



# Кластеры Повышение конкурентоспособности

Немецкое Общество Технического Сотрудничества

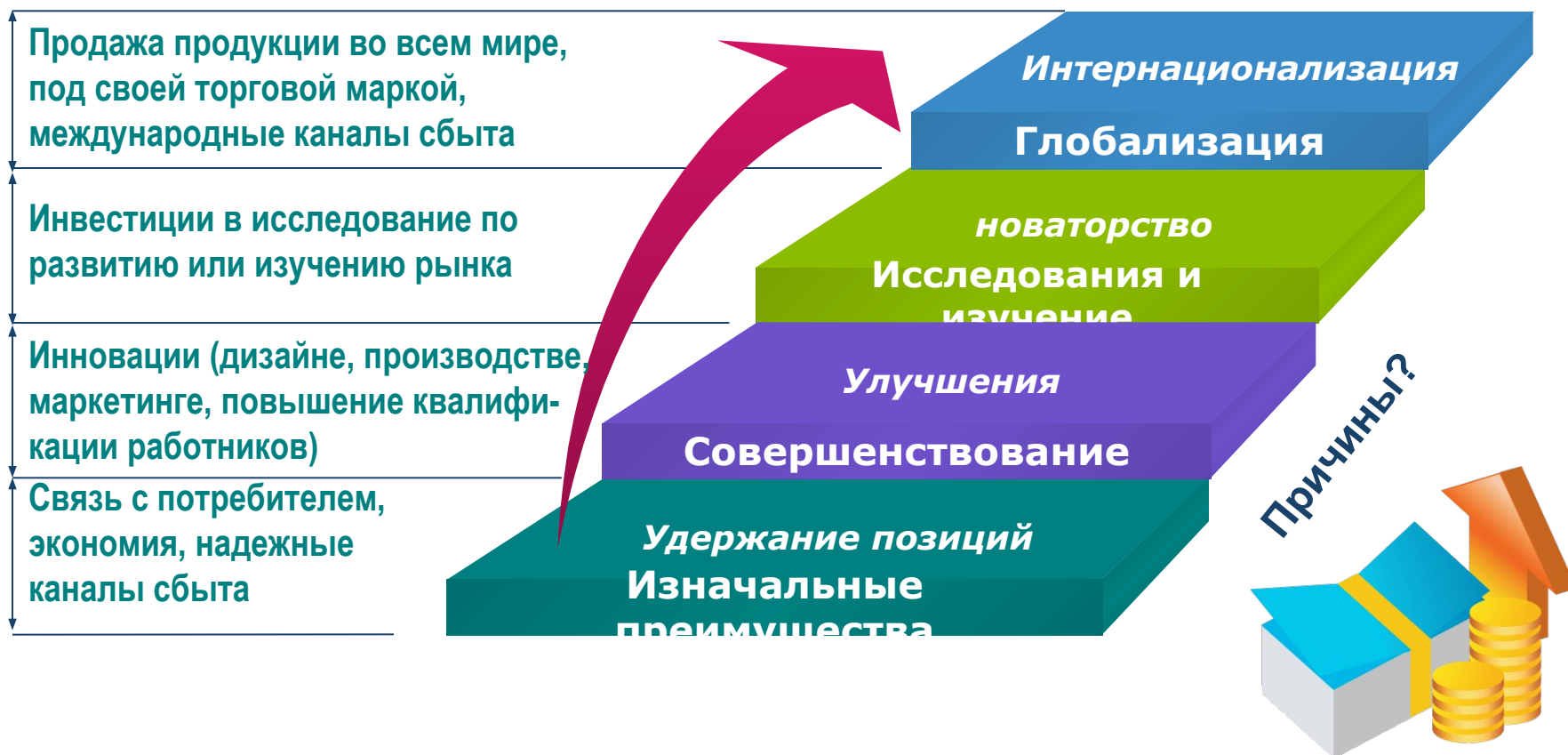
Донецкая торгово-промышленная палата

Краматорск 2010

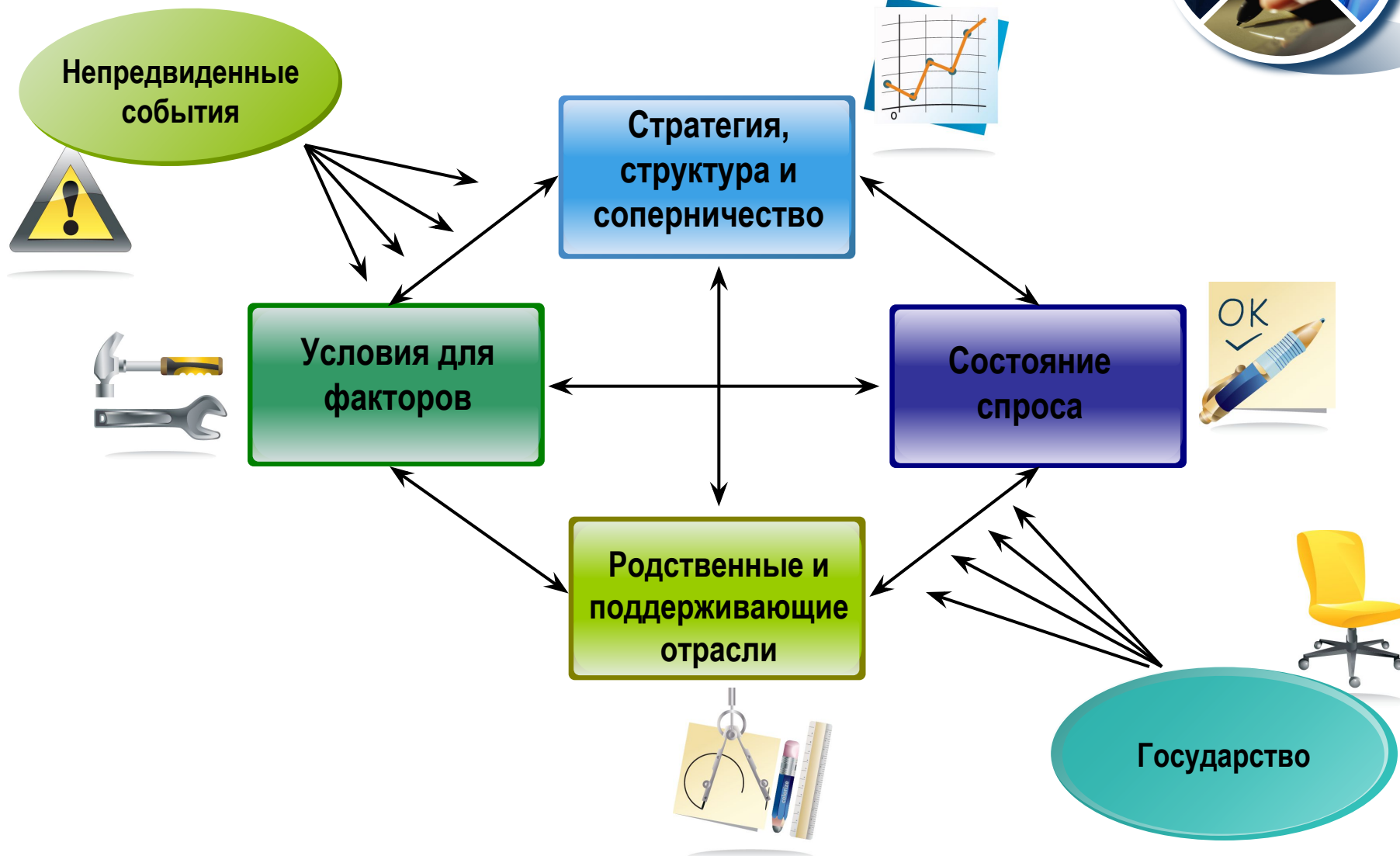




## Успех на международных рынках



# «Алмаз» Портера





**Условия для  
факторов  
производства**

**Труд (квалифицированная рабочая  
сила)**

**Природно-сырьевые ресурсы**

**Научно-техническая база производства**

**Капитал**

**Инфраструктура**

**Инновации**



## Состояние спроса

Требовательные покупатели

