Проект «Содействие экономическому развитию и занятости»

Кластерные исследования и методы кластерного анализа

Куртева Татьяна Ивановна
Начальник центра учебных технологий Севастопольской ТПП

15.09. 2010 г
Г. Севастополь

влияние глобализации

Под влиянием процессов глобализации набирают вес процессы:

- Приоритетного экономического развития регионов, городов, территорий;
- Стратегии формирования и развития отдельных предпринимательских структур и особенно их региональных объединений;
- Поиск конкурентных преимуществ в использовании инновационных технологий на отдельных территориях.

В мировой экономической литературе они получили название кластерных моделей, сетевых структур, альянсов и т.п.

В последние годы подобные объединения появились на Украине и достаточно активно начинают влиять на её экономическое развитие

Мировой опыт последних двух десятилетий свидетельствует о том, что в условиях рыночной глобализации быстрый подъем ведущих секторов производства, осуществляется на основе применения отдельных социально-интеграционных систем, в том числе их наиболее эффективной формы – инновационных кластерных объединений.

Кластер – это объединение на добровольной основе заинтересованных в совместной деятельности группы предприятий, компаний, ЧП, научно-исследовательских институтов/центров, общеобразовательных учреждений, организаций, иных институций строящих свою работу по принципу партнерства и способных проявлять себя как отдельный субъект хозяйствования.

Миссия кластеров:

Для государства – социально-экономическое ускорение регионального развития.

Для членов – увеличение конкурентоспособности и экономической стабильности

2000 г. - в Лиссабоне закреплена концепция кластерного развития Европейских стран

2006 г. – в Стокгольме (Швейцария)- зарегистрирован Европейский Кластерный Альянс

2007 г. (февраль) – Еврокомиссия в Брюсселе приняла **«Манифест кластеризации ЕС»**

6-7 декабря (Брюссель)-Европейский Кластерный Альянс провёл первую общеевропейскую конференцию (итоги кластеризации за 2007 год и обсуждение и согласование программного документа- «Европейский Меморандум о кластерах»)

2008 г.(Стокгольм)**–**Президентская конференция по инновации приняла «Европейский меморандум о кластерах»

