

# Сложности и возможности развития кластеров в ИКТ сфере – примеры норвежских ИКТкластеров

Tor-Arne Bellika, board member, ICT Grenland.

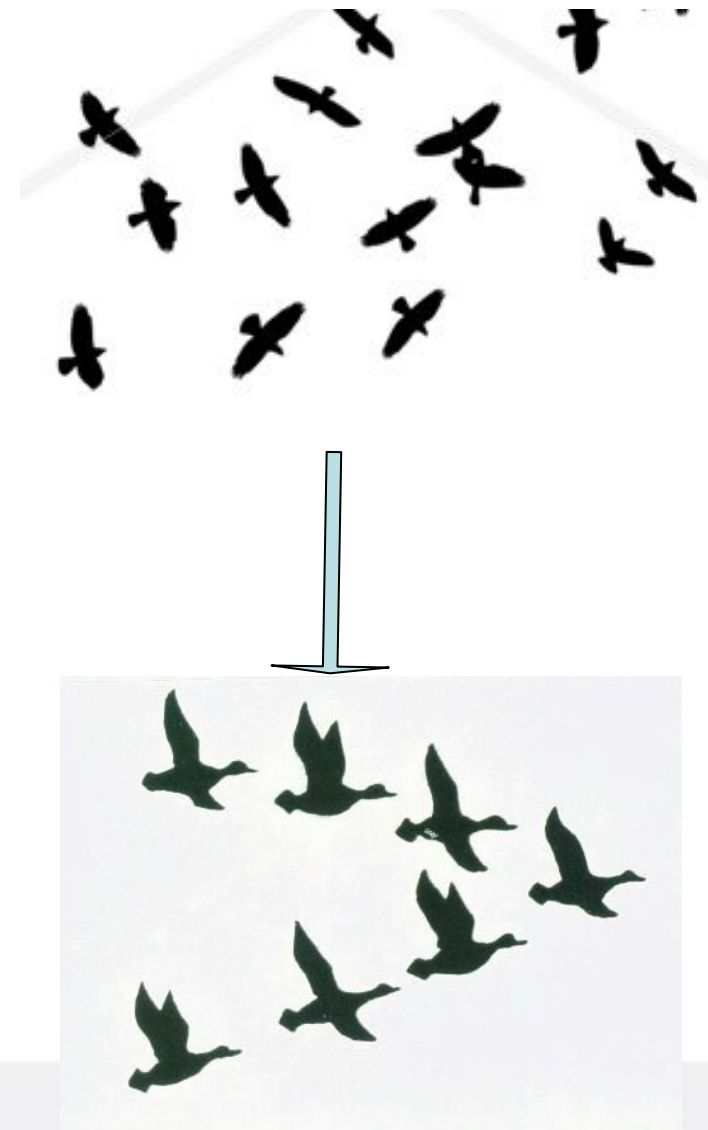


# Agenda

- Собственный опыт работы в сфере кластеров.
- Развитие ИКТ кластера Grenland 2002-2011
  - постоянное финансирование кластерной организации
  - Развитие сервисов для участников и примеры производства
  - Выстраивание доверия/сообщества для максимизации возможностей взаимовыгодного сотрудничества
- Рекомендации.