Взыскательность покупателей

Местные ценности и обстоятельства

Опережающий характер потребностей



**Родственные  
и поддержива-  
ющие отрасли**

**Отрасли конкурентоспособны  
на внешнем рынке**

**Отрасли обеспечивают инновации  
и модернизацию**

**Наличие «замкнутых» поставщиков**

**Высокий уровень конкуренции  
в родственных отраслях**



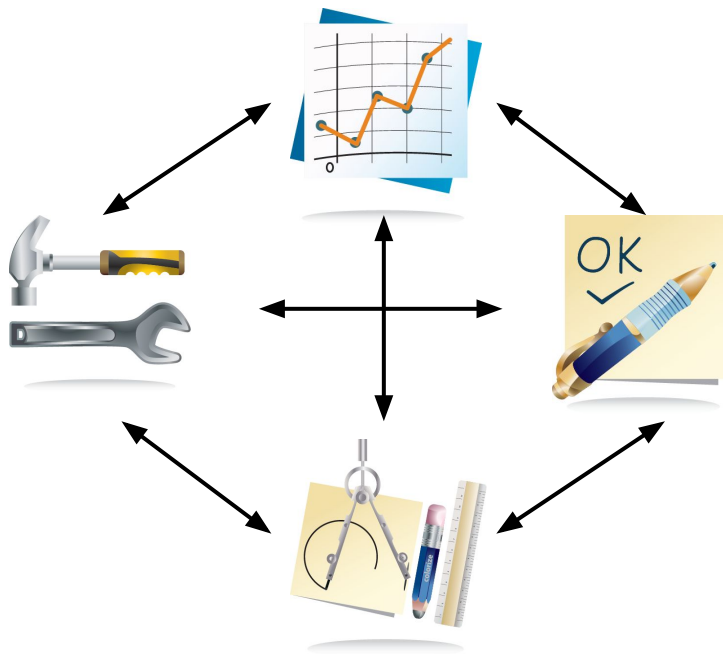
**Устойчивая  
стратегия,  
структура и  
соперничество**

