

dr. sc. Slavko Simić<sup>1</sup>

dr. sc. Gordana Đokić<sup>2</sup>

dr. sc. Halil Gutošić<sup>3</sup>

## KLASTERI – BITAN DIO PREDUZETNIČKE INFRASTRUKTURE

### SAŽETAK

*Klasteri su već unazad nekoliko dekada poznati u modernim privredama, a u posljednjoj dekadi počeli su već da se pojavljuju i u našem tranzicionom okruženju. I pored toga što imaju pozitivan uticaj na rast i razvoj MSP i što se podrška ovom vidu preduzetničkog alata iskazuje i u usvajanju u strateškim aktima i u našoj zemlji, smatramo da se treba upoznati s načinom formiranja, djelovanja, prednostima kao i nedostacima udruživanja članica u klaster. No prije svega, potrebno je napraviti studiju koja će pokazati da li uopšte ima uslova za formiranje klastera, postoje li zainteresovane strane koje će imati korist iz takvog udruživanja. Ovaj rad pokušava da nađe neke od odgovora na ovu temu.*

**Ključne riječi:** *Klasteri, podrška razvoju MSP, strateški orijentisan rast sektora, tranzicija privrede*

**JEL:** *L11, M14*

### 1. UVOD

Sredinom 90-tih godina prošlog vijeka koncept klastera je počeo da dobija na svom značaju u konkurentnosti i ekonomskom razvoju i kao takav je široko prihvaćen u politici ekonomskog razvoja. Klaster inicijative se prihvataju i u tranzicionim zemljama u posljednjoj dekadi, dobrim dijelom zahvaljujući i pokušaju «prepisivanja» poslovnog okruženja koja podržavaju preduzetništvo iz razvijenih, nama najbližih EU zemalja. Pored toga, proučavanjem brojne literature i studija slučajeva dali su mnoštvo razloga za osnivanje klastera i ukazali na njihov značaj za produktivnost i inovativnost. Aktivnosti podsticanja i povezivanja preduzeća u klaster se smatraju efikasnim instrumentom jačanja konkurentnosti preduzeća, a radi njihovog ospo-

---

1 Centar za unapređenje korporativnog upravljanja, Jovana Dučića 23, 78000, Banja Luka

2 Centar za unapređenje korporativnog upravljanja, Jovana Dučića 23, 78000, Banja Luka

3 Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici, Travnička 1, 72000, Zenica i Fakultet za javnu upravu, pridružena članica Univerziteta u Sarajevu, Igmanska 40 A, 71 320, Vogošća

sobljavanja da proizvode robe i usluge višeg stepena prerade na domaćem i međunarodnom tržištu. U suštini, klasteri su model umrežavanja preduzeća gdje se na fleksibilan način pokreće i razvoj MSP<sup>4</sup>, a na tim osnovama se podstiče i ekonomski razvoj kako na lokalnom tako i na i regionalnom nivou. Međutim, to istovremeno ukazuje da je konceptualni pristup razvoja klastera relativno složen i zbog toga se može ostvarivati samo uz simultanu saradnju predstavnika vlasti, preduzeća - kandidata za klaster, finansijskih institucija, edukacionih centara i drugih organizacija. Pokušaji kopiranja klastera na način kojim djeluju u razvijenim zemljama u domaće okvire, obično završava neuspjehom ako se ne uzmu u obzir svi domaći faktori koji utiču na pokretanje i razvoj klastera u određenoj grani privrede.

## 1.1 Cilj rada

Cilj rada je ukazivanje na ulogu i značaj klastera u modernim ekonomskim tokovima tranzicionih zemalja kao jednog od mogućih instrumenata podrške razvoju preduzetništva. Nadalje, određivanje i ukazivanje na potrebne činioce koji utiču na uspjeh kako implementiranja klastera u domaću privredu, tako i onih činilaca koji treba da budu uključeni kao *conditio sine qua non* da bi klasteri mogli da daju pozitivne rezultate na domaću privredu u tačno određenom segmentu u koji je uveden klaster predstavljaju dopunski cilj ovog rada.