Новые технологии сотрудничества

Взаимодействие трех секторов

БИЗНЕС

Предпринимательские структуры; Товарищества; Коммерческие банки

ВЛАСТЬ

Местные органы власти; Налоговые администрации; Регуляторные структуры

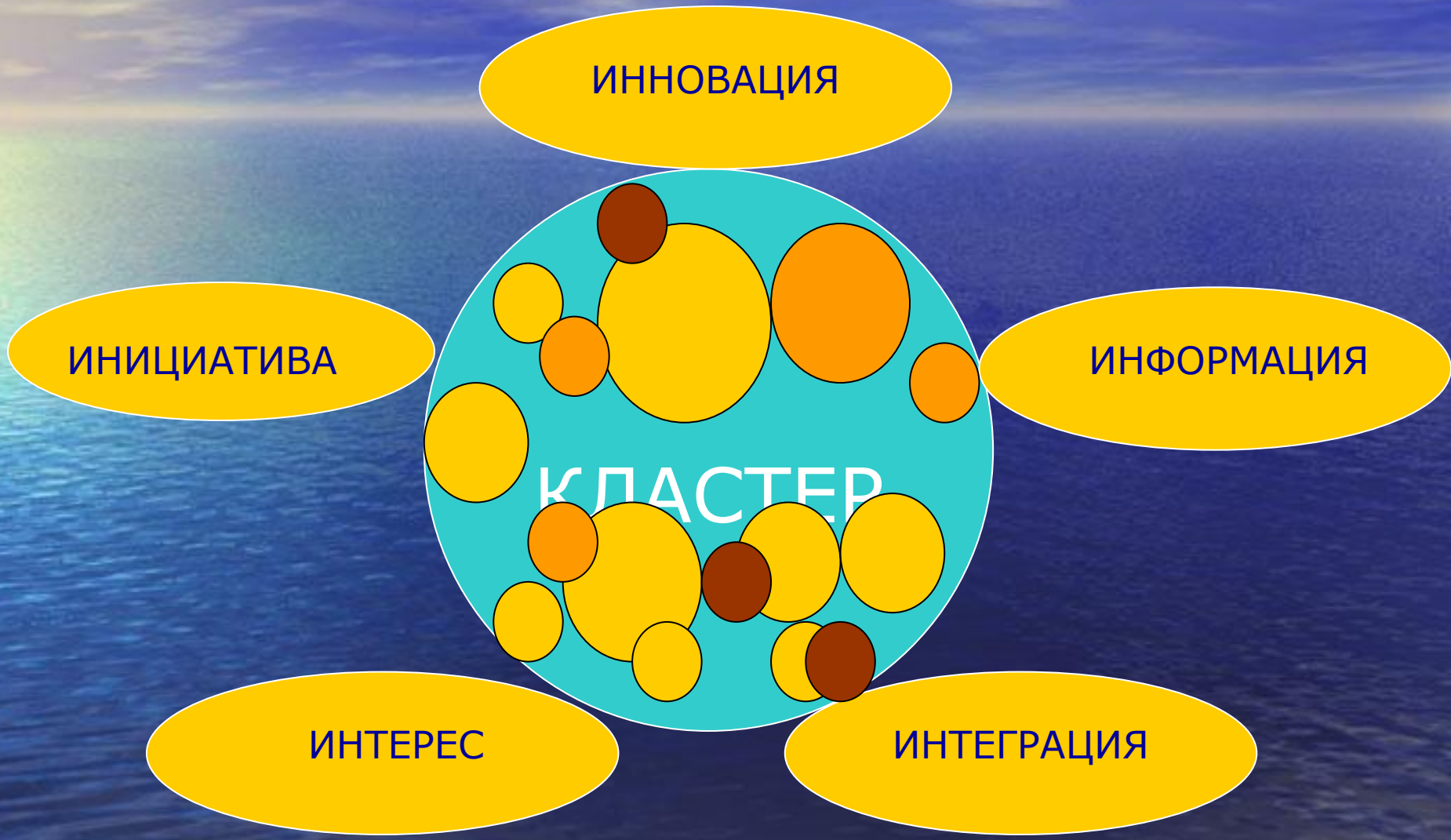
ИНСТИТУЦИИ

Университеты и научные центры; Общественные организации; Торгово-промышленные палаты

КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Кластеры объединяют от 3-5 участников до 12-15 тыс. отдельных поставщиков и производителей

НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРОВ (Концепция “5-i” М.Войнаренко)



РАСПРОСТРАНЕНИЕ В УКРАИНЕ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО ОПЫТА ВНЕДРЕНИЯ КЛАСТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кластер состоит из взаимозависимых фирм и организаций

Торговые сектора

- поставщики средств производства
- поставщики комплектующих
- поставщики услуг
- консультанты
- R&D контакты

Родственные сектора

- подобные технологии
- подобные стратегии
- объединенный трудовой пул

Поддерживающие организации

- обучение (университеты, колледжи)
- тренинги
- НИОКР (R&D) (университетские, федеральные лаборатории)
- агентства развития
- органы государственного регулирования

Взаимозависимость: конкурентная позиция каждой фирмы кластера зависит от одного, нескольких или всех остальных членов группы

Составляющие успеха (ромб конкурентных преимуществ)

Кластеры и конкуренция

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**

что *национальное процветание невозможно наследовать — оно должно создаваться.*

Портер утверждает, что кластеры оказывают влияние на конкуренцию тремя путями:

- **Увеличение продуктивности компаний, входящих в кластер;**
- **Способствуют инновациям в той или иной сфере;**
- **Стимулируют новые бизнес - идеи в той или иной отрасли.**

