

KLASTERI KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI TURIZMA BOSNE I HERCEGOVINE

CLUSTERS AS COMPETITIVENESS FACTOR OF TOURISM OF BOSNIA AND HERZEGOVINA

Jelica Tepavčević

Javna ustanova Centar za socijalni rad Istočna Ilidža

tepavcevic.j@gmail.com

APSTRAKT

Predmet istraživanja ovog rada je analiza koncepta turističkih klastera, kao i njihov uticaj na konkurentnost. Problem BiH je niska konkurentnost privrede, a posebno turizma kao grane privrede. U radu smo pokušali ukazati na značaj klastera kao faktora konkurentnosti. Neophodno je podsticati osnivanje i unaprijediti rad klastera ako želimo povećati konkurentnost turizma. Cilj ovog rada je da objasni suštinu klastera, kao i značaj razvoja klastera za veću konkurentnost turizma i cjelokupne privrede BiH. Neophodno je u BiH probuditi svijest o potrebi za konceptom razvoja putem udruživanja u klastere u privredi, a posebno u turizmu gdje imamo neiskorištene potencijale.

Ključne riječi: klasteri, konkurentnost, turizam, produktivnost

ABSTRACT

The subject of the research in this paper is to analyze the concept of the tourism clusters, as well as their impact on the competitiveness. The general problem of Bosnia and Herzegovina's economy is the low competitiveness, especially in the field of tourism. In this paper we have tried to point out the importance of clusters, as one of the factors of competitiveness. In order to increase the competitiveness of the tourism, it is essential to encourage the establishment and enhance the work of the clusters. The aim of this paper is to explain the essence of the cluster and the importance of cluster development for greater competitiveness of tourism and the overall economy of Bosnia and Herzegovina. It is necessary to raise awareness in Bosnia and Herzegovina about the need for the concept of the development through mergers in clusters in the economy, particularly in tourism, where we have untapped potential.

Key words: clusters, competitiveness, tourism, productivity

UVOD

Bosna i Hercegovina (BiH) iako ima velike potencijale i značajne prirodne i kulturne resurse za razvoj različitih turističkih proizvoda i usluga, nisko je pozicionirana na turističkom tržištu i njena konkurentnost nije na zadovoljavajućem nivou.

Turizam ima eksplicitan uticaj na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost svake zemlje, a istovremeno omogućava ubrzanje regionalnog i lokalnog razvoja, porast zaposlenosti u nerazvijenim područjima i turistički atraktivnim destinacijama. Turizam kao privredna grana koja može povećati ekonomski rast i razvoj nedovoljno je iskorištena u BiH, zemlji sa velikom stopom nezaposlenosti, niskom konkurentnosti privrede i niskom konkurentnosti turizma.

Za BiH je od velikog značaja da poveća konkurentnost privrede u cjelini pa i turizma ako želi da podstakne rast i razvoj zemlje, poveća bruto društveni dohodak i poveća životni standard stanovnika. Jedan od načina da poveća konkurentnost je formiranje i jačanje klasterizacije u cijeloj privredi BiH, a posebno u turizmu.

Ovaj rad obuhvata analizu klastera kao specifične forme povezivanja preduzeća, institucija, obrazovnog sistema, finansijskog i nevladinog sektora i uticaj klastera na konkurentnost turizma. U prvom dijelu su obrađeni klasteri kao specifična forma povezivanja, u drugom dijelu je analizirana veza klastera i konkurentnosti –iskustva EU, u trećem dijelu pažnja je posvećena turističkim klasterima u BiH, u četvrtom dijelu je obrađena konkurentnost turizma BiH, kako se mjeri, koji su idikatori. Posmatrana je konkurentnost

putovanja i turizma BiH i referentnih zemalja. U petom dijelu se posmatra uticaj klastera na konkurentnost turističke destinacije. U posljednjem dijelu se iznose zaključne napomene

KLASTERI KAO SPECIFIČNA FORMA POVEZIVANJA

Mada se o pojavi povezivanja preduzeća jedne nacionalne privrede govori mnogo ranije, pojam klastera u ekonomsku literaturu uvodi Majkl Porter, harvardski profesor, 1990. godine. Iz Porterove uporedne analize međunarodne konkurentnosti proizilazi da vodeće izvozne kompanije ne funkcionišu izolovano, već kao dio šire grupe komplementarnih kompanija, čiji su oni uspješni međunarodni predstavnici.