## 2. Pojam i vrste klastera; posljednja generacija u razvoju klastera - kreativni klasteri

Komponavanje muzike predstavlja jedan od najkreativnijih oblika ljudskog stvaralaštva i sam pojam klaster je prvi put u literaturi upotrijebljen upravo u ovom segmentu kreativnosti da označi skup istovremenih, gusto nanizanih tonova. Sama riječ potiče od engleske riječi *cluster*, što u slobodnom prevodu na naš jezik znači skup, jato, grozd, grupa.<sup>5</sup>

Mnoštvo je definicija klastera, od one da je klaster oblik strateškog saveza grupe srodnih preduzeća pa do tog da je to model umrežavanja firmi koji se može prikazati na sljedeći način.<sup>6</sup>

---

4 MSP-Mala i srednja preduzeća

5 Mičić V., *Ekonomski horizonti*, 2010, 12. izdanje, Kragujevac, (2010.), str. 59.

6 Većina autora koji se bave proučavanjem klastera koristi ovaj model za prikaz suštinske ideje djelovanja i rada klastera.

**Slika 1:** Prikaz suštinske ideje djelovanja i rada klastera



Ipak, čini nam se najprihvatljivijim navesti da klaster čine geografski koncentrisana, međusobno povezana preduzeća iz srodnih i različitih djelatnosti, nosioci znanja, druge institucije i organizacije koje garantuju kritičnu masu znanja, tehnologija, resursi i sredstva značajna za jačanje konkurentnosti pojedinačnih preduzeća - učesnika i klastera kao cjeline. Time klaster povezuje sve potrebe povezanih preduzeća u oblasti nabavke, kupaca, specijalizovanih usluga, radne snage i drugih resursa na način da upravo tako udruženi rješavaju zajedničke probleme, unapređuju poslovanje, postižu uspjeh u određenom segmentu djelatnosti i natprosječnu konkurentnost i promociju u zemlji i inostranstvu. Klaster se razlikuje od drugih vidova povezivanja u okviru svojih geografskih granica i to po osnovu:<sup>7</sup>

- uključivanja i korišćenja sredstava;
- upravljanja informacijama (lanci znanja);
- načina razmjene proizvoda i poluproizvoda, i
- po osnovu važnosti načina povezivanja.

Kaže se da su to strateški savezi kao odgovor preduzeća na intenzivne promjene u ekonomskoj aktivnosti, tehnologiji i globalizaciji, i zasigurno imaju svoje mjesto u budućnosti.

U skladu sa Zakonom o podsticaju MSP u Republici Srpskoj<sup>8</sup> definisano je da »Klasteri su oblici preduzetničke infrastrukture koji predstavljaju grupu preduzeća, preduzetnika i pratećih institucija, međusobno povezanih u odnosima kooperacije, kupovine i prodaje, koji dijele istu ili sličnu infrastrukturu, klijente ili vještine, a čije

7 Bošković G. / Kostadinović I., Škola biznisa, 4/2011, Klasteri malih i srednjih preduzeća – ključ ekonomskog razvoja, (2011), str. 54.

8 „Sl. glasnik RS“, broj: 23/09

veze poboljšavaju konkurentost». Takođe treba uzeti u obzir i da je definisan i pravni okvir na osnovu kojih se klasteri mogu pravno registrovati kao neprofitna udruženja, što je i svojevrsna preporuka, shodno Zakonu o udruženjima i fondacijama Republike Srpske.<sup>9</sup>

Pored pojma klastera možemo spomenuti i još neke, usko vezane pojmove kao što su klasterske inicijative, klasterske organizacije i klasterske agencije.

