

FORMIRANJE KLASTERA NAMENSKE INDUSTRIJE U FUNKCIJI REGIONALNOG RAZVOJA

ESTABLISHING DEFENCE INDUSTRY CLUSTERS FOR THE SAKE OF REGIONAL DEVELOPMENT

BILJANA IVANOVA
Vojna akademija, Beograd

MIROSLAV TERZIĆ
Vojna akademija, Beograd

Rezime: Činjenica je da smo u vreme postojanja SFR Jugoslavije bili jedna od jačih industrija u proizvodnji i plasmanu proizvoda namenske industrije. Povezivanje svih ekonomskih subjekata koji su ranije radili na odgovarajućim projektima u namenskoj industriji, kao i uključivanje novih zainteresovanih strana, mogli bi biti preduslov za stvaranje klastera namenske industrije. Ovakvo povezivanje preduzeća u slabim nacionalnim privredama, koja se na odgovarajućem području delatnosti nadmeću, ali i sarađuju, doprinelo bi privrednoj snazi zemlje. Za uspeh na svetskom tržištu neophodno je objediniti raspoložive materijalne i ljudske kapacitete, međusobno povezana preduzeća, srodnih i različitih delatnosti, specijalizovane dobavljače, pružaoce usluga, kao i naučno-istraživačke i obrazovne institucije, agencije i sl.

Cljučne reči: konkurentnost, klasteri, namenska industrija.

Abstract: It is a fact that during the existence of the SFR of Yugoslavia, we were one of the stronger industries for production and placement of defence industry products. The liaison of all economic entities that have worked on appropriate projects in defence industry in the past, along with involvement of new stakeholders, could be a prerequisite for establishing defence industry clusters. Such liaison of enterprises in poor national economies, which compete with one another in a certain area of operation but also cooperate, would be beneficial for the economic capacity of the country. In order to achieve success on the global market, it is essential to unite the available material and human resources, mutually-related enterprises, similar and different activities, specialised purveyors, service-providers, coupled by scientific, research and educational institutions, agencies etc.

Keywords: competitiveness, clusters, defence industry.

1. POJAM KLASTERA

Englesku reč *cluster* (skup, jato, grozd, grupa) prvi je upotrebio jedan američki kompozitor da bi označio skup istovremenih, gusto nanizanih tonova. Svuda u svetu preduzeća imaju tendenciju da se okupljaju u klastere, i imale su je mnogo ranije nego što je pojam klastera ušao u ekonomsku literaturu. Klasteri su ušli na velika vrata kad je Majkl Porter objavio svoju *Competitive advantage of the nation*, 1990. godine. U eri globalizacije, bežičnih komunikacija, integrisanja različitih oblika komunikacija, sve bržeg i jeftinijeg transporta, paradoksalno izgleda tvrdnja da lokacijsko grupisanje poslovanja igra važnu ulogu. Trajna konkurentna prednost se ne kreira preko protoka roba, usluga i kapitala kojima svi imaju pristup. Značaj dobija prisustvo onih faktora čija mobilnost procesima globalizacije nije značajno unapređena, kao što su lokalno razvijena znanja, međusobne veze, kulturno nasleđe i druge lokalne karakteristike poslovnog okruženja. Ključna prednost klastera leži u višedimenzionalnoj blizini svih aktera – ne radi se samo o geografskoj, već i o kulturnoj i institucionalnoj blizini i usklađenosti. Blizina omogućava deljenje snaga i sredstava, zajedničke aktivnosti zahtevaju zajedničku

viziju i ciljeve, a lične i društvene veze jačaju poverenje i omogućavaju brži protok informacija [1].

2. POTREBA ZA ORGANIZOVANJEM PRIVREDE NA BAZI KLASTERA

Poslovanje preduzeća [2] odvija se u ratnoj sredini i u uslovima koji su slični ratnom stanju i koji zahtevaju stalnu borbu da bi se ostvario neki cilj. Ratnu sredinu predstavlja tržište gde se vodi stalna borba za opstanak i sticanje konkurentne prednosti da bi se dobilo poverenje potrošača. U takvoj borbi menadžment preduzeća mora da osmisli odgovarajuću strategiju delovanja. Henry Mintyberg definiše strategiju polazeći od pet Ps za strategiju, gde Ps predstavljaju početne uslove, kao što su:

- plan (plan, odnosno put kojim će se ići kako bi se postigli zacrtani ciljevi),
- pattern (obrazac, odnosno doslednost)
- position (pozicija, ili pozicioniranje neke organizacije u datom okruženju, pre svega u odnosu na konkurenciju i potrošače),
- perspective (perspektiva ili vizija stratega o budućem delovanju kroz sagledavanje kretanja faktora eksternog okruženja – društva i njegovih struktura,

tehnologije, tržišta, sagledavanje potrebe i svrhe postojanja organizacije, sagledavanje elemenata kompetentnosti organizacije, odnosno postojanja potrebnih veština, znanja i tehnologija u organizaciji),

- ploy (trik, blef, smicalica, odnosno gledanje na strategiju kroz sposobnost organizacije da nadmudri konkurente).

Često menadžeri na konkurenciju gledaju preusko podrazumevajući da se ona odvija samo između današnjih konkurenata. Ukazujući na uskost takvih gledanja Michal Porter [3] naglašava da postoji pet snaga konkurentnosti, dakle još četiri pored one vezane za postojeće rivale. To se odnosi na pet sila koje određuju osnovnu, dugoročnu privlačnost tržišta ili tržišnog segmenta za određenu kompaniju ili granu proizvodnje:

- konkurencija u grani (velika konkurencija odbija ulaganje u novu proizvodnju),
- potencijalni novi učesnici (najprivlačniji je segment tržišta koji ima visoku ulaznu barijeru, a da je izlazna barijera niska, jer se smanjuje broj kompanija koje imaju kapital da bi ušle u granu proizvodnje, a izlazak iz te grane ne zahteva veliki trošak)
- supstituti ili zamene (segment nije privlačan ako postoje brojne zamene za proizvod koji se plasira na tržište, što zahteva neprekidno praćenje kretanja cena i profitabilnosti daljih ulaganja u proizvodnju),
- kupci (za kompaniju veliki problem predstavljaju kupci koji su organizovani i imaju jak pregovarački kapital i kada su u pitanju dobijanja povoljnijih cena, i povećanje garancija, kao i rokova isporuke) i
- dobavljači (kada su u poziciji da diktiraju uslove za isporuku sirovina i opreme potrebne za proizvodnju, što može vrlo nepovoljno da utiče na konkurentnost proizvoda i kada je u pitanju njegova cena, kao i dostupnost na tržištu).

Osnovna poruka koju sledi jeste da suština konkurencije nije u rivalitetu, pogotovu ne u njegovoj iscrpljujućoj ulozi [4]. Klasičan model iscrpljujućih rivaliteta danas je zamenjen spajanjima, preuzimanjima i akvizicijama (mergers and acquisitions - M&A) koji su uveli nove oblike jačanja konkurentnosti. U tom pravcu deluju i tehnološke inovacije koje su takođe preoblikovale rivalstvo. Pet snaga (sila) konkurentnosti nam omogućava spoznaju ZAŠTO je profitabilnost neke industrije takva kakva je, dobra ili loša.

