



Кластеры Повышение конкурентоспособности

Немецкое Общество Технического Сотрудничества

Донецкая торгово-промышленная палата

Краматорск 2010

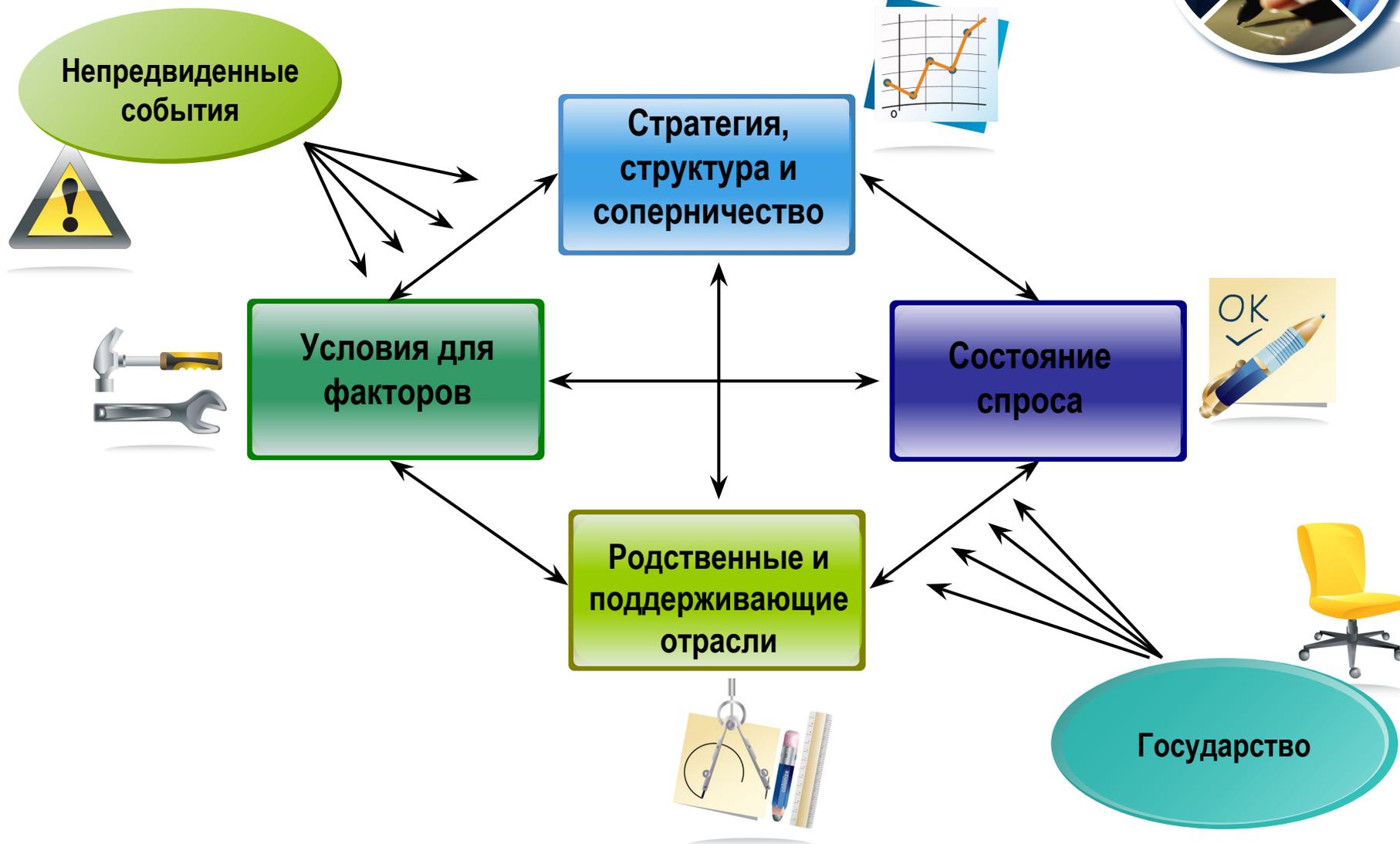




Успех на международных рынках



«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**





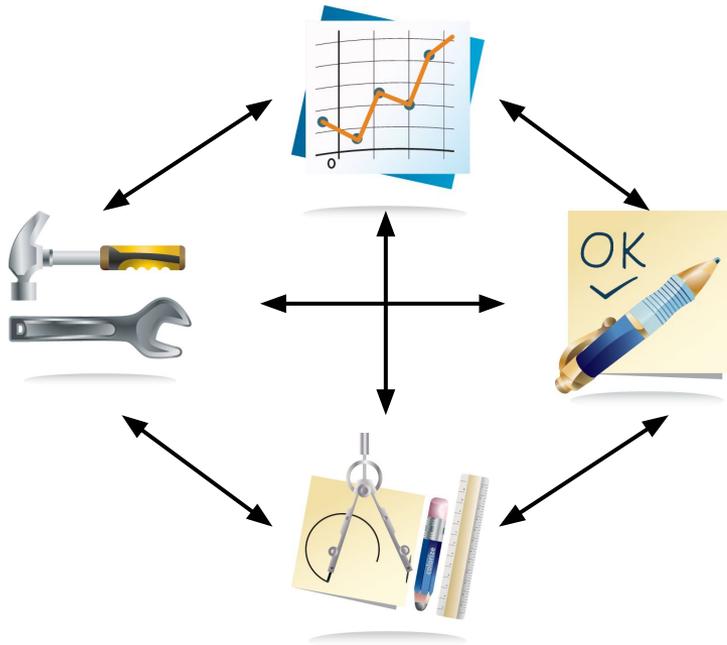
**Устойчивая
стратегия,
структура и
соперничество**