Klasterske inicijative se često koriste kao sinonim za klaster, no to su dva različita pojma, s tim da su klasterske inicijative karakteristične više za razvijene nego za tranzicione zemlje. Razlika između ovih dvaju pojmova leži u činjenici da je osnivanje klastera nezavisno od političkih inicijativa, dok klasterska inicijativa podrazumijeva «organizovani napor da se poveća rast i konkurentnost klastera u regionu, uključujući u te napore preduzeća u klasteru, vladu te istraživačku zajednicu i time predstavlja instrument inovativne politike koji utiče na formiranje kritične mase i transfer znanja u potrebne svrhe».<sup>10</sup>

Odgovorna tijela za rad klusterskih inicijativa su klasterske organizacije koje u suštini djeluju kao klasterske agencije u kojima klaster menadžeri partnerima iz klusterske inicijative obezbjeđuju svoje specifične usluge. U razvijenim privredama postoji dosta klusterskih organizacija, a njihovi prvi oblici su imali javno-privatni karakter.

Postoje standardne podjele klastera na lokalne, nacionalne, regionalne, vodoravne i horizontalne, ali se time nećemo baviti u ovom radu. Interesantno za spomenuti je na koji način EU klasifikuje klaster upotrebom zvjezdica koje označavaju snagu klastera. Svaka zvjezdica se dodjeljuje prema kriterijumima u koje spada broj zaposlenih u klasteru, stepen specijalizacije u regiji (računa se kao odnos između broja zaposlenih određenog klastera u regiji naspram ukupnog broja zaposlenih u regiji i učešća ukupne zaposlenosti u toj vrsti klastera u Evropi u odnosu na ukupnu zaposlenost u EU). Ako je stepen veći od 2, klaster dobija jednu zvjezdicu. Daljnji uslovi za dodjelu zvjezdice su dominacija nad ostalim regijama u smislu učešća zaposlenih u klasteru u ukupnoj zaposlenosti u regiji, gdje prva desetina na rang-listi dobija pravo jedne zvjezdice. Prema ovoj podjeli u odnosu na broj zvjezdica, 155 regionalnih klastera imaju tek tri zvjezdice a recimo 1138 klastera u EU tek jednu zvjezdicu kao simbol snage klastera.

Kreativni klasteri su karakteristični za kreativne industrije i jedan su od novijih oblika podrške razvoju preduzetništva u sredini koja stimulise kreativne aktivnosti i stvaralaštvo. Pri tome postoje različiti oblici klusterski orijentisanog razvoja kreativ-

9 Razvoj klastera u Republici Srpskoj, Ministarstvo industrije, energetike i rudarstva Republike Srpske, Banja Luka 2011, str. 6-15. („Sl.glasnik RS“, broj 52/01 i 42/05).

10 Bošković G. / Kostadinović I., Ibidem, str. 6-23

nih industrija (npr. kreativne lokacije i umjetničke zone, kulturni centri itd). Analiza primjera iz prakse pokazuje da model art klastera (kao vrsta kreativnog klastera) omogućuje umjetnicima i organizacijama u kulturi da prevaziđu finansijske poteškoće, da se stvori infrastruktura i atmosfera u kojoj se organizacije paralelno razvijaju. Učešće države u podsticaju rasta klastera, složili su se i umjetnici i teoretičari, neophodno je zbog balansa između kulturnih i komercijalnih komponenti, koje su suštinske u konceptu kreativnih industrija.

Do sada je prepoznato nekoliko tipova kreativnih klastera u zavisnosti od njihove koncepcije i prirode: jednoobrazni (ujedinjene organizacije istog sektora, na primjer multimedija i dizajn); višeoobrazni (ujedinjene organizacije različitih sektora, na primjer dizajn i arhitektonski biro, kinematografska i video-produkcija, izvođačke djelatnosti, izdavanje knjiga).

