

**Мирјана Стојановић-Тривановић**

Нуро Алре Adria Bank,  
Бања Лука,  
БиХ

✉ mass@blic.net

## **КЛАСТЕРИ И ЊИХОВА УЛОГА У УСЛОВИМА ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ СА ОСВРТОМ НА КЛАСТЕРЕ У ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ**

### **CLUSTERS AND THEIR ROLE IN GLOBALIZATION CONDITIONS WITH REGARD TO CLUSTERIZATION IN THE EU**

**Резиме:** *Мрежно пословно повезивање је стратегијска потреба, нови модел предузетничког понашања и глобални мегатренд на почетку 21. вијека, које почива на тражењу кључне конкурентске предности предузећа и ефикасности организационе мреже. Кластеризација као облик пословног повезивања има велики значај и улогу, а огледа се у удруживању, првенствено малих и средњих предузећа, приликом заједничког дјеловања на тржишту. У земљама у развоју и транзицији сектор малих и средњих предузећа је запостављен и неразвијен, али мала и средња предузећа могу бити носиоци развоја под условом да су међусобно повезана тако да то повезивање ствара синергетски ефекат. У овом раду извршено је истраживање ефикасности и начина организовања кластера и њиховог утицаја на положај и развој малих и средњих предузећа, као и доприноса кластеризације у интегрисању малих и средњих предузећа на међународно тржиште. У том контексту, рад је усмјерен на компаративну анализу примјене кластеризације у земљама ЕУ, којом је постигнут висок степен синергије у коришћењу развоју малих и средњих предузећа. Тиме се указује на могући избор модела развоја малих и средњих предузећа у земљама у транзицији, што представља циљ изведене анализе.*

**Кључне ријечи:** *кластеризација, синергетски ефекат, мала и средња предузећа, међународно тржиште.*

**ЈЕЛ класификација:** *L22.*

**Summary:** *The networked business model is a strategic necessity at the beginning of the 21st century. The new model of entrepreneurial behaviour and the global mega trend rely on finding a key competitive advantage and efficiency of the organizational network. Clusterization as a model of business networking has a huge impact and plays an important role, primarily seen as business connecting of small and medium enterprises and its joint market presence. In developing countries and countries in transition, small and medium size companies are underdeveloped and have lack of know-how, combined with shortage of human and material resources. These enterprises can be agents of development if they are mutually connected and if such bonding creates synergy effects. This paper contains research of efficiency and organization mode of clusters in B&H and their influence on position and development of the small and medium enterprises as well as contribution of the clusterization in integration of the small and medium enterprises from Bosnia and Herzegovina to international market.*

**Key words:** *cluster, synergistic effect, small and medium enterprises, international market.*

**JEL Classification:** *L22.*

## **1. УВОД**

У последње двије деценије прошлог и првој деценији овог вијека дошло је до знатног убрзања процеса глобализације. Такви процеси су акцелерирали и економске процесе интеграција и регионализација тржишта, што је за последицу имало формирање нових форми привредног реструктурирања и обликовања. Многи аутори сматрају да је нагли развој и комерцијализовање мрежних пословних структура омогућено електронском трговином и развојем информационих и комуникационих технологија, које представљају подлогу мрежне

логистике, пословне стандардизације (квалитета, знања, понашања, начина конкурисања и сл.) и институционализације савременог бизниса. Формирање привредних блокова – *кластера* – састављених од фирми и организација које уједињују људски капитал и друге ресурсе (технолошке, научне, иновационе, организационе, управљачке и др.) има за циљ стварање, одржавање и повећавање сопствене конкурентске способности. Еволуција савремених глобалних тржишта почива на потпуно новим правилима *понашања* (висок степен условљености и међусобне зависности) и *конкурентције*, као и на новој парадигми повезаности, која се практично манифестује преко умрежености и *кластеризације*.