Te grupe povezanih kompanija su nazvane klasteri, koji predstavljaju izvore konkurentne prednosti velikih izvoznika- rast produktivnosti baziran na razmjeni informacija i korišćenju zajedničkih resursa, kao i rast inovativnosti baziran na brzom razmjeni ideja i tehnoloških znanja. Porterov koncept klastera je najčešće prihvaćen i definiše klaster kao „geografski usmjerene grupe međusobno povezanih preduzeća i institucija u određenom sektoru, koje vezuje zajedništvo i komplementarnost“ [Porter, 1990, str. 8]. To je horizontalno i vertikalno povezivanje, usklađivanje i jačanje intelektualnih veza i odnosa između svih preduzeća i organizacija koje imaju interes da se povežu. Prema Porteru, klasteri obuhvataju međusobno povezana preduzeća u određenim sektorima, zajedno sa odgovarajućim dobavljačima i sektorom usluga i najvažnije, niz institucija, uključujući univerzitet, granska udruženja i agencije.

Klaster je grupa srodnih preduzeća ili udruženja proizvođača iz jedne grane, uključujući i proizvođače sirovina, kao i vladinih i nevladinih organizacija, naučnih i obrazovnih institucija koje tako udružene rješavaju zajedničke probleme i unapređujući poslovanje, postižu uspjeh u određenom segmentu djelatnosti i natprosječnu konkurentnost i promociju u zemlji i inostranstvu. Klasteri se međusobno mogu razlikovati po veličini, dubini, širini i razvijenosti. „Dublji i širi klasteri su karakteristični za razvijene privrede, a razlike u njihovoj prirodi odražavaju različite strukture djelatnosti koje ih sačinjavaju. Razvijeni klasteri imaju dublje i više specijalizovane dobavljače, pomoćne institucije i obuhvataju veliki broj srodnih delatnosti“ [Porter, 2008, str. 207].

Značaj klastera je što omogućavaju preduzećima da postanu produktivniji, inovativniji i konkurentniji, nego što to mogu biti kad posluju samostalno. Atmosfera u klasteru je veoma konkurentna, ali većina učesnika ne konkuriše direktno, već preko horizontalno umreženih subjekata iz iste djelatnosti, ali su pri tom uključeni na različita tržišta, što ih stavlja u poziciju da mogu konkurisati globalno.

„Glavne prednosti klastera se ogledaju u sljedećem:

- olakšava se pristup najnovijim znanjima;
- stimuliše se razmena znanja;
- obezbjeđuje se ušteda troškova preduzećima u okviru klastera;
- stvara se mogućnost saradnje;
- podržavaju se inovacije i podstiče rivalitet i
- stvara se kritična masa neophodna za dalji rast.“ [Bošković, Jovanović, 2009, str. 114].

U procesu formiranja klastera, u savremenim uslovima, veoma je važna uloga države radi ravnomjernijeg regionalnog razvoja. U tom procesu ključno pitanje je kako država treba da na najefikasniji način organizuje takvu podršku. Podrška države može biti u vidu zakona koji stimulišu razvoj klastera, poreskih olakšica i podsticajnih sredstava, ali i na razne druge načine (formiranje stručnih timova za pomoć i praćenje poslovanja klastera, organizovanje obuke zaposlenih u klasteru i sl.).

Iako su u početku primjene koncepta klastera primat imali industrijski klasteri, zahvaljujući istraživanjima Portera, postoje i stavovi koji se odnose na turističku djelatnost: „U tipičnom turističkom klasteru, na primjer, kvalitet doživljaja posjetioca zavisi ne samo od privlačnosti primarnih atrakcija (plaže ili istorijska mjesta), već takođe od kvaliteta i djelotvornosti komplementarnih poslova kao što su hoteli, restorani, trgovački distributeri i transportni kapaciteti. Zbog toga što su članovi klastera međusobno zavisni, dobre performanse jednog mogu pojačati i uspjeh drugih.“ [Porter, 1998, str. 81].

Udruživanje preduzeća i industrija u klasterne, povećanje uloge globalizacije i regionalizacije u ekonomskom i društvenom životu, koji utiče na rast inovativnosti ne samo kod kompanija već i regija, pa i nacionalnih i multinacionalnih prostora, imalo je snažne refleksije i na turističku djelatnost.

Pojam turističkog klastera podrazumijeva skup turističkih atrakcija, turističke infrastrukture, sadržaja i aktivnosti, odnosno uslužnih i proizvodnih preduzeća, koncentrisanih na određenom geografskom području gdje se događa turistička aktivnost.