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

Провайдеры
инфраструктуры

Производители
побочных продуктов



Company



Кластеры и их роль в экономике

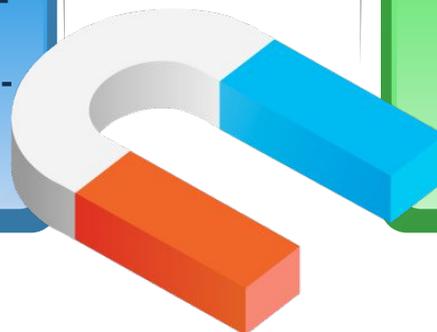


Кластеры

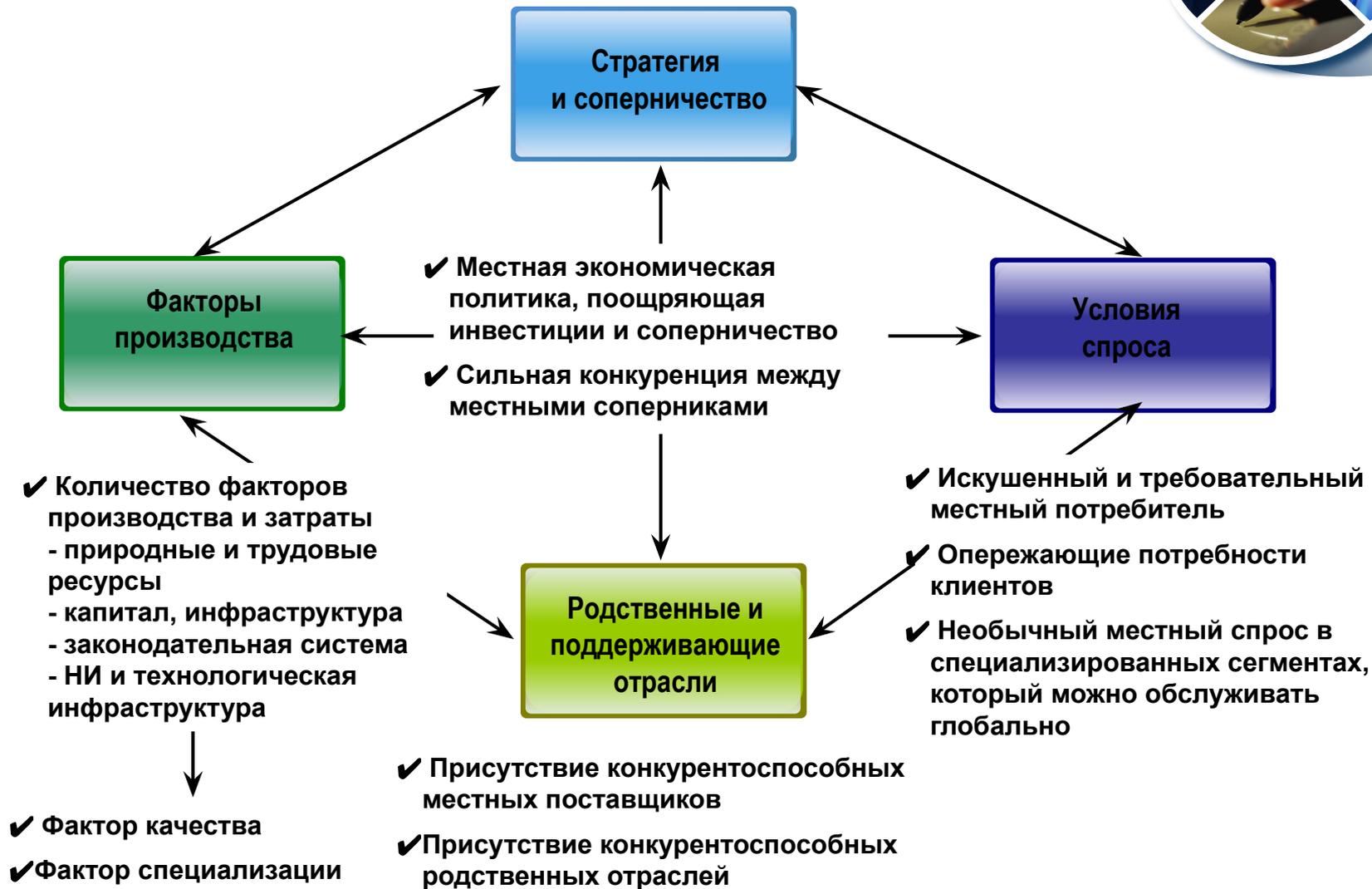
1. **Согласуются с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ**
2. **Используют важные связи, взаимодополняемость, распространение технологии, опыта, информации, маркетинг, осознание нужд потребителя**
3. **Координация действий и взаимное воздействие в сферах общих 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



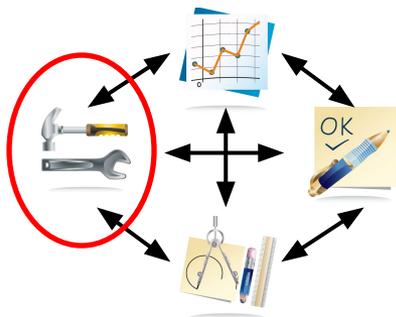
Пример успеха



	нач.50-х	нач.60-х	нач.70-х	нач.80-х
История отрасли	Возросший спрос на плитку – послевоенное восстановление 14 предприятий 1955г.	102 предприятия 1962г.		
Кадры	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
Матер. база	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
Инновации			Борьба за снижение затрат (энергетич. кризис 1973г.) Новый процесс обжига, создание нового оборудования	
Общественные организации		Появление консалтинговых компаний по вопросам производства, коммерции, рекламы, налогооблож.	Исследовательский Центр керамики	
Спрос		Требовательный рынок; открытие выставочных залов		7600 выставочных залов, обеспеч. 80% продаж
Внешний рынок		Завоевание внешнего рынка		Создание торговых представительств по продажам

