

## INDUSTRIJSKI KLASTERI: VAŽNA POLUGA MEHANIZMA ZA UNAPREĐENJE KONKURENTNOSTI INDUSTRIJE

Živorad Gligorijević<sup>1</sup>, Ivana Kostadinović<sup>2</sup>

**Rezime:** Industrijski klasteri kao izražajni oblik samoorganizovanja industrije u savremenim uslovima, prema našem konceptu mehanizma za unapređenje konkurentnosti industrije, predstavljaju (pored strategije razvoja, industrijske politike i strategije kvaliteta) jednu od osnovnih poluga tog mehanizma. Polazeći od toga, u ovom prilogu, se razmatraju pitanja vezana za definisanje, formiranje, lokaciju, razvoj i ulogu klastera u procesu unapređenja konkurentnosti industrije.

**Gljučne reči:** konkurentnost industrije, mehanizam unapređenja konkurentnosti industrije, industrijski klasteri, formiranje industrijskih klastera, lokacija industrijskih klastera, strategije razvoja industrijskih klastera, uloga industrijskih klastera.

## INDUSTRIAL CLUSTERS: MAIN CRANK MECHANISM IN IMPROVEMENT OF COMPETITIVENESS IN INDUSTRY

**Abstract:** Industrial clusters as an exceptional form of self organizing of industry in contemporary conditions, according to our concept of mechanism for improvement of competitiveness in industry represents one of the cranks of such a mechanism (besides the development strategy, industrial policy and quality strategy). This work paper has as a starting point considerations of the issues related to definition, establishment, location, development and role of a cluster in the process of improvement of competitiveness in industry.

**Key words:** competitiveness in industry, mechanism of improvement in competitiveness in industry, industrial clusters, establishment of industrial clusters, location of industrial clusters, development strategy of industrial clusters, role of industrial clusters.

---

<sup>1</sup>Prof, dr Ekonomski fakultet Niš

<sup>2</sup>Mr Ekonomski fakultet Niš

## 1 UVOD

Razvoj savremene industrije odvija se u uslovima koje karakteriše stalno prisutna i sve oštrija konkurencija na međunarodnom tržištu, intenzivan tehnološki razvoj, sve veći zahtevi kupaca u pogledu asortimana i kvaliteta proizvoda, kao i sve snažniji zahtevi i pritisci za zaštitom i očuvanjem čovekove okoline itd. Uspešno poslovanje, rast i razvoj i opstanak na tržištu, u takvim uslovima, zahtevaju od industrijskih preduzeća da posebnu pažnju poklone fenomenu konkurentnosti koji je, danas, postao "...predmet izuzetnog interesovanja...Koliko je značajna konkurentnost za rast i razvoj pojedinih preduzeća, ali i za privredni razvoj, pokazuje sve izraženije interesovanje različitih subjekata da se ona unapredi."<sup>3</sup>

S obzirom na njeno mesto u strukturi privrede, nizak nivo njene konkurentnosti, unutrašnje uslove i problemerazvoja i, posebno, način funkcionisanja međunarodnog tržišta u savremenim uslovima,<sup>4</sup> pitanje unapređenja konkurentnosti industrije Srbije predstavlja jedno od najznačajnijih pitanja. U skladu sa tim, potrebno je da Srbija izgradi sopstveni *mehanizam unapređenja konkurentnosti industrije*, čije su četiri osnovne poluge i to:<sup>5</sup>(1) izvozno-orijentisana strategija razvoja industrije,<sup>6</sup>(2) adekvatno formulisana i precizno sprovedena industrijska politika,<sup>7</sup> (3) odgovarajuća strategija kvaliteta, pre

<sup>3</sup>Lj. Stanković, D. Radenković – Jocić, S. Đukić, *Unapređenje poslovne konkurentnosti*, Niš, 2007, predgovor.

<sup>4</sup> Savremeno međunarodno tržište funkcioniše u uslovima koje karakterišu sledeći procesi: regionalno ekonomsko grupisanje, proizvodnja i razmena specijalnih proizvoda, pomeranje unutrašnje na spoljnu tražnju, izražena liberalizacija ekonomskih tokova, promenjena uloga države i preduzeća u procesu razvoja itd.

<sup>5</sup>Vidi: Ž. Gligorijević, G. Bošković, *Mehanizam unapređenja konkurentnosti industrije*, Niš, 2007.