## 2. ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И КЛАСТЕРИЗАЦИЈА

Процес „*кластеризације* у глобалним размјерама не би био могућ без претходне економске глобализације, која је позитивно утицала на фузију тржишта одређених роба и услуга, опадање значаја географских удаљености, интернационализацију и денационализацију производње, инфраструктурно повезивање капитала, робе, услуга, радне снаге и информација на великим дистанцама, техничко-технолошку стандардизацију производње и хомогенизацију у области законске, институционалне и привредно-системске инфраструктуре“ (Drašković 2006, 170). Преко разних облика, начина и метода савременог финансирања, а првенствено директних страних инвестиција, крупне фирме врше кластеризацију и размјештај својих диверсификованих производних система и осталих пословних функција по иностранству. Преко мрежних система интрафирмског пословања максимално се користе разне погодности (ресурсне, географске, пореске и друге) које пружа домицилна земља, а које се претварају у екстрапрофите, јачање сопствених конкурентских предности и компетентности. Пракса је показала да је то најбољи пут за стварање *глобално конкурентног производа* (Drašković 2006, 171). *Транснационализација* привредне активности је, поред финансијске глобализације, најзначајнија компонента развоја кластеризације. Транснационалне корпорације су створиле сопствене *галаксије* и *алијансе*, које су умрежене имовинским, неимовинским и партнерским односима, интрафирмском размјеном и посједовањем свих фактора производње у комплексу, који су мобилни, мултифункционални и флексибилни. Кластеризације које стварају стратегијске алијансе су ефикасније од фузија, јер се ризик дијели, повећавају се мотивација, предузимљивост, флексибилност, узајамна контрола, заинтересованост партнера и конкурентска способност, лакше се превазилазе баријере повезане с разним законодавствима, издавањем лиценци, протекционистичким мјерама, стандардима, пореским обавезама итд. Механизми транснационалних стратегијских алијанси омогућују да се границе транснационалних корпорација бришу и добијају облик *савјеза*, која укључују међусобно повезане, али само до одређеног степена самосталне корпорације различитих величина и дјелатности.

Све чешће су може чути и да *виртуалним организацијама* припада пословна будућност. Мисли се на мрежу неколико независних фирми, које могу бити ривали, купци, добављачи, институти и друге заинтересоване организације и сл. Мрежна повезаност се заснива на високо софистицираним информационам системима који омогућују брзи договор и усаглашавање око подјеле знања, трошкова, ризика и приступа појединим тржиштима, иако немају заједничку организацију и менаџмент. Комуникација између партнера је не само брза, него и потпуна, отворена, без процедура, уз велико повјерење и улагање топ специјалности и способности за ефикасно обављање појединих послова. Наведена партнерства су формалног и несталног карактера, трају само док постоји обострани заједнички интерес. То потврђује чињеницу да је мрежна пословна сарадња и кооперација ефикаснији начин опстанка на тржишту од конкурентције, у којој се партнерство комбинује са власништвом. Савремени виртуални тимски партнерски *савези* засновани на флексибилним пословно-организационим системима представљају поуздану и моћну алтернативу транснационалној диверзификацији и вертикалној интеграцији. Они обезбјеђују адаптивну синергистичку компетенцију разних фирми концентрисану у јаким виртуалним конкуренту, који свима доноси користи (Drašković 2006, 172).

### 3. СХВАТАЊЕ КЛАСТЕРА У ЕКОНОМСКОЈ НАУЦИ

Кластер је група међусобно повезаних компанија и одговарајућих институција лоцираних у близини, које се баве одређеном дјелатношћу, а повезују их заједничке карактеристике и комплементарност. У географском смислу, кластер може да обухвата један град, али и цијелу земљу, па чак и читаву мрежу сусједних земаља. Кластери могу да имају различите облике у зависности од величине и развијености, али већином укључују произвођаче финалних производа или услуга; добављаче посебних инпута, компоненти, машина и услуга; финансијске институције и фирме у сродним дјелатностима. Кластери често укључују дистрибутивне канале или купце, произвођаче комплементарних производа, специјализоване даваоце услуга, државне и друге институције које обезбјеђују посебну обуку, образовање, информације, истраживање и стручну подршку (на примјер, универзитете, научне институте и центре за стручно оспособљавање), као и агенције за стандардизацију. Државне агенције које значајно утичу на кластер могу се такође сматрати његовим дијелом. Коначно, многи кластери укључују струковна удружења и друга заједничка тијела из приватног сектора, која пружају подршку њиховим члановима (Porter 2008, 202).