Osnovne karakteristike turističkog klastera ogledaju se u velikoj međuzavisnosti svih članova, brzom međusobnoj difuziji tehnoloških i menadžerskih znanja, stupanju u strateška partnerstva sa dobavljačima i kupcima u cilju ostvarivanja sinergetskog efekta svakog pojedinačnog preduzeća, kao i na nivou klastera u cjelini. Klasteri u turizmu se najčešće formiraju prema geografskom obuhvatu (npr. Beograd) ili prema opredjeljujućoj aktivnosti (avanturistički turizam, planinski turizam). I u jedno i u drugom slučaju formiraju se tzv. „grozdovi“ različitih stejkholdera povezanih određenim interesima.

Klasteri su u razvijenim zemljama prepoznati kao model povećanja konkurentnosti posebno regionalnih i lokalnih zajednica, tako da i Evropska unija (EU) ima jasne stavove o važnosti klastera za ekonomski razvoj.

KLASTERI I KONKURENTNOST - ISKUSTVO EU

Stavove EU o klasterima jasno vidimo iz stavova o važnosti klastera za ostvarivanje cilja *Lisabonske strategije iz 2000. godine*, koji se odnosi na to da Evropa do 2010. godine postane najkonkurentnija i najdinamičnija ekonomija svijeta zasnovana na znanju, sposobna za održivi privredni rast uz veći broj boljih radnih mjesta i snažniju društvenu koheziju. Posebno se ističe zadatak promovisanja institucionalne podrške klasterima.

U cilju sprovođenja Lisabonske strategije, u dijelu koji se odnosi na povećanje globalne konkurentnosti u Stokholmu je početkom 2008. godine usvojena **Deklaracija o klasterima inovativnosti**. Najznačajniji stavovi Stokholmske deklaracije u vezi evropske inovativne i klasterske budućnosti su: da su klasteri ključni pokretač inovativnosti, konkurentnosti i održivog razvoja evropske industrije i usluga kao i ekonomskog razvoja EU-regija, prepoznata je važnost razvoja koherentnih politika i programa za podršku klasterima, ključna je važnost izgradnje međuregionalnih i transnacionalnih klastera za odgovor na globalne konkurentne izazove i dr. „Razvoj klastera je jedan od osnovnih alata EU za unapređenje regionalne konkurentnosti i podsticaje inovacija u evropskim preduzećima. Gupe kompanija koje su koncentrisane u regionima Evrope dobijaju podršku za saradnju u rješavanju zajedničkih pitanja, kroz podjelu ideja i resursa i kroz učešće u zajedničkim projektima koje sufinansira EU. Ovi projekti pomažu kompanijama da se povežu sa akademskim institucijama i institucijama za istraživanje i razvoj, kao i da se bave inovacijama i uvode nove ideje na tržište.“ [Stojanović-Trivanović, M. 2013, str. 218].

Iz tabele 1 se vidi da, kada je broj klastera u pitanju, Njemačka ima najviše klastera (397), od toga 35 klastera sa tri zvjezdice, 116 klastera sa dvije zvjezdice i 246 klastera sa jednom zvjezdicom. Nakon Njemačke slijedi Italija (222), Velika Britanija (187) i Francuska (163). U grupi zemalja EU-12 najviše klastera ima Poljska (147), od čega je 10 klastera sa tri zvjezdice, 39 klastera sa dvije zvjezdice i 98 klastera sa jednom zvjezdicom. Prema snazi klastera, takođe se ističe Njemačka sa 35 klastera sa tri zvjezdice. Klasteri u tabeli 1 su prikazani prema snazi klastera, tako što su prikazani po broju zvjezdica, veći broj zvjezdica predstavlja veću snagu klastera.

Iz tabele 1 se vidi da mnogo više klastera imaju zemlje iz grupe EU 15 u odnosu na članice iz EU 12 (koje su se kasnije pridružile), a istovremeno su zemlje EU 15 i konkurentnije. Prema broju zaposlenih u preduzećima koja ulaze u klasterne vidimo da takođe prednjači Njemačka sa 7 608 161, a slijedi je Italija sa 5 776 000 zaposlenih u klasterima. Ovi podaci nam ukazuju da zemlje koje imaju razvijenije i veći broj klastera su konkurentnije i zapošljavaju veći broj radnika u preduzećima koja se nalaze u sastavu klastera.

Pozitivna iskustva sa razvojem klastera u zemljama EU treba da posluže zemljama Zapadnog Balkana, a posebno Bosni i Hercegovini. U sledećem dijelu ćemo pokušati ukazati na značaj i razvoj klastera u BiH sa akcentom na turizam.