<sup>6</sup> Vidi: Ž. Gligorijević, G. Bošković, *Strategija razvoja i unapređenje konkurentnosti industrije Srbije*, Teme br. 2, Niš, 2007.

<sup>7</sup>Vidi: Lj. Savić, *Ekonomika industrije*, Beograd, 2002.

svega, kvaliteta proizvoda i (4) industrijski klasteri-efikasan instrument i faktor jačanja konkurentnosti.<sup>8</sup>

Predmet naših razmatranja, u ovom prilogu, su *industrijski klasteri* -jedna od ključnih kategorija u razvojnim inicijativama, strategiji i politici razvoja mnogih zemalja savremenog sveta odnosno jedna od, prema našem konceptu mehanizma za unapređenje konkurentnosti industrije, osnovnih poluga tog mehanizma.

## 2 KLASITERI - IZRAŽAJNI OBLIK SAMOORGANIZOVANJA INDUSTRIJE

Tokom poslednjih decenija (posebno tokom poslednje decenije 20. veka, kao i tokom prve decenije 21. veka), industrijski klasteri su se nalazili u centru pažnje brojnih naučnih i stručnih krugova, alii kreatora i nosilaca razvojne politike mnogih država. Naime, u navedenom periodu, zabeležene su brojne, pre svega, teorijske analize koncepta industrijskih klastera.<sup>9</sup> U tim analizama (posebno, u analizama izvozne konkurentske prednosti), a u cilju kreiranja i implementacije odgovarajućih programa potrebnih za unapređenje konkurentnosti nacionalnih ekonomija, industrijski klasteri su postali nezaobilazna tema.<sup>10</sup> Pri tome, u najvećem broju pomenutih

<sup>8</sup>„Naziv klaster potiče od engleske reči „clusters“ koja, u slobodnom prevodu, ima više značenja: skup, grupa, mnoštvo, buket, grozd ili rasti grozdasto, rasti u grozdovima, načičkati se.“ (M. Ilić, *Poslovni inkubatori i klasteri u industriji*, Industrija br. 4, 2006, str. 75.).

<sup>9</sup> Koncept klastera u ekonomsku literaturu uveo je M. Porter, mada se o povezivanju preduzeća jedne nacionalne privrede govorilo mnogo ranije. Iz Porterove uporedne analize međunarodne konkurentnosti proizilazi da vodeće izvozne kompanije ne funkcionišu izolovano, već kao deo šire grupe komplementarnih kompanija, čiji su oni uspešni međunarodni predstavnici. Te grupe povezanih kompanija su nazvane klasteri, a M. Porter je u njima video izvore konkurentske prednosti velikih izvoznika – rast produktivnosti baziran na razmeni informacija i korišćenju zajedničkih resursa, kao i rast inovativnosti baziran na brzom razmeni ideja i tehnoloških znanja. (Vidi: M. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, New York, 1990.).

<sup>10</sup> Koncept industrijskih klastera je, u stvari, postao centralna ideja konkurentnosti i ekonomskog razvoja mnogih zema

analizaindustrijski klasteri se, pre svega,definišu, to jest te analize su, prevashodno,fokusirane na njihovo definisanje.

Na osnovu navedenog sledi, jednostavan i sasvim logičan, zaključak da postoje brojne definicije industrijskih klastera.Međutim, treba istaći da se te definicije mnogo ne razlikuju, da nijedna od tih definicija ne dominira i danema jedne jedinstvene, opšteprihvaćene definicije industrijskih klastera.Ovo, zbog toga, što je, u skladu sa aktuelnom politikom razvoja pojedinih zemalja, prisutan različit pristup klasterima.

Na osnovu svih definicija, koje se susreću u literaturi, može se reći da se industrijski klasteri, najčešće, posmatraju "...kao grupe srodnih i prostorno bliskih firmi, organizacija i institucija, koje prepoznaju zajednički interes i koje se međusobno podržavaju, podstičući kreativnu energiju za sistematsko unapređivanje procesa u lancu proizvodnje, plasmana i inoviranja proizvoda, u cilju sticanja i održavanja konkurentne prednosti."<sup>11</sup>Industrijski klaster, u stvari, kako navode *R. Stimson, R. Stough, R. Brian*"...predstavlja skup industrija u regionu koje međusobno saraduju i koje su horizontalno i vertikalno povezane a, takođe, industrijski klaster čine i čvrste veze između kupaca i prodavaca, kao i ekonomske institucije koje podržavaju njihov razvoj. S obzirom da industrijski klaster čine, uglavnom, izvozno orijentisane firme, on regionu donosi novo bogatstvo i doprinosi njegovom ekonomskom razvoju."<sup>12</sup>

