

KLASTER

prosta droga do sukcesu

... bo prościej się już nie da

ProfitCard sp. z o.o.

ul. Bielska 63a

43-400 Cieszyn

www.profitcard.pl

Marcin Jabłoński

Marcin Jabłoński



- Filolog polski, podyplomowe studia Public Relations (WSB Poznań) oraz Przywództwa i komunikacji społecznej (WAT Warszawa).
- Pracował m.in. dla Coca-Cola, TP SA, Cunningham Lindsey, ATCOM S.A.
- Współpracował z Narodową Koalicją do Walki z Rakiem, zorganizował ogólnopolską kampanię społeczną.
- Szkoleniowiec specjalizujący się w obszarze komunikacji, zarządzania marką i CR marketingu.
- Współpracuje z Gdyńskim Centrum Innowacji, prowadząc cykliczne seminarium dla przedsiębiorców z branży ICT.
- Od kwietnia 2007 na stanowisku Senior Executive ICT Pomerania. Koordynator komunikacji europejskich klastrów ICT. Współtwórca platformy connectionpoint.eu
- W ramach działalności consultingowej wspiera rozwój klastrów w Polsce (klastry ICT, klastr spóldzielczości rolnej, klastr multimedialny) i za granicą. Konsultant PALiZ oraz PARP.



Definicja klastra

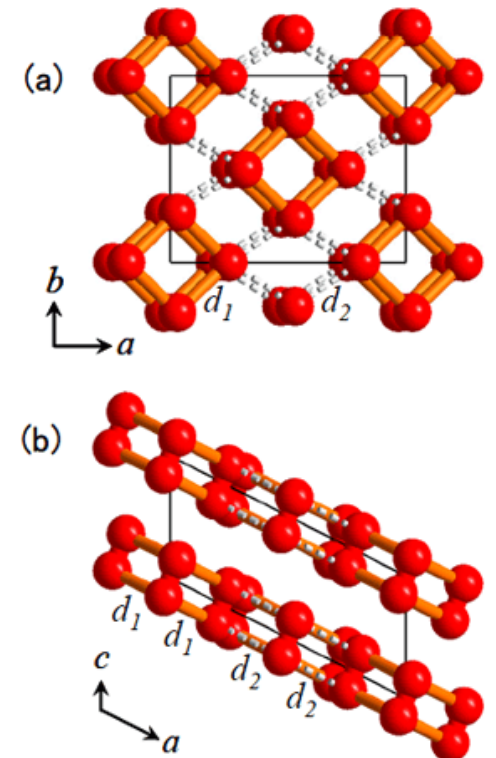
Pod pojęciem klastra rozumie się przestrzenną i sektorową koncentrację podmiotów działających na rzecz rozwoju gospodarczego lub innowacyjności oraz co najmniej dziesięciu przedsiębiorców, wykonujących działalność gospodarczą na terenie jednego lub kilku sąsiednich województw, konkurujących i współpracujących w tych samych lub pokrewnych branżach oraz powiązanych rozbudowaną siecią relacji o formalnym i nieformalnym charakterze, przy czym co najmniej połowę podmiotów funkcjonujących w ramach klastra stanowią przedsiębiorcy.

Klaster jest strukturą formalnie i nieformalnie współpracujących przedsiębiorców oraz innych podmiotów, które poprzez realizację wspólnych przedsięwzięć przynoszą wiele korzyści, także dla całego regionu. Pomiedzy podmiotami struktury istnieją powiązania pionowe i poziome (szczególnie te ostatnie mają duży wpływ na rozwój klastra jako struktury). Klaster charakteryzuje się intensywnymi przepływami informacji i wiedzy oraz wysokim poziomem jednoczesnej konkurencji i kooperacji. Podmioty funkcjonujące w ramach klastra, dzięki wzajemnej współpracy i bliskiej koncentracji geograficznej korzystają z efektu synergii, co pozwala osiągnąć lepsze efekty ekonomiczne i w rezultacie przewagę konkurencyjną nad innymi podmiotami działającymi na rynku. Taka sytuacja jest możliwa, gdy koncentracja specyficznych w danym sektorze zasobów i kompetencji osiągnie masę krytyczną, przy której klaster staje się atrakcyjnym ośrodkiem i przyciąga dalsze zasoby.