Naša privreda spada u tranzicione privrede i to u privredu u kojoj je taj proces, iz poznatih razloga, najkasnije otpočeo i još uvek je u toku. To, između ostalog, ukazuje da su napred navedene sile u najvećoj meri nepovoljno postavljene u odnosu na konkurentnost naših proizvoda i usluga na globalnom tržištu, što zahteva organizaciono prilagođavanje privrede zahtevima globalnog tržišta. U tom smislu aktuelan je specifičan oblik organizovanja obuhvaćen pojmom klastera, a karakterističan je za tržišne privrede. Globalizacija omogućava kompanijama da kapital, proizvode i tehnologiju nabavljaju iz svih delova sveta, odnosno da poslovanje lociraju tamo gde je to troškovno najefikasnije. To je kod mnogih dovelo do

verovanja da vlade konkretnih zemalja sve više gube uticaj na konkurenciju, i da se taj uticaj prenosi na globalne faktore. Porter osporava ovakve stavove upravo vezano za pojavu klastera kao ključnih komponenti lokalnog organizovanja u cilju postizanja i lokalne i globalne konkurentnosti. On definiše klaster kao geografske koncentracije međusobno povezanih kompanija, specijalizovanih dobavljača, davalaca usluga, firmi koje se bave srodnim – komplementarnim delatnostima i relevantnih institucija (kao što su univerziteti, agencije za standardizaciju, naučni instituti, centri za stručno osposobljavanje i strukovna udruženja), koje međusobno konkurišu, ali i sarađuju. U brošuri «Klasteri Srbije» data je nešto šira definicija klastera: Klasteri predstavljaju geografsku koncentraciju međusobno povezanih preduzeća, srodnih i različitih delatnosti, specijalizovanih dobavljača, pružaoa usluga i, sa njima povezanih, organizacija podrške (obrazovnih i naučno-istraživačkih institucija, agencija i sl.) koje se na odgovarajućem području delatnosti nadmeću, ali i sarađuju. Klaster povezuje zajednički interesi i potrebe na području nabavke, prodaje, specijalizovanih usluga, radne snage i drugih resursa. Koncept klastera predstavlja novi način razmišljanja o državnim, regionalnim i gradskim privredama i ukazuje na novu ulogu kompanija, vlada i drugih institucija koje se organizuju u cilju povećanja konkurentnosti. Odgovarajuća makroekonomska politika podsticanja konkurentnosti sve više se pravilno shvata, ali se prihvata i da ona nije sama po sebi dovoljna. Uticaj države često se više ostvaruje na mikroekonomskom nivou. Uklanjanje prepreka rastu i razvoju postojećih i novih klastera treba da ima prioritet. Klasteri predstavljaju pokretačku snagu rastu izvoza i magnet za privlačenje stranih investicija. Klaster može da obuhvata jedan grad, regiju, ali i celu zemlju, pa čak i čitavu mrežu susednih zemalja.

Ovaj oblik povezivanja privrednih subjekata je još uvek nedovoljno poznat i primenjen na prostorima zemalja u tranziciji. Klaster se ne može poistovetiti sa nama ranije poznatim oblicima udruživanja, kao što su u poljoprivredi bili [5]: zadruge, kombinati, zadružni savezi, udruženja poljoprivrednika ili komora. Za razliku od njih klaster je interesna neprofitna organizacija koja okuplja pravna i fizička lica koja mogu imati formalni i neformalni karakter. Poređenja radi, grupacije prerađivača žita, pekarska industrija, mesna industrija nisu klaster. Klasteru pristupaju samo oni koji su prepoznali svoj poslovni interes koji je definisan kroz jasan cilj. Cilj udruživanja u klaster može biti:

- povećanje konkurentnosti domaćih proizvoda na domaćem i inostranom tržištu, kao i obezbeđivanje uslova za povećanje izvoza,
- bolje i efikasnije korišćenje domaćih resursa (prirodnih, proizvodnih, kadrovskih),
- iniciranje i podrška kooperacije između preduzeća, obrazovnih i razvojnih institucija,
- povezivanje sa fondovima za finansiranje inovativnih projekata,
- obuka i obrazovanje, kao i mnogi drugi interesi kako članica ili proizvodne - uslužne grane, tako i regiona, pa i vlade.

S obzirom da klasteri tesno sarađuju sa vladom, preduzeća na taj način, dobijaju i mogućnost većeg uticaja na unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za poslovanje, otklanjanje administrativnih i drugih barijera, a time i na unapređenju konkurentnosti celokupne privrede. Kroz cilj udruživanja po konceptu klastera, definišu se i kavalitet, kvantitet i kontinuitet proizvoda, kao i kako postići zahteve tržišta i zadovoljiti kupca.

Uspeh klastera počiva na uzajamnom poverenju i poštovanju načela. Klaster treba organizovati tamo gde se najpre mogu ostvariti rezultati. Treba imati u vidu da je klaster dugoročan projekat i kao takav složen. Klaster je orjentisan strateški, što podrazumeva razvoj određenog sektora, grane, na određenom području, za određene kompanije, članice klastera. Unutar klastera je moguće kontrolisati faktore koji utiču na strategiju kompanije. Tako klasteri mogu postati generatori novog načina strateškog razmišljanja u nacionalnoj privredi. Možemo uočiti razliku između klastera i udruženja. Udruženja daju određene usluge članovima, određene informacije, dok klasteri strateški deluju. Tačno se definiše koji se proizvodi moraju proizvoditi, za određeno ciljno područje i tačno se zna koji su ciljni kupci. Klaster povezuju zajedničke potrebe na području nabavke, kupaca, specijalizovanih usluga, kadrova i drugih resursa, te tako umrežene potrebe obezbeđuju natprosečnu konkurentnost, a time i uspeh u određenom segmentu delatnosti. Iako je prednost klastera izlazak na međunarodno tržište, ključno je da se obezbedi i funkcionisanje klastera unutar nacionalnog tržišta, kao preduslova za povećanje ukupne konkurentnosti.

Klaster je, dakle, grupa srodnih preduzeća ili udruženja proizvođača iz jedne grane, uključujući i proizvođače sirovina, kao i vladinih i nevladinih organizacija i naučnih i obrazovnih institucija, koje tako udružene rešavaju zajedničke probleme i, unapređujući poslovanje, postižu uspeh u određenom segmentu delatnosti i natprosečnu konkurentnost i promociju u zemlji i inostranstvu. Članicama klastera treba da bude jasno da mogu da budu i ostanu konkurentne na užem, odnosno manjem tržištu, na kom kao članice istog udruženja mogu da sarađuju, a da su za šire tržište mali da bi sami na njemu mogli postići konkurentsku prednost. Jer, članice klastera zadržavaju svoju samostalnost, individualnost, svoju proizvodnju, svoje tržište, a da pri tome mogu konstruktivno da deluju unutar klastera. Grupa kompanija koje primenjuju istu strategiju na datom ciljnom tržištu naziva se strategijskom grupom. Kompanije samostalno, ili udružene mogu imati jednu od sledećih uloga na ciljnim tržištima:

- lidera (pokriva do 40% nekog tržišta),
- izazivača (pokrivaju oko 30% tržišta),
- pratioca (pokrivaju oko 20% tržišta), i
- nišera (pokrivaju preostalih 10% tržišta, pri čemu je upravo ovo pozicija kojoj se u najvećoj meri mogu nadati naše kompanije na globalnom tržištu, posebno na tržištima razvijenih zemalja).