Tabela 1: Pregled klastera u EU 27 prema broju i prema broju zaposlenih (2007)

Zemlje	broj klastera	broj klastera sa 3*	broj klastera sa 2*	broj klastera sa 1*	Ukupan broj zaposlen. u klasterima	Prosječan broj zaposlen. u klasterima	Udio zap. u kl. sa 3* u ukup. broju zaposlenih
<i>EU 15</i>							
Austrija	54	1	8	45	683 508	12 657	16,02
Belgija	33	1	8	24	984 132	29 822	8,90
Danska	28	0	4	24	816 797	29 171	0
Finska	22	2	4	16	406 978	18 499	6,74
Francuska	163	4	36	123	4 525 588	27 764	12,83
Grčka	31	0	11	20	721 404	23 271	0
Irska	14	0	7	7	382 703	27 335	0
Italija	222	5	63	154	5 776 006	26 018	4,26
Luksemburg	3	0	1	2	35 382	11 794	0
Holandija	56	1	17	38	1 822 497	32 544	2,29
Njemačka	397	35	116	246	7 608 161	19 164	22,74
Portugalija	39	9	12	18	1 079 524	27 680	61,88
Španija	153	8	31	114	4 383 251	28 648	8,67
Švedska	39	3	9	27	623 584	15 989	14,68
V.Britanija	187	18	30	139	5 119 541	27 377	25,35
<i>EU 12</i>							
Kipar	7	0	1	6	79 291	11 327	0
Češka	74	5	24	45	1 056 167	14 272	14,84
Estonija	9	0	3	6	132 242	14 693	0
Latvija	7	1	2	4	188 303	26 900	22,89
Litvanija	11	5	2	4	265 094	24 094	70,62
Mađarska	48	0	13	35	639 641	13 325	0
Malta	7	0	2	5	40 048	5 721	0
Poljska	147	10	39	98	2 111 317	14 362	14,45
Slovačka	26	2	7	17	391 605	15 061	15,56
Slovenija	10	1	5	4	192 593	19 259	22,84
Bugarska	49	12	32	19	613 816	12 526	19,19
Rumunija	83	23	35	25	1 758 789	21 190	40,10

Izvor: [Tijanić 2008, 7, (preuzeto iz Stojanović-Trivanović, 2013, str. 220)].

TURISTIČKI KLASTERI U BOSNI I HERCEGOVINI

Razlike u osnivanju i razvijanju klastera najčešće se javljaju zbog različitog stepena razvijenosti privreda i regija, nivoa uključivanja države, razvijenosti turizma, kritične mase ljudi, preduzetništva i zainteresovanosti okruženja. Država rijetko sama organizuje formiranje klastera. Ona se uljučuje u fazi nastanka ili kad je već nastao tako što mjerama politike i podrške utiče na stvaranje adekvatnog okruženja za rad klastera. U razvijenim zemljama lokalne i regionalne vlade mogu da iniciraju razvoj i pružaju mjere podrške.

U zemljama u tranziciji proces institucionalne pripreme za razvoj klastera nije u potpunosti ili nije uopšte razvijen. Veoma je nizak nivo koordinacije i komunikacije između nacionalnih, regionalnih i lokalnih vlasti. Evidentno je da nedostaje adekvatna mikroekonomska politika koja bi podržala razvoj klastera kao i politika edukacije i podsticaja za strane investicije. Zemlje u okruženju su korak ispred BiH po pitanju osnivanja klastera u turizmu.

U Hrvatskoj djeluje Nacionalni centar za klasterizaciju u okviru Hrvatske udruge poslodavaca, ali je organizacija, upravljanje i razumijevanje ovog novog ekonomskog oblika udruživanja još uvijek velika nepoznanica. Hrvatska takođe ima usvojenu i Strategiju razvoja klastera u Republici Hrvatskoj 2011-2020.

U Srbiji je kao rezultat donošenja Strategije razvoja turizma prihvaćena klasterizacija u turizmu, a 2007. godine je otpočelo njeno administrativno organizovanje u okviru Regionalnog turističkog centra u Užicu, kao i finansiranje ovih projekata od strane države. Srbija je podijeljena na četiri turistička klastera:

Vojvodinu, Beograd, Jugozapadnu Srbiju (Užice) i Jugoistočnu Srbiju [Strategija razvoja turizma Republike Srbije do 2015. godine].

Bosna i Hercegovina nema jedinstvenu strategiju razvoja turizma, već entitetske. U Republici Srpskoj u Strategiji razvoja turizma je prepoznat značaj klastera: „Kako podstaći razvoj turizma.A/Pozitivna iskustva iz razvijenih turističkih zemalja naglašavaju značaj institucionalnog okvira. U prvi plan stavlja se pozicija regije (klastera) i lokalnog okvira. U stvari, integralan regionalni razvoj, a u okviru njega ruralni, čini osnov održivom razvoju“ [„Strategija razvoja turizma RS 2010-2020, 2010, str.5]. U Federaciji Bosne i Hercegovine je usvojena Strategija Razvoja turizma FBiH za period 2008-2018. godina.