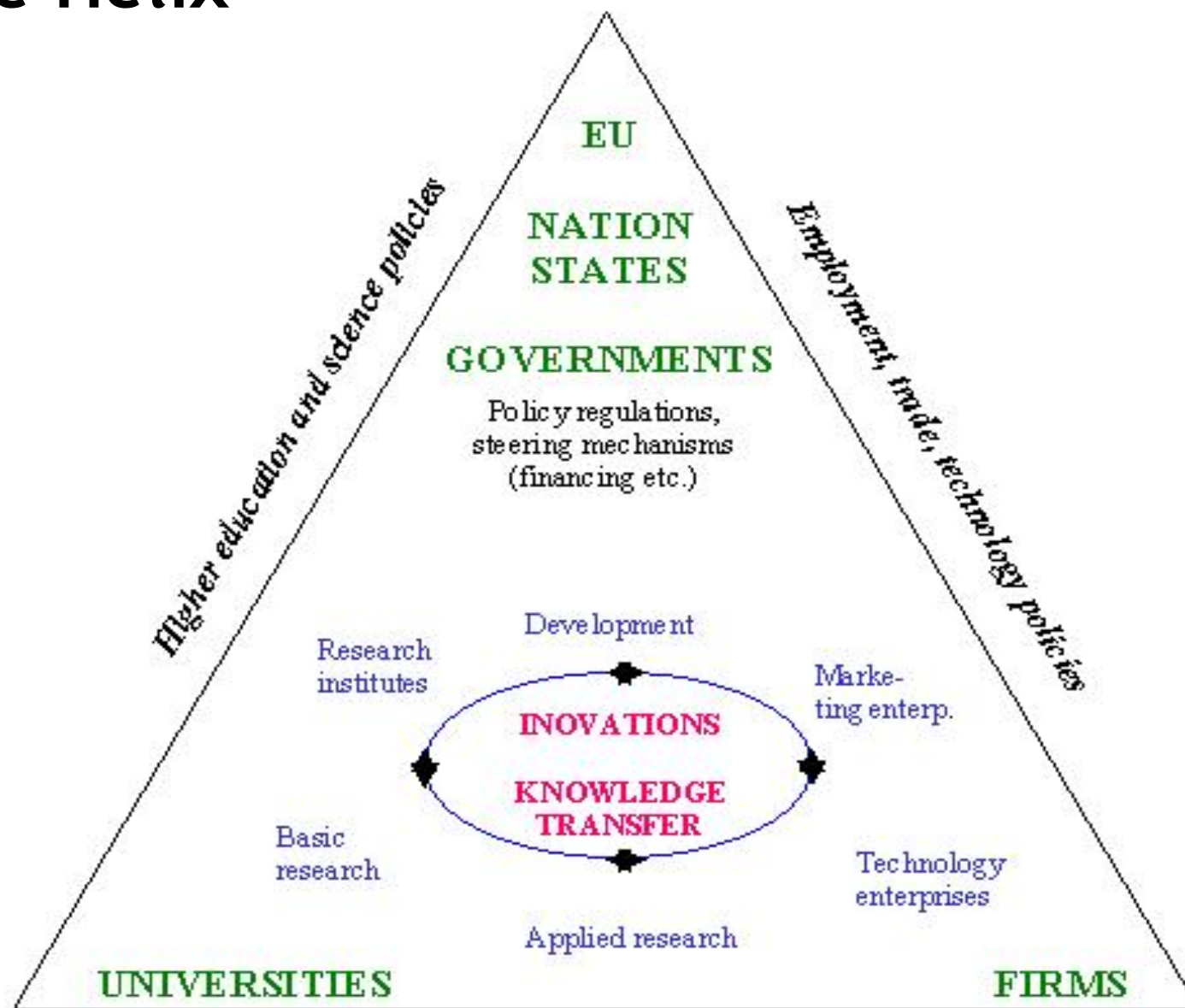
Źródło: Regulamin Programu "Wsparcie na rozwój klastra" PARP

Czym jest klaster?