Klasteri mogu biti privatni (formirani uz inicijativu individualnih preduzetnika i privatnih organizacija; u budućnosti mogu dobiti podršku države) i opštinski (formirani uz inicijativu gradskih vlasti). Takođe, u klasterima može preovladavati proizvodnja (zatvorena za druge) ili prezentacija, koja podrazumijeva unos kreativno-profesionalnih djelatnosti u javni prostor osnivanjem kafea, prodavnica dizajnirane odjeće ili namještaja, galerija, koncertnih i pozorišnih dvorana itd. Alternativni kulturni centri koji u susjedstvu imaju galerije, knjižare, muzičke klubove, kafiće – reprezentativni su primjeri art klastera. Brojni su britanski primjeri jačanja kreativnog sektora na nivou regiona i lokalnih zajednica. Tako agencija Hidden Art of Hackney saraduje s dizajnerima, dok se Paddington Development Trust bavi razvojem kreativnih industrija u oblasti Pedington. Ove agencije usmjerene su na sljedeće aktivnosti: upravljanje nekretninama, finansijska i informaciona podrška, kadrovske obuke, konsalting, jačanje intersektorskih partnerstava, planiranje poslovanja, razrada investicionih projekata neophodnih za stvaranje novih klastera itd. Postoji još mnoštvo britanskih primjera koji pokazuju da je razvoj kreativne sredine prioritet britanskih gradskih vlasti. Agencija City Fringe istražuje, na primjer, urbane sredine u london-skom biznis centru City i traga za inovativnim mogućnostima stvaranja kreativnih klastera u devastiranim zgradama, najčešće u okviru industrijskih zona.

## **2.1 Čime klasteri utiču na jačanje konkurentnosti privrede?**

Ono što je suština djelovanja klastera jeste iskorištavanje lokacije kao prednosti u smislu grupisanja poslovanja. Na prvi pogled se čini da to i nije baš presudno u postizanju konkurentnosti privrede, međutim, lokacija i dalje igra presudnu ulogu. Lokacija u smislu smanjenja troškova biznisa će pokrenuti bilo koji kapital da bi se stvorio profit. Kapital i radna snaga kao faktori proizvodnje u sadašnjem privrednom, globalnom okruženju su mobilni i shodno tomu prednost neke privrede u

smislu konkurentnosti se zasniva upravo na faktorima proizvodnje, gdje u uslovima globalizacije nije postignuta njihova mobilnost. Ako se postave i razviju da djeluju na pravi način, klasteri mogu da razviju svoj specifični miks konkurentskih prednosti, baziran na lokalno razvijenom znanju, međusobnim vezama, kulturnom nasljeđu i drugim lokalnim karakteristikama.

## 2.2 Djelovanje i rad klastera

Kvalitet lokalnog poslovnog okruženja utiče na konkurentnost preduzeća, no osim što uključuju preduzeća iz jedne djelatnosti, klasteri uključuju preduzeća i iz vertikalno povezanih djelatnosti, proizvođače komplementarnih proizvoda, pružaoce različitih usluga, institucije koje obezbjeđuju obuke, informacije, istraživanje i drugu tehničku podršku, kao i posebne agencije za uspostavljanje standarda. Pored toga, klasteri mogu da uključe i organizacije i institucije poput privrednih udruženja. Ono što omogućuje rad i djelovanje klastera može se svesti na sljedeće: dijalog i zajedničko djelovanje te zajednički nastup na tržištu. Ključna prednost klastera leži u geografskoj, kulturnoj blizini i povezanosti kako institucija tako i snaga i sredstava. Naime, zajedničke aktivnosti nastaju iz zajedničke vizije, kroz zajedničke ciljeve. Klaster će dobro funkcionisati samo ako postoji mnoštvo veza, protoka informacija i aktivnosti među svim akterima klastera, a s obzirom na lokalni karakter i komunikacija je olakšana, kao i profesionalni, obrazovani sistem veza i povezanosti. No sve ovo neće funkcionisati bez potrebne kritične mase svih učesnika u smislu kritične mase vještina, znanja, tehnologija i sredstava preko preduzeća povezanih u klasteru.

## 3. Kako se formira klaster?

Klaster se može geografski prostirati na regiji jednog grada, regiona, države ili čak više država na jednoj ekonomsko-geografski povezanoj regiji. Struktura klastera može biti različita i zavisi od zajedničke strategije koju su razvili članovi klastera.

Isključivo prepoznavanje poslovnog interesa je motiv koji će presuditi da vlasnici preduzeća pristupe klasteru.