Модель конкурентных преимуществ Портера

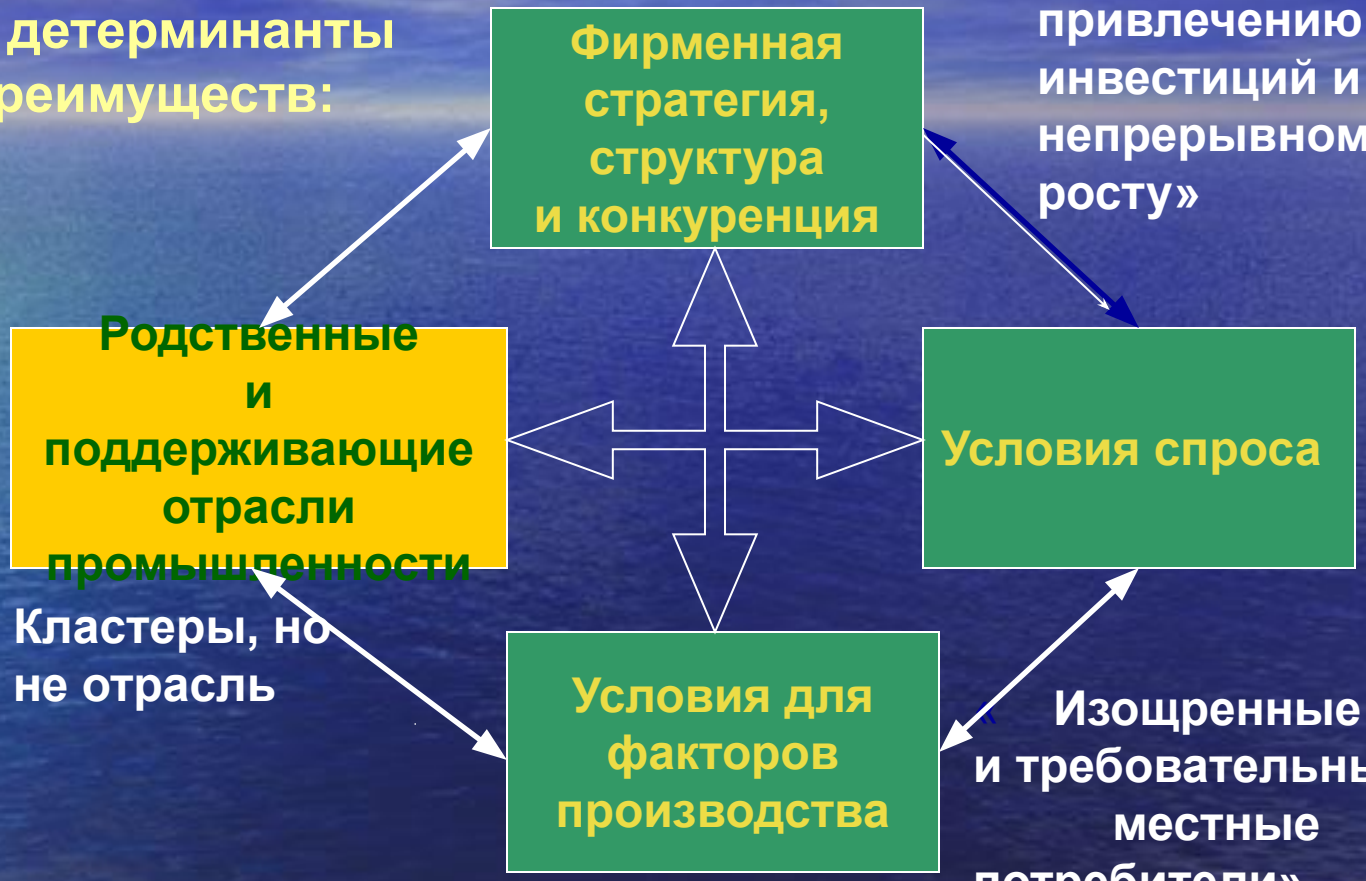
Четыре важных детерминанты конкурентных преимуществ:

Кластеры как один элемент

Кластеры не обязательно региональные по своим масштабам

Нечеткость в измерении показателей

Ограниченная верификация



«Местная среда содействует привлечению инвестиций и непрерывному росту»