Кластер је енглеска ријеч (енг. cluster – грозд, хрпа или група) коју је први употребио један амерички композитор да би означио скуп истовремених, густо нанизаних тонова. Кластер се може дефинисати као концентрација међусобно повезаних предузећа, специјализованих добављача и пружалаца услуга, предузећа из сродних дјелатности, институција (факултета, агенција, трговачких удружења) који на подручју одређене дјелатности међусобно сарађују и конкуришу, и у које се окупљају око заједничке идеје или циља. Већина објашњења кластера вуче коријене из студија економисте Алфреда Маршала о индустријским областима Енглеске из друге половине 19. века, и теме коју је обрадио у својој анализи: *Принципи економије*, објављене 1890. године. Али интересовање за индустријско кластероване је опадало, тако да је оно готово пало у заборав. Међутим средином 80-их година прошлог вијека, неколико студија базираних на мрежи малих, али глобално конкурентних фирми из Италије оживљавају Маршалову анализу динамике индустријских области, док М. Портер 1990. године издаје књигу *Конкурентска предност нација*, гдје на 855 страна разматра индустријску структуру развијених земаља и водеће индустрије свијета. Он је заслужан за прву, јасну дескрипцију индустријских кластера. Маршал Алфред је открио да се у индустријским областима идеје крећу лакше од предузећа до предузећа и добио је утисак као да је знање у ваздуху. Према А. Маршалу, основе кластера су:

- заједничко тржиште рада,
- специјализација добављача,
- дисперзија знања,
- предузетништво,
- вјерност одлукама из прошлости,
- култура,
- локална потражња.

Прве три основе, заједничко тржиште рада, специјализација добављача и дисперзија знања, сачињавају тројство кластерованја А. Маршала. Каснија анализа је открила остале микрооснове. Концепт кластера од 1990. године уводи и користи Мајкл Портер (Porter 1990). Према Портеру, предности које кластер доноси су повећање продуктивности компанија у кластеру, повећање броја иновација и стимулисање стварања нових бизниса. Економски стручњаци и институти користе различите методологије и нуде различита рјешења. Тако, Организација за економску сарадњу и развој (*Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD*) дефинише кластере као мрежу међусобно повезаних предузећа, научних институција (универзитета, истраживачких института...), консултантских кућа и купаца, који се налазе у пословном ланцу. По дефиницији Лане Хопкинсон (Hopkinson 2003), кластер је група индустрија и организација које су повезане у односима куповине и продаје, или који дијеле исту инфраструктуру, клијенте или базу вештина и чије везе побољшавају конкурентску предност.

Концепт кластера је много шири од простог повезивања предузећа јер, поред сарадње предузећа, укључује и размјену знања, информација и вјештина (OECD 1999). Кластер се састоји од повезаних индустријских предузећа, владиних институција, академија, финансијских

институција и институција за сарадњу (коморе, удружења, асоцијације и сл). У Босни и Херцеговини, у овим почетним фазама настанка и креирања кластера, улогу институција за сарадњу обављају, донаторским средствима подржаване, разне консултантске куће са *експертима* у овој области.

#### 4. КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ У ИЗГРАДЊИ КЛАСТЕРА

Кластери настају када се више предузећа из неке привредне гране или дијелова неког ланца стварања нове вриједности почну повезивати у разне облике сарадње и пословне кооперације. И како је већ констатовано, успјешне кластере, углавном, чини комбинација три врсте предузећа која се међусобно допуњују и то:

- предузећа знатне тржишне и технолошке снаге, која делују на међународном плану;
- добављачи или произвођачи, најчешће су то мала и средња предузећа;
- веома иновативне и стручне установе које се базирају на новим знањима (на примјер: истраживачки институти, установе за стручно усавршавање, специјализована предузећа на подручју информационах технологија, специјализоване маркетиншке агенције и слично).

Мајкл Портер као актере у изградњи кластера наводи (Porter 2008, 268):

- компаније,
- добављаче,
- струковна удружења,
- пословне школе,
- универзитете,
- многа министарства.

Ипак, данас када већина земаља у свијету показује велико интересовање за формирање кластера, а велики број организација и експерата прати и проучава њихов рад, процес њиховог идентификовања, дефинисања и изградње још увијек није стандардизован. Међутим, највећи број савремених аутора сматра да интегрисани кластер чини пет основних група учесника (OECD 2003, 14) који ће се у контексту овог рада надаље третирати као кључни субјекти у изградњи ових пословних система. То су:

- предузећа,
- институције за сарадњу (коморе, удружења, консултантске куће),
- влада и владине институције,
- истраживачке институције,
- финансијске институције.

#### 5. УЛОГА КЛАСТЕРА У ПОДСТИЦАЊУ МАЛОГ И СРЕДЊЕГ БИЗНИСА

Прије него што се додатно укаже на значај кластера у развоју малог и средњег бизниса, потребно је укратко се осврнути само на неке параметре у вези са пословањем малих и средњих предузећа у Европској унији.

