategija konkurentnosti i inovativnosti malih i srednjih preduzeća 2008-2012., koja se bazira na tri kriterijuma: tržišni interes, postojanje kadrova, supstitucija uvoza), svetski proizvođači automobila sve svoje upite, zahteve, informacije, automatski aplikuju i na adresu Autoklastera Srbije, koji shodno delatnostima preduzeća, zahteve upućuje članicama.

Obzirom da je mali broj firmi spreman da tehnički, kadrovski, razvojno, softverski aplicira zahteve, to bi primarni cilj politike Autoklastera Srbije bio da zajedno sa članicama i Državom donese i definiše nova institucionalna rešenja koja mogu otkloniti defekte primenjivane politike regionalnog razvoja i nedostatke sistemskih i institucionalnih regulativnih mehanizama.

Obzirom da Država uvodi podsticajne mere i podelu na industrijske zone nacionalnog, lokalnog i specijalnog značaja, to partnerski odnosi Autoklastera Srbije i industrijskih zona omogućavaju mrežno animiranje privrednog potencijala Srbije.

Preduzeća koja su u klasteru, dele aktivnosti u tzv. lancu vrednosti na svetskoj osnovi sa brojnim partnerima u raznim poslovnim funkcijama: marketingu, proizvodnji, finansijama, istraživačko-razvojnoj oblasti.

Da bi klaster zaista doprineo pomeranju konkurentne prednosti u korist preduzeća, potrebno je da postoji *domaća baza* za konkurenciju u grani. To praktično znači da Autoklaster Srbije u odgovarajućim resursima animira najbolje u industrijskoj grani, lidere jer je prevashodno interesovanje inostranih investitora za industrijske grane čiji proizvodni program obezbeđuje [2]:

- proizvode višeg stepena obrade, odnosno proizvode sa višom dodatnom vrednosti,
- unapređenje i razvoj sektora usluga,
- visok izvozni potencijal,
- proizvode kojima se supstituiše izvoz,

- otvaranje novih radnih mesta i ravnomerni regionalni razvoj
- saradnja sa univerzitetima.

U novoj međunarodnoj situaciji, konkurentna prednost preduzeća nalazi se sve više u njegovoj sposobnosti da kreira, pribavi i koordinira korišćenje izvora na međunarodnom tržištu, nego vlasništvo nad individualnom aktivom.

U novoj, umreženoj ekonomiji, suočena sa sve izraženijim zahtevima klijenata, preduzeća su izložena dodatnim pritiscima da zajednički koriste resurse uključenjem u proces kreiranja vrednosti.

Prednosti takvog rada su [8]:

- Podizanje tehničko – tehnološkog nivoa kooperacije,
- Primena novijih tehnologija prema najnovijim EU propisima,
- Otvaranje mogućnosti saradnje i sa drugim evropskim i svetskim proizvođačima automobila i njihovim isporučiocima u oblasti auto – komponentistike,
- Revitalizacija automobilske i auto – komponentističke industrije u regionu,
- Povezivanje regionalnih sa isporučiocima FIAT-a – mogućnost stvaranja mešovityh preduzeća, privatizacije i sl.,
- Mogućnost plasmana komponenti koje se lokalizuju a koje su zajedničke za ostale modele Fiat-a na svetsko tržište rezervnih delova,
- Podrška Regionalnom razvoju

Takvom kombinacijom različitih namena i koncentracijom svih pogodnosti koje je moguće pružiti, dobija se fleksibilan sistem koji zadovoljava sve potencijalne potrebe mogućih investitora gde svako može naći za sebe ono što mu odgovara.

Implikacije ovakvog načina povezivanja i poslovanja su brojne:

- inteziviranje konkurencije sa svim pozitivnim implikacijama za potrošača,
- stimulisane inovativnih aktivnosti,
- geografsko koncentrisanje tradicionalnih industrija radi eksploatacije ekonomije obima,
- racionalizacija proizvodnje kroz geografsko dislociranje tradicionalnih industrija u regionu i inteziviranje inovativnih aktivnosti,
- intezivira se razmena između samih kooperanata i firme lidera, što će imati efekte na proces konvergencije samih aktera, kao i nacionalnih ekonomija.

U uslovima brzih tehnoloskih i tržišnih promena, ovakav Model poslovanja je neminovnost opstanka i razvoja preduzeća. To je ozbiljan, kompleksan i kreativan posao. Uspeh u komercijalizaciji tržišnih zahteva uslovljen je pored ostalog sposobnošću menadžmenta preduzeća da proceni važnost projekta, uključenošću svih organizacionih delova i funkcija u preduzeću.

U tom sinergetskom delovanju neosporno je da Autoklaster Srbije značajno doprinosi stvaranju i jačanju ključnih kompetencija preduzeća članica. To je proces kvalitativni promena u kome se šire skrivene sposobnosti preduzeća. Povezivanjem sa potrebama potrošača autokomponenti, skrivene sposobnosti preduzeća članica, prerastaju u ključnu kompetentnost.