Кластеры, но не отрасль

Изощренные и требовательные местные потребители»

Количество, качество, стоимость факторов производства

Система взаимного усиления позиций

Взаимное усиление:

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

Традиционный подход требует применения двух основных типов прикладного кластерного анализа:

Основной кластерный анализ

- оценка взаимосвязи и тенденций во всех региональных отраслях промышленности
- использование комплексного метода выявления кластеров, или использование нескольких методов

Фокусный кластерный анализ

- исследование одного из видов кластерной модели
- исследование одного или нескольких сегментов промышленности

Проведение кластерных исследований: задачи

- концепции относящиеся к процессу исследований
- получение необходимых данных
- применение комплексных и насыщенных данными аналитических методов
- интерпретация выводов
- выработка рекомендаций

Начало использования концепций относящихся к процессу исследований

Три направления по измерениям:

По взаимосвязям

По времени

По месторасположению

Взаимосвязи: инновация, занятость, капиталовложения

Месторасположения: привязанные к территории, не привязанные к территории

Время: существующие, деградирующие, возникающие или потенциальные

Взаимосвязи

Что объединяет фирмы в кластеры?

- Кластеры с цепочкой добавленной стоимости (ЦДС):

компании которые являются участниками одной и той же обширной производственной цепи добавленной производственной стоимости

-Кластеры ориентированные на использование рабочей силы:

компании которые руководствуются общими требованиями к рабочей силе (используют общий трудовой пул)

- Инновационные кластеры:

инновационные компании которые обмениваются ключевой информацией, знаниями, которые ведут к технологическому совершенствованию или изменениям в технологиях

Показатель месторасположение

Располагаются ли компании-участницы кластера в специфических регионах?

- Привязанные к территории:

кластеры, в которых компании группируются в специфических регионах государства (или регионах относящихся к приграничным территориям);

- Не привязанные к территории:

объединившиеся компании, которые не привязаны к конкретному региону, но расположены на территории государства, или сконцентрированы в нескольких регионах.

Временной показатель

На какой стадии развития идентифицированы кластеры?

- Существующие:
кластеры с наличием значительных и исключительно крепких связей, на которых и фокусируется исследования; как правило предполагается расширение

- Деградирующие:
существующие кластеры, которые скорее сокращают свою деятельность, чем развивают

- Возникающие:
кластеры, которые имеют большую перспективу развития, но не сумели еще набрать критическую массу

- Потенциальные:
кластеры, которые могут возникнуть благодаря существующим тенденциям, удаче, или политике стимулирования их развития

Общие характеристики различных методов

Метод	Преимущества	Недостатки
Оценка экспертов	Эффективен с точки зрения сроков исполнения и цены. Подробное описание ситуации	Не подлежит обобщению. Практически невозможно вести систематический сбор данных
Показатели территории (ПТ)	Доступный, недорогой. Может дополнять другие методы	Фокус на секторах, а не на кластерах
"Затраты — доход": торговля	Часто главный источник данных по взаимозависимости. Исчерпывающий и подробный	Может быть недостаточно точным для современного состояния промышленности. Не обращает внимания на поддерживающие институты
"Затраты — доход": инновации	Ключевой показатель взаимозависимости	Не имеется данных по многим странам, в т. ч. и США (источник — ОЭСР)
Сетевой анализ/ теория графиков	Зрительный образ помогает объяснению и анализу	Методика и программное обеспечение еще ограниченны
Обзоры	Приспособляемость к идеальному сбору данных, удобен для циркуляции	Дорогостоящий. Трудно осуществлять на должном уровне
Партнерство по трудовому пулу	Может использоваться для идентификации групп трудовой активности	Основывается скорее на ходе деятельности, чем на уровне мастерства. Довольно общего характера

Формирование рамок анализа помогает определить подходы

Необходимо сначала идентифицировать и определить рамки основных проблем, то есть <u>ЧТО ВЫ ХОТИТЕ</u>?