U navedenim strategijama nije dat odgovarajući značaj i uloga klastera u razvoju turizma i konkurentnosti. Istovremeno u razvijenim zemljama sve veći broj kompanija pokušava razumjeti mogućnosti i prednosti klastera i radi na jačanju domaćih klastera radi postizanja što veće konkurentnosti na globalnom nivou. U EU je u 2007. godini evidentirano 1119 klastera (tabela 1) a njihov broj se svakodnevno mijenja i povećava.

Za razliku od razvijenih i konkurentnih zemalja EU, u BiH razvoj klastera je u začetku. U Strategiji razvoja BiH 2010-2014, koju je radila Direkcija za ekonomsko planiranje, navedena su četiri strateška cilja: makroekonomska stabilnost, konkurentnost, zapošljavanje i održivi razvoj. U okviru ostvarenja cilja veće konkurentnosti posebno je naglašen značaj klastera, kao i trenutno stanje. „Bosna i Hercegovina nema urađenu mapu postojećih klastera, niti usvojene politike razvoja klastera“ [Strategija razvoja BiH 2010-2014, 2010, str. 48]. Iako je u ovoj strategiji naznačen značaj klastera i konstatovano da BiH nema usvojene politike razvoja klastera na tom polju se nije daleko odmaklo.

Problem i prepreka bržem razvoju klastera u BiH je i nedovoljno razvijen sektor malih i srednjih preduzeća (MSP), nepostojanje razvijenih i jakih preduzeća koja bi pokrenula inicijativu, slab priliv stranih direktnih investicija (SDI) putem kojih bi došlo do transfera novih tehnologija i znanja posebno menadžerskih, nerazvijen sektor istraživanja i razvoja, slaba saradnja univerziteta i realnog sektora, slaba povezanost institucija, banaka, sa MSP i nerazvijena konsultantska preduzeća.

Da bi ukazali na neophodnost razvijanja klastera u BiH u sljedećem poglavlju ćemo ukazati na konkurentnost turizma sa posebnim osvrtom na konkurentnost putovanja i turizma BiH.