Привреда Европске уније (нефинансијско пословање) броји преко 20 милиона предузећа, од којих више од 99% чине мала и средња предузећа, односно фирме које имају мање од 250 запослених лица (EIM Business and Policy Research 2012). У оквиру сектора малих и средњих предузећа, огромна већина (92%) су микропредузећа, тј. фирме са мање од 10 запослених лица. Дакле, типичан представник привредни субјеката Европске уније јесте *микрофирма* – предузеће (видјети табелу 1).

Табела 1: Број предузећа према величини, у ЕУ, у периоду 2002–2007.

Фирме	Број предузећа у 2002. години	Промена у периоду 2002–2007.	Број предузећа у 2007. години
МСП	18.348.000	2.061.000	20.409.000
Велика предузећа	41.000	2.000	43.000
Укупно	18.389.000	2.063.000	20.452.000

Извор: EIM Business and Policy Research 2012.

Између 2002. и 2007. године, број малих и средњих предузећа је повећан за преко 2 милиона, а број великих фирми за само 2.000. Нове државе чланице ЕУ показују већу стопу отварања и затварања предузећа у односу на старе државе – чланице. Већина нових предузећа се ствара у сектору услуга и микропредузећа. Око двије трећине укупне запослености у приватном сектору налази се у малим и средњим предузећима. Микропредузећа, која у просјеку имају два запослена лица, запошљавају 30% од укупне приватне радне снаге (табела 2).

Табела 2: Број предузећа и број запослених по предузећу у ЕУ за 2007. годину

Показатељ	Микро	Мала	Средња	МСП	Велика	Укупно
Број предуз	18.787.000	1.402.000	220.000	20.409.000	43.000	20.452.000
У %	92	7	1	100	0	100
Број запослених по предузећу	2	19	100	4	1.003	6

Извор: EIM Business and Policy Research 2012.

Допринос малих и средњих предузећа повећању запослености у периоду између 2002. и 2007. године (84%) био је много већи него што се могло очекивати у односу на њихов удио у укупном броју запослених (67%). Мала и средња предузећа имају нижу продуктивност рада него велика предузећа. Дакле, мала и средња предузећа имају знатно нижи удио на додату вриједност (58%) у поређењу са удјелом у запошљавању (67%). Продуктивност рада је најнижа у микропредузећима. Такође, мала и средња предузећа (а микропредузећа посебно) показују нижу профитабилност и имају мање надокнаде (плате) запослених од великих предузећа. Сумарно, можемо рећи да постоје довољни разлози да се допринос малих и средњих предузећа, у склопу лисабонских циљева, оцијени веома позитивним (EIM Business and Policy Research 2012). Из значаја и улоге МСП произлази и значај развијања малог и средњег бизниса, односно у оквиру њега развој и изградња кластера. Према томе, циљ формирања кластера и имплементације нових технологија, као једне од могућности укупно ефикаснијег пословања МСП, је побољшање конкурентности и иновативности истих.

Предузећа су мотивисана за укључивање у кластере, најчешће, из следећих разлога, као што су:

- освајање нових тржишта,
- стварање личних контаката,
- јачање односа са купцима и добављачима,
- размјена искуства и упознавање са примјерима добре праксе у циљу подизања нивоа знања,
- имплементација *know how* примјене нових технологија,
- већи и лакши приступ иновацијама и примјена нових материјала и поступака прераде у малим и средњим предузећима.

Заправо, кластери (Scheer and Von Zallinger 2008) пружају малим и средњим предузећима прилику да се кроз изградњу мрежа и кооперацијом међународно профилирају. Управо су уситњени европски региони, као што су, на примјер, сјевер Италије, Данска, Велс, сјевер Шпаније, формирањем кластера побољшали свој положај на међународном тржишту.

## 6. НАЧИН И ИСКУСТВА КЛАСТЕРИЗАЦИЈЕ У ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ

Развој кластера је један од основних алата Европске уније за унапређивање регионалне конкурентности и подстицаје иновација у европским предузећима. Групе компанија које су концентрисане у регионима Европе добијају подршку за сарадњу у рјешавању заједничких питања, кроз подјелу идеја и ресурса и кроз учешће у заједничким пројектима које суфинансира ЕУ. Ови пројекти помажу компанијама да се повежу са академским институцијама и институтима за истраживање и развој, као и да се баве иновацијама и уводе нове идеје на тржиште.