Svaki klaster je priča za sebe i ne može se jedan model klastera preslikati na drugi klaster. Za formiranje klastera neophodno je znanje i iskustvo o klasteru, kao i znanje iz

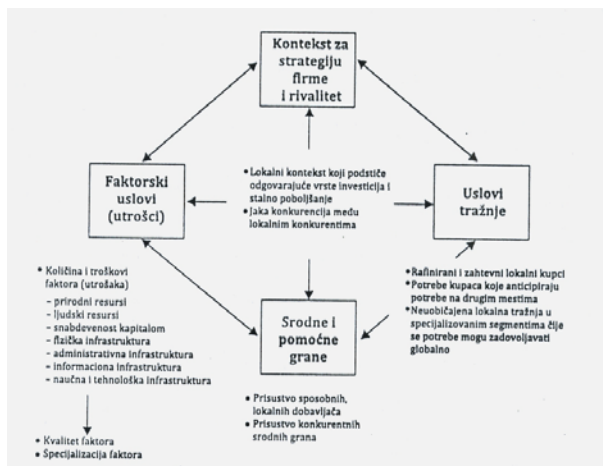
drugih oblasti menadžmenta. Sam proces razvoja klaster inicijativa je dugoročan društveno-ekonomski proces koji može trajati godinama, čak decenijama, a krajnji rezultat je najčešće prostorna koncentracija zasnovana na širokoj poslovnoj saradnji i rivalitetu, kao procesu sa sinergetskim (sadejstvjućim) uticajem. U 2003. godini, pregled *Competitiveness Institute*, identifikovano je 500 klasterskih inicijativa, najviše u Evropi, Severnoj Americi i Australiji. Od toga, 32% su inicirale lokalne i centralne vlade, 27% industrija i 35% zajedno. Inicijative su uglavnom finansirane od strane vlade (54%), manje od industrije (18%) i podjednako od obe strane (25%). Gotovo sve inicijative (89%) su imale posvećenog vođu, koji je uglavnom poticao iz industrije [1].

Napredne ekonomije se ne takmiče danas jeftinom radnom snagom ili eksploatacijom prirodnih resursa. One se takmiče znanjem i tehnologijom, a u stvaranju ovih konkurentnih prednosti ključnu ulogu imaju istraživanje i razvoj, finansije i grupe stručnih pojedinaca koje je najlakše okupiti unutar klastera. Preduslov za uspešan klaster je i poznavanje i primena standarda, veština koje predstavljaju trošak, ali se kroz klaster i brže i jeftinije dolazi do njih. Ukratko, kroz klaster se lakše, brže i jeftinije postiže sve ono što je pojedinačno potrebno preduzećima, kao na primer:

- dobijanje sertifikata za kvalitet koji obezbeđuje pronalaženje pravog kupca za pravi proizvod, a i preduslov je pristupa određenim tržištima,
- brendiranje proizvoda ili grane,
- obuka radnika,
- uvođenje novih tehnologija,
- istraživanje, unapređivanje dizajna,
- predugovor za proizvodnju i plasman.

Iscrtavanje granica klastera predstavlja kreativan proces zasnovan na razumevanju veza i komplementarnosti između privrednih delatnosti i institucija, koje su najvažnije za konkurentnost. Granice klastera trebalo bi da obuhvate sve firme, grupacije i institucije koje su čvrsto povezane, vertikalno, horizontalno ili institucionalno, što ne isključuje manje ili više labave veze sa drugim subjektima od uticaja na povećanje konkurentnosti. Klasteri se bolje od tradicionalnih grupacija (kao što su kompanije, grane ili sektori) uklapaju u prirodu konkurencije i u izvore konkurentne prednosti. Oni obuhvataju važne veze, komplementarnosti i tehnološka preliivanja znanja, informacija, marketinga i potreba kupaca, čineći da se ti resursi ne ograniče na pojedine firme i grupacije. Pripadnici klastera najčešće ne konkurišu jedni drugima, već se orijentišu na pokrivanje potreba različitih segmenata privrede i drugih potrošača. Gransko udruživanje obično deformiše proces konkurencije, dok je pristup zasnovan na klasteru podstiče. Položaj klastera u jednoj privredi pruža važne uvide u njen proizvodni potencijal i ograničenja u vezi sa budućim razvojem

Ranija četiri povezana uticaja na konkurentnost neke lokacije (grada, regije ili države u celini) data kao model romba, mogu se posmatrati kroz prizmu klastera (slika 1.).



Slika 1: Izvori konkurentske prednosti lokacije

Kao što je prikazano na slici, ulaganja proizvodnih činilaca uključuju materijalna sredstva, informacije, pravni sistem i istraživačke institute pri univerzitetima na koje se firme oslanjaju kako bi bile konkurentne. Da bi se povećala konkurentnost angažovani faktori moraju da unapređuju efikasnost, kvalitet i specijalizaciju za određene oblasti klastera u cilju inoviranja i unapređivanja proizvodnje. Kontekst za strategiju firme i rivalitet podrazumeva pravila, podsticaje i norme koje usmeravaju vrstu i intenzitet lokalnog rivaliteta, što se u nerazvijenijim privredama svodi na konkurenciju cenom a ne kvalitetom, sem ako se dozvoli prisustvo stranih kompanija. U razvijenim privredama rivalitet se preusmerava sa niskih plata na niske ukupne troškove, što zahteva povećanje efikasnosti proizvodnje i pružanja usluga. Takođe se konkurencija zasnovana na imitaciji preusmerava na inovacije, koje podrazumevaju segmentiranje tržišta, kao i povećana ulaganja ne samo u fizička – materijalna sredstva, nego i u oblasti kao što su kvalifikacije i tehnologija. Pretpostavka za investicije je makroekonomska politička stabilnost, kao i makroekonomske politike kao što su: struktura poreskog sistema, sistem korporativnog upravljanja, politika tržišta rada koja utiče na podsticaje za razvoj radne snage, kao i propisi u vezi sa intelektualnom svojinom i njihova primena. Lokalni rivalitet takođe mnogo zavisi od otvorenosti lokalnog tržišta za trgovinu i strane investicije, državnog vlasništva, propisa u vezi sa licenciranjem, antimonopolske politike i rasprostranjenosti korupcije. Uslovi tražnje zavise od toga da li domaće kompanije mogu prevazići imitacije, odnosno proizvodnju proizvoda neodgovarajućeg kvaliteta i da počnu konkurisati na osnovu diferencijacije. U nerazvijenim tržištima preduslov za to je uticaj sa strane koji se potom reflektuje kroz sve zahtevnije kupce na domaćem tržištu. Klasteri povezanih grupa igraju ključnu ulogu u utvrđivanju uslova tražnje. Oni su dominantni u jednoj strani romba koja se odnosi na srodne i pomoćne grane, ali najbolje se sagledavaju kao manifestacija interakcije sve četiri strane romba. Klasteri utiču na konkurenciju na tri široka načina: prvo, time što povećavaju produktivnost firmi i grupa u svom sastavu; drugo, povećavanjem svog kapaciteta za inovacije, a time i za stalni rast produktivnosti i treće, podsticanjem osnivanja novih firmi, što ide u prilog investicijama i inovacijama i proširuje sam klaster.

Klaster se stoga može definisati kao sistem međusobno povezanih firmi i institucija čija je vrednost u celini veća od zbira njegovih delova. Produktivnost se u klasteru povećava pristupom specijalizovanim materijalnim činilcima i zaposlenim, informacijama, institucijama i javnim dobrima, korišćenjem prednosti komplementarnosti, omogućujući veće podsticaje i merenje učinaka. Klasteri predstavljaju kombinaciju konkurencije i saradnje. Međutim, prednosti koje nude klasteri motivišu članice na uspostavljanje konstruktivnih interakcija, što ima direktan uticaj na povećanje njihove konkurentnosti. Mnoge konkurentne prednosti klastera zavise od slobodnog protoka informacija, otkrivanja profitabilnih mogućnosti razmene ili transakcija koje dodaju vrednost proizvodu ili usluzi, od spremnosti da se usaglase planovi i da se uspostavi saradnja među organizacijama, kao i jake motivacije za podsticanje poboljšanja. Odnosi, mreže i osećaj zajedničkog interesa dodatno jačaju ove prednosti.