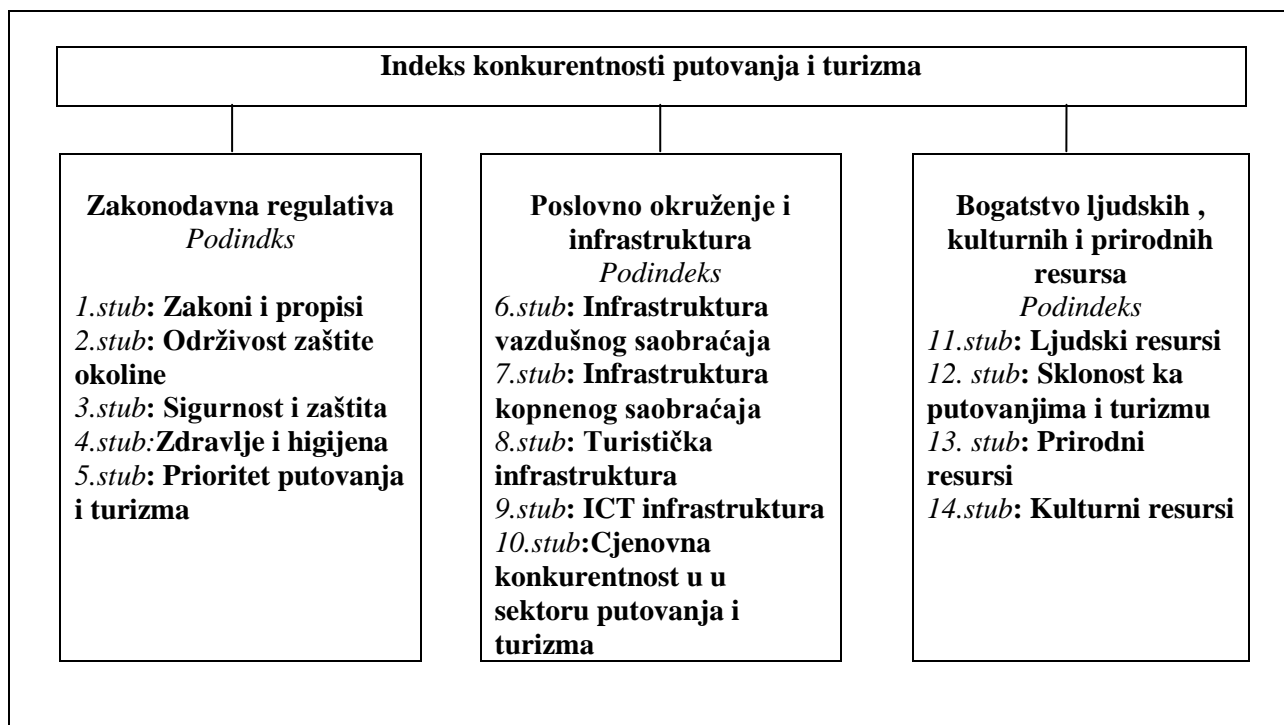
KONKURENTNOST TURIZMA

Pored ogromnog potencijala turizam u BiH je u početnoj fazi razvoja. Da bi bolje shvatili na kom nivou razvoja je turizam u BiH analiziraćemo izvještaj Svjetskog ekonomskog foruma (WEF) o konkurentnosti putovanja i turizma za 2013. godinu.

Konkurentnost po osnovu putovanja i turizma ocjenjuje Svjetski ekonomski forum iz Davosa i on ocjenjuje i rangira 140. zemalja svijeta. Istraživanje koje radi forum je zasnovano na anketi privrednika u 14000 preduzeća širom svijeta. Rezultate istraživanja prikazuju kroz indeks konkurentnosti putovanja i turizma. Indeks konkurentnosti putovanja i turizma prati tri podindeksa (zakonodavna regulativa, poslovno okruženje i infrastruktura i bogatstvo ljudskih i nacionalnih dobara) i u okviru njih 14 stubova konkurentnosti. To je prikazano na slici 1.

Svaki od ovih stubova je sastavljen od niza pojedinačnih varijabli dobijenih iz godišnje Ankete o mišljenima direktora iz raznih zemalja koje prikuplja Svjetski ekonomski forum kao i kvantitativnih podataka iz različitih raspoloživih izvora, međunarodnih organizacija i stručnjaka.

Pored priznatih prirodnih ljepota BiH se po oblasti konkurentnosti putovanja i turizma nalazi na predposljednjem mjestu u Evropi, samo ispred Moldavije. U izvještavu Svjetskog ekonomskog foruma (WEF) za 2013 godinu, koji je ocjenjivao konkurentnost u oblasti putovanja i turizma, BiH je na globalnoj ljestvici napredovala za sedam pozicija u odnosu na 2011. godinu i sad se nalazi na 90. mjestu od 140.



Slika1 : Struktura Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma

Izvor: [The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, 2013, str. 40].

rangiranih zemalja [The Travel& Tourism Competitiveness Report 2013, str. 18]. Iz našeg regiona najbolje je pozicionirana Hrvatska na 35. mjestu, prati je Slovenija na 36., te Crna Gora na 40., Makedonija na 76., Albanija na 77. i Srbija na 89. mjestu što vidimo iz tabele 2.

Tabela 2.: Bosna i Hercegovina i referentne zemlje po konkurentnosti putovanja i turizma

Zemlja	Rang 2013.	Rang 2011.
Češka	31.	31.
Grčka	32.	29.
Hrvatska	35.	34.
Slovenija	36.	33.
Mađarska	39.	38.
Crna Gora	40.	36.
Poljska	42.	49.
Bugarska	50.	48.
Rumunija	68.	63.
Albanija	77.	71.
BJR Makedonija	75.	76.
Srbija	89.	82.
Bosna i Hercegovina	90.	97.

Izvor: [The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, 2013, str.18].

Ako posmatramo rangiranje po pojedinim stubovima prikazano u tabeli 3 vidimo da je BiH najlošije rangirana po infrastrukturi vazdušnog saobraćaja na 135. mjesto, zatim po infrastrukturi kopnenog saobraćaja na 130. mjesto, sklonost putovanju i turizmu na 116. mjesto i održivost i zaštita okoline na 113. mjesto od 140 rangiranih država svijeta. Ovo ukazuje na nedostatke koje najhitnije treba otklanjati i mijenjati ukoliko želimo razvijati turizam, tj. ako želimo povećati rang konkurentnosti putovanja i turizma što bi za rezultat imalo turizam kao granu privrede koja bi mogla povući ekonomski razvoj lokalne zajednice, regiona i cijele BiH. Razvoj turizma mora biti održiv.

Koncept održivog razvoja bazira se na tri ključna principa:

- „princip ekološke održivosti- obezbeđuje da razvoj bude u skladu sa ekološkim principima, biološkom raznovršnošću i resursima;

- Princip socijalne i kulturne raznovrsnosti – obezbjeđuje razvoj u skladu sa kulturnim i tradicionalnim vrijednostima ljudskih zajednica i doprinosi jačanju njihovog integriteta i
- Princip ekonomske održivosti- obezbjeđuje da razvoj bude ekonomski efikasan uz mogućnost korišćenja resursa od strane budućih generacija“ [Stojanović,V. 2007, str. 195].