Европска унија посебно ставља нагласак на јасне ставове о значају и важности кластера у привредном развоју. Захваљујући развоју кластера многи су се европски региони развили остварујући своје компаративне предности у специјализованим производима и услугама као што су финансијске услуге Лондона, петрохемијски производи у Антверпену, цвијеће у Холандији. У циљу остваривања Лисабонске стратегије, како би привреда ЕУ постала најдинамичнија и најјача у свијету, посебно се истиче задатак промовисања и подршке кластерима, у оквиру регионалне, индустријске и политике иновација. Политика формирања и развоја кластера у ЕУ је релативно новијег датума. Различитост кластера и институција које их помажу последица су различитих политика формирања и развоја кластера. Неке од земаља немају структурирану политику формирања и развоја кластера, али развијају политику и мјере које помажу настанак кластера. С обзиром на специфичности земаља и различитост политика формирања и развоја кластера, није лако уопштити анализу политике и извршити њену систематизацију, на државној, регионалној и локалној основи.

Државе и региони ЕУ развили су многе иницијативе за развој кластера. Иницијативе за развој кластера дефинишу се као организована настојања за повећање раста и конкурентности кластера унутар региона, који укључује предузећа, владу и/или истраживачке и развојне институције. Ове иницијативе су започеле давно на подручју Шпаније (Каталонија, регион Баскије), Италије (Венето), Француске (Софија подручје), Данске, Холандије, док су се на подручју осталих држава чланица већином развиле последњих година (Аустрија, Чешка, Шведска). Примјена активних политика пружања помоћи у развоју кластера довела је до успјешних резултата у многим земљама чланицама ЕУ (Ирска, Финска, Шведска). Пружање помоћи у формирању и развоју кластера у ЕУ спроводи се путем различитих политика као што су политика предузећа, регионална политика и развојна и иновациона политика. У формирању кластера учествују националне институције (развијени су национални програми за кластере), а битну улогу у пружању помоћи у формирању кластера имају развојне агенције и бројне регионалне иницијативе. Национална политика формирања кластера у већини земаља је имплементирана преко агенција под контролом или у саставу различитих министарстава. Локалне власти, регионалне развојне агенције и остале институције које пружају помоћ у развоју кластера имају значајан удио у подстицају развоја кластера путем интервенција, стратегијског усмјеравања, финансирања, организовања едукативних семинара, смањењем ризика за улазак у бизнис (при узимању кредита) итд. У Холандији је развијена национална политика формирања кластера (Министарство привреде је одговорно за исту) мада постоје и регионалне иницијативе за формирање кластера које су најчешће имплементирани као посебни пројекти. Због тога нема неопходне координације између националне и регионалне политике формирања и развоја кластера, што је свакако потребно промијенити. У Шпанији се политика формирања кластера подстиче на регионалној основи. Баскијски регион био је један од првих региона која је прихватио политику подстицаја кластера у оквиру своје економске политике па је тако постао најбогатији регион Шпаније. Финска је развила центре стручних програма чији је циљ подстицај ресурса на локалној, регионалној и националној основи, како би се развила конкурентна подручја стручности на међународном нивоу. Индивидуални центар стручности створен је сарадњом између индустрије, локалне власти, јавног сектора и истраживачких центара. Кластери стварају окружење које омогућава специјализованим локалним предузећима подизање конкурентности на ниво који ће им обезбиједити задовољавање потреба ширих, па чак и свјетских тржишта. На тај начин, помоћу кластера, мале заједнице могу постати водећи свјетски центри развоја. У Италији, град Бијела је развојем кластера постао водећи светски центар текстилне индустрије (половина предузећа у граду бави се пословима прераде вуне), а у Монтебелурнису се предузећа удруживањем у кластере специјализовала за производњу

спортске обуће и покривају већину светског тржишта у производњи панцерица и остале специјализоване спортске обуће. У Њемачкој су, између осталих, развијени свјетски центри штампарске индустрије управо удруживањем предузећа у кластере. Одобрењем финансијске подршке биотехнолошким кластерима у Њемачкој и учешћем приватног и јавног сектора, Њемачка постаје једна од водећих европских земаља у биотехнологији. Примјер развоја аутомобилске индустрије у Галицији (Шпанија) такође се може узети као примјер успјешне кластеризације, којом је Галиција успјешно одговорила на изазове свјетске аутомобилске конкуренције. Нове политике формирања и развоја кластера у ЕУ 15 све су више усмјерене према специфичним оријентацијама у већ постојећим кластерима, па се развијају програми с циљем подстицаја истраживања и развоја иновација.