Autoklaster Srbije učestvuje kod preduzeća članica i kao pokretač ključnih kompetencija u autoindustriji koji uključuje: restrukturiranje, inovacije, učenje, identifikovanje veština, usadivanje znanja. Tržišno zasnovana aktiva je većim delom nematerijalna, ali značajno doprinosi ne samo povećanju isporučene vrednosti kupcima, nego i povećanju materijalne aktive preduzeća i njegovih partnera. Klasterom umrežena aktiva je vrednija jer nudi veću dodatnu vrednost kupcima uvećavajući sposobnost preduzeća da stvara profite iznad onih koje generiše samo materijalna aktiva. Efikasnost se postiže povezivanjem duž lanca vrednosti gde se može pratiti profitabilnost svake ključne aktivnosti članica i izabrati najprofitabilnija sa odgovarajućim strategijskim značajem. Lojalnost marki je u direktnoj korelaciji sa profitabilnošću.

U eri ekonomije zasnovane na znanju, sposobnost prilagođavanja kulture, posebno u procesu povezivanja partnera, postaje imperativ razvoja.

#### 4 ZAKLJUČAK

Autoklaster Srbija promovira efikasan ekonomski instrument koji Državi Srbiji omogućava brzi priliv direktnih stranih investicija, povećanje upošljenosti, novih tehnologija, edukaciju radne snage, regionalni razvoj, industrijalizaciju i povećanje izvoza. Klasteri su veoma važan instrument međunarodne ekonomske politike čiji je ključni cilj razvoj slobodne trgovine u svetu.

Koncept razvija klastera omogućuje slobodan protok kapitala, robe, ljudi i ideja koji u isto vreme razvija i stimuliše domaću ekonomiju.

Autoklaster Srbije predstavlja samo jedan od mogućih instrumenata ekonomske politike razvoja privrede Srbije. Pravilno projektovane i razvijanje klasterskog poslovanja predstavljaju *složeni sistem* sa više međusobno povezanih funkcija i ciljeva od kojih su najvažniji: povećanje upošljenosti, direktnih stranih investicija, spoljnotgovinske razmene, razvoja industrije, istraživanja, servisa, obrazovanja i logistike, tehnološkog nivoa proizvodnje i obrazovanja radne snage, osposobljavanje da se uočavaju nove poslovne mogućnosti, podsticanje preduzetničkog razmišljanja i pristupa poslovanju. Autoklaster Srbije, takođe, treba da bude značajni razvojni instrument domaće ekonomije obezbeđujući priliv direktnih stranih investicija, novih tehnologija i potrebnu stranu valutu da bi se omogućile potrebe uvoza za domaću privredu.

U slučaju autoindustrije Srbije članica, standardizacije kvaliteta proizvodnje i poslovanja, promocije potencijala članica na međunarodnim sajm, Autoklaster Srbije je postao partner saradnik Državi, Ministarstvu ekonomije u procesu monitoringa, kvalifikacije i obuke ovima i konferencijama, kooperacije sa međunarodnim asocijacijama GTZ, UNIDO, USAID, ...

Tehnička obuka, sertifikacija, zajedničke prezentacije, trening programi, kao i stvaranje radne discipline može biti trajna dobit u nastavku tranzicionih aktivnosti Srbije i restrukturiranja dobavljačkog sektora autoindustrije. Inostrani prihod kroz priliv direktnih stranih investicija i transfer tehnologije (u sektoru autoindustrije samo od FIAT-a i njegovih dobavljača u Italiji, očekuje se oko 1,2 milijarde Eur investicija) su pored povećanja uposlenosti glavne koristi koje se očekuju od ovog koncepta. Da Država Srbija podržava primenu koncepta klastera kao instrumenta ekonomske politike, pokazuje u svom Nacrtu Strategije konkurentnosti i inovativnosti malih i srednjih preduzeća 2008-2012. Svrishodnost svog postojanja i rada, Autoklaster Srbije je pokazao već sa FIAT-om, koji je uključio AC Serbia u analizu, pripreme, edukaciju članica, potencijalnih dobavljača autodelova. Takođe, svi upiti od strane svetskih proizvođača automobila, srpskoj dobavljačkoj autoindustriji, dolaze u Autoklaster Srbije, a potom se distribuiraju članicama.

**LITERATURA**

- [1] *The Global Competitiveness Report*, Porter, M. E., 2004.
- [2] *Creating the New Economy*, Norton, R. D., 2010.
- [3] *Marketing Management*, Kotler, F., 2003.
- [4] *Boosting Innovation The cluster Approach*, OECD, 1999.
- [5] *Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems*, OECD, 2010.
- [6] *Tranzicija i razvoj privrede*, Karavidić, S., 2005.
- [7] *Razvoj sistema kvaliteta u automobilskoj industriji i sertifikacija*, Kostić, R., 2006.
- [8] *Klasteri-mogućnosti povezivanja u Jugoistočnoj Evropi*, Sundrić, D., 2007.
- [9] *The Role of innovation and Industry policies in cluster development*, Dragičević, M., 2007.