Industrijski klasteri su oduvek postojali. Međutim,tokom vremena,njihove forme su se menjale. U savremenim uslovima, sudeći prema dostupnoj literaturi, dosta pažnje se posvećuje takozvanim geografski koncentrisanim klasterima, koje najveći broj istraživača posmatra kao geografski ograničenu koncentraciju sličnih, povezanih ili komplementarnih procesa poslovanja, sa aktivnim kanalima za poslovnetransakcije, komunikaciju i saradnju, koji dele specijalizovanu infrastrukturu, tržišta radai usluge, tržišta proizvoda i koji su suočeni sa zajedničkim šansama i pretnjama. Prema mnogim mišljenjima, najprihvatljiviji je *Porterov* koncept koji klaster definiše kao "...geografske koncentracije međusobno povezanih kompanija, specijalizovanih dobavljača, davalaca usluga, firmi iz srodnih

delatnosti i sa njima povezanih relevantnih institucija (univerziteti, agencije za standardizaciju i strukovna udruženja) koje u određenim oblastimamedusobno konkurišu, ali i saraduju"<sup>13</sup>.

Industrijski klasteri su, dakle, svojevrsna forma(izražajni oblik) samoorganizovanja industrijskih preduzeća i drugih institucija koja, pre svega, pomaže povećanju konkurentnosti svojih članica. Industrijski klasteri su, u stvari, jedan su od presudnih činilaca unapređenja konkurentnosti područja na kome su formirani, podstičući i konkurenciju i saradnju.<sup>14</sup>

### 3 FORMIRANJE I IZGRADNJA INDUSTRIJSKIH KLASTERA

Industrijski klasteri u praksi nastaju kao novi model razvoja malih i srednjih preduzeća u savremenim uslovima njihovog funkcionisanja i razvoja.Izgradnjom mrežnih struktura u lance saradnje (po osnovu proizvodne kooperacije, prometa roba, prometa i transfera tehnologije i opreme, pružanja poslovnih usluga, saradnje sa univerzitetima, institutima, inovativnim i transfer centrima) mala i srednja preduzeća nastoje da svoje nedostatke relativiziraju, a da svoje prednosti u, što većoj meri,potenciraju.Na taj način, ta preduzeća postaju konkurentnija na tržištu.

Formiranje, to jest izgradnja industrijskih klastera predstavlja dugotrajan i veoma složen društveno-ekonomski proces. Industrijski klasteri nisu nešto što može biti brzo kreirano ili proizvedeno. Za izgradnju uspešnog industrijskog klastera potrebno je vreme, često mnogo godina. Potrebno je da se napravi strategija njihovog razvoja i da se, povremeno, sprovede određene promene. Inače, sam proces

<sup>13</sup>M. E. Porter, *Clusters and the New Economics of Competition*, *Harvard Business Review*, 1998, New York, str. 77-78.

<sup>14</sup>To znači da u okviru klastera, u istovremu, postoji i saradnja i konkurentski odnos.Ideja da industrije mogu konkurentno saradivati je za mnoge nerazumljiva, osim kada se shvati da se, na taj način, može poboljšati transfer tehnologije i efikasnost poslovanja. To je model tehnološke i industrijske organizacije, u prvom redu malih i srednjih preduzeća, kojima ona ostvaruju viši nivo produktivnosti i inovativnosti i doprinose podizanju nivoa konkurentnosti regiona u kome se nalaze.

<sup>11</sup>Ž. Gligorijević, G. Bošković,*Mehanizam unapređenja konkurentnosti industrije*, Niš, str. 109.

<sup>12</sup>R. Stimson, R. Stough, R. Brian, *Regional Economic Development-Analysis and Planning Strategy*, New York, 2006, str. 242.

formiranja industrijskih klastera obuhvata različite faze, od kojih su najznačajnije sledeće četiri i to: (1) identifikovanje potencijala za nastajanje industrijskih klastera, (2) istraživanje tržišnih promena, (3) procena adekvatnosti dobavljača i (4) identifikovanje ekonomske osnove industrije.