Tabela 3 Konkurentnost putovanja i turizma Bosne i Hercegovine po stubovima

Red. br.	Stub	Rang
1.	Zakoni i propisi	104
2.	Održivost zaštite okoline	113
3.	Sigurnost i zaštita	29
4.	Zdravlje i higijena	59
5.	Prioritet putovanja i turizma	116
6.	Infrastruktura vazdušnog saobraćaja	135
7.	Infrastruktura kopnenog saobraćaja	130
8.	Turistička infrastruktura	65
9.	ICT infrastruktura	64
10.	Konkurentnost cijena u industriji putovanja i turizma	107
11.	Ljudski resursi	76
12.	Sklonost putovanju i turizmu	49
13.	Prirodni resursi	107
14.	Kulturni resursi	79

Izvor: [The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, 2013, str. 113.]

Od 14 podindeksa iz tabele 3 BiH je najbolje rangirana po stubu sigurnosti i zaštite na 29. mjesto i stubu sklonost putovanjima i turizmu na 49. mjesto. Iako BiH po samom kvalitetu prirodnog okruženja svrstana na visoko 20. mjesto u svijetu, njenu izuzetno nisku konkurentnost rezultira većina drugih parametara a prije svih izrazito nisko rangirana infrastruktura drumskog saobraćaja po kojoj je među posljednjima od svih rangiranih (po infrastrukturi vazdušnog saobraćaja je na 135. mjestu, a po infrastrukturi kopnenog saobraćaja na 130. mjestu).

BiH ukoliko želi da popravi rang konkurentnosti mora da slijedi razvijene zemlje EU i da podstiče i razvija klasterne u turizmu ako želi da iskoristi prirodne i istorijske potencijale turizma. Formiranje klastera utiče na konkurentnost unutar klastera, razvoj novih proizvoda i usluga, veću produktivnost, jače povezivanje, bolju informisanost, uvođenje novih tehnologija a sve to utiče i na bolju konkurentnost turističke destinacije. U sledećem dijelu ćemo pokušati objasniti uticaj klastera na konkurentnost turističke destinacije.

UTICAJ FORMIRANJA KLASTERA NA KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE

Problem jedne turističke destinacije kako da postigne uspjeh u realizaciji razvoja leži u rješavanju njene konkurentnosti. Konkurentnost destinacije je sposobnost da uspješno konkuriše svojim glavnim rivalima u svijetu, da stvara bogatstvo iznad prosjeka, da to održi tokom vremena uz najmanju društvenu i ekološku cijenu.

Jedan od najprihvaćenijih modela konkurentnosti je Porterov model, gdje konkurenske prednosti jedne destinacije određuje njeno konkurentsko pozicioniranje. Da bi bila uspješna destinacija mora da ponudi veću vrijednost od svojih rivala za iste uložene napore turista, ili istu vrijednost za manje napora. Prema Porteru klasteri predstavljaju grupaciju svih preduzeća i ostalih elemenata koji čine destinaciju konkurentnom, uključujući atrakcije, infrastrukturu, opremu, davaoce usluga, druge pomoćne sektore, obrazovne kapacitete i kapacitete obuke, institucije čije integrisane i kordinirane aktivnosti doprinose doživljaju koji potrošači očekuju od destinacije koju su odlučili da posjete.“Prosperitet jedne lokacije zavisi od produktivnosti onog što na njoj locirane firme u klasteru odluču da rade i način kako to rade [Porter, 2008, str. 213].

Konkurentnost od klastera zahtijeva da obezbijedi odgovarajući „dijamant konkurentnosti“, poslovnu sredinu gdje kompanije konkurentsku prednost stiču ne samo na osnovu produkcionih faktora, već na osnovu njihove sposobnosti da zaposli raspoložive resurse u klasteru u kojem djeluje.

Dijamant uključuje četiri grupacije snaga koje u međusobnim odnosima determinišu konkurentnost: uslove tražnje, turističke kompanije i njihove rivale, inpute i sektor podrške. Turistička preduzeća kao dio klastera obezbjeđuju niz prednosti u poslovanju: mogu lakše da prošire svoje komercijalne prospekte koristeći prednosti brzog pristupa tržišnim informacijama, mogućnost dobijanja specijalizovanih inputa i tehničke podrške mnogo jednostavnije i troškovno mnogo efikasnije pogodnosti prilikom velikih nabavki, omogućeno jačanje tržišnog razvoja i promotivnih troškova, korištenje grupnog prevoza u cilju minimiziranja transportnih troškova. Klasteri u turizmu omogućavaju preduzećima da teže novoj efikasnosti i da zadrže dodatnu vrijednost u okviru sopstvenog lanca vrijednosti.