Главная задача: Для чего Вы будете использовать исследования?

Показатели

<u>Определение кластера</u>
- Существующий?
- Потенциальный/возникающий?
- Привязанный или не привязанный к территории?
- Тип взаимосвязи?

<u>Методология</u>
- Всесторонняя?
- Обобщенная?
- Количественная?
- Качественная?

<u>Внедрение</u>
- В промышленности?
- Только для анализа?
- Только для маркетинга?

Кластеры на основе ЦДС
Идентификация взаимозависимостей

Текущие, местные

- **Основанные на торговле**
  - Региональные затраты-доходы
  - Простые описательные показатели
  - Обзор (существующих взаимосвязей)
  - Экспертная оценка
- **Поддерживающие институты**
  - Обзор
  - Интервью
  - Экспертная оценка

Возникающие/ потенциальные

- **Основанные на торговле**
  - Национальные затраты-доходы
  - Имеющиеся в наличии исследования взаимоотношений
  - Обзор (потребностей покупатель-продавец)
- **Поддерживающие институты**
  - Обзор (других потребностей)
  - Вспомогательные данные
  - Экспертная оценка

Что можно сделать с ЦДС на национальном и региональном уровнях?

- Искать присутствие соответственной цепочки в регионе
- Искать компоненты имеющейся цепочки
- Определить причину отсутствия элементов цепочки
- Определить причину присутствия других элементов
- Комбинировать с другими методами (обзоры, региональный затраты-доход) для исследования региональной торговой структуры
- Не делать допущений того, что региональная экономика параллельна национальной, но использовать образцы для лучшего понимания сочетания обеих экономик
- Цепочки могут служить основой для идентификации перспектив и возможностей стоящих перед промышленностью региона

Исследование частично совпадающих по деятельности структур

Анализ ЦДС

Кластерный анализ по трудовым ресурсам

Тенденции базовых секторов

Этап 1: Анализ базовых отраслей

Этап 2: Кластерный анализ трудового пула

Этап 3: Кластерный анализ «снизу - вверх»

Сектор поставщиков i

Сектор поставщиков j

Сектор поставщиков k

Изучаемый сектор (i, …….j, = 413)

Потребительский сектор i

Потребительский сектор j

Потребительский сектор k

Анализ ЦДС

Размер
Объем (секторы в регионе)
Специализация (текущая и потенц.)
Расширение (общее, долевое)
Глубина (разнообразие, тенденции)

Анализ основного сектора

Размер
Специализация (текущая и потенц.)
Расширение (общее, долевое)

Потенциальные сектора регионального кластера

Этап 3: Кластерный анализ «снизу - вверх»

- 1. Выявление 1-го и 2-го уровня цепочек поставщиков и покупателей для каждой отрасли
- 2. Изучение характеристик каждой цепочки
- 3. Выявление ключевых региональных отраслей
- 4. Приведенное множество региональных отраслей с сильными или возникающими, потенциальными или нисходящими взаимосвязями

Этап 4: Объяснение совпадения данных

Ищите последовательные результаты исследований:

Слабые стороны подхода

- интерпретация требует значительного мастерства

Сильные стороны подхода

- идея реальности единой группы «кластеров» для изучаемого региона необоснованна (не считая наиболее общего подхода)

- обеспечивает уровень детализации, который может способствовать стратегическому планированию

- может служить как основа продолжительного мониторинга

Заключительные идеи

1. Сначала продумать главные задачи стратегии
2. Выявить подходящие направления кластеризации (для фокуса)
3. Являются ли вашей целью кластеры привязанные к территории?
4. Существующие, возникающие, потенциальные?
5. Используйте существующие исследования (как «образцы»), хотя бы на начальном этапе
6. Если вы предприняли исследования, требуйте следующее:
   - полное и детализированное раскрытие всех методов и данных
   - действенная оценка взаимозависимости, а не только специализация
   - последующая интерпретация и поддержка