Teorija klastera povezuje teoriju mreže i konkurenciju. Klasterima mogu biti obuhvaćene i strane firme, pod uslovom da stalno ulažu ili na drugi način ostvaruju značajno prisustvo na lokaciji koju pokriva klaster. Klaster je oblik mreže, koji nastaje na određenoj geografskoj lokaciji i u kojem blizina firmi i institucija obezbeđuje izvesne oblike zajedništva i povećava učestalost i uticaj interakcija. Kada dobro funkcionišu, klasteri prevazilaze hijerarhijske mreže i obrazuju rešetkastu strukturu sastavljenu od velikog broja preklapajućih, fluidnih veza pojedinaca, firmi i institucija. Ove veze se ponavljaju, stalno menjaju i često šire na srodne delatnosti, a sve u cilju povećanja produktivnosti i inovacija. U ovom radu težište je na izvozno orjentisanim klasterima koji predstavljaju dugoročni izvor ekonomskog rasta i prosperiteta geografske lokacije koju pokrivaju. Klasteri najviše dolaze do izražaja u razvijenim privredama gde postižu odgovarajuću kompleksnost i dubinu, dok su u nerazvijenim privredama plitki i najčešće oslonjeni na uvoz komponenti, usluga i tehnologija. U poređnju sa klasterima razvijenih zemalja, klasteri u zemljama u razvoju obuhvataju manji broj učesnika, najčešće su hijerarhijski organizovani, komunikacije su ograničene, a veze između firmi i odgovarajućih institucija nisu dovoljno razvijene. Pojedine zemlje čak koče mogući razvoj klastera štiteći postojeće kompanije od konkurencije, gubeći iz vida da samo povećanjem vrednosti proizvodima i uslugama mogu biti konkurentni. Za zemlje u razvoju prelazak sa koncentrisane na rasutu privredu sa specijalizovanim delatnostima povezanim u klasteru najbolje je otpočeti kroz izgradnju turističkih klastera koji u sebi objedinjuju široku lepezu učesnika sa zajedničkim interesima. Takođe je dobra orijentacija u stvaranju širih gradskih područja koja bi se međusobno takmičila. Klastera organizacija treba da obezbedi stalno povećavanje koncentracije veoma specijalizovanih veština i znanja, rivala, srodnih poslova, izbirljivih kupaca na određenom lokalitetu. U jednom zdravom klasteru početna kritična masa firmi pokreće proces koji sam sebe ojačava i u kojem se pojavljuju specijalizovani dobavljači i akumuliraju informacije, dok lokalne institucije razvijaju posebnu obrazovnu i istraživačku strukturu, kao i

odgovarajuće propise. Kako sve više institucija i firmi prepoznaje značaj klastera, sve veći broj specijalizovanih proizvoda i usluga postaje dostupan, a među lokalnim davaocima finansijskih usluga, kao i u građevinskim i drugim firmama, pojavljuju se specijalizovane stručne službe koje reaguju na klaster. Klaster širi sve veći uticaj ne samo na ono što rade druge firme već i na privatne i javne institucije i državnu politiku, koja počinje da prihvata značaj klastera. Klaster koji raste počinje da privlači direktna ulaganja u obliku proizvodnih pogona ili usluga, kao i dobavljače. On takođe privlači ideje i ljude, što je posebno od značaja za privlačenje naših visokoobrazovani kadrova rasutih po svetu.

Organizovanjem u klastere, inicijalni prihod članica klastera se povećava i do 50% [5]. Ovaj koncept interesnog udruživanja i umrežavanja, i pored toga, sporo biva prihvaćen od menadžera srpske privrede. Razlozi su međusobno nepoverenje, nedovoljno razumevanje od strane krajnjih korisnika klastera, slabo razvijena analiza konkurentnosti, nedovoljan uvid u analizu troškova, neadekvatno praćenje od strane poslovnih banaka, nepoznati izvori finansiranja za nove projekte, kao i mnoge druge slabosti koje nepovoljno utiču na inicijativu za formiranje klastera.

Najvažnija uloga države u privredi jeste ostvarivanje makroekonomske i političke stabilnosti. To se postiže uspostavljanjem stabilnih državnih institucija, doslednog osnovnog ekonomskog okvira i zdravih makroekonomskih politika, uključujući razumne državne finansije i nisku inflaciju. Druga uloga države sastoji se u unapređenju opšte mikroekonomske sposobnosti privrede, što se postiže povećanjem efikasnosti i kvaliteta opštih ulaganja u poslovne aktivnosti identifikovane u rombu konkurentnosti (kao što su obrazovana radna snaga, odgovarajuća fizička infrastruktura i tačne i blagovremene ekonomske informacije), kao i u institucije koje ih obezbeđuju. Ovakvi opšti preduslovi zahtevaju se u privredi kao celini i osnova su na koju se sve ostalo nadograđuje. Treća uloga države odnosi se na uspostavljanje opštih mikroekonomskih pravila i podsticaja na liniji usmeravanja konkurencije koja podstiče rast produktivnosti. Takva pravila i podsticaji prisutni u celom rombu uključuju politiku konkurencije koja podstiče rivalitet, poreski sistem i zakone o zaštiti intelektualne svojine koji povoljno utiču na ulaganja, pravičan i efikasan pravni sistem, zakone koji obezbeđuju odštetu za potrošače, pravila u vezi sa korporativnim upravljanjem na osnovu kojih su menadžeri odgovorni za poslovne rezultate i efikasan regulatorni proces koji podstiče inovacije, a ne da se država zalaže da se zamrzava postojeće stanje. Značaj države je u olakšavanju razvoja svih klastera i usavršavanju u okviru njih. Modifikujući sopstvenu politiku i praksu, država može da motiviše, olakšava i obezbeđuje podsticaje za zajedničku akciju od strane privatnog sektora. Država mora da osmisli dugoročni ekonomski akcioni program i pokrene procese promena koje mobilišu državne organe, privredu, institucije i građane da unapređuju opšte poslovno okruženje i da u okviru toga jačaju različite lokalne klastere. To u našem slučaju znači direktno suočavanje sa kočničarima progressa kroz stvaranje institucija koje se

stavljaju izvan domena tekuće politike bilo koje trenutne i buduće vlade, a koje će biti koheziona spona svih aktera u razvoju privrede i njenoj izvoznoj konkurentnosti.

Treba imati u vidu da, kako klasteri sazrevaju i kako se razvijaju, i kako se izvori njihove konkurentne prednosti menjaju, menjaju se i odgovarajući državni prioriteti. Početni prioriteti uključuju unapređenje infrastrukture i otklanjanje nedostataka, kao što su oni prikazani u rombu na slici 2., na kojoj su prikazani uticaji države na poboljšanje klastera. Kasnija delovanja više se odnose na otklanjanje ograničenja i smetnji inovacijama.