# Clusters:

рост через развитие способности сотрудничать и  
определять совместные цели



Bilde nr

# ИКТ Grenland

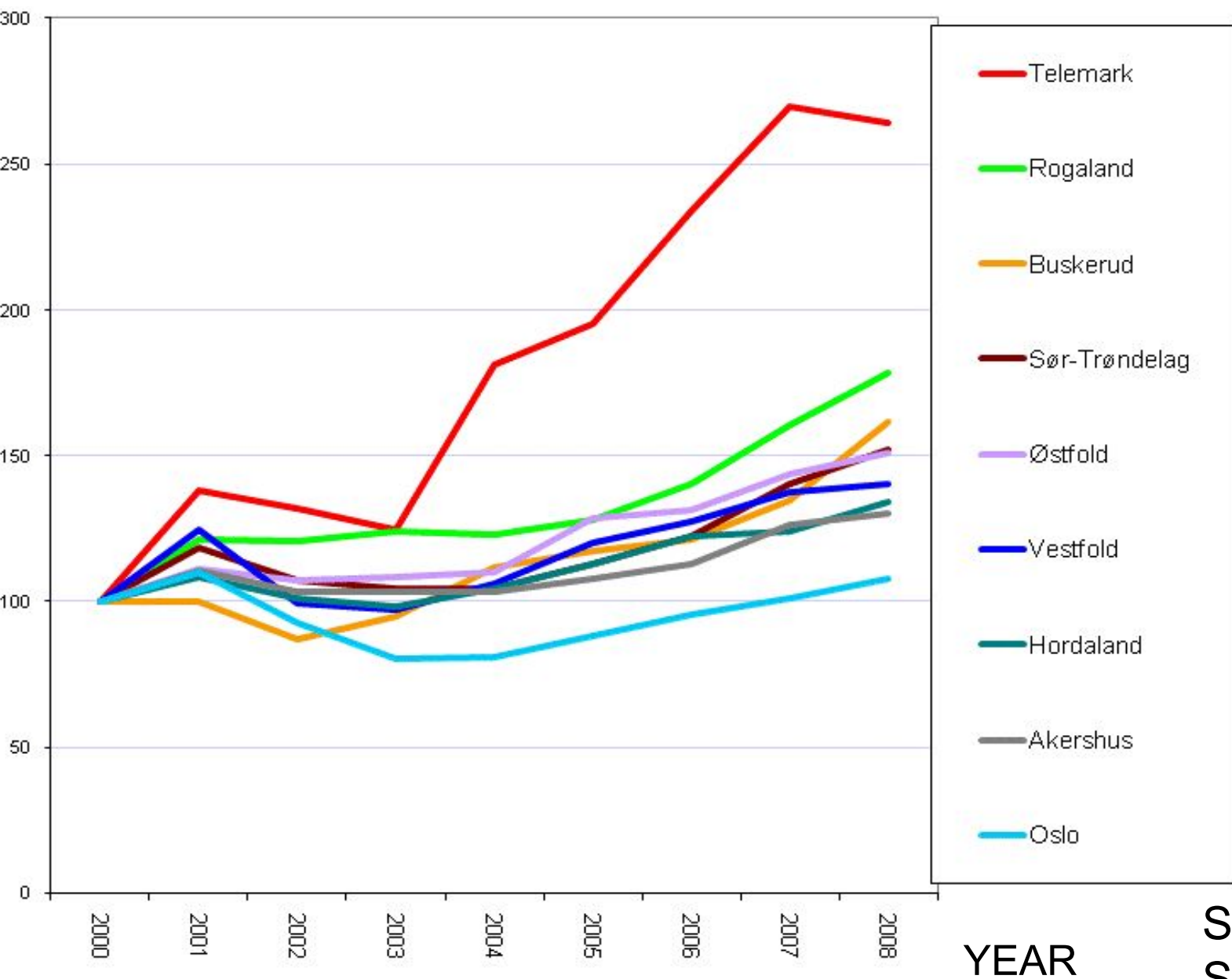


- Бизнес-взаимодействие началось компаниями ядра 2002
- Некоммерческая организация с июня 2007
  - 100 участников на территории с населением около 100 000 человек
  - 65 ИКТ компаний (800 рабочих мест в Grenland), ядро из 30 ИКТ МСБ, 80% в ПО,
- Участники национальной кластерной программы с 2007
  - Финансирование, знания по развитию кластера и площадка для взаимодействия с другими кластерами
- Команда фасилитаторов: 4 чел. исходя из занятости 1 на 1.5 года
- Годовой сгенерированный оборот около 500тыс Euros in 2011
  - Членские взносы 10% от оборота
  - Гос финансирование 40% от оборота
- Развитие доверия/сообщества/общих интересов=Priority **Grenland**
  - Внимание к отдельным сотрудникам/компаниям – главная ценность
- 2012-2013
  - Завершение гос финансирования
  - Резкое падение производства сервисов