Стратегијски програми развијају се у сарадњи с локалним институцијама и универзитетима, истраживачким центрима а посебно се подстиче сарадња с кластерима сусједних земаља. Државе чланице ЕУ 12<sup>1</sup> са подстицајем формирања и развоја кластера почеле су се бавити од 2000. године, дакле касније у поређењу са државама ЕУ 15. Програми подстицаја формирању кластера развијени су на националном и регионалном нивоу и значајно доприносе специјализацији региона као и повећању конкурентности земаља. Повећање извоза, подстицај раста, запослености, иновативности, конкурентности, јачање међурегионалне сарадње и стварање одрживе конкурентности националних економија и региона на глобалном нивоу, дефакто су снажни подстицаји за стварање система који све наведено може омогућити.

На глобализованим међународним тржиштима региони се суочавају са све већом конкуренцијом те се морају такмичити у индустријама у којима су већ у предности (што кластери омогућавају), унапређивањем привредних активности локалних економија. Пословање у кластерима омогућава компанијама да постану продуктивније и иновативније. Кипар и Малта имају развијене програме за формирање кластера само на националном нивоу, док је bottom-up приступ у формирању кластера развијен у Литванији и Пољској. Програми формирања кластера усмерени су на подстицај иновација, развој технологије и на ширење знања. У Словачкој, Словенији, Чешкој, Пољској и Мађарској имплементиран је пројект *LEED/CEI/EBRD*, који је намијењен кластерима у земљама у транзицији. Циљеви пројекта били су: развијање и повећање свијести о концепту кластера у владиним и пословним круговима, анализа тренутних услова, креирање синергијских ефеката, прихватање најбољих искустава и промовисање међународне размјене искустава.

Потребно је истаћи да политика подстицаја формирања и развоја кластера у већини држава чланица ЕУ 12 није развијена, али се спроводе различити програми а у оквиру њих различите активности које подстичу формирање кластера (на прим. Кипар, Словачка, Румунија) или су дио других политика (на прим. Чешка; дио политике подстицаја малих и средњих предузећа и Естонија; дио политике предузетништва и иновација). Формирање кластера у неким од држава ЕУ 12 финансирано је у оквиру *EU PHARE* програма, на примјер, Бугарска, Летонија, Пољска (видјети табелу 2)

У табели 3 приказан је преглед броја кластера у државама чланицама ЕУ разврстаних према броју кластера и звјездицама. Поред тога, дат је и преглед броја запослених (укупан број запослених у кластерима и удио запослених у предузећима која улазе у кластере с највећом категоризацијом, кластере са све 3 звјездице).

<sup>1</sup> ЕУ 12 су државе које су примљене у ЕУ, након што је ЕУ већ бројала 15 држава чланица.

Табела 3: Преглед кластера у ЕУ 27 према броју и броју запослених (2007)

Земље	Број кластера	Број кластер са 3* <sup>2</sup>	Број кластера са 2*	Број кластера са 1*	Укупан број запослен. у кластерима	Просјечан број запослен. у кластерима	Удио зап. у кл. са 3* у укуп. броју запослених
<i>ЕУ 15</i>							
Аустрија	54	1	8	45	683.508	12.657	16,02
Белгија	33	1	8	24	984.132	29.822	8,90
Данска	28	0	4	24	816.797	29.171	0
Финска	22	2	4	16	406.978	18.499	6,74
Француска	163	4	36	123	4.525.588	27.764	12,83
Грчка	31	0	11	20	721.404	23.271	0
Ирска	14	0	7	7	382.703	27.335	0
Италија	222	5	63	154	5.776.006	26.018	4,26
Луксембург	3	0	1	2	35.382	11.794	0
Холандија	56	1	17	38	1.822.497	32.544	2,29
Немачка	397	35	116	246	7.608.161	19.164	22,74
Португалија	39	9	12	18	1.079.524	27.680	61,88
Шпанија	153	8	31	114	4.383.251	28.648	8,67
Шведска	39	3	9	27	623.584	15.989	14,68
В.Британија	187	18	30	139	5.119.541	27.377	25,35
<i>ЕУ 12</i>							
Кипар	7	0	1	6	79.291	11.327	0
Чешка	74	5	24	45	1.056.167	14.272	14,84
Естонија	9	0	3	6	132.242	14.693	0
Латвија	7	1	2	4	188.303	26.900	22,89
Литванија	11	5	2	4	265.034	24.094	70,62
Мађарска	48	0	13	35	639.641	13.325	0
Малта	7	0	2	5	40.048	5.721	0
Пољска	147	10	39	98	2.111.317	14.362	14,45
Словачка	26	2	7	17	391.605	15.061	15,56
Словенија	10	1	5	4	192.593	19.259	22,84
Бугарска	49	5	12	32	613.816	12.526	19,19
Румунија	83	23	35	25	1.758.789	21.190	40,10

Извор: Тјјанић 2008, 7.