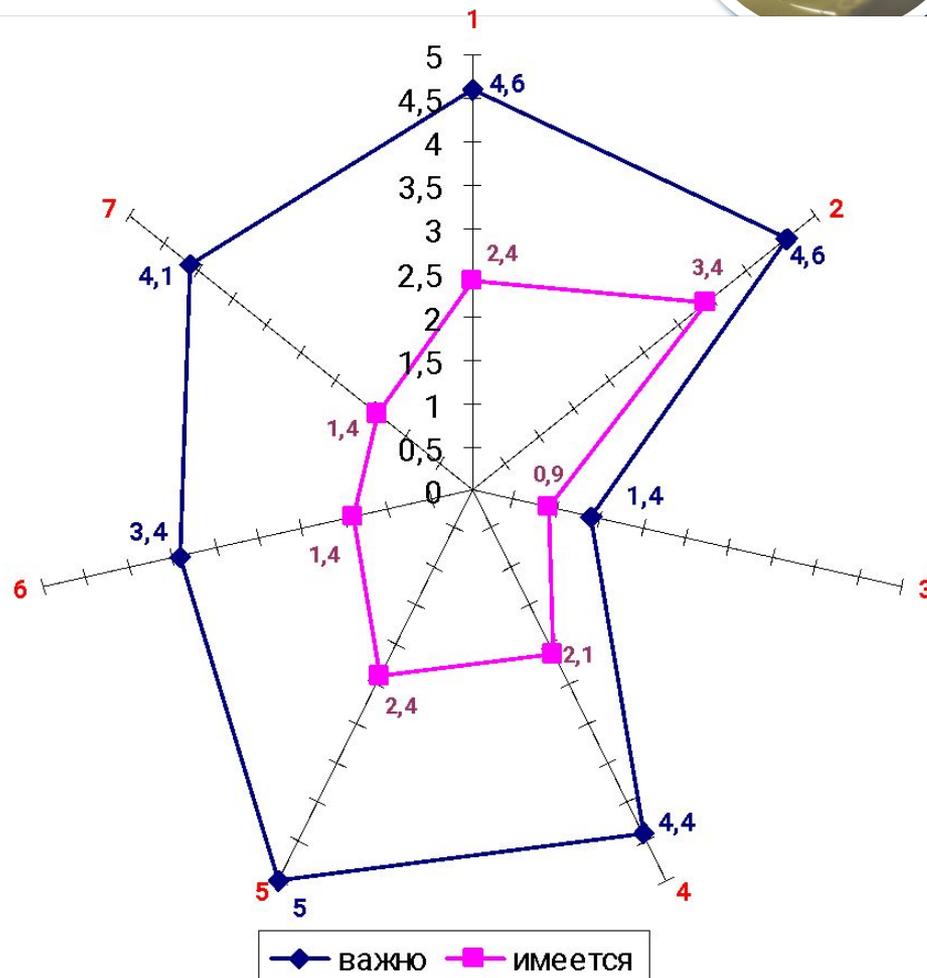


Анализ текущей ситуации

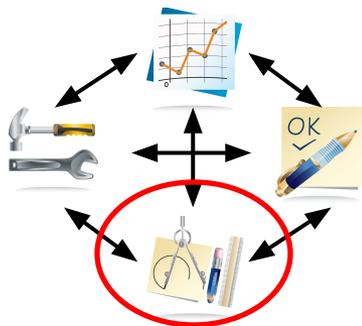


Факторы производства

- 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

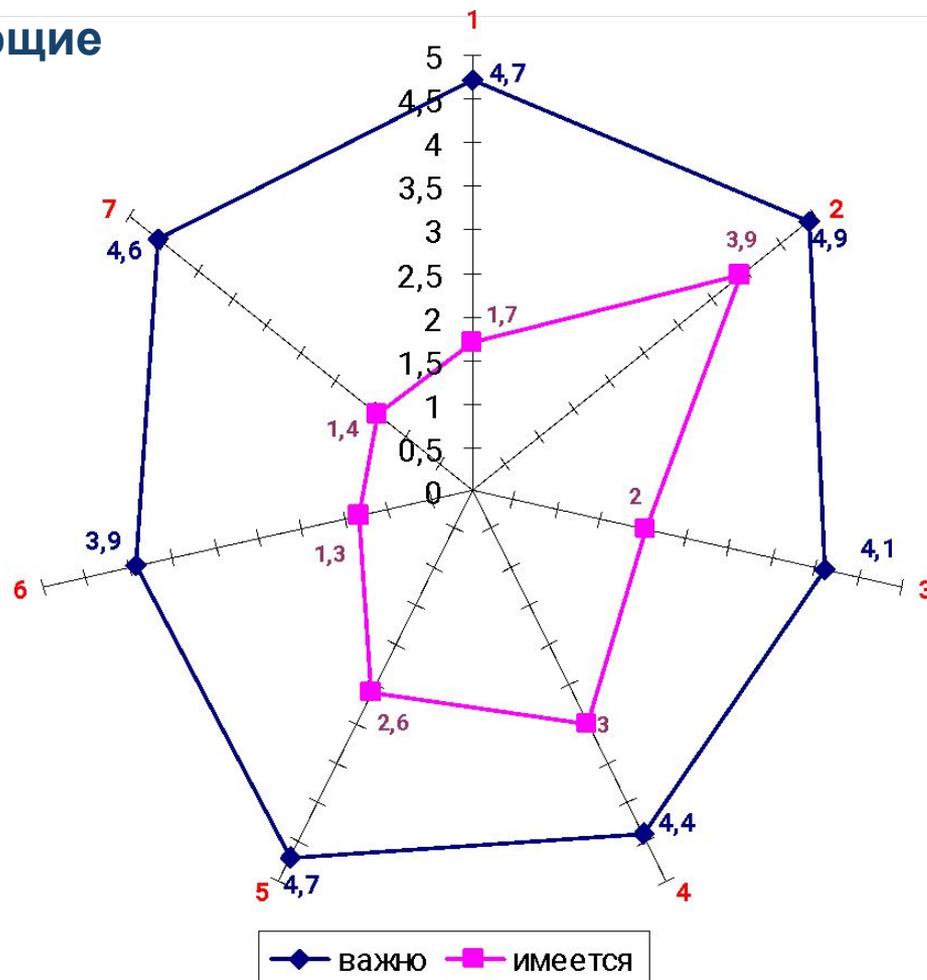


Анализ текущей ситуации