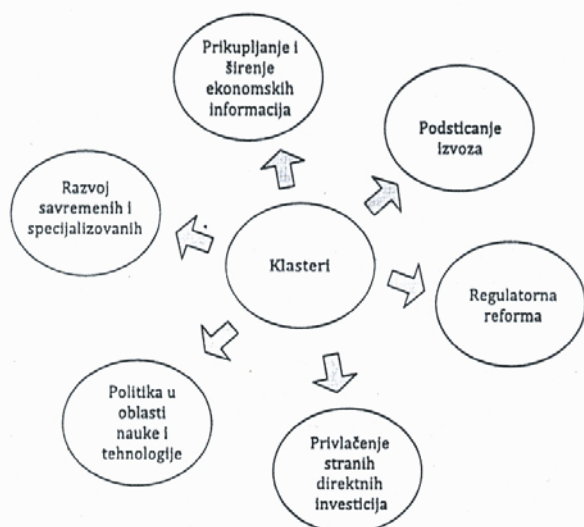


Slika 2. Uticaj države na poboljšanje klastera

Značajan način za podsticanje rasta klastera u zemljama u razvoju, kao što je naša, jeste privlačenje stranih investicija. Privlačenje stranih multinacionalnih kompanija može pokrenuti lokalni razvoj. Međutim, strana ulaganja sama za sebe nisu dovoljna za izgradnju klastera. Neophodno je sistematsko ulaganje truda u unapređenje lokalnih uslova u celom rombu. Pored privlačenja investicija, neke zemlje stvaraju zone slobodne trgovine i industrijske parkove, što je i kod nas prisutno više kao ideja nego realna praksa. Pri tome ovi koncepti mogu da imaju odgovarajući doprinos konkurentnosti samo ako se vremenom integrišu sa ostalim privrednim subjektima u klastere koje će podržati posebno prilagođeni propisi i prateća infrastruktura. Programi i propisi trebaju da podstiču korišćenje i razvoj lokalnih dobavljača i uspostavljanje veza sa lokalnim institucijama za istraživanje, razvoj, obrazovanje i obuku. Pri tome država mora pokrenuti aktivnosti da se poslovni ambijent generalno unapređuje.

Razmišljanje zasnovano na klasterima može da pomogne u usmeravanju ukupne ekonomske politike, a posebno u oblastima kao što su nauka i tehnologija, obrazovanje i obuka, podsticanje izvoza i stranih ulaganja. Uticaj koncepta klastera na ekonomsku politiku prikazan je na slici 3. Ovaj koncept zahteva od različitih nivoa vlasti da međusobno sarađuju kako bi poboljšali operativnost i konkurentnost privrednih subjekata, pa čak da i svoju organizaciju prilagođavaju potrebama klastera. Što je najvažnije, klasteri povezuju lokalni i državni nivo vlasti,

ali doprinose i multilateralnom pristupu u rešavanju privrednih problema.



Slika 3. Klasteri i ekonomska politika

Nacionalne politike bi morale da utvrde minimalne standarde vezano za poslovnu klimu i obezbeđivanje rada klastera, ujedno usmeravajući državne investicije ka manjim administrativnim jedinicama, izbegavajući centralizaciju i rigidnost. Često se uticaj na produktivnost i rad klastera ne zadržava ni na nacionalnim granicama. Jer, usklađivanje transportnih sistema, energetski i telekomunikacionih mreža i drugih sličnih oblasti u susednim zemljama može značajno da pospeši produktivnost. Na potrebu da članovi klastera informišu organe vlasti i da ih podstiču na rešavanje problema ili prevazilaženje ograničenja iz njihove nadležnosti nailazi se u svim delovima romba. Pojedinačna ministarstva ili službe koje utiču na klasterne moraju da se angažuju i moraju da se obrazuju u vezi sa uticajem propisa i politika na kvalitet državnih usluga. Otvoren, konstruktivan dijalog mora da zameni paternalizam i lobiranje koje je isključivo okrenuto parcijalnim interesima. Važna je i sardnja klastera sa strukovnim udruženjima. Posebno kada su u pitanju klasteri sa velikim brojem malih i srednjih preduzeća (na primer u turizmu, industriji odeće i obuće ili poljoprivredi). Značajno je učešće privatnog sektora u stvaranju i razvoju klastera (slika 4.), posebno što je ono preduslov potrebe da sve inicijative u vezi sa klasterima budu oslobođene uticaja dnevne politike i time potrebe da inicijative pokreću entiteti nezavisni od države. U protivnom promena vlasti može dovesti do promene odnosa prema određenom klasteru.

Karakterističan i za našu zemlju poučan je primer inicijative za formiranje mikroklastera u Kataloniji, koju je pokrenuo ministar industrije i trgovine te španske provincije (čovjek iz sistema vlasti), ali je on uspeo da taj proces potpuno odvoji od politike. Na samom početku on je zamolio eminentne profesore najuglednijih poslovnih škola u Barseloni, da metod klastera primene na proučavanje katalonske idustrije. Po dobijanju izveštaja on je proučio pojedine klasterne i organizaciju izvršne vlasti u svom Ministarstvu prilagodio potrebama

klasterskog pristupa rešavanju povećanja produktivnosti privrede. Angažovana je i jedna lokalna konsultantska firma da pokrene klasterske inicijative.



Slika 4. Uticaj privatnog sektora na poboljšanje klastera

Svako istraživanje pojedinačnih klastera obuhvatalo je kompanije, dobavljače, strukovna udruženja, poslovne škole, univerzitete i ministarstva. Stečena saznanja su pomogla katalonskoj vladi da ostvari efikasniji uticaj na nacionalnu politiku savezne španske države. Što je još važnije on je u Kataloniji podstakao mnogo produktivniji dijalog između predstavnika vlasti i privrede, koji se ranije svodio na lobiranje za subvencije i poreske olakšice. Kompanije su započele da traže konkretniju podršku države usmerenu na jačanje konkurentnosti, kao što je pomoć oko osnivanja istraživačkih laboratorija ili podsticanje spoljne trgovine. Klasterski pristup pomogao je brojnim firmama da ne razmišljaju samo operativno već i strateški.

Politika katalonskih vlasti preusmerila se na unapređenje pristupa tržištu klastera, na podsticanje direktnih stranih investicija, na uvođenje programa sertifikacije proizvoda i institucionalizaciju politike u vezi sa unapređenjem tehnologije. Na primer, obezbedila je pomoć za centar za istraživanje i primenu plute, koji sada razvija standarde kvaliteta za plutu. Međutim, u kasnijim diskusijama neke firme su iznele stav da je najbolja usluga koju je obezbedila vlada bio podsticaj za uspostavljanje dijaloga među članovima klastera. Jedna od najvećih koristi od procesa razvoja klastera bilo je to što su predstavnici vlasti bili pretvoreni u informisanu «publiku» firmi. Dijalog različitih agencija i odeljenja u okviru katalonske vlade takođe se poboljšao, a poboljšana je i koordinacija.

Iskustvo iz Katalonije nudi brojne pouke u vezi sa primenom klasterske metodologije. Prvo, jedna od najvažnijih koristi od formiranja klastera jeste istraživanje zajedničkih mogućnosti, a ne samo razmatranje zajedničkih problema. Drugo, lideri su isticali koliko je diskretno delovanje bilo važno za proces razvoja klastera. Ograničen publicitet u početnim fazama pomogao je da se izbegne izazivanje preuranjenih nerealnih očekivanja, kao što je pomogao i da se minimizira stvaranje političke i druge opozicije. Treće, pojedini lideri koji su se pojavili u određenim klasterima bili su upravo oni stručnjaci koji su

i zaslužni za razvoj klastera, a ne neki nametnuti politički anonimusi. Poseban doprinos dao je sam ministar koji je neprekidno bio uključen u nastajanje i razvoju klastera, štiteći ih od negativnih političkih procesa.