Из наведене табеле се види да, када је број кластера у питању, Немачка има највише кластера (397), од тога 35 кластера са 3 звезде, 116 кластера са 2 звезде и 246 кластера са 1 звездом. Након Немачке слиједе Италија (222), Велика Британија (187) и Шпанија (153). У групи земаља ЕУ 12 највише кластера има Пољска (147), од чега 10 кластера са 3 звезде, 39 кластера са 2 звезде и 98 кластера са 1 звездом. Надаље, видљиво је да највећи удео у броју кластера имају кластери са 1 звездом (61,96% од укупног броја кластера код Немачке и 66,67% од укупног броја кластера у Пољској). Изузетак је Литванија која има већи број кластера са 3 звезде (5 кластера са 3 звезде, 2 кластера са 2 звезде и 4 кластера са 1 звездом) и Румунија која има 35 кластера са 2 звезде, 23 кластера са 3 звезде и 25 кластера са 1 звездом. Према снази кластера, такође се истиче Немачка са 35 кластера који имају 3 звезде.

Посматрајући и даље број кластера, видимо да најмање кластера међу државама чланицама ЕУ 15 има Луксембург (3 кластера, од тога ниједан кластер нема 3 звезде). Ово је

<sup>2</sup> Звезде означавају снагу кластера и додељују се према следећим критеријумима:

- величини, тј. броју запослених у кластерима (кластер мора припадати групи у коју спада 10% кластера с највећим бројем запослених у поређењу с осталим кластерима исте врсте),
- степену специјализације и
- доминацији над осталим регионима (удио запослених у кластеру у укупној запослености у региону, првих 10% кластера који имају највећи удио у укупној запослености у региону добијају звездицу). Број запослених у кластерима којима се додељују звезде не смије бити мањи од 1.000.



истовремено и држава с најмањим бројем кластера у ЕУ 27. Међу новим државама чланицама (ЕУ 12) најмање кластера имају Кипар, Латвија и Малта (по 7 кластера, при чему Кипар и Малта немају ниједан кластер са 3 звјездице). Ако посматрамо број запослених, највећи број запослених у предузећима која улазе у кластере, у 2007. има Њемачка (7.608.161,00, што износи 22,61% укупног броја запослених у Њемачкој), док најмањи број запослених у предузећима која улазе у кластере има Луксембург (35.382,00, што износи 17,43% укупног броја запослених у Луксембургу). Просјечан број запослених у предузећима која улазе у кластере је највећи у Холандији (32.544,59), док је најмањи просјечан број запослених у предузећима која улазе у кластере на Малти (5.721,14). Такође је видљиво да у већини земаља мање од 50% укупног броја запослених у кластерима ради у кластерима са 3 звјездице, уз изузетке, Литванију (удио запослених у кластерима са 3 звјездице у односу на укупан број запослених у кластерима је 70,62%) и Португалију (удио запослених у кластерима са 3 звјездице је 61,88%). Већи број кластера налази се у државама чланицама ЕУ 15 мада су неке нове државе чланице искористиле своје могућности за кластеризацију па су по броју кластера (и броју запослених у кластерима) чак и престижне неке од држава чланица ЕУ 15. Анализа кластера у ЕУ према врстама показује да је формирано највише грађевинских кластера (Тјјанић 2008, 12).

Ипак, кластери су најчешће настајали на сировином богатом подручју или региону, на подручјима са добром путном инфраструктуром и повољним земљиштем или добрим географским положајем у близини граница или водених путева. Честа је појава да кластери настају као резултат развоја пратећих индустрија за већ развијене и моћне кластере. Познат је феномен развоја дизајнерске и машинске индустрије у сјеверним дијеловима Италије, које су настале као пратећа индустрија развијеним индустријама коже и обуће. Предузетници прате кретања у окружењу и вјешто искористе предности датог подручја или региона, а не ријетко и цијеле земље. Њемачка је произвођач најбољих аутомобила а Италија нуди обућу и одјећу са најприхваћенијим дизајном у свијету. Француске винарије и производња вина и сирева и швајцарски прецизни и скупи сатови су препознатљиви свугдје у свијету. Велики дио успјеха поменутих нација и њихових по квалитету познатих производа, лежи у преносу знања и информација, синергијском дјеловању веће групе произвођача или везаних индустрија, те повољним макроекономским и политичким условима у којем дјелују. Сви ови елементи утичу споља на начин и форму организације кластера. Унутрашња организација кластера, мора бити прилагођена датим спољним факторима и потребама њених чланова.