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

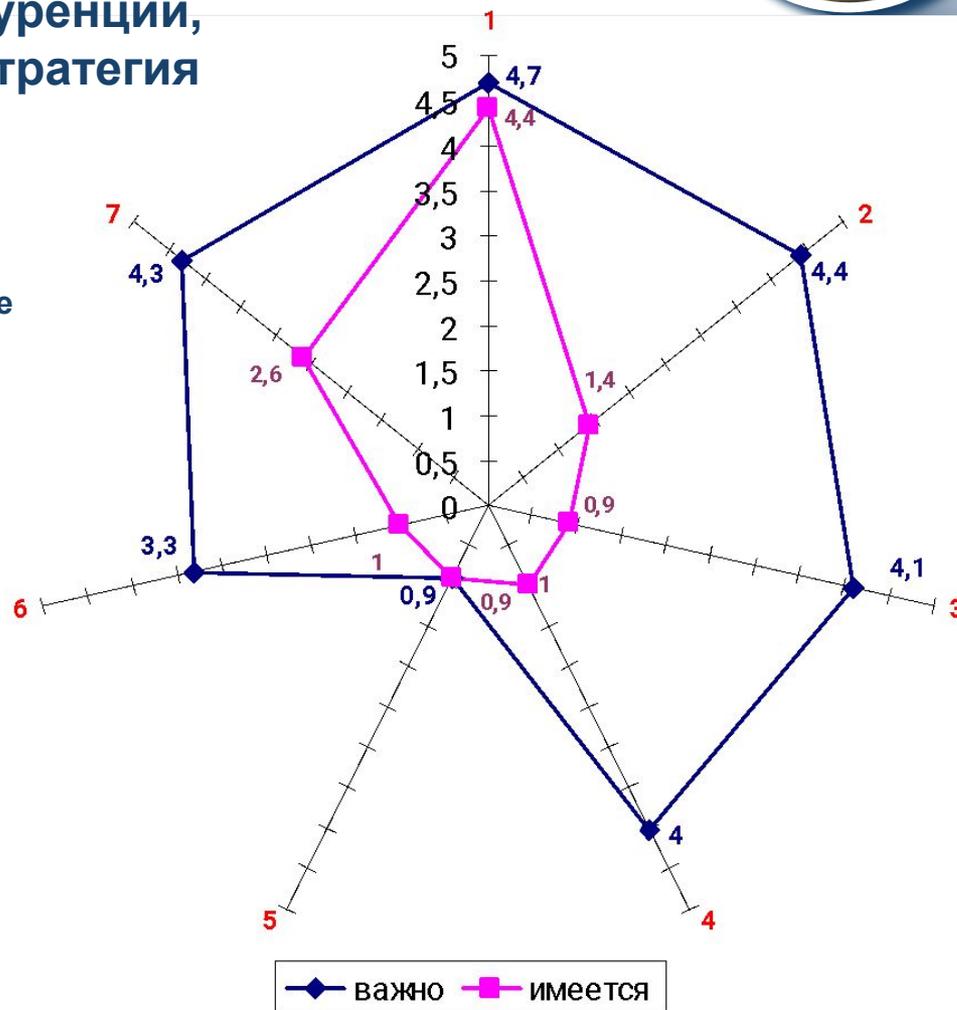


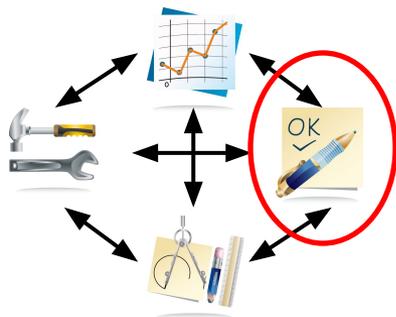
Анализ текущей ситуации



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



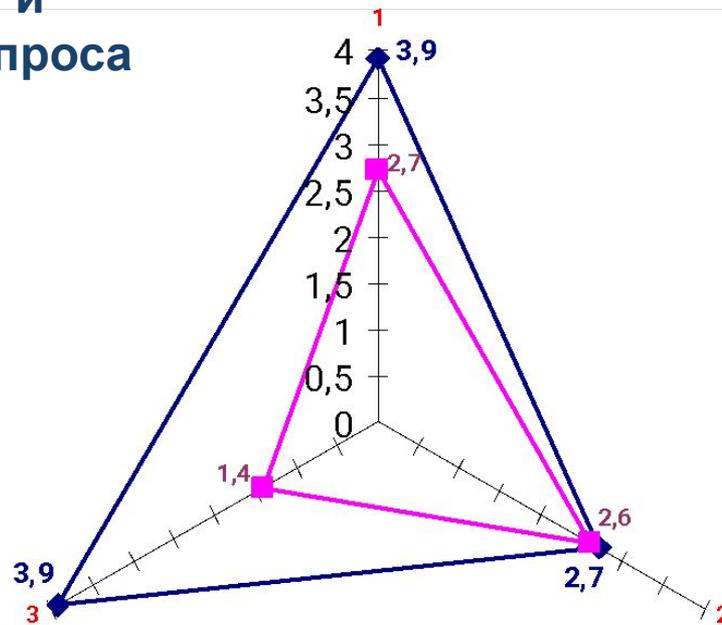


Условия и структура спроса

4.1 Наличие требовательных местных заказчиков

4.2 Наличие уникальных потребностей

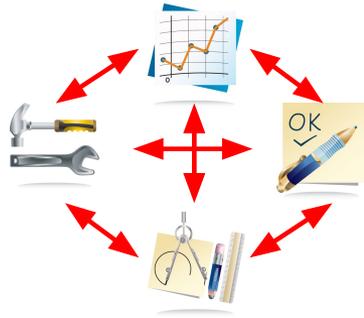
4.3 Специализированный спрос на продукцию, которая может быть востребована на глобальном рынке