**Внутренняя конкуренция**

**Динамическое совершенствование**

**Высокая локализация конкурентов**

**Интенсивная конкурентная борьба**



## Взаимное усиление:

- Внутренняя конкуренция стимулирует ключевые позиции
- Территориальная концентрация усиливает все составляющие





## Роль правительства

Основной  
помощник  
промышлен-  
ности

Истощение  
конкурентных  
возможностей

Концепция  
свободного  
рынка

Образование  
Стандарты  
Инвестиции

Укрепление  
конкурентных  
возможностей

Антитрестовая  
и рыночная  
политика



# Трактовка кластера по Портеру



***М. Портер:* кластеры — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенных сферах и взаимодополняющих друг друга**



- Географическая близость
- Наличие конкурентных и партнерских связей
- Взаимодополнение друг друга



# Трактовка кластера по Портеру



Поставщики факторов  
производства, оборудования,  
сервисных услуг

Предпринимательские  
объединения, организации  
по сотрудничеству

Финансовые  
институты

Правительственные  
структуры

Фирмы  
в сопутствующих  
отраслях

Агентства,  
устанавливающие  
стандарты

Фирмы, работающие  
с каналами сбыта  
и потребителями

Организации специального  
обучения, образования,  
поступления информации,  
проведения исследований;  
техническая поддержка