Poslovni interes kao takav može biti prikazan<sup>11</sup> u vidu sljedećih ciljeva preduzeća, potencijalnog člana klastera:

- povećanje konkurentnosti domaćih proizvoda na domaćem i inostranom tržištu, kao i ostvarivanje uslova za proširenje tržišta (povećanje izvoza),
- bolje i efikasnije korištenje domaćih resursa (prirodnih, proizvodnih i kadrovskih),

11 Bošković G. / Kostadinović I., Škola biznisa, 4/2011, Klasteri malih i srednjih preduzeća – ključ ekonomskog razvoja, (2011.), str. 66.

- niciranje i podrška kooperacije između preduzeća, obrazovnih i razvojnih institucija,
- povezivanje s fondovima za finansiranje novih projekata
- obuka i obrazovanje, kao i mnogi drugi interesi kako članica tako i regije, pa i vlade.

S obzirom na to da bi klasteri trebali usko saradivati s vladom, stvaraju se i mogućnosti većeg uticaja na unapređenje zakonodavnog i institucionalnog okvira za poslovanje, otklanjanje administrativnih i drugih barijera, a time i na unapređenje konkurentnosti cjelokupnog poslovanja na tržištu. Model koji se najčešće koristi u stranoj literaturi za prikazivanje motiva i zajedničkih ciljeva uključivanja preduzetnika i vlasnika preduzeća u klaster<sup>12</sup> prikazan je na sljedećoj slici.

**Slika 2:** Motivi i zajednički ciljevi uključivanja preduzetnika i vlasnika preduzeća u klaster



Treba naglasiti da razvoj klastera nije lak ni kratkotrajan zadatak. Naprotiv, proces razvoja klaster inicijativa je dugotrajan i težak posao koji može trajati godinama, a da krajnji rezultat bude prostorna koncentracija privrednih subjekata zasnovana na širokoj poslovnoj saradnji.

U 2003. godini, pregled Competitiveness Institute identifikovao je 500 klaster inicijativa i to najviše u Evropi, Sjevernoj Americi i Australiji. Od toga, (32%) klaster inicijativa su inicirale lokalne i centralne vlade, (27%) iz sektora industrija i (35%)

<sup>12</sup> Model koji se najčešće koristi u stranoj literaturi za prikazivanje motiva i zajedničkih ciljeva uključivanja preduzetnika i vlasnika preduzeća u klaster

miks svih inicijatora prethodno navedenih. Inicijative su uglavnom finansirane od vlada (54%), manje od industrije (18%) i podjednako od obje strane (25%). Gotovo sve (89%) su imale posvećenog vođu koji je uglavnom potekao iz industrije.

Klasteri, prema Dostiću, imaju svoj prepoznat životni ciklus koji se sastoji od sljedećih faza:

- Embrionska faza - zasniva se na inovacijama i investicijama;
- Faza rasta - klaster djeluje na razvijenom tržištu na način da se jača konkurentnost i stimulišu preduzetničke veze;
- Faza zrelosti - u okviru klastera usluge i proizvodi su već rutinska stvar a troškovi ključna prednost;
- Faza raspada - slabi klasteri kod kojih za proizvod ili uslugu koju nudi postoji supstitut ili ga neko nudi po nižoj cijeni uslijed još nižih troškova proizvodnje u odnosu na klaster.

Politička i ekonomska klima, takođe, utiču na uspješnost ili neuspješnost poslovanja klastera, jer od političke stabilnosti i prihvatljivosti ekonomske politike zavisi i spremnost preduzetnika za ulaganje kapitala u tu ekonomiju. Takođe, prema Dostiću,<sup>13</sup> notu posebnosti klasterima, u pojedinim regijama u odnosu na druge klasterne u drugim regijama, daju industrijske specifičnosti, tradicija i inovatorska dinamika u njima.