◆ важно ■ имеется



Схема ювелирного кластера



Институты сотрудничества

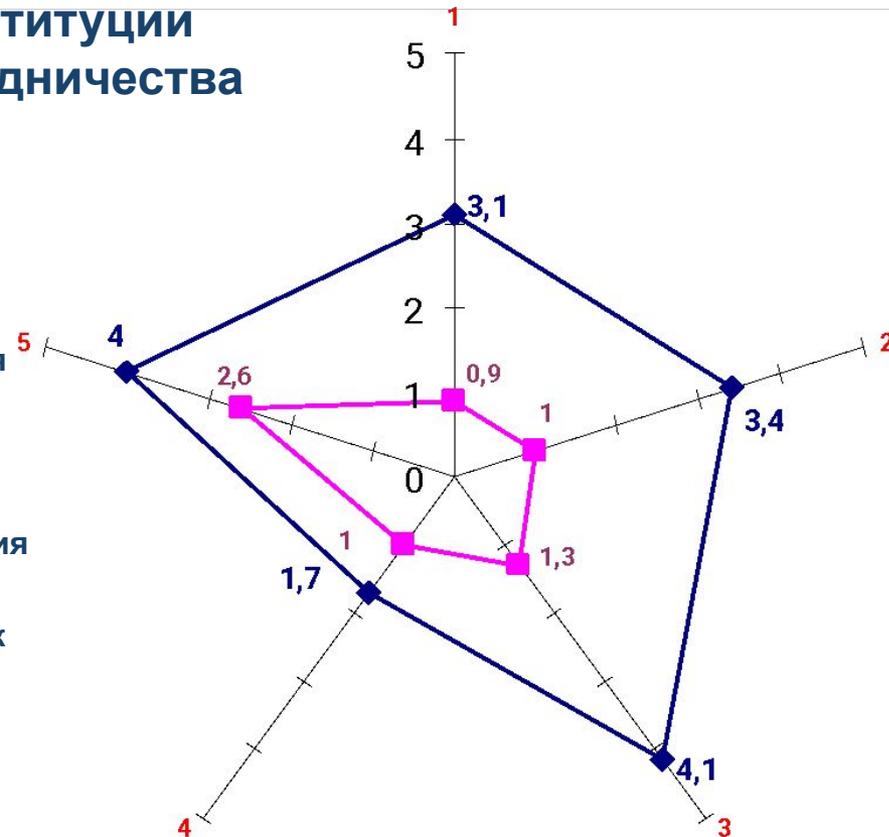
5.1 Поддержка и стимулирование развития сотрудничества между наукой и промышленностью

5.2 Поддержка для трансфера технологий

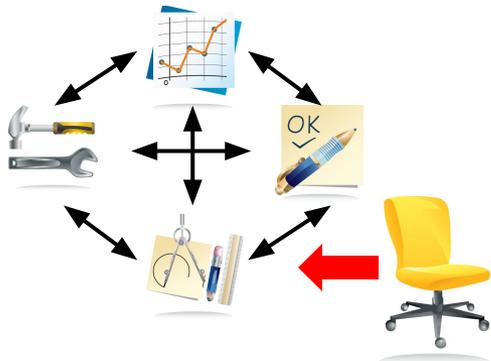
5.3 Программы для развития и привлечения специализированной рабочей силы

5.4 Поддержка инициатив местных закупок

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



Анализ текущей ситуации

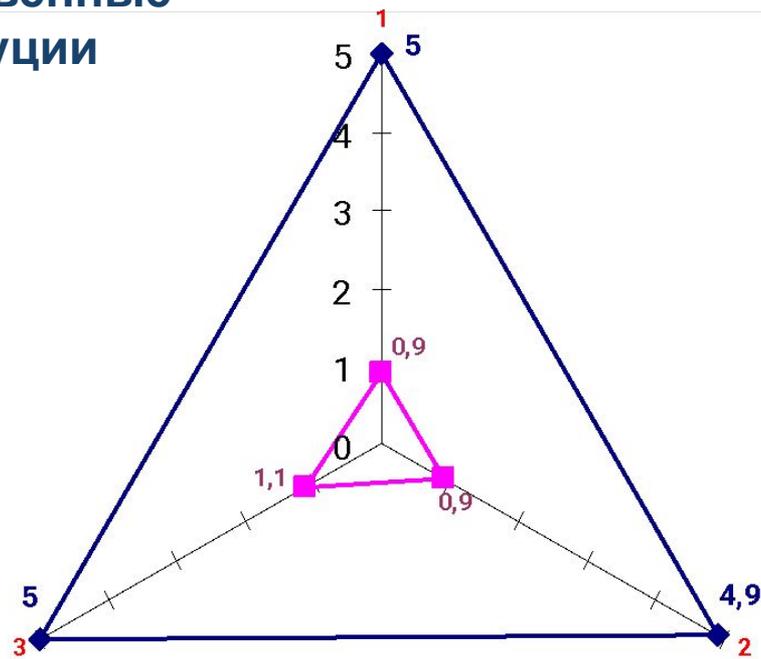


Государственные институты

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!