U *prvoj faz*i izvrši se identifikovanje potencijala za formiranje i izgradnju industrijskih klastera unutar nekog područja i za to su potrebni odgovarajući statistički podaci. Ukoliko, pri tome, ti podaci nisu dostupni, mogu se koristiti različiti metodi kvalitativne analize.<sup>15</sup> Međutim, tamo gde su pouzdani podaci o regionalnoj ekonomskoj strukturi dostupni, za identifikovanje klastera mogu se koristiti određene kvantitativne metode.

Analiza tržišnih potencijala, kao *druga faza*, predstavlja veoma važnu osnovu za samu strategiju izgradnje industrijskih klastera. Pri tome, da bi bila konkurentna, industrijska preduzeća moraju da identifikuju tržišne potencijale i da utvrde konkurentne prednosti koje klaster može da ima, kao i da saznaju kako se te prednosti mogu, tokom vremena, povećavati ili proširivati.<sup>16</sup>

*Treća faza* u procesu izgradnje industrijskih klastera uključuje detaljno istraživanje veza dobavljača i distributera koji doprinose postojanju klastera. Ti dobavljači često uslužuju više od jednog klastera. Značajnu pažnju, pri tome, treba posvetiti sezonskim i tržišnim faktorima vezanim za dobavljače i distributere, kao i kvalitetu njihovih usluga.

Poslednja (*četvrta*) faza u izgradnji industrijskih klastera jeste identifikovanje ekonomske osnove, neophodne za podršku njihovom razvoju. Bitna komponenta u ovoj fazi razvoja industrijskih klastera, svakako, je strategijsko planiranje. Ono će pomoći da se identifikuje strategijska infrastruktura,<sup>17</sup> neophodna za podršku razvoju identifikovanih industrijskih klastera.

Formiranje i razvoj industrijskih klastera je organizovani napor da se kroz saradnju i konkurentski

<sup>15</sup> Reč je, pre svega, o metodama intuitivnog predviđanja (na primer „Delfi” metod, „Brainstorming” metod itd).

<sup>16</sup> Analiza tržišnih potencijala zahteva, pre svega, pažljivu procenu konkurentskih proizvoda i tržišta, posebno njihovog potencijala rasta i tržišne snage, jer neuspeh u analizi može da ima za posledicu gubitak konkurentne pozicije, što vodi poslovanju ispod mogućnosti industrijskog klastera, koji želi da učestvuje na globalnom tržištu.

<sup>17</sup> Strategijska infrastruktura uključuje napredne istraživačke centre, sisteme za istraživanje tržišta, itd.

odnos članova ostvari veća konkurentnost preduzeća u jednom području, čime se ostvaruje jačanje regionalnog identiteta i građenje nacionalnog i internacionalnog ugleda. Pri tome, posebno u cilju stvaranja uslova za ravnomerniji regionalni razvoj u jednoj državi, razvoj klastera mora imati vrlo visok rang na skali prioriteta ekonomske politike te države.<sup>18</sup> Zbog toga, u procesu formiranja klastera veoma važnu ulogu treba da ima država, jer bez podrške države (na primer, u vidu zakona koji stimulišu razvoj klastera, zatim u vidu poreskih olakšica i podsticajnih sredstava itd.) budućnost klastera bi bila neizvesna.

#### 4 LOKACIJA INDUSTRIJSKIH KLASTERA

Lokacija industrijskih klastera, ima veoma veliki uticaj na njihov razvoj. Oni se ubrzano razvijaju, pre svega, u blizini najvažnijih resursa potrebnih za uspešno poslovanje, u blizini nosilaca industrijske proizvodnje i razvoja (velikih industrijskih sistema) i tržišta robe finalne potrošnje, u blizini univerzitetskih centara.

Lokacija predstavlja bitnu konkurentnu prednost iako, prema *P. Drakeru*,<sup>19</sup> svako preduzeće mora postati svetski konkurentno, čak i ako proizvodi ili prodaje samo na lokalnom ili regionalnom tržištu, jer konkurencijaviše nije lokalna. Ona, u stvari, više ne poznaje granice. Zbog toga, svakopreduzeće, po načinu na koji se vodi, mora da postane multinacionalno, a veze između industrijskih preduzeća, dobavljača, kupaca i drugih privrednih aktera treba da prožimaju ceo region i da se pružaju preko državnih granica.