- ▶ jest hubem informacyjnym - nie jest pośrednikiem handlowym
 - ▶ jest moderatorem - facylitatorem działań
 - ▶ jest reprezentantem - buduje i zarządza marką
 - ▶ jest kreatorem - inicjuje działania
- ▶ Klaster mówi głosem wszystkich aktorów klastra



Triple Helix

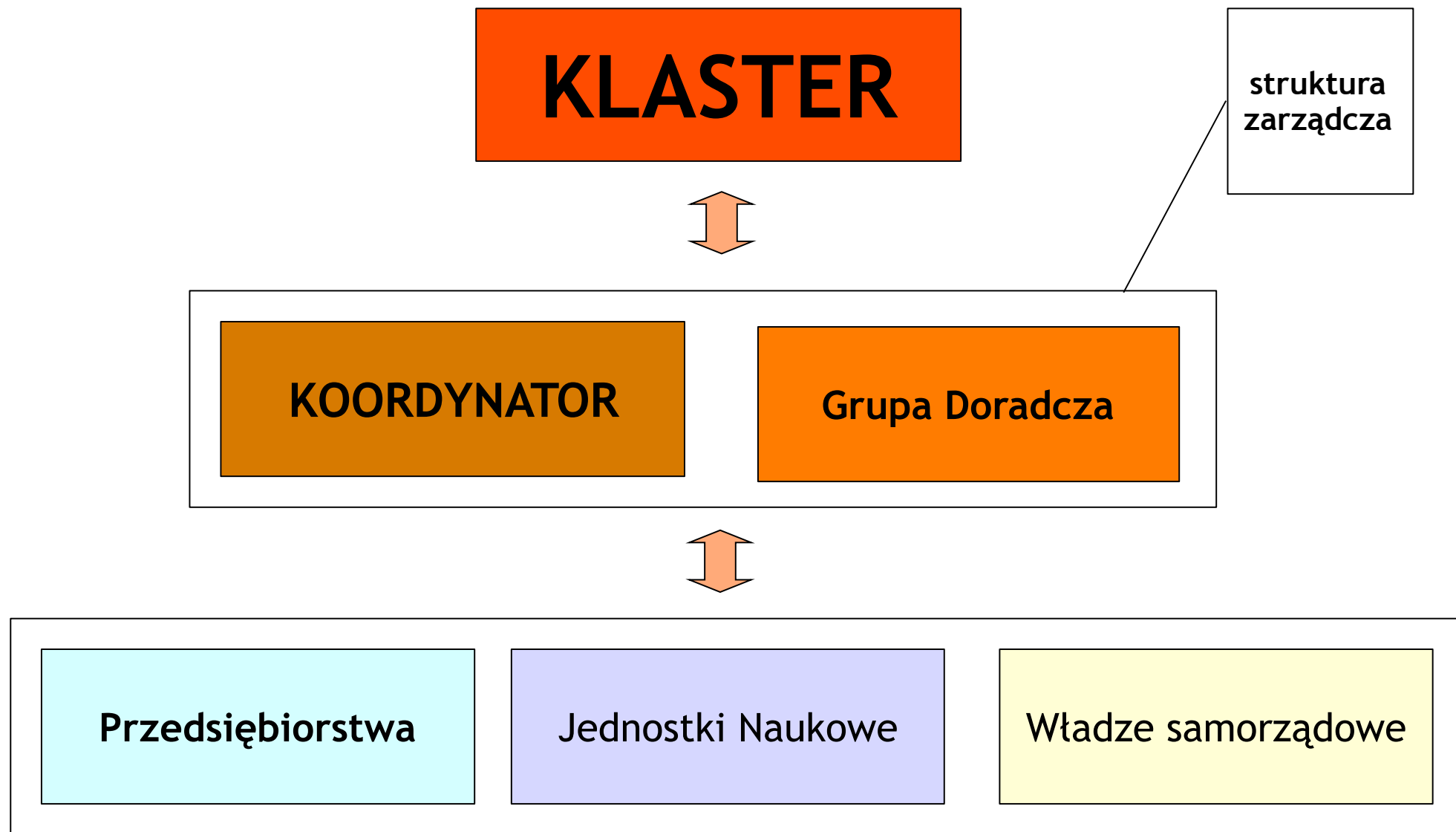


Oddziaływanie klastra

- ▶ **Mentalne** - znoszenie mentalnych barier utrudniających osiągnięcie sukcesu
- ▶ **Biznesowe** - zwiększanie potencjału aktorów klastra
- ▶ **Społeczne** - sukces klastra przekłada się na sukces regionu: wyższe wpływy do kasy gminnej, większa ilość zadowolonych studentów --> budowanie marki regionu



Proponowana struktura klastra



Struktura zarządcza

- ▶ **koordynator** - organizacja non profit, spółka z o.o., spółka akcyjna
- ▶ **Grupa doradcza** - ciało wyłonione spośród aktorów klastra, którego zadaniem jest wspieranie prac zarządu klastra, rekomendowanie kierunków działań, zgłaszanie wniosków inwestycyjnych itd.

Wewnętrzny obszar działania

- ▶ Generowanie wartości dodanej przez zarządzanie wiedzą
- ▶ Stały monitoring procesów zachodzących w klastrze, mapowanie idei, problemów
- ▶ Wspieranie i moderowanie komunikacji zachodzącej pomiędzy aktorami klastra
- ▶ Wspieranie działania grup roboczych
- ▶ Budowanie marki klastra

Zewnętrzny obszar działania

- Budowanie relacji inwestorskich
- Wspieranie relacji ze środowiskiem naukowym, wspieranie spin-offu oraz projektów R+D