Производители  
побочных продуктов

Провайдеры  
инфраструктуры

Company



# Кластеры и их роль в экономике



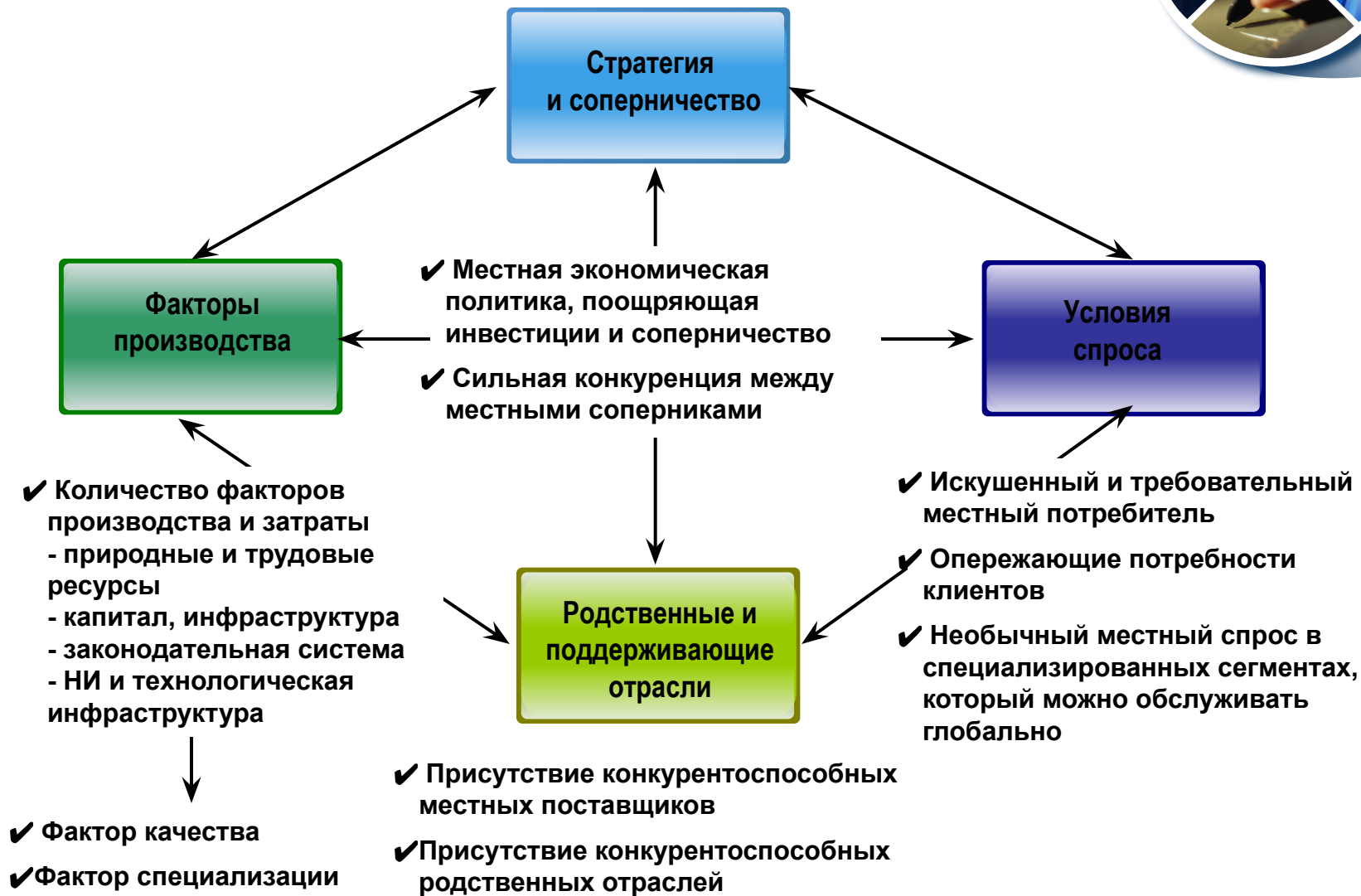
## Кластеры

1. **Согласуются с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ**
2. **Используют важные связи, взаимодополняемость, распространение технологии, опыта, информации, маркетинг, осознание нужд потребителя**
3. **Координация действий и взаимное воздействие в сферах общих интересов без угрозы конкуренции или ограничения соперничества**
4. **Конструктивный и эффективный диалог между родственными компаниями, поставщиками, с правительством, другими институтами**

## Отрасли

1. **Лоббирование интересов в вопросах выделения субсидий или облегчения налогового давления**
2. **Получаемые государственные инвестиции способствуют «перетеканию» выгод в другие отрасли — деформация рынка**
3. **Опасность снижения интенсивности соперничества**
4. **Видение ситуации сквозь отрасль искажает конкуренцию**

# Кластеры и их роль в экономике



# Пример успеха



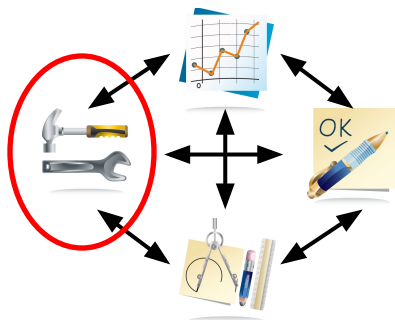
	нач.50-х	нач.60-х	нач.70-х	нач.80-х
<b>История отрасли</b>	Возросший спрос на плитку – послевоенное восстановление 14 предприятий 1955г.	102 предприятия 1962г.		
<b>Кадры</b>	Есть кадры и организаторские способности, капитал	Перемещение квалифицированных рабочих и ИТР в успешно функцион. компании	Рост рынка квалифиц. Рабочей силы, технического персонала, дизайнеров	Экспорт дизайнерских услуг
<b>Матер. база</b>	Основной материал (белая глина) ИМПОРТ при наличии местной красной глины Импорт оборудования	Модификация оборудования, приспособление к местному сырью (красная глина)	Собственное оборудование по обработке красной глины, экспорт оборудования под белые глины	Переход к автоматизированному производству 200 производителей оборуд. конкуренция
<b>Инновации</b>			Борьба за снижение затрат (энергетич. кризис 1973г.) Новый процесс обжига, создание нового оборудования	
<b>Общественные организации</b>		Появление консалтинговых компаний по вопросам производства, коммерции, рекламы, налогооблож.	Исследовательский Центр керамики	
<b>Спрос</b>		Требовательный рынок; открытие выставочных залов		7600 выставочных залов, обеспеч. 80% продаж
<b>Внешний рынок</b>		Завоевание внешнего рынка		Создание торговых представительств по продажам