3. POLITIKA RAZVOJA KLASTERA U EVROPI

Promovisanje i institucionalna podrška razvoju klastera, u okviru regionalne, industrijske i inovacione politike u skladu je sa ciljem Lisabonske strategije da do 2010.godine privreda Evropske Unije postane najdinamičnija i najkonkurentnija u svetu. U cilju kreiranja efikasnog ambijenta za podršku razvoja klastera u Evropi, razvijeni su različiti instrumenti podrške [1]:

I Instrumenti podrške kreiranju klsterskih politika na nacionalnom i regionalnom nivou:

- PRO INNO evropska inicijativa (PRO INNO Europe Initiative) omogućava transnacionalnu saradnju na polju razvoja inovacionih politika. Kroz ovu inicijativu podržano je osnivanje Cluster Alliance, platforme za podršku i usmeravanje razvoja nacionalnih i regionalnih politika u cilju stvaranja vodećih svetskih klastera u Evropi. (www.proinno-europe.eu)
- Evropska klaster opservatorija (European Cluster Observatory) predstavlja servis za kreatore politika razvoja klastera, klastera i inovativna preduzeća koji omogućava prikaz i praćenje evropskih klastera, izveštaja o nacionalnim i regionalnim politikama i programima klastera, studije slučajeva klastera i druga dokumenta. Trenutno se prati evolucija 38 kategorija klastera u 200 regiona. (www.clusterobservatory.eu)
- ERAWATCH predstavlja servis za pružanje informacija o nacionalnim i regionalnim inovacionim politikama, učesnicima, organizacijama i programima. (www.cordis.europa.eu/erawatch/index.cfm)

II Instrumenti podrške za umrežavanje klastera i relevantnih klsterskih organizacija u Evropi:

- Europe INNOVA mreža klastera (Europe INNOVA cluster networks) obuhvata 11 trans-nacionalnih mreža klastera, sa više od 200 učesnika iz javnog i privatnog sektora u oblasti tradicionalne i high-tech (visoka tehnologija) industrije. Cilj ove mreže je da jača saradnju klastera kroz zajedničke projekte, omogući razvoj novih metoda za upravljanje klasterima i predlaže mere za unapređenje politika razvoja klastera. (www.europe-innova.org)
- FP7 program, kategorija Kapaciteti, oblast Regioni znanja, pruža mogućnost jačanja istraživačkih potencijala evropskih regiona kroz podršku razvoja regionalnih klastera orijentisanih na istraživanje, uključivanjem univerziteta, istraživačkih centara, preduzeća i potpornih institucija u rad klastera. (www.cordis.europa.eu/fp7/capacities/regions-knowledge_en.html).

4. KLASTERI U SRBIJI

Tokom 2009.godine (10.mart) održana je Prva međunarodna konferencija o klasterima na temu: «Klasteri – izazovi i mogućnosti za regionalni razvoj», kojoj je prisustvovalo oko 200 učesnika [1]. Ministar ekonomije i regionalnog razvoja Mladen Dinkić u uvodnom delu brošure «Klasteri Srbije», koja je predstavljala radni materijal za navedenu Konferenciju, ističe sledeće: «Jedan od modela povećanja konkurentnosti preduzeća koji je široko prihvaćen u razvijenim zemljama predstavlja model udruživanja u klastera. Povezivanje obrazovanja, nauke i proizvodnje je neophodan uslov privrednog razvoja i podsticanja inovativnih procesa. Osvajanje novih tehnologija, otvaranje novih radnih mesta, izlazak na nova tržišta bez podrške institucija je teško ostvarivo. Privreda koja želi uspešan razvoj i dobre poslovne rezultate mora da obezbedi uslove za saradnju sektora proizvodnje sa naučno-obrazovnim i istraživačkim institucijama. Kao rezultat te saradnje nastaju specifični oblici udruživanja preduzeća u klastera koji prevazilaze lokalne, regionalne i nacionalne granice. Podrška razvoju klastera u Republici Srbiji ima za cilj razvijanje konkurentnih i inovativnih preduzeća koja će sutra biti spremna da se uključe u međunarodnu tržišnu utakmicu. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja želi da brošuram «Klasteri Srbije» predstavi rezultate „Programa podrške razvoju klastera“, kao i klastera koji su uz podršku Ministarstva osnovani i danas uspešno rade.»

Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja u periodu od 2006. do 2011. godine sprovodi višegodišnji Program za podršku razvoju klastera. Program ima za cilj da podstakne privredni razvoj, rast zapošljavanja i izvoza kroz umrežavanje preduzeća, istraživačko-razvojnih institucija i poslovnih udruženja u klaster. Prva faza Programa je faza konsultacije i pripreme programa (kraj 2005. i 2006.godina), druga faza je faza stabilizacije i rasta klastera (2007.godina), treća faza je fokusirana na jačanje operativnih kapaciteta i komercijalizaciju postojećih klastera (2008.godina), a u četvrtoj fazi - održivosti planira se uključivanje klastera u međunarodne poslovne tokove, zajedničke inovativne projekte i razvoj inovacijske infrastrukture (od 2009.godine). Realizacija Programa za podršku razvoju klastera u 2007.godini ostvarena je uz finansijsku podršku Vlade Kraljevine Norveške. Raspored sredstava kojima Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja podržava klastera bazira se na izboru najboljih projekata kojima preduzeća i institucije konkurišu za bespovratna sredstva namenjena za sufinansiranje do 50% troškova aktivnosti klastera u različitim fazama razvoja (u zagrada je naveden broj klastera u Republici Srbiji koji su do meseca marta 2009.godine bili u toj fazi):

- početne inicijative za povezivanje po konceptu klastera (prva faza, obuhvata četiri klastera),
- rad klastera u početnom periodu organizovanog rada (druga faza, obuhvata šest klastera),
- rast i komercijalizacija klastera (treća faza, obuhvata četiri klastera) i

- održivost klastera (četvrta faza, obuhvata šest klastera koji samostalno rade).

U Srbiji postoji dvadesetak klastera klasifikovanih po fazama razvoja, koje je Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije podržalo u periodu od 2007. do 2011. godine preko Javnih poziva za podršku razvoju klastera, kao i onih koji su se samoorganizovali i rade bez podrške Ministarstva. Od vremena održavanja Prve međunarodne konferencije o klasterima (mart 2009. godine), formirano je još nekoliko klastera kao što su [1]: Klaster hotelijerstva i gastronomije Srbije, Klaster srpska filmska asocijacija, Klaster asocijacija tekstilaca «Asstex», Klaster *Oxygen Zone*, Klaster proizvođača iz opštine Indija, Feniks –klaster srpske vazduhoplovne industrije, Fond – turistički klaster mikroregije Subotica (Palić), itd. Trenutno stanje je [6] da su klasteri nejak, ostvaruju nizak udeo prometa u sektorima koje pokrivaju, nedovoljno je zastupljena internacionalizacija, nizak je nivo inovativnosti, slabe su veze između preduzeća i institucija za istraživanje i razvoj (R&D), slaba je infrastruktura kao i menadžment klastera, klasteri imaju niz sistemski problema. Tokom 2008. godine ostvarene su svega četiri međunarodne mreže i oko 11% zajedničkog prometa članica klastera u izvozu. U 2008. godini zajednički projekti i područja saradnje realizovani su kroz 89 projekata, od čega oko 40% u domenu marketinga i internacionalizacije, oko 40% u komunikaciji i razvoju mreže, oko 20% u edukaciji i oko 20% u oblasti istraživanja i razvoja. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja u 2009. godini izdvojilo je 40 miliona dinara za podsticanje i razvoj klastera u Srbiji, što je motivisano činjenicom da su najuspešniji klasteri omogućili da se njihovim preduzećima prihodi povećaju i do 50%. Naši najuspešniji klasteri su Softverski, Automobilski i Klaster proizvođača malih poljoprivrednih mašina. Zemlje u okruženju imaju više klastera od Srbije: Hrvatska 44, Mađarska 48, Bugarska 50, Italija 213, a izuzetak je Slovenija sa svega 10 klastera. Kako su na Prvoj međunarodnoj konferenciji o klasterima predstavnici Slovenije izjavili da su upravo klasteri motor njihovog razvoja, to ukazuje da sam broj klastera ne govori i o njihovom udelu u ekonomiji neke zemlje, već da je daleko važnija njihova snaga (širina, dubina, umreženost, itd). Na toj konferenciji su predstavnici EU naglasili da je formiranje klastera od izuzetnog značaja za povećanje konkurentnosti izvoza, naročito u vreme ekonomske krize, tako da je EU, kao podsticaj za udruživanje firmi i povećanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća iz Srbije, izdvojila 6,5 miliona evra, koji će preduzećima u Srbiji biti dodeljivani kroz odgovarajuće pristupne programe.