- Reprezentacja w kraju i zagranicą
- Budowanie marki





Korzyści dla przedsiębiorców

- ▶ **Zysk** - klaster oddziałuje na zwiększenie obrotów firm **czynnie** uczestniczących w klastrze
- ▶ Ułatwienie dostępu do funduszy unijnych, venture capital
- ▶ Uwiarygodnienie w oczach partnerów, dostęp do zapytań ofertowych z kraju i zagranicy



Korzyści dla przedsiębiorców

- Możliwość wpływania i kształtowania rynku pracy - ulepszony dostęp do zasobów ludzkich (centra kompetencyjne, ścieżki kariery)
- Możliwość budowania konsorcjów projektowych i inwestycyjnych
- Budowanie trwałych, dobrych relacji z władzami samorządowymi oraz jednostkami badawczymi

Korzyści dla samorządu



- Zysk finansowy - większe przychody z podatków oraz zysk rozpatrywany na płaszczyźnie społecznej
- Podnoszenie konkurencyjności lokalnych przedsiębiorstw --> lepsze wyniki --> zwiększanie zatrudnienia

Korzyści dla samorządu



- Budowanie marki regionu --> sukces klastra przekłada się na wzmocnienie wizerunku regionu
- Poprawienie koniunktury demograficznej oraz lokalnego rynku pracy

Korzyści dla uczelni

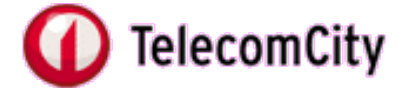


- ▶ Lepsza integracja ze środowiskiem biznesowym --> projekty B+R
- ▶ Zwiększanie szans na rozwój dla pracowników naukowych i studentów
- ▶ Możliwość uczestnictwa w klastrowych projektach inwestycyjnych --> poprawienie infrastruktury naukowej