ZAKLJUČAK

Klasteri su sistem međusobno povezanih firmi i institucija koje su, uzete kao cjelina, veće nego što bi to bio zbir dijelova. Oni imaju značajnu ulogu u podsticanju konkurentnosti, imaju značajne posljedice po preduzeća, kompanije, univerzitete, vlade i druge institucije u okviru jedne ekonomije. Da bi se klasteri osnivali i bili uspješni prvi preduslov su razvijena mala i srednja preduzeća, tj jak privatni sektor kome bi podršku dao javni sektor, obrazovne institucije, banke i mediji. Prva prepreka za razvoj klastera u BiH je nedovoljno razvijen privatni sektor (mala i srednja preduzeća) i slaba podrška javnog sektora, kao i nedovoljna povezanost sa obrazovnim institucijama.

Formiranje i razvoj klastera u turizmu BiH trebalo bi podstaći jer su potrebe za njima nedvosmisleno izražene. Osnivanjem klastera bi se mogla unaprijediti konkurentnost turizma putem rasta produktivnosti, inovativnosti i osnivanjem novih preduzeća. Ovo bi za posledicu imalo veću zaposlenost i zadovoljstvo stanovnika što je i cilj svake odgovorne vlasti. Inicijativu za osnivanje klastera, pored privatnog sektora, mora preduzimati i država. Ona rijetko direktno osniva klaster ali u procesu osnivanja i jačanja klastera posebno su važne mjere politike regionalnog razvoja, politike prema stranim direktnim investicijama, inovacione i razvojne politike.

BiH iako posjeduje velike potencijale i značajne prirodne i kulturne atraktivnosti za razvoj različitih turističkih proizvoda, to nije iskoristila te je nisko pozicionirana na svjetskom turističkom tržištu i njena konkurentnost nije na zadovoljavajućem nivou. Osnivanjem klastera sastavljenih od partnera koji ujedinjuju resurse ima za cilj stvaranje, održavanje i povećanje konkurentne sposobnosti. Klasteri su u Evropskoj uniji (EU) označeni kao jedan od najvažnijih faktora koji utiču na razvoj konkurentnosti, inovativnosti i regionalni razvoj. Razvoj regiona je povezan sa nivoom snage klastera. U EU skoro 40% zaposlenih radi u okviru preduzeća koja su članice nekog klastera [CEC, 2008, str.20]. Kako su razvijene zemlje EU visoko pozicionirane po rangu konkurentnosti to slijedi da razvoj i jačanje klastera bitno pozitivno utiče na veću konkurentnost putovanja i turizma svake zamlje.

LITERATURA

- [1] Porter, M. (1990). *The Competitive advantage of Nations*, New York: The Free Press.
- [2] Porter, M. (2008). *O konkurenciji*. Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd
- [3] Bošković, G., Jovanović, A. (2009), „*Uticaj klastera na konkurentnost i regionalni razvoj industrije*“, Ekonomske teme, br.1, Ekonomski fakultet, Niš.
- [4] Porter, M. (1998). „*Clusters and the New Economics of Competition*“, Harvard Business Review, novembar-decembar.
- [5] Stojanović-Trivanović, M. (2013), „*Klasteri i njihova uloga u uslovima globalizacije sa osvrtom na klaster u Evropskoj uniji*“, Zbornik radova Ekonomskog fakulteta, Istočno Sarajevo.
- [6] Strategija razvoja turizma Republike Srbije do 2015. godine, (2006) Službeni glasnik RS br. 91/2006.
- [7] Strategija razvoja turizma RS 2010-2020, (2010). Banja Luka, Univerzitet Banja Luka.
- [8] Strategija razvoja BiH 2010-2014, (2010), Direkcija za ekonomsko planiranje, Sarajevo
- [9] Stojanović, V. (2007). *Održivi razvoj turizma i životne sredine*, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodnomatematički fakultet, Novi Sad.
- [10] The Travel&Tourism Competitiveness Report 2013, (2013). World Economic Forum, Geneva.
- [11] Commission of the European Communities- CEC, (2008). „*The concept of clusters and clusters policies and their role for competitiveness and innovation- Main statistical results and lessons learned*“, Commission Staff Working Document, Brussels.
- [12] Ketels, Ch., (2004). „*European Clusters*“ in Innovative City and Business Regions, Vol.3.