Koncept poptuno integrisanih proizvodnih centara nije više realan, niti efikasan u savremenoj ekonomiji. Paradoksalno, kako globalna ekonomija raste, sastavni delovi te ekonomije se smanjuju. U tom smislu, *Naisbitt* navodi kako „...stvaramo sve manje i manje poslovne jedinice, da bi mogli efikasnije da izvršimo globalizaciju naših privreda.”<sup>20</sup> Međutim,

<sup>18</sup> Detaljnije o regionalnom razvoju, na primer u: I. Rosić, Ž. Gligorijević, *Regionalni razvoj Jugoslavije*, Niš, 2001.; Z. Arandelović, Ž. Gligorijević, *Regionalna ekonomija*, Niš, 2010.

<sup>19</sup> P. Draker, *Upravljanje u novom društvu*, Novi Sad, 2005, str. 17.

<sup>20</sup> Vidi: R. Stimson, R. Stough, R. Brian, Isto, str. 238.

globalizacija, još uvek, nije uspela da stvori perfektno tržište.

Savremeno poslovanje, u najvećoj meri, karakteriše postojanje trijade ekonomskih blokova i to: SAD-a, Evropske unije i Japana. U skladu sa tim, i multinacionalne kompanije koje posluju u ovim regionima, moraju da se prilagođavaju njihovim zahtevima. U tom smislu, vladama industrijski razvijenih zemalja, se preporučuje da stimulišu povezivanje preduzeća u regionima, nasuprot ulaganjima u nesigurne delove sveta. Na drugoj, pak, strani, države sa nedovoljno razvijenom ekonomijom, kao uslov za uspešno tržišno poslovanje, moraju da naprave ambijent pogodan za ulaganje kapitala iz industrijski razvijenih zemalja. Iz tih razloga, veoma je važno da se napravi strategija u kojim regionima treba formirati i razvijati klaster, kao i koje grane industrije ti klasteri treba da obuhvate.

Pored lokacije, funkcionisanje i tempo razvoja klastera zavisi i od vrste preduzeća, grane u kojoj posluje, veličine i strukture tržišta i njihovog položaja na tržištu (tržišno učešće i odnos prema konkurentima), pravnog okruženja i mera direktnog i indirektnog državnog podsticaja, povezanosti i integrisanosti u lokalni ekonomski, pravni i politički ambijent.

## 5 STRATEGIJE RAZVOJA INDUSTRIJSKIH KLASTERA

Pristupi razvoju industrijskih klastera mogu biti i, najčešće, su različiti što znači da oni, u skladu sa tim, mogu biti manje ili više uspešni. Zbog toga se, u procesu formiranja odnosno izgradnje i razvoja industrijskih klastera, od strane mnogih preporučuje poštovanje određenih procedura i strategija, kao osnovnih pretpostavki za efikasno ostvarivanje ciljeva zbog kojih se, inače, i vrši formiranje klastera. Klasteri se, naime, formiraju u cilju realizacije određenih koristi do kojih se dolazi, kroz saradnju preduzeća na nivou klastera i njihovih sinergijskih efekata na granskom i regionalnom nivou.

U inicijativu za osnivanje i razvoj industrijskih klastera, pored velikih preduzeća, uključuju se određene asocijacije malih i srednjih preduzeća, privredne komore, finansijske i pravne institucije, državne i nevladine organizacije, a programi razvoja klastera, uglavnom, se zasnivaju na već poznatim strategijama. Međutim, u tim strategijama prisutne su i određene, a linearnatne razlike, koje nastaju

kaoposledica raznih vidova podrške koja dolazi iz okruženja (poreska politika, pravna regulativa, informaciona podrška, edukativna aktivnost), kao i raznih vidova podsticanja saradnje između preduzeća i njihovih asocijacija u okviru same mreže klastera. Pored toga, na razlike u formulisanju i implementaciji strategije razvoja industrijskih klastera utiču, isto tako, i razlike koje postoje u stepenu razvijenosti regiona, nivo uključenosti vlade u proces razvoja malih i srednjih preduzeća, kao i razni podsticaji koji se javljaju unutar mreže.

U novijoj literaturi posebna pažnja posvećuje se klasterima kao strategijama rasta regionalnih ekonomija. Obično se, pri tome, preporučuju sledeće strategije ili njihove kombinacije i to: originalne klaster strategije, presađene (transplantirane) strategije stranih preduzeća i hibridne strategije.<sup>21</sup> Svaka od navedenih strategija ima svoje prednosti, ali i nedostatake.