# Лидеры по созданию рабочих мест – ИКТ компании

% совокупного роста занятости в ИКТ сфере по регионам Норвегии 2000 – 2009



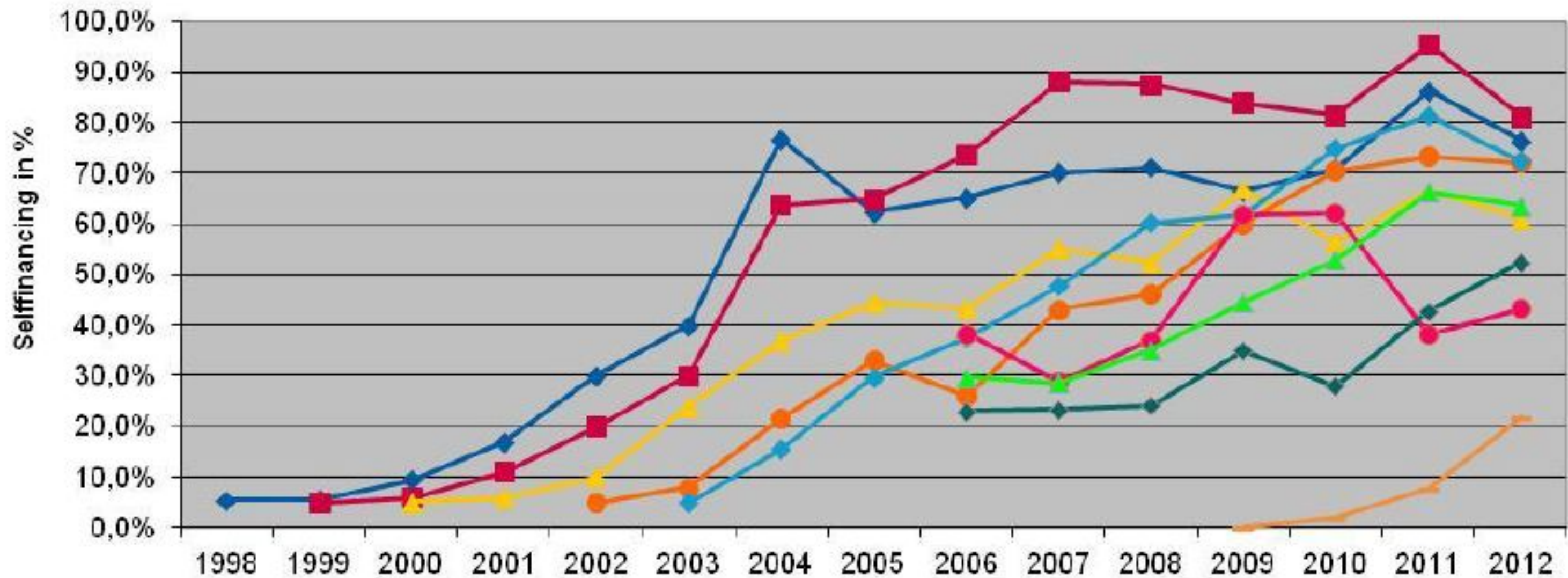
Рост якорных компаний ИКТ сферы 2006-2009

ICT membership growth figures 2006-2009	
No of employees	19 %
Sales income	47 %
Value of wages	60 %
Equity	57 %
Value creation	74 %
Productivity	11 %