### 3.1 Prednosti i nedostaci klastera

Ključna prednost klastera leži u višedimenzionalnoj blizini svih aktera, čime se ostvaruje njihova višedimenzionalna blizina i usklađenost. Formiranje, rast i razvoj klastera je sam po sebi dugoročan i vrlo kompleksan proces. Pri tom treba imati na umu da je uvijek riječ o strateški orijentisanom procesu u smislu strateški definisanog razvoja određenog sektora, grane i samih članica - preduzeća klastera.

Do sada su se kroz praksu djelovanja i rada klastera uočile prednosti koje se očituju u sljedećem:

- zajedničke nabavke na nivou klastera, što smanjuje troškove poslovanja počevši od manjeg nivoa zaliha, sigurnijih veza s dobavljačima, pružiocima eksternih usluga poput marketinga, knjigovodstva i sl.;
- lakša pristupačnost pri nastupu na inotrižistu ali i apliciranju na inotendere;

---

<sup>13</sup> Milenko Dostić, Menadžment malih i srednjih preduzeća, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2002, str. 161.



- lakši pristup finansijskim izvorima i fondovima;
- specijalizira na nivou visoke profesionalnosti određen set usluga i proizvoda koje klaster nudi.

S druge strane primijećeni su i nedostaci u radu klastera:<sup>14</sup>

- podudarnost strukture i finansijskih mogućnosti za saradnju na nivou klastera u početku je dosta niska;
- pravna i finansijska mogućnost saradnje na nivou klastera još uvijek nije regulisana pravnim procedurama i zakonima;
- uključivanje u klaster ne može odmah da obezbijedi povjerenje u ostale članove klastera kao ni to da svima odgovara strategija na nivou klastera;
- članice klastera se razlikuju po nivou investiranja u svoja preduzeća, iskustvu i samoj poziciji na tržištu, što može dovesti do konflikata u smislu želje za dominacijom u klasteru;
- formalna povezanost u početku rada klastera je na niskom nivou.

Finansiranje klastera treba da bude postavljeno na nivou nadležnih ministarstava za industriju i trgovinu ili privredu te ministarstva finansija. U zapadnim EU privredama klasteri se finansiraju iz državnih budžeta 63%, EU strukturnih fondova 19%, poslovnog sektora 7%, regionalnih budžeta 3% i drugih izvora 8%. Grupa klastera ili potencijalnih klastera aplicira za sredstva podrške, a većina aplikacija (70%) se odobrava po principu bottom up, a ostali po principu top down.

Tokom 2007. godine Republička agencija za razvoj MSP podržala je osnivanje 6 klastera u drvnoj industriji na teritoriji Prijedora, Banje Luke, Trebinja i Doboja. Iskustva u radu klastera u regiji su takva da Republika Srbija na nivou Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja ima Odjeljenje za unapređenje konkurentnosti koje je provodilo višegodišnji Program za razvoj klastera, čija se realizacija planirala po fazama i to:

- prva faza (kraj 2005. i 2006. godina) jeste faza pripreme i osnivanja klastera – tzv. faza Pilot projekta;
- druga (2007. godina) je imala za cilj stabilizaciju i rast klastera;
- treća (2008. godina) je fokusirana na jačanje operativnih kapaciteta i komercijalizaciju postojećih klastera;
- četvrta (od 2009. godine) je faza održivosti – povezivanja sa međunarodnom poslovnom vezom, zajednički inovativni projekti itd.

---

<sup>14</sup> Razvoj klastera u Republici Srpskoj, Ministarstvo industrije, energetike i rudarstva Republike Srpske, Banja Luka (2011.).

Samim učesnicima se prepuštalo da odrede strategiju, pravila, oblik organizacije i proces vođenja klastera, a nadležne institucije se nisu htjele miješati u te aktivnosti, nego su ih samo pratile i podržavale. Način finansiranja se obezbjeđivao putem javnih poziva za najbolje projekte na raspisan konkurs nadležnog ministarstva, a sredstva su bila u visini do 50% vrijednosti projekta i imala su karakter nepovratnih sredstava.<sup>15</sup> Klasteri koji su se pojavili u Republici Srbiji su iz oblasti autoindustrije, drvoprerađivača, industrije poljoprivrednih mašina, proizvođača obuće, plastike i ambalaže, proizvođača namještaja, poljoprivrednih proizvođača organskog porijekla hrane i slično.