Originalne strategije zahtevaju ekonomsku bazu, sposobnu da, po dubini i širini, promoviše razvoj identifikovanog klastera i to informacionom podrškom, porastom interakcije među lokalnim firmama, prilagođavanjem infrastrukture i razvojem neophodnog radnog i kadrovskog potencijala.

Presađene (transplantirane) klaster strategije zasnivaju se na korišćenju iskustava i podrške stranih kompanija ili važnijih dobavljača i drugih firmi iz poslovnog okruženja. Ove strategije često koriste udružene efekte stranih investitora i domaćih lokalnih firmi.

Hibridne strategije zasnivaju se na kombinaciji prethodne dve strategije, na uspešnom korišćenju iskustava i finansijske podrške stranih investitora i prednosti domaćih lokalnih snaga i firmi. Uspešno okupljanje stranih i domaćih partnera često čini osnovu razvoja klastera.

## 6 ULOGA KLASTERA U PROCESU RAZVOJA SAVREMENE INDUSTRIJE

Industrijski klasteri nastaju zbog neophodnosti opstanka malih i srednjih preduzeća. Naime, kroz svoje udruživanje u klaster, ova preduzeća imitiraju

<sup>21</sup> A. Legendijak, D. Charles, *Clustering as a New Growth Strategy for Regional Economics, Lokal Partnership, Clusters, and SME Globalisation*, 1999, OECD. (Vidi: Ž. Gligorijević, M. Ilić, G. Bošković, *Industrijski menadžment*, Niš, 2008, str. 182.).

rad velikih preduzeća, s tim što zadržavaju pravnu i poslovnu samostalnost. Na taj način, klasteri postaju konkurenti ili saradnici velikih poslovnih sistema, a mala i srednja preduzeća uspevaju da zadrže svoju tržišnu poziciju i ostvaruju poslovanje, održivi rast i razvoj. To znači da su razlozi za formiranje klastera brojni, dok je njihov značaj za razvoj preduzeća opštepoznat.

Povezivanje u klastere prihvata se kao veoma efikasan instrument za jačanje, pre svega, konkurentnosti preduzeća i njihovo osposobljavanje da proizvode robe i usluge, kojima će ostvarivati prihode na domaćem i međunarodnom tržištu. Mala i srednja preduzeća mogu postići daleko više ukoliko rade zajedno, kao grupa međusobno povezanih preduzeća, dobavljača, davalaca usluga i organizacija bitnih za njihov posao, unutar klastera. Udružujući se u klastere, industrijska preduzeća (mala i srednja) pokušavaju da nadoknade ono što svakom od njih nedostaje a to su, najčešće: kadrovi, finansijska sredstva, sirovine, nova znanja, tehnologija i slično.

Za industrijske klastere je značajno da preduzeća, u okviru njih, koriste iste ili slične resurse, da međusobno dele tržište, da postoje jake veze na relaciji kupac – dobavljač, kao i da dele tehnologiju, informacije i znanje u svom radu. Zbog svega toga klaster se, najbolje, može razumeti ako se pođe od opšte teorije sistema i klaster se shvati kao “sistem” u kome svako preduzeće zavisi od drugih preduzeća, koja se bave sličnim poslovnim aktivnostima i koja formiraju regionalnu ekonomiju odnosno klaster.

Povezivanje industrijskih preduzeća u klastere pokazalo se, u praksi, kao veoma efikasan instrument za jačanje konkurentnosti preduzeća i njihovo osposobljavanje da proizvode robe i usluge višeg stepena prerade i višeg kvaliteta, koje će uspešnije prodavati na domaćem i međunarodnom tržištu.

Industrijski klasteri igraju važnu ulogu u postizanju nacionalne konkurentnosti. Uspešan klaster može da stvori potrebnu osnovu za saradnju između preduzeća, njihovu specijalizaciju, zatim da unapredi javno-privatno partnerstvo, da podstakne kupce i dobavljače i da ubrza inovacije. U otvorenim privredama (zahvaljujući savremenim tehnologijama, stranim direktnim investicijama, komunikacijama, itd.), klasteri svojim razvojem doprinose povezivanju ekonomije dva ili više regiona u okviru zemlje ili više regiona iz više zemalja.