## 7. ЗАКЉУЧАК

У земљама у развоју и транзицији, сектор малих и средњих предузећа је запостављен и неразвијен, али мала и средња предузећа могу бити носиоци развоја под условом да су међусобно повезана, тако да то повезивање ствара синергетски ефекат. Кластеризација, као облик пословног повезивања, има велики значај и улогу, а огледа се у удруживању, првенствено малих и средњих предузећа, приликом заједничког дјеловања на тржишту. Ефикасно и правилно структуриран кластер има позитиван утицај на раст продуктивности и економичности малих и средњих предузећа, те доприноси њиховом лакшем и ефикаснијем интеграцији на међународно тржиште.

Слиједећи логику сталних и готово експоненцијалних промјена, технолошке, организационе, управљачке и друге иновације јављају се као неминовност и услов успјеха на умреженим тржиштима. Мрежно пословно повезивање је савремена стратегијска потреба, нови модел предузетничког понашања и глобални тренд, који се управо заснива на тражењу кључне компетентности предузећа и ефикасности организационо-процесне мреже, а састоји се у стварању прилагодљиве, синергистичке и конкурентне организационе структуре (Драшковић 2004, 126). У оваквом облику савременог пословног повезивања, кластеризација има све већи значај и улогу, што се огледа у стварању потребе за новим, другачијим, стратегијама развоја заснованим на удруживању, првенствено малих и средњих предузећа, и заједничком дјеловању на тржишту, а по *моделу* успјешно примјењеном у пракси развијених земаља.

У земљама ЕУ мала и средња предузећа чине висок проценат укупног броја пословних субјеката, запошљавају око три четвртине укупно ангажоване радне снаге и дају знатан допринос остваривању високог БДП-а. Насупрот томе, у земљама у развоју, сектор малих и средњих предузећа је био запостављен и отуда неразвијен, што је као резултат имало знатно

слабије учешће у БДП-у (Vlada Republike Srpske 2011; Savjet ministara BiH 2009). И без обзира на то колико се труда уложи у повећање конкурентности појединачних предузећа у неразвијеном окружењу, учинак на привреду, у цјелини, не може бити знатан.

У земљама у развоју и/или неразвијеним регионима мала и средња предузећа могу бити носиоци развоја само ако су међусобно повезана и ако то повезивање ствара синергетски ефекат. На основу наведеног, намеће се констатација да удруживање и повезивање предузећа, посебно у неразвијеним регионима, нема алтернативу. Ово тим прије што се такав концепт већ успјешно спроводи у земљама ЕУ.

## ЛИТЕРАТУРА

- Drašković, Veselin.** 2004. „Mrežno poslovno povezivanje kao megatrend i nova menadžment strategija“. Kotor: *Ekonomika preduzetništva*, br. 2, 126–129.
- Drašković, Mimo.** 2006. „Klasterizacija kao komponenta globalne konkurencije“. Kotor: *Montenegrin Journal Of Economics*, no 4.
- Günter, Scheer, i Lucas von Zallinger.** 2008. *Кластер менаџмент*. Приручник. Београд: Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије и ГТЗ.
- OECD.** 1999. *Managing National Innovation Systems*.
- OECD.** 2003. *The Cluster Initiative Green Book*, p. 14.
- Porter, Michael.** 1990. *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Macmillan.
- Porter, Michael.** 2008. *O konkurenciji*. Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju u Beogradu. Beograd: MST Gajic.
- Tijanić, Lela.** 2008. „Politika Evropske unije u formiranju klastera“. Pula: časopis *Ekonomika istraživanja*, Sveučilište Jurja Dobrila.
- Hopkinson, Lana.** 2003. *Inovacioni klasteri*. Non-financial Assistance to SMEs in Serbia. Pristupljeno 29. 10. 2011. <http://www.arhiva.srbija.sr.gov.yu/g/documents/inovacioni>.
- Vlada Republike Srpske.** 2011. „Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća i preduzetništva u Republici Srpskoj u periodu 2011–2013. godine“, Banja Luka.
- Savjet ministara BiH.** 2009. „Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća u Bosni i Hercegovini u periodu 2009–2011. godine“. Sarajevo.
- EIM Business and Policy Research.** 2009. „First Section of the Annual Report on EU Small and Medium-sized Enterprises“. Brussels. Pristupljeno 29. 10. 2012. [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2008/annual-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2008/annual-report_en.pdf)