#### 4. ZAKLJUČAK

Prednosti udruživanja na principu klastera pokazale su punu vrijednost u razvijenim zemljama, ali i u nerazvijenim i zemljama u tranziciji.

Povezivanje u klaster znači saradnju i inovativnost aktivnih partnera, preduzeća svih veličina iz različitih oblasti, nadovezivanje na obrazovanje, osposobljavanje, razvoj i uvođenje novih tehnologija u poslovne procese, a iznad svega, ofanzivno uključivanje u međunarodne razvojne tokove, kreiranje prilika, a ne samo praćenje postojećih.

Klaster kao već evidentan i pozitivan instrument u razvoju konkurentnosti i politika koje prate i podržavaju razvoj MSP treba da bude orijentisan na sljedeće:

- veliko preduzeće ili grupaciju sličnih preduzeća na način da se time podržava razvoj date grane ili sektora privrede na osnovu prethodno urađenih analiza u smislu da li postoje uslovi za osnivanje klastera;
- potrebno je obezbijediti podršku institucija koje su potrebne za početak, rast i razvoj klastera (pri tom se misli na institucije koje pružaju usluge, know-how, finansijske izvore ili infrastrukturu);
- za efikasan rad klaster treba da obezbijedi podršku nadležnih lokalnih, regionalnih i državnih institucija u skladu sa usvojenim Strategijama razvoja MSP, sektora ili grane privrede za koju se smatra da predstavlja konkurentnu prednost same zemlje.

---

15 Univerzitet Singidunum, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju; Završni rad - Klasteri kao strategijska forma nastupa srpskih preduzeća u prehrambenoj industriji na inostranom tržištu, mentor Branislav Mašić, Beograd (2010)

## CLUSTERS - AN IMPORTANT PART OF THE ENTREPRENEURIAL INFRASTRUCTURE

### SUMMARY

*Clusters for last few decades become well known instrument for spinning off some sector or part of industry, but for last decade they also appear in our transition environment. Apart of fact how much they have influenced positively on growth and SME development through recognition of this entrepreneurship's tool under adoption of strategically documents in our country also, we consider that we need to introduce with ways of establishing, cluster's acting, advantages and disadvantages of such type of entrepreneurship joining, to identify who are the interested parties that would have benefits from such joining. This document tries to find some of answers on this topic.*

**Key words:** *Clusters, support to SME development, strategical oriented growth of sector, transition of economy*

**JEL:** *L11, M14*

### LITERATURA

1. Bošković G. / Kostadinović I., Škola biznisa, 4/2011, Klasteri malih i srednjih preduzeća – ključ ekonomskog razvoja, (2011)
2. Dostić Milenko, Menadžment malih i srednjih preduzeća, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo (2002)
3. Halidbašić M., Klasteri kao faktori ekonomskog i finansijskog razvoja BiH.
4. Mičić V., Ekonomski horizonti 2010, 12. izdanje, Kragujevac (2010)
5. Petković D. / Serdarević N. / Balić S., Šta su klasteri, Centar za inovativnost i preduzetništvo Univerzitet u Zenici.
6. Razvoj klastera u Republici Srpskoj, Ministarstvo industrije, energetike i rudarstva Republike Srpske, Banja Luka, (2011)
7. Univerzitet Singidunum, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju; Završni rad - Klasteri kao strategijska forma nastupa srpskih preduzeća u prehrambenoj industriji na inostranom tržištu, mentor Branislav Mašić, Beograd (2010)
8. Internet izvori:
9. [www.fmrpo.gov.ba](http://www.fmrpo.gov.ba)
10. [www.horizonti.ekfak.kg.ac.rs/sites/default/files/...2/Horizonti\\_10\\_2.pdf](http://www.horizonti.ekfak.kg.ac.rs/sites/default/files/...2/Horizonti_10_2.pdf)