## 7 UMEMSTO ZAKLJUČKA

Konkurentnost industrije odnosno pitanje njenog unapređenja, u savremenim uslovima koji su prisutni u međunarodnoj trgovini, dobija sve veći značaj u svim zemljama, bez obzira na stepen njihove razvijenosti. U tom smislu, sva industrijska preduzeća kao nosioci industrijske aktivnosti moraju se angažovati na unapređenju svoje konkurentne prednosti. Pri tome, svoju konkurentnost, industrijska preduzeća mogu povećavati putem preduzimanja brojnih aktivnosti. Međutim, u tim aktivnostima, koje preduzeća mogu sama, to jest pojedinačno da izvedu, postoje i određene granice. Zbog toga je potrebno da se industrijska preduzeća (pre svega, mala i srednja) samoorganizuju. Jedan od izražajnih oblika tog samoorganizovanja, svakako, su industrijski klasteri.

Industrijska preduzeća grupisana u klastere imaju komparativnu prednost, koja se zasniva na njihovoj specijalizaciji, kooperaciji, većoj fleksibilnosti i diverzifikaciji.

Specijalizacija preduzeća je najbitnija za uspeh klastera, tamo gde je malo preduzeće usmerilo svoje resurse. Međusobna kooperacija omogućuje da preduzeća nadomeste svoje slabosti, ali i pomaže preduzećima da ona budu fleksibilna u cilju povećanja efikasnosti i brzog reagovanja na signale sa tržišta. Različite grupe proizvođača i dobavljača unutar regiona dopunjuju jedni druge, radeći specijalizovane poslove unutar industrijskog klastera, što doprinosi njihovoj diverzifikaciji.

Izgradnja industrijskih klastera je progresivan proces koji zahteva kontinuirano usavršavanje znanja. Pri tome, u prevazilaženju poteškoća do kojih dolazi u tom procesu, važnu ulogu treba da odigra država, kao i vodeći privredni akteri koji učestvuju u nastajanju i poslovanju klastera.

Industrijski klasteri, kao globalni model razvoja malih i srednjih preduzeća, najintenzivnije se formiraju, upravo, u zemljama u kojima je mali biznis dostigao relativno visok nivo razvijenosti, dok Srbiji tek predstoji intenzivnije formiranje klastera u različitim sektorima industrije i korišćenje njihovih efekata u politici razvoja.

## LITERATURA

- [1] *Nacionalna ekonomija*, Arandelović, Z., Gligorijević, Ž., Petrograf, Niš, 2008.
- [2] *Regionalna ekonomija*, Arandelović, Z., Gligorijević, Ž., SVEN, Niš, 2010.
- [3] *Industrijski menadžment*, Gligorijević, Ž., Ekonomski fakultet, Niš, 2006.
- [4] *Mehanizam unapređenja konkurentnosti industrije*, Gligorijević, Ž., Bošković, G., Ekonomski fakultet, Niš, 2007.
- [5] *Strategija razvoja i unapređenje konkurentnosti industrije Srbije*, Gligorijević, Ž., Bošković, G., Univerzitet u Nišu, Teme br. 2, 2007.
- [6] *Industrijski menadžment*, Gligorijević, Ž., Ilić, M., Bošković, G., Ekonomski fakultet, Niš, 2008.
- [7] *Upravljanje u novom društvu*, P. Draker, Adižes, Novi Sad, 2005.
- [8] *Poslovni inkubatori i klasteri u industriji*, Ilić, M., Industrija br. 4, Ekonomski institut, Beograd, 2000.
- [9] *The Competitive Advantage of Nations*, Porter, M. E., The Free Press, 1990, New York
- [10] *Clusters and the New Economics of Competition*, Porter, M. E., Harvard Business Review, New York, 1998.
- [11] *Regionalni razvoj Jugoslavije*, Rosić, Ž. Gligorijević, Ekonomski fakultet, 2001, Niš
- [12] *Ekonomika industrije*, Savić, Lj., Ekonomski fakultet, Beograd, 2002.
- [13] *Unapređenje poslovnekonkurentnosti*, Stanković, Lj., Radenković - Jocić, D., Đukić, S., Ekonomski fakultet, Niš, 2007.
- [14] *Regional Economic Development – Analysis and Planning Strategy*, Stimson, R., Stough, R., Brian, R., New York, 2006.