Направления развития кластеров

1. **Информация, коммуникационые каналы**

- Стратегическая информация о конкурентах, рынках, страт. партнерах
- Внутренняя информация, базы данных (распределение функции)
- Портал (вебсайт, система бронирования, базы данных, Интернет)

Направления развития

2. **Сотрудничество**

- **Разработка новой продукции** (Формирование единого портфеля продуктов)
- **Работа с властью,** планирование …
- **Сотрудничество между членами** (принципы, цена, распределение ролей, условия, стандартные документы, правила игры, ценообразование), кодекс партнерства

Направления развития

3. **Человеческие ресурсы (подготовка персонала)**

- Развитие базы (анализ, консолидация)
- Обмен опытом с партнерами из других регионов и стран
- Работа с вузами, стажировки, тесное взаимодействие бизнеса и науки

Направления развития

4. **Реклама, пиар**

- Ярмарки, выставки (помощь доноров, фонда)
- Рекламные продукты с привлечением экспертов
- БРЕНД
- Вебсайт (в рамках многофункционального портала)
- Бюро

Направления развития

5. Интернационализация, выход на международные рынки

- Туризм
- Продукты моря
- Судостроение
- ……..

Схема кластера морепродуктов

Законодательство и Регуляторная политика

ИСТОЧНИКИ ЗНАНИЙ И ТАЛАНТОВ

1. НИИ, университеты и техникумы
- ✓ Институт биологии южных морей
- ✓ МГУ (Севастопольский филиал)
- ✓ Морской ин-т рыбного хозяйства

2. Специализированное обучение и консалтинг
- ✓ Центр занятости

Марикультура (морское фермерство)

Корм (килька и т

Прибрежное рыболовство

Оптовый рынок / биржа

Переработка, хранение

Рынки сбыта
- Севаст. /Крым
- Украина
- СНГ
- ЕС
- Другие рынки мира

Инфраструктура и услуги

Организации, стимулирующие сотрудничество, ТПП

Маркетинговые исследования

Ветеринарная служба

Реклама, маркетинг

Юристы

Ассоциации

Отраслевые советы

Транспорт

судоремонт логистика

Порт

Центр станд-ции и метрологии

Таможня

Инспекция Азово-Черном. бассейна

Схема кластера бизнес туризма

ИСТОЧНИКИ ЗНАНИЙ И ТАЛАНТОВ

1. Университеты и техникумы
- ✓ Сева. нац. тех. ун-т
- ✓ Сев. фил. Саратовск. соц . –экон. ун-та
- ✓ Школа «ОСБИ»
- ✓ Сев. нац . ун-т ядерной энерг. и пром.
- ✓ МГУ (Севастопольский филиал)

2. Специализированное обучение и консалтинг
- ✓ Центр занятости
- ✓ Агентство «Успех»

Смежные и родственные

Транспорт
(ЧП Савченко, АТП «Цыбулькин»)

Экскурсионное обслуживание
(Ассоциация экскурсоводов и гидов-переводчиков,ТИЦ)

Культура, развлечения
(Вокальный ансамбль «Ностальжи», арт-студия «На рейде»)

Предприятия

- Туроператоры («Тур-Этно», «Янтарный берег», «Лоранд-тур»)
- Предприятия, предоставляющие проживание

ТОК им. Мокроусова, Гостевой дом «Бизнес-конференц отель», ЦВТБ «Севастополь», ЧП «Камадея»

- Организаторы конференций СТПП, СевНТУ

Рынки сбыта

- Компании сетевого маркетинга
- Банки
- ТПП
- Научные институты

Инфраструктура и услуги

Организации, стимулирующие сотрудничество
(СТПП, СГГА, СГС)

Питание
ООО «Дайм-юг», ЧП Червов

Реклама, маркетинг
Телевидение «Крымская Ривьера», Центральный НИИ экономики, управление статистики

Карта кластера «Краматорск ювелирный»