Source:  
Members public annual reports

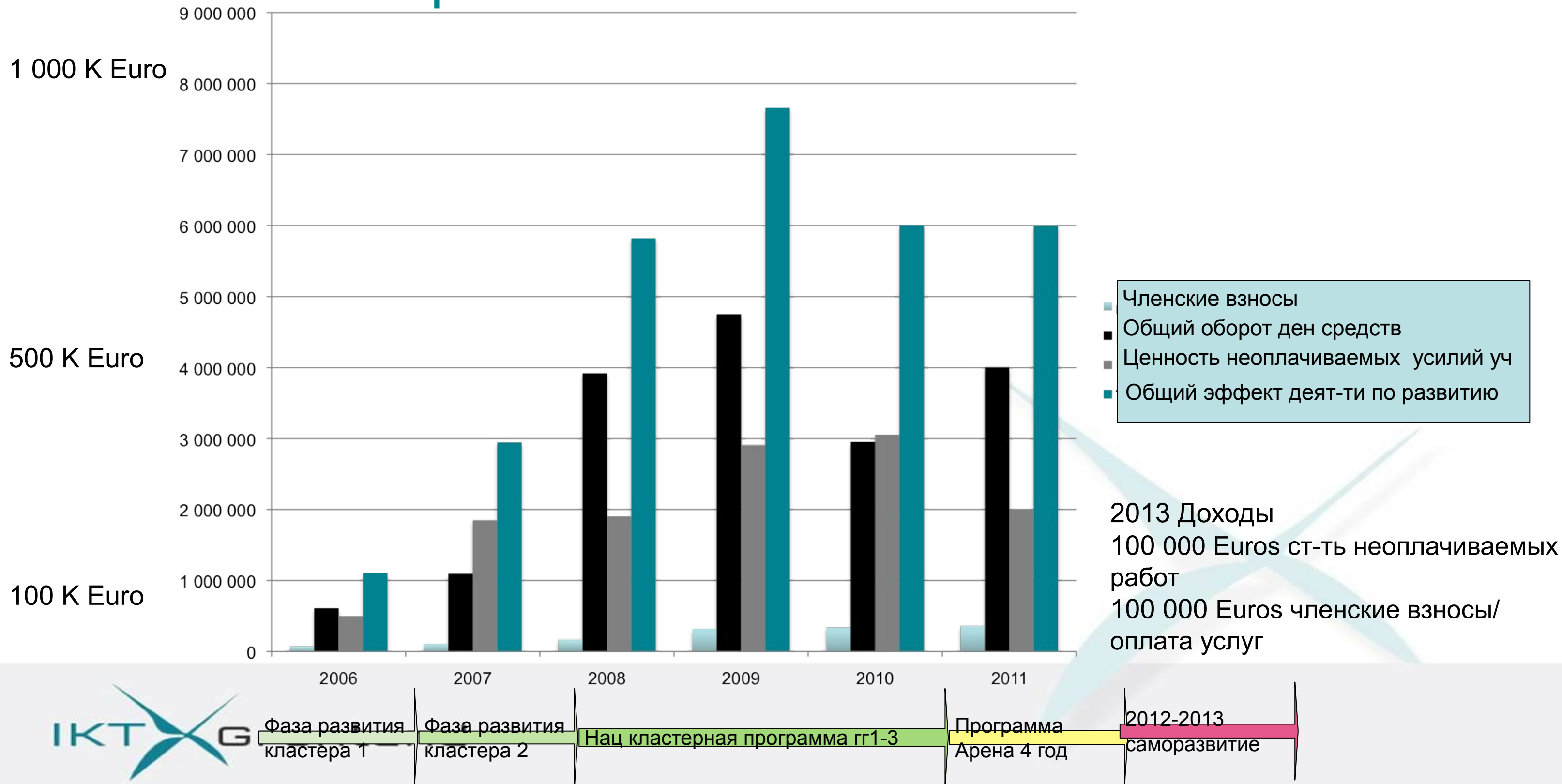
Source: National Bureau of Statistics/Telemarks Research Institute.