Klastry informatyczne

- ▶ W Polsce: ICT Pomerania (Gdynia), Małopolski Klaster Technologii Informatycznych (Kraków), Miasteczko Multimedialne (Nowy Sącz), NT Hills (Bielsko-Biała)
- ▶ Zagranica: TelecomCity (Karlskrona, Szwecja), Cap Digital (Il-de-France), InfoPole (Bruksela)

TelecomCity: case study



Avalon Technology, Blazing Interglobal, Blueguards, Brainpool, Caliterra, Capgemini, City Network Hosting, CSC, Cybercom, Densitet, EC Konsult, Enovation, **Ericsson**, **Ernst & Young**, ESRI-S Group, **Flextronics**, Forsbrand Telecom, Föreningsparbanken, Global Fun, HiQ Karlskrona, Hyper Island, ILT, JayWay AB Kockums, ManagerZone, Mandator, Metria, Nordic Industry Consulting, RFXL, SoftHand, Softhouse Consulting Baltic, Storegate, **Sun Microsystems**, Telenor, UIQ Technology, Velocity Technologies, WIP, WM-Data, Wireless Maingate, Xpeedio Support Solutions

TelecomCity: case study



Szwecja i Świat potrzebują regionów, które stanowiąc będą bazę dla przedsiębiorstw operujących wiedzą wysokiej klasy.

Takie podejście wymaga wysoko wyspecjalizowanych regionów, gdzie biznes i wraz instytucjami nastawionymi na zarządzanie wiedzą razem kreują podłoże pod nowe, globalne, konkurencyjne idee biznesowe.

Otoczenie musi zachęcać i wspierać światowy poziom konkurencyjności, a poziom umiejętności współpracy musi być dobrze rozwinięty.

To sprawia, że Karlskrona jest jednym z ośrodków silnie skupiających uwagę biznesu, handlu i edukacji.

TelecomCity: case study



W ciągu pięciu lat region Karlskrona zwiększył zatrudnienie o 3000 nowych pracowników w sektorze IT. Około 20% tych ludzi pracuje w przemyśle telekomunikacyjnym a to już tyle co w samym Sztokholmie i jest to rekord ilościowy na skalę europejską.

Tamtejszy uniwersytet kształci w kierunkach IT i telekomunikacja 8 ludzi na tysiąc mieszkańców - to jest dwa razy tyle co liczba przyjmowanych studentów w innych regionach Szwecji.

... i 15 razy więcej niż w regionie Sztokholmu.

TelecomCity: case study



- ▶ Składka członkowska: 100€ za pracownika/rok
- ▶ Władze municypalne dokładają do budżetu kwotę równą 100% składek członkowskich
- ▶ Władze lokalne otrzymują z każdego zainwestowanego 1€ 4€ wpływu do kasy miejskiej

TelecomCity: case study



Karlskrona - małe miasto portowe z niewielką stocznią zmieniło się w miasto nowoczesnych technologii, w miasto z nowoczesnym - powstałym dzięki klastrowi - uniwersytetem technicznym.

Dolina Krzemowa

- ▶ Bądź uczciwy, ufaj innym i wzbudź zaufanie.
- ▶ Kwestionuj autorytety.
- ▶ Wyrażaj swoje poglądy oraz idee w sposób konstruktywny.
- ▶ Unikaj biurokracji.
- ▶ Spodziewaj się zmian i podejmuj ryzyko.
- ▶ Bądź twórczy i szukaj innowacyjnych rozwiązań.
- ▶ Uznawaj popełnione błędy i wyciągaj z nich wnioski.
- ▶ Współdziałaj z innymi i przyczyniaj się do budowania zespołu.
- ▶ Zależnie od potrzeby bądź równie dobrym szefem, jak podwładnym.
- ▶ Traktuj klientów jak współpracowników, a współpracowników jak siebie samego.

Ostatni ekran prezentacji ...

Cooperation + Competition = Coopetition



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ!

Connection Point
Aleja Zwycięstwa 96/98
81-451 Gdynia