Кластер экологических технологий

Связи
«университет-промышленность», передача технологий, коммерциализация

Тренинги и торговые школы

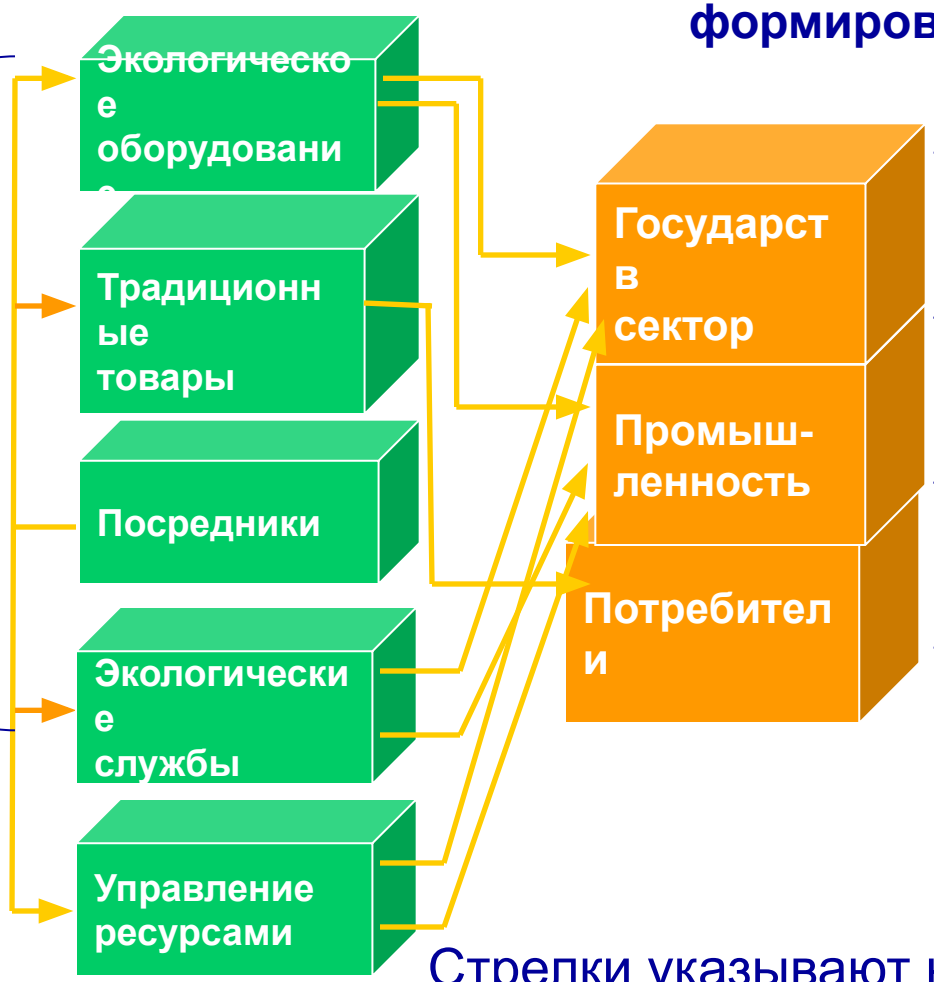
Конференции между покупателями и поставщиками, создание сетей, торговые выставки

Венчурный капитал

Инкубаторы

Набор кадров

ЦДС:
поддержка предложения



Пользователи:
формирование спроса

Регулирование, ценообразование, закупки

Консалтинговая поддержка, кредитование и стимулирование

Обучение, маркетинг, переработка отходов

Стрелки указывают на торговые связи

Удачный стратегический союз может увеличить эффективность предприятия без увеличения его масштабов. В условиях современного глобального рынка ни одна компания не может достичь успеха , опираясь лишь на собственные силы. Следовательно, важнейшим фактором преуспевания является правильный выбор деловых партнеров

К. Тернер «Секреты нового мышления в бизнесе»

Благодарим за внимание!

Севастопольской ТПП Тел. (0692) 54-61-99

В презентации использованы материалы С.И.Соколенко, М.П.Войнаренко, Ланы Хопкинсон фотоработы А.Г.Семенова, В.Н.Страхова