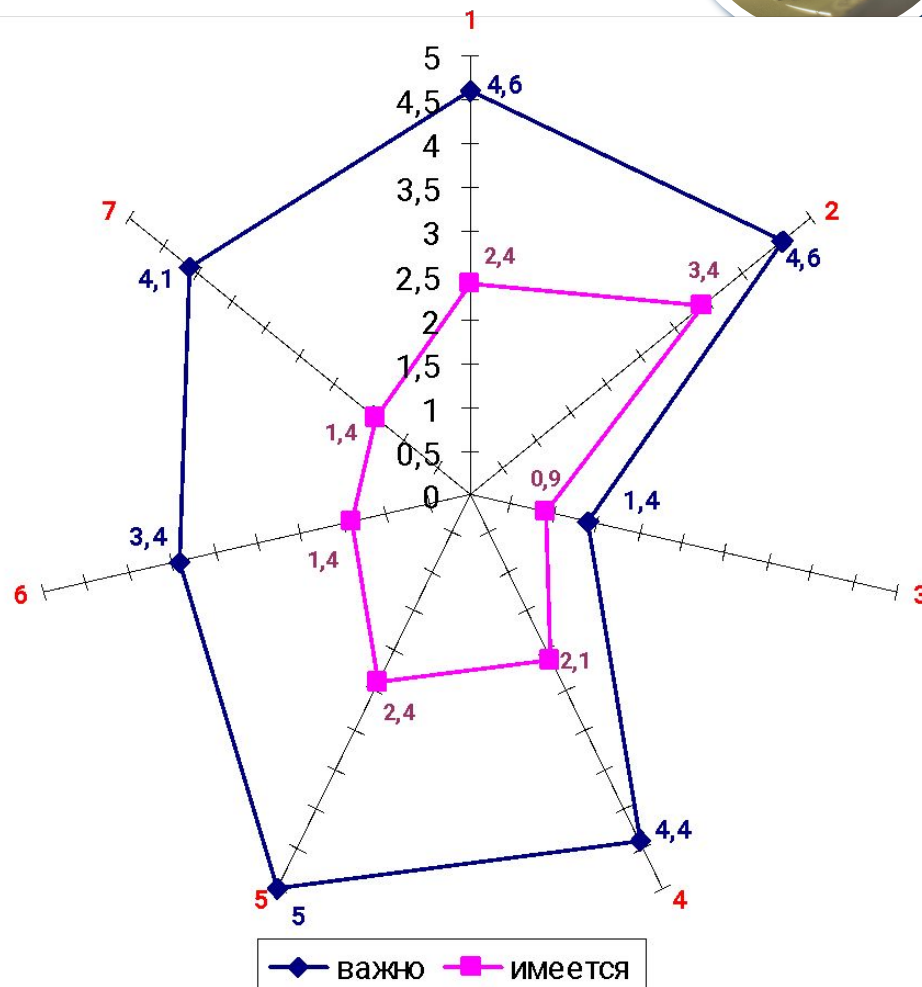
# Анализ текущей ситуации



## Факторы производства

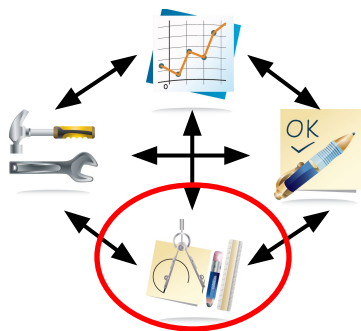


- 1.1 Доступ к специализированным знаниям (НИОКР, инновация, управление, маркетинг, анализ рынка и т.п.)
- 1.2 Квалифицированная рабочая сила
- 1.3 Наличие местных источников сырья для производства продукции кластера
- 1.4 Стратегическая информация о мировых тенденциях в области ключевых для кластера технологий
- 1.5 Стратегическая информация о новых рынках, заказчиках и бизнес-возможностях
- 1.6 Информация о программах поддержки НИОКР и трансфера технологий
- 1.7 Доступ к специализированным источникам финансирования и инвестиций