Može se videti da je u Srbiji formiran manji broj klastera, najčešće usko usmerenih, te da neki od njih ističu i cilj da kompanije članice klastera budu konkurentnije na stranom tržištu. U svakom slučaju ni u naznakama ne postoji klaster koji bi povezivao privredne subjekte okrenute poslovanju sa inostranstvom, kao i prateće institucije za razvoj, inovacije, obuku, standardizaciju. Bitno je uočiti i nepostojanje klastera koji bi sadržavao odgovarajući sistem za informatičku podršku promocije izvozno-

uvozno orjentisanih privrednih subjekata u Republici Srbiji.

Može se zaključiti da je privreda Srbije, i pored nekih prednosti, veoma ranjiva od posledica globalnog dešavanja na svetskom tržištu gde, oni koji su bili najveći zagovornici slobodnog tržišta (kada im je to odgovaralo – SAD na primer), prikriveno i neskriveno, zagovaraju protekcionizam, odnosno zatvaranje sopstvenog tržišta, dajući prednost kupovini proizvoda sopstvenih kompanija. Ta činjenica zahteva od političkih struktura na vlasti da nađu načina kako da odgovore ekstremno nepovoljnim uslovima poslovanja domaće privrede, kakvi su bili u prethodnom periodu a očekuju se i u tekućoj i u narednim godinama. Prvi korak u tome je da strukture na vlasti prestanu nekritički slediti neoliberalni koncept u sferi ekonomije i da utvrde optimalne metode pomoći srpskoj privredi koja decenijama posrće. Jer, ako su se na takve mere odlučile zemlje koje su bile pokretači neoliberalnog koncepta (SAD, Nemačka, Francuska, Velika Britanija), još više osnova za takav pristup imaju političke elite u Srbiji, čija je privreda i bez globalne krize bila na tankim nogama (znatno slabija nego u vreme od pre par decenija kada je u zemlji bio na delu model socijalističkog samoupravljanja). Ekonomista Dejan Šoškić u intervjuu listu Blic od 22.02.2009. godine opravdava ulaganje države u proizvodnju koja je od strateškog interesa, posebno onu koja je izvozno orjentisana, ali pod uslovom da se finansiraju konkretni projekti u kojima država ima izlaznu strategiju, a da projekat nudi povećanje vrednosti uložених sredstava, kako ne bi bila zloupotrebljena sredstva poreskih obveznika u svrhu političke promocije pojedinih stranaka i političara. On savetuje vladi niz mera za koje navodi da ne koštaju mnogo a mogu imati značajne efekte:

- davanje državnih garancija za kredite domaćoj privredi, pre svega izvoznoj industriji, i za potrošačke kredite za nabavku domaćih proizvoda,
- davanje poreskih olakšica za produktivne investicije, kako domaće, tako i strane, ali i poreskih olakšica za emitovanje hartija od vrednosti ukoliko se njima finansiraju ovakve investicije,
- državne nabavke u najvećoj mogućoj meri orjentisati ka domaćim proizvodima,
- poreskim olakšicama dugoročno stimulisati deviznu štednju građana,
- propisima Narodne banke Srbije - NBS dodatno stimulisati poslovne banke na kreditiranje naše industrije, naročito izvozno orjentisane, što nije izvodljivo ako NBS nastavi da bezrizičnu kamatnu stopu drži na nivou od 16,5% godišnje, što tera banke da samo pod višim kamatnim stopama odobravaju kredite, a to je kontraproduktivno u borbi protiv recesije.

Ovo svakako nisu jedine mere koje bi vlada mogla ili morala preduzeti u borbi protiv recesije, a odnosi se na promociju izvozno orjentisane privrede Srbije u svetu, ali ne kao događaja (prisustvo na sajmovima i slično), nego kao procesa. Kao korak u tom pravcu može se uzeti već pomenuta organizacija i realizacija Prve međunarodne konferencije o klasterima. Naredni korak bi moglo biti

celovitije istraživanje konkurentnosti srpske privrede i mogućnosti za njenu odgovarajuću promociju, pošto ono što je do sada rađeno nije dalo očekivane rezultate. Ovaj rad daje akcenat na potrebi primene principa holističkog marketinga, čemu je preduslov odgovarajuće organizovanje ekonomskih subjekata u izvozno-uvozni klaster i formiranje pratećeg informacionog sistema, kao pretpostavke za efikasniji rad jedne takve složene organizacije.

5. KLASITER NAMENSKE INDUSTRIJE

Proizvođači naoružanja, vojne opreme i robe dvostruke namene veoma su bili pogođeni sankcijama uvedenim Saveznoj Republici Jugoslaviji tokom '90-ih, kao i vazдушnim napadima NATO-a 1999. godine. Proizvođački sektor, koji je nekada imao privilegovanu poziciju u snabdevanju Jugoslovenske Narodne Armije, funkcionisao je samo u jednom delu svojih potencijalnih proizvođačkih kapaciteta. Proizvodnja za 2004. godinu je prijavljena na nivou od 35% u odnosu na nivoe koji su postojali pre 1989. godine, iako se i dalje smatra da sektor pruža do 32.000 poslova. Međutim, od potpisivanja sporazuma o Partnerstvu za mir sa NATO-om krajem 2006. godine, obnovio se optimizam povodom izgleda za izvoz naoružanja, vojne opreme i robe dvostruke namene proizvedenih u Srbiji. [7]

Prekretnicu u kontroli spoljne trgovine naoružanjem i vojnom opremom predstavlja 2005. godina, kada se počinju ujedno praviti pregledi izvota i uvoza naoružanja, vojne opreme i robe dvostruke namene. Na seminaru o pravilima EU u izvozu oružja, održanom 13. decembra 2007. godine u Beogradu, navedeno je da je u 2006. godini, Srbija na tržišta BIH, Belgije, Češke, Austrije i Francuske izvezla naoružanje i opremu vredne 11,08 mil\$.

Treba naglasiti da je pre raspada SFRJ, 50–60% namenske industrije bivše Jugoslavije bilo je locirano na teritoriji Bosne i Hercegovine, a u toj industriji bilo je zaposleno oko 38.000 radnika samo u Federaciji BiH. Rat i posledice rata su uticale na kapacitet industrije kad je reč o proizvodnji i trgovini. Konflikta su dekalifikovali proizvodnju za integrativnu odbranu Jugoslavije, a Dejtonski mirovni sporazum i ograničenje u trgovini nametnuto od stranih aktera, dovelo do reduciranih kapaciteta proizvodnje namenske industrije. Značajna stručnost unutar industrije je preostala pa je tako u proteklm godinama vrednost izvoza oružja iz BiH postepeno rasla. Od 1997. do 2001. godine, vrednost izvoza iz Federacije desetostruko se povećala i dostignuta je vrednost od oko 12 mil€ godišnje.

Namensku industriju Srbije čine šest preduzeća (Krušik, Sloboda, Prvi partizan, Zastava oružje, Milan Blagojević, Prva iskra) sa većinskim kapitalom države i tri remontna zavoda (Kragujevac, Batajnica, Čačak) u kojima se obavlja delatnost vezan za municiju i naoružanje. Duži vremenski period posluje u izuzetno složenim uslovima privređivanja: nizak nivo angažovanja proizvodnih kapaciteta zbog restriktivnog budžeta, nizak nivo primanja zaposlenih i njihova neredovna isplata, nedostatak stimulacija za izvoz, visoka zaduženost kod poslovnih banaka i prema dobavljačima repromaterijala,

usporena naplata potraživanja po osnovu izvršenih isporuka proizvoda po tekućim ugovorima, itd.