# Кластеры и динамика самофинансирования

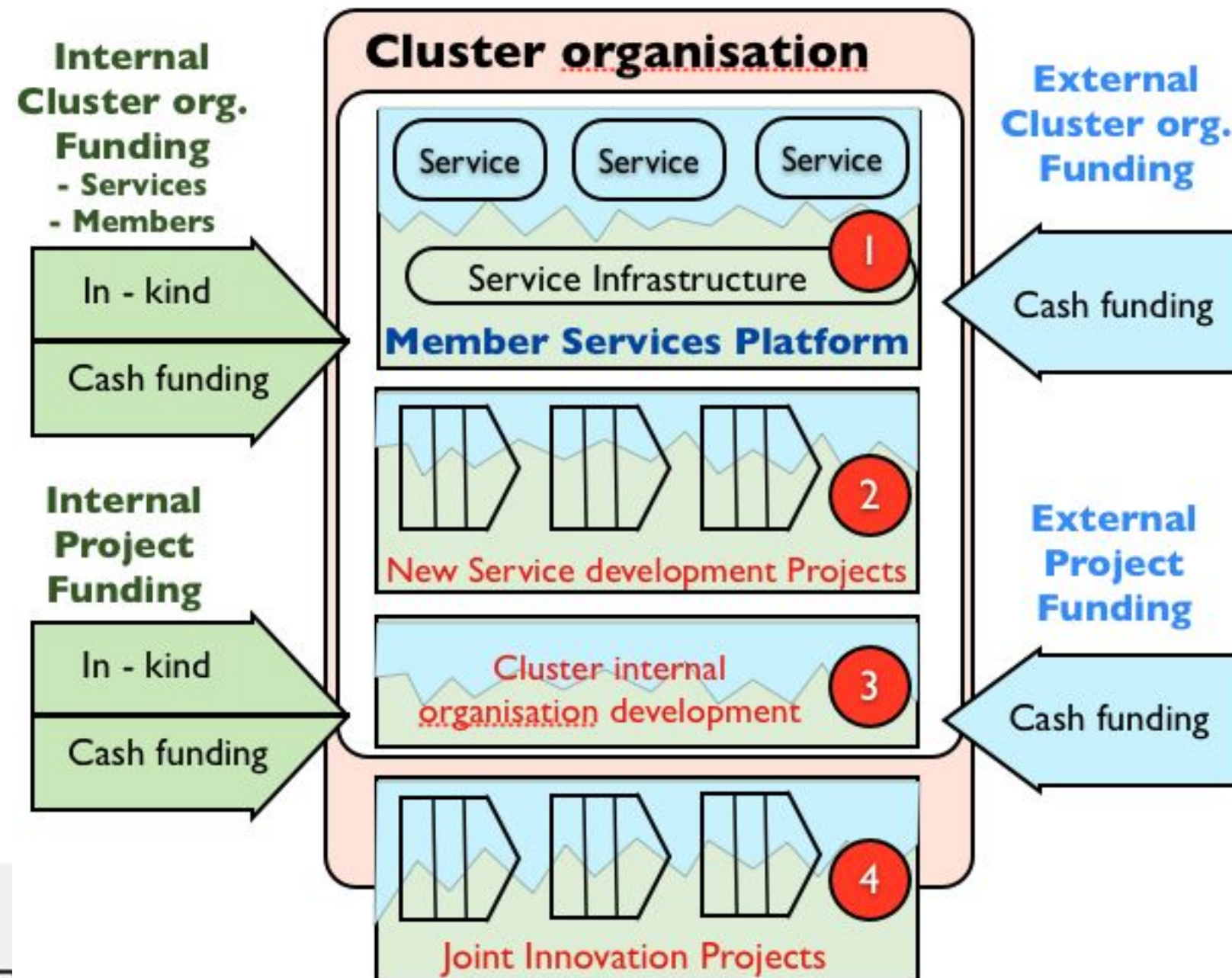


Уровень самофинансирования кластеров в Upper Austria 96 – 2012

# Кластерная организация – финансирование на различных этапах

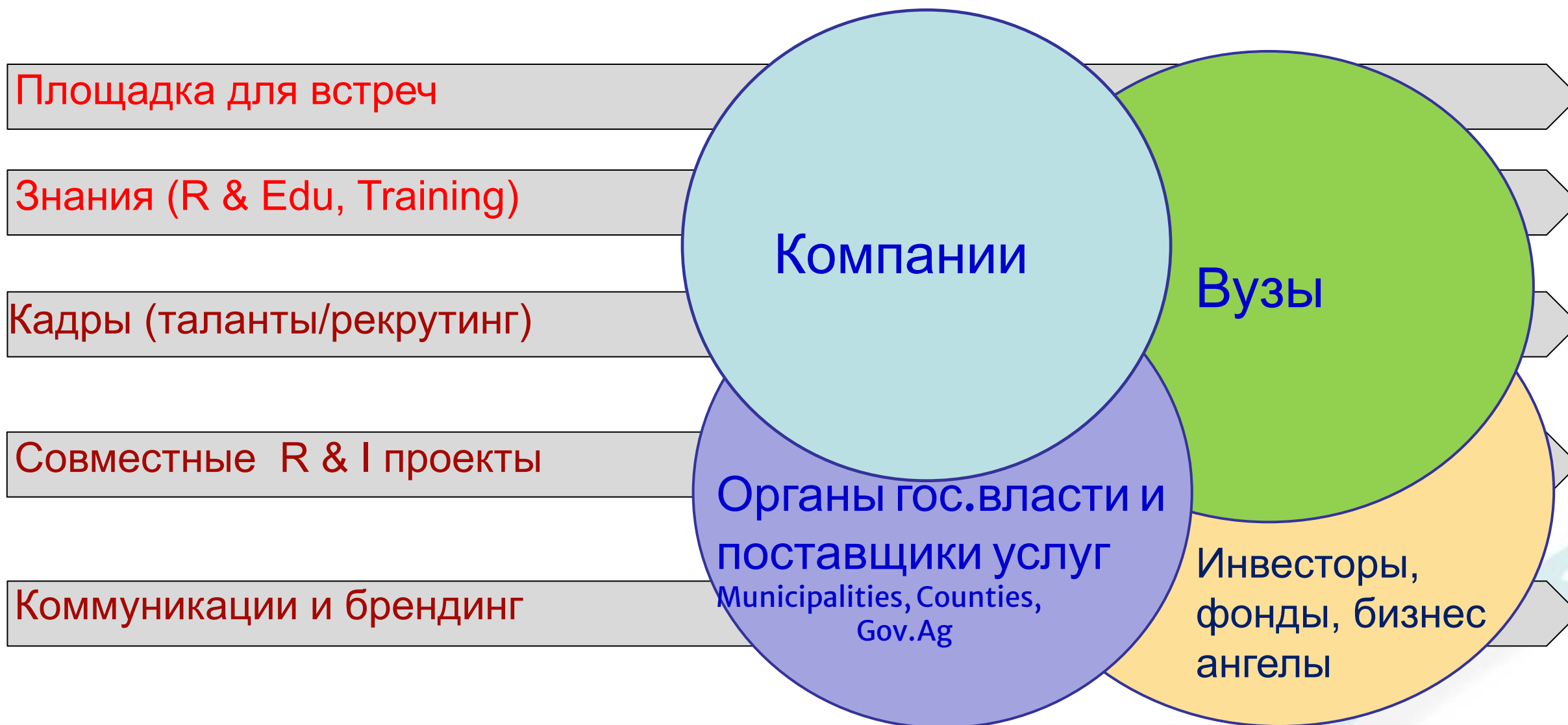


# Устойчиво развивающиеся кластерные организации производят услуги – 4 основных сферы деятельности





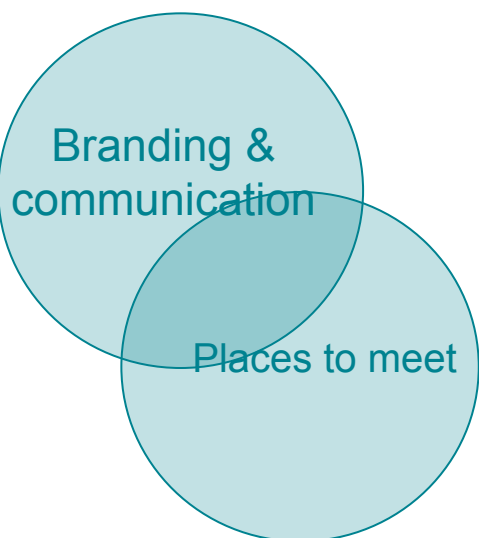
# Сферы услуг для участников



# Ежегодный объем производства услуг кластерной организации



- 2000+ участников семинаров/мастер-классов из числа сотрудников компаний кластера
- 2 000 молодежных бизнес-контактов(13 - 23 гг)
- 50 новостных статей в региональных, национальных, международных СМИ
- 200 новостных статей во внутренней новостной еженедельной рассылке
- 3-5 новых программ тренингов/повыш квалификации
- 20 предпринимательских контактов
- 50 мероприятий участников по обсуждению развития взаимосотрудничества
- 5-10 совместных концептов/проектов



# Наши ценности Гордость и доверие как важнейшие элементы развития!

English

**Open** positive  
**creative**

Norwegian

åpen blid  
skapende



Places to meet



Network for You  
Innovation for all

# Случайные встречи и выстраивание доверия

- 2 сферы внимания:
  - Осуществление и увеличение числа «неформальных случайных встреч»
  - Максимизация эффекта «случайных встреч»
    - Построение доверия/сообщества для снижения временных и стоимостных затрат на синергетический эффект взаимодействия
- Места встреч это неотъемлемый элемент всей деятельности для компаний-участников:
  - Места встреч (физ & digital)
    - Большинство МСБ ориентируется на отдельных работников И компании
    - Сообщество практиков– связывает людей общих интересов из всех компаний-участников
  - Коммуникации и брендинг – внутренний и внешний
    - Множество каналов для информирования о том кто есть кто и как компании, и как отдельные сотрудники
    - Компания недели, описание компании недели
  - Развитие компетенций – сообщество выпускников и практиков
  - Вербовка талантов
  - Фасилитация совместных R&I проектов
- Внешние площадки встреч для построения стратегического взаимодействия с другими кластерами