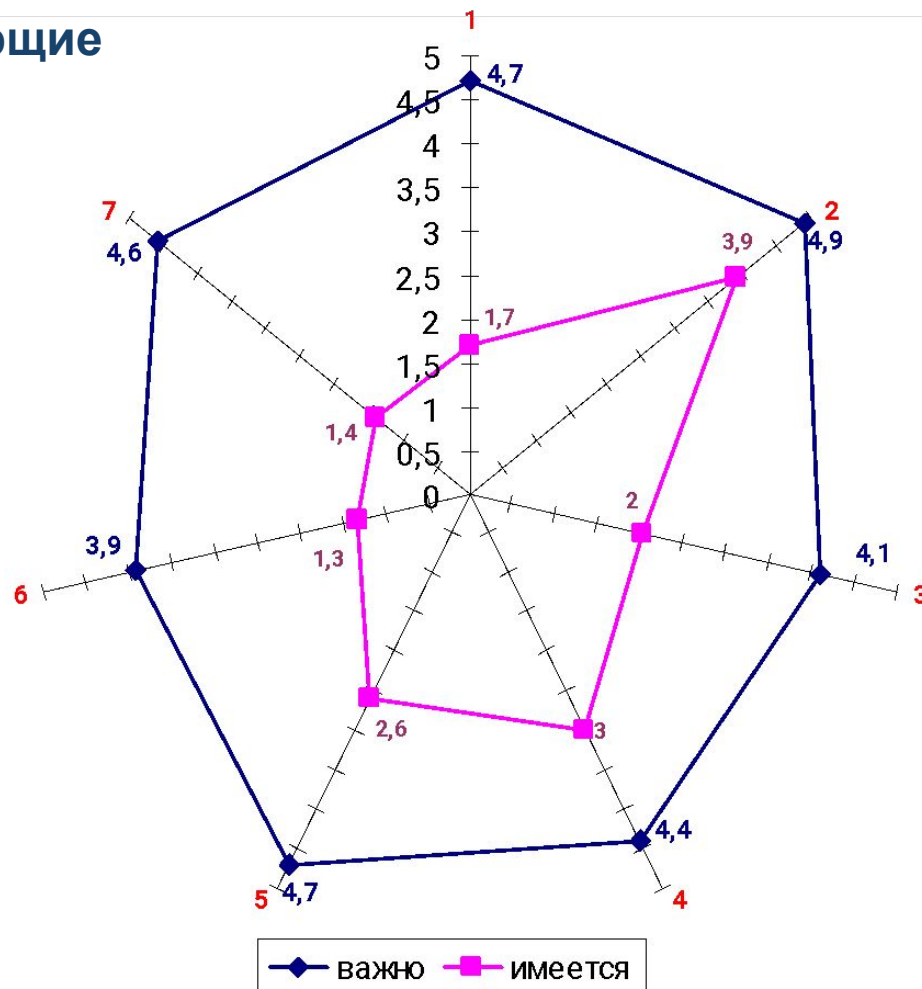


# Анализ текущей ситуации



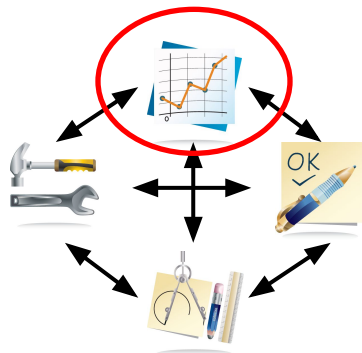
## Родственные и поддерживающие отрасли

- 2.1 Наличие развитых и взаимосвязанных профильных и вспомогательных отраслей
- 2.2 Наличие квалифицированных и специализированных поставщиков
- 2.3 Организации, предоставляющие услуги бизнес-поддержки (консультации, обучение, информация, анализ рынка)
- 2.4 Организации, предоставляющие услуги в области дизайна
- 2.5 Организации, предоставляющие услуги в области маркетинга и рекламы
- 2.6 Организации, оказывающие услуги в области НИОКР и трансфера технологий
- 2.7 Организации, предоставляющие доступ к финансированию для участников кластера