Proizvode namenske industrije karakteriše sledeće:

- radi se o složenim tehničkim sistemima gde po pravilu nema velikih serija iz čega proizilaze: a) visoki fiksni troškovi po jedinici vremena; b) visoko učešće troškova razvoja i osvajanja; c) dug ciklus reprodukcije i ubrzano finansiranje;
- projekte rade jake korporacije, jaki proizvodno-tehnički sistemi;
- troškovi tekuće generacije oružja veći su od prethodne generacije od 3-5 puta;
- kod razvoja na vojnim projektima nema neizvesnosti, svi su troškovi pokriveni i ovo je jedan od značajnijih razloga da su vojni programi interesantni za privredne subjekte- rizik je minimalan;
- transnacionalne korporacije postaju pokretačka snaga vojnoindustrijskih kompleksa;
- osnovni cenovni odnos: troškovi plus profit;
- u praksi, ekonomski kriterijumi proizvodnje sredstava namenske industrije često prestaju da budu primarni i ustupaju mesto političkim kriterijumima.

Sve ove karakteristike proizvoda namenske industrije ne mogu voditi nekom čistom perfektnom tržištu oružja. U ovoj oblasti nema prave konkurencije na domaćem tržištu, pa prema tome ni zakon ponude i tražnje ne može imati pravu selektivnu, alokativnu i distributivnu funkciju. Monopolističkim preduzećima najčešće nije u interesu da proizvode i prodaju u obimu optimalnom za društvo. Ona visokim cenama i malim obimom proizvodnje mogu da ostvaruju veće profite nego kada bi im cene bile niže, a obim veći. [8] Ulaganja u istraživanje i razvoj za potrebe odbrane čine oko jednu četvrtinu ukupnih svetskih troškova istraživačko-razvojne delatnosti. Iz vojnih budžeta razvijenih zemalja izdvaja se oko 10% za realizaciju istraživačkih i razvojnih programa koji treba da obezbede materijalizaciju usvojene odbrambene doktrine [9]. Formiranje klastera namenke industrije omogućilo bi i olakšalo prijem novih članica, formiranje novih preduzeća u okviru klastera, kreiranje regionalnog identiteta, povezivanje sa srodnim klasterima u regionu.



Slika 5. Simbol UVIS-a,

Izuzetan primer organizovanja na principu klastera je UVIS- klaster srpske vazduhoplovne industrije d.o.o. (slika 5) Osnovan je 03. septembra 2009. godine pod nazivom FENIKS sa ciljem da podrži rast i razvoj srpske vazduhoplovne industrije. U periodu osnivanja okupljao je 12 privatnih preduzeća koja se bave proizvodnjom vazduhoplova i vazduhoplovnih komponenti, kao i eksploatacijom i održavanjem vazduhoplova. Danas ima oko 70 firmi koje se bave špedicijom, uvozom i izvozom aviona, delova i motora, kao i nekoliko firmi koje se bave uvozom kompozitnih materijala, grafitnih vlakana itd.

6. ZAKLJUČAK

U novonastalim okolnostima, namenska industrija se mora posmatrati kao integralni deo privrede, pri čemu se moraju uvažavati sve specifičnosti i značaj koji ovaj industrijski kompleks ima za odbrambenu sposobnost zemlje. Preduzeća namenske industrije se moraju prilagoditi tržišnim kriterijumima i suočiti sa neophodnim promenama. Egzistiranje namenske industrije Srbije na izuzetno konkurentnom stranom tržištu kao i povećanje njenog učešća može se učiniti stabilnijim organizovanjem na principu klastera sa nama kompatibilnim preduzećima iz regiona. Sama činjenica da je namenska industrija sadašnje Federacije BiH i Republike Srpske deo namenske industrije bivše Jugoslavije upućuje na saradnju zbog navedene kompatibilnosti. Organizovanje na principu klastera implicira povećanje konkurentnosti na međunarodnom tržištu već i zbog same činjenice da je u interesu obe, sada, nezavisne države, povećanje produktivnosti kroz prodor na dozvoljena tržišta obe zemlje. Svakako da i institucije mogu mnogo da doprinesu povećanju konkurentnosti školovanjem kadra ne samo iz Srbije već i iz regiona, a sve u cilju povećanja stabilnosti kako regiona, tako i namenske industrije kao njegovog privrednog dela.

Poslovanje preduzeća namenske industrije odvija se u sredini i u kompleksnim uslovima koji zahtevaju stalnu borbu da bi se ostvario neki cilj. Sredina predstavlja tržište i sticanje konkurentne prednosti da bi se dobilo poverenje potrošača je primarno i zbog egzistencije i zbog povećanja konkurentnosti celog regiona. U takvoj borbi menadžment preduzeća mora da osmisli odgovarajuću strategiju delovanja. Reagovanje menadžmenta u ovim uslovima mora biti na makro naivou, a kako su preduzeća namenske industrije u većinskom državnom vlasništvu, ukazuje i na veliki uticaj i ulogu državnih organa u donošenju odluka. Namenska industrija je zbog svoje specifičnosti oslonjena na različite institucije, ministarstva i insistira povezivanje i na horizontalnom i vertikalnom nivou.

Pozicioniranje na tržištu zahteva i princip holističkog marketinga kao pretpostavku konkurentnosti koji se podudara sa idejom organizovanja klastera namenske industrije. Strategija privrednog razvoja Srbije do 2010. godine namensku industriju tretira kao granu koja može da osigura nužni nivo nacionalne nezavisnosti. Optimistična slika poslovanja namenske industrije se zasniva na višegodišnjoj praksi u namenskoj proizvodnji, dobrim položajem na tradicionalnim tržištima i mogućnošću obnavljanja povoljnog položaja na tržištu Amerike i zapadne Evrope.

LITERATURA

- [1] Sektor za regionalni razvoj i unapređenje preduzetništva, *O klasterima*, Retrieved June 19, 2011 from: <http://klasteri.merr.gov.rs/O-klasterima>,
- [2] Mašić, B., *Strategijski menadžment*, Univerzitet Sinergija, Bijeljina, 2007.,
- [3] Porter, M., *O konkurenciji*, FEFA, Beograd, 2008.,
- [4] Savić N., Džunić M., (2008) *Tranzicija i posle u regionu nekadašnje Jugoslavije*. Retrieved June 19, 2011 from: <http://www.fefa.edu.rs/files/pdf/StudijeIstrazivanja/sveska05KonkurentnostSrbijeURegionu.pdf>
- [5] Poljoprivreda, Agroeconomika, *Klaster- efikasan instrument za jačanje konkurentnosti*, Retrieved June 19, 2011 from: <http://www.poljoprivreda.info/>
- [6] Ministarstvo gospodarstva, rada i preduzetništva, *Klasteri- udruživanjem do uspeha*, Retrieved June 19, 2011 from: www.mingorp.hr/
- [7] Republika Srbija, Kontrola prenosa oružja u Srbiji, *Izveštaj SAFEWORLD*, Retrieved June 19, 2011 from: <http://www.saferworld.org.uk/downloads/pubdocs/SEE%20Serbia-Serbian.pdf>
- [8] Đorđević, D., *Teorija i praksa, Formiranje cena u vojnoindustrijskom kompleksu*, Beograd, 1993.
- [9] Stamatović, A., *Vojna privreda druge Jugoslavije*, Beograd, 2001.