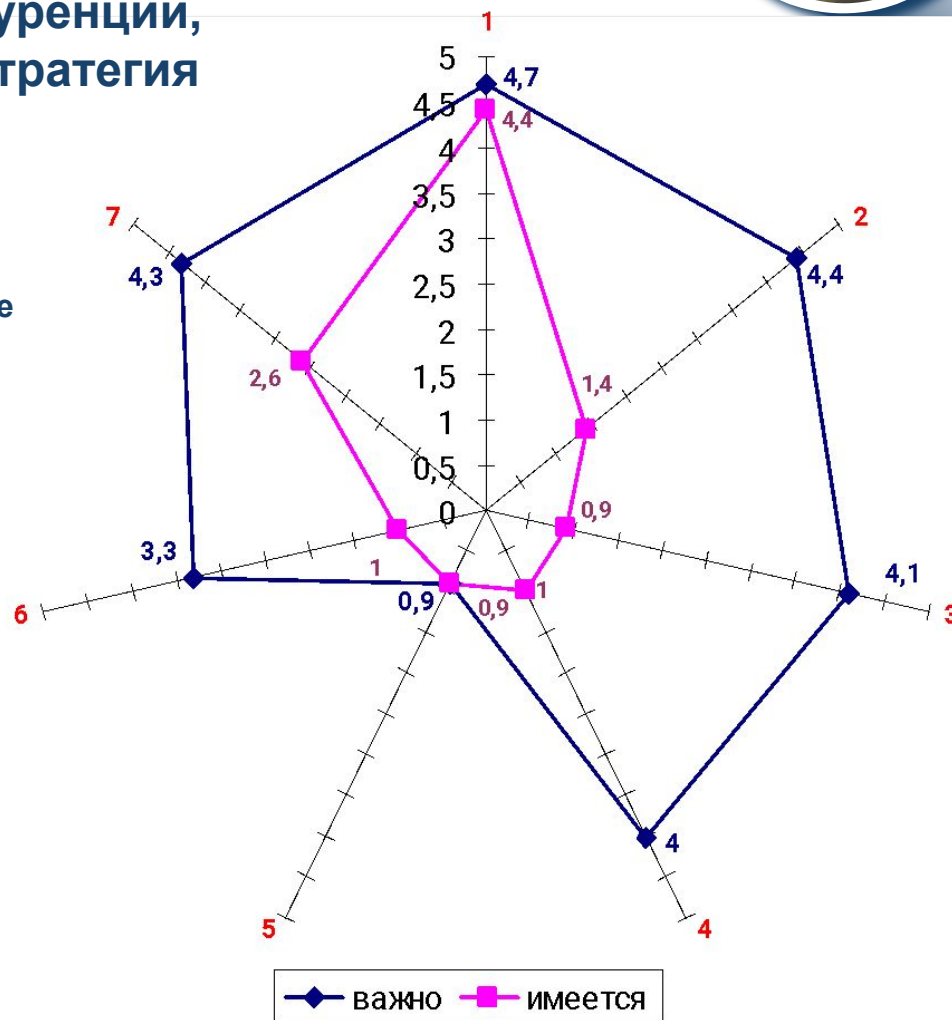


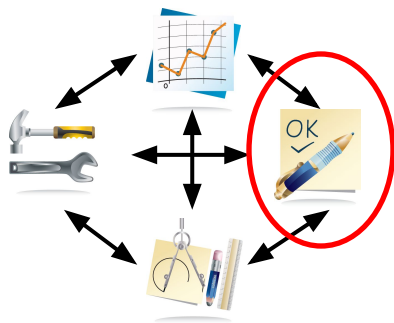
# Анализ текущей ситуации



## Условия конкуренции, структура и стратегия

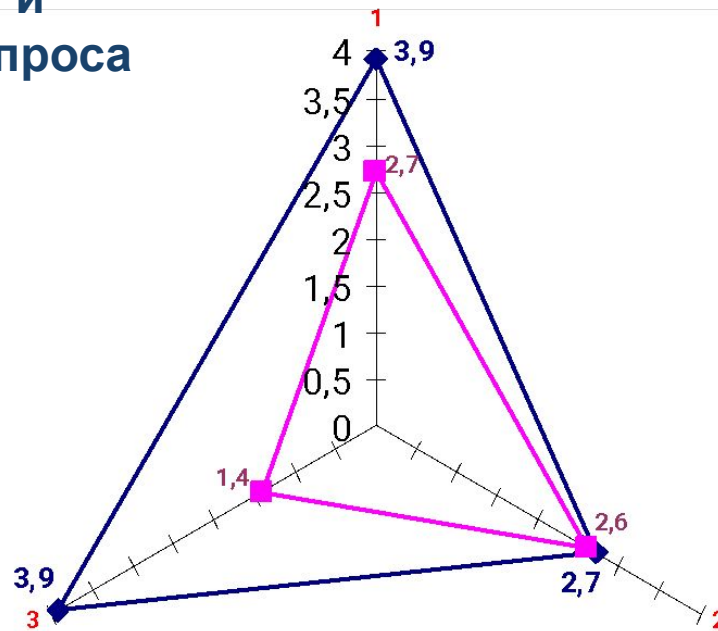
- 3.1 Высокий уровень конкуренции в кластере
- 3.2 Высокий уровень взаимодействия, наличие неформальных и формальных инициатив
- 3.3 Поддержка в создании местных бизнес-партнерств для интернационализации и экспорта
- 3.4 Поддержка инициатив местных закупок
- 3.5 Наличие эффективной системы гос. заказов на технологию и продукцию кластера
- 3.6 Поддержка и стимулы для интенсификации многостороннего сотрудничества в области инновации
- 3.7 Наличие "критической массы" предприятий в кластере





## Условия и структура спроса

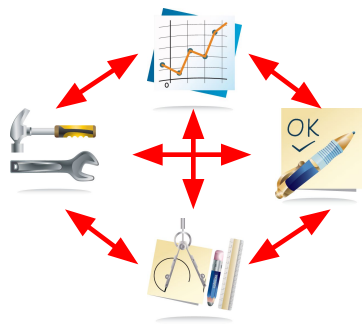
- 4.1 Наличие требовательных местных заказчиков
- 4.2 Наличие уникальных потребностей
- 4.3 Специализированный спрос на продукцию, которая может быть востребована на глобальном рынке



◆ важно    ■ имеется



# Схема ювелирного кластера



## Институты сотрудничества

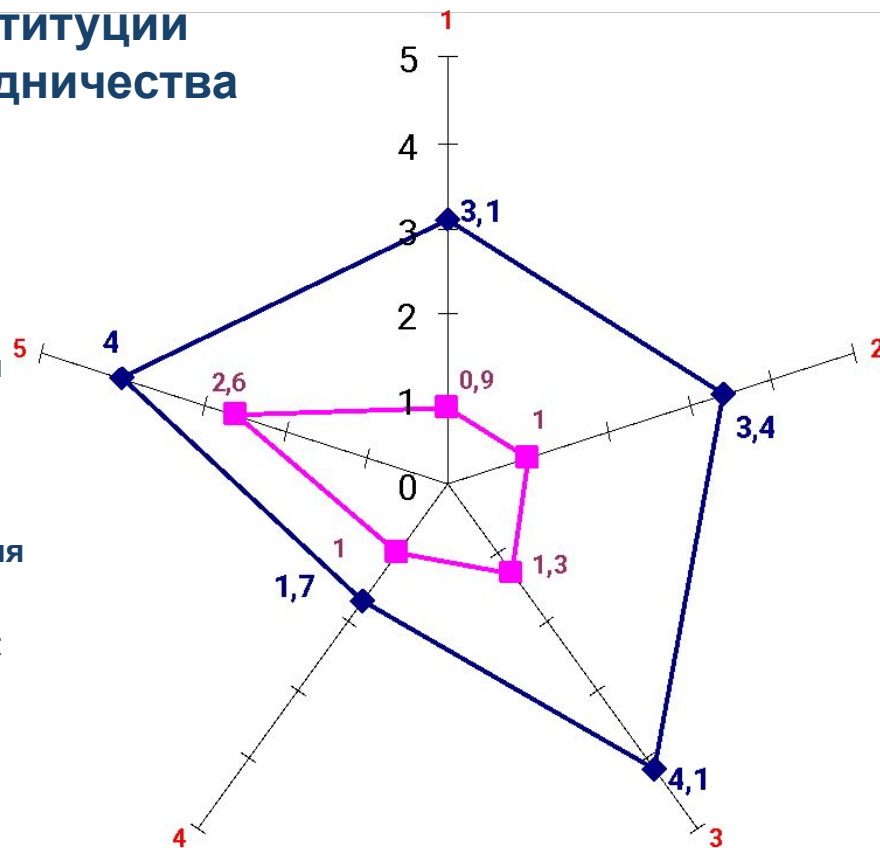
5.1 Поддержка и стимулирование развития сотрудничества между наукой и промышленностью

5.2 Поддержка для трансфера технологий

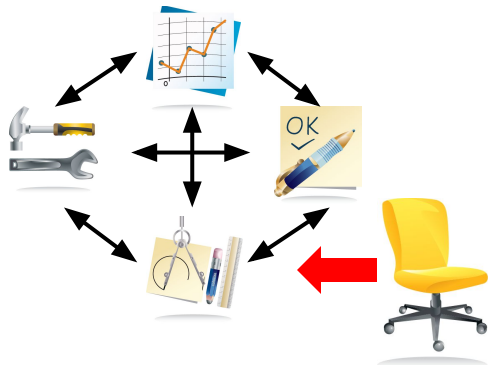
5.3 Программы для развития и привлечения специализированной рабочей силы

5.4 Поддержка инициатив местных закупок

5.5 Другие посреднические организации (ТПП, ассоциации, проф.союзы, центры качества)



# Анализ текущей ситуации

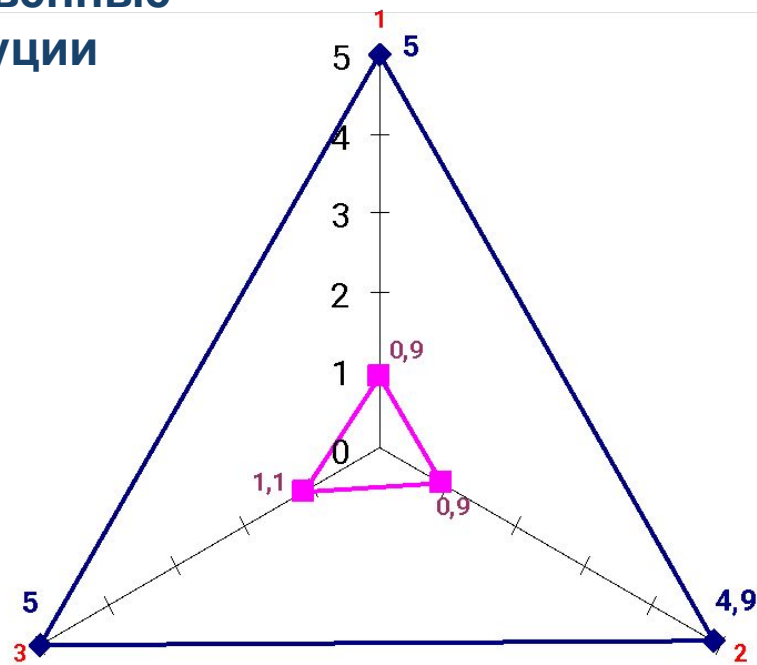


## Государственные институты

6.1 Законодательство, предусматривающее поддержку конкурентоспособности и кластеров

6.2 Включение программ поддержки кластеров в региональные программы социально-экономического и инновационного развития

6.3 Активный диалог между государством и бизнесом



◆ важно    ■ имеется



# Схема ювелирного кластера



# Схема ювелирного кластера





# Стратегические направления



1

Стратегическая информация



2

Общий бренд, продвижение, PR



3

Кадровые ресурсы



4

Выход на внешние рынки



5

Инновации (дизайн, улучшения)



6

Лоббирование интересов





**gtz**

*Спасибо!*