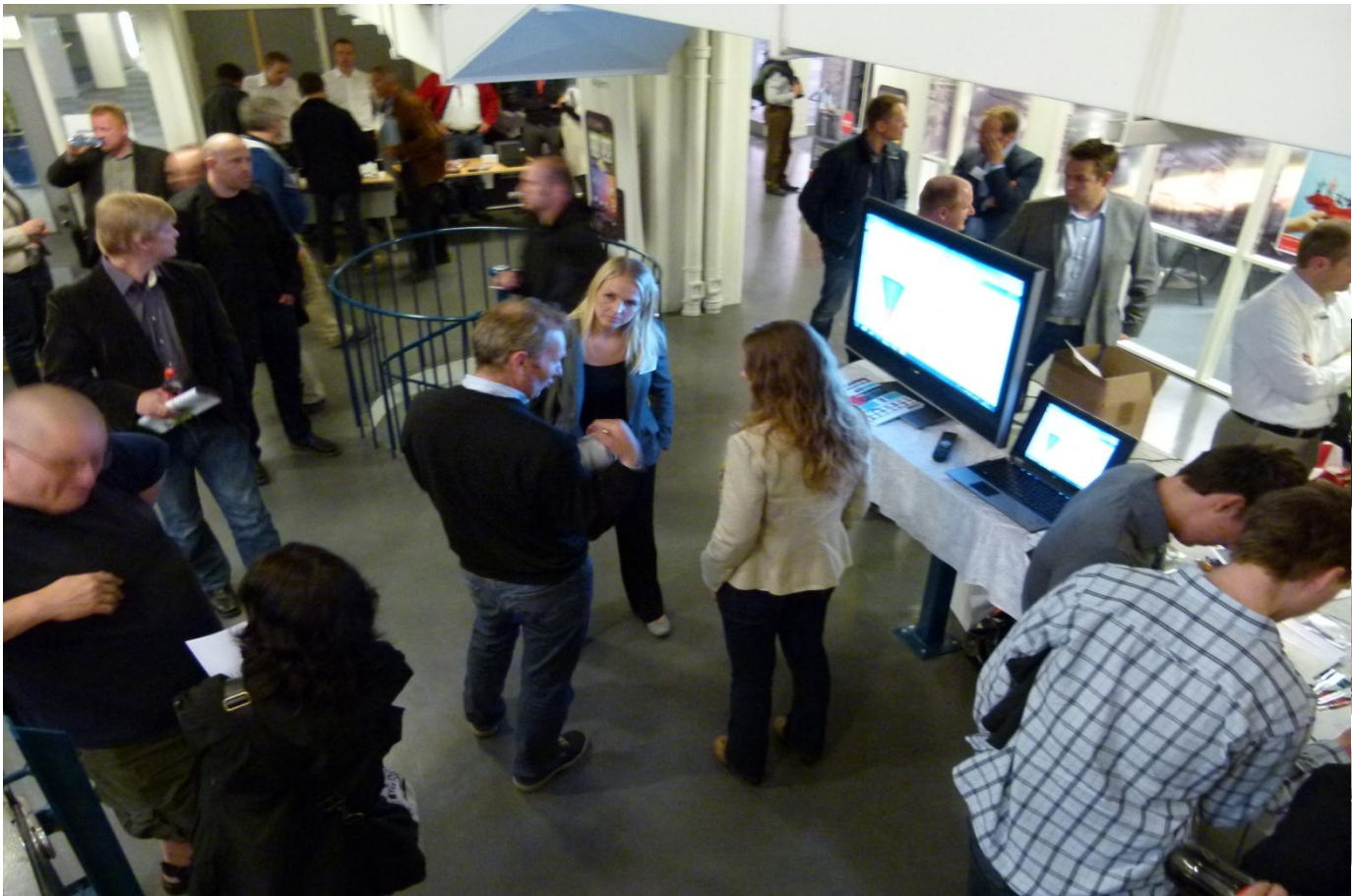
Places to meet

# Наиболее успешные проекты: enabling co-location of members & targeted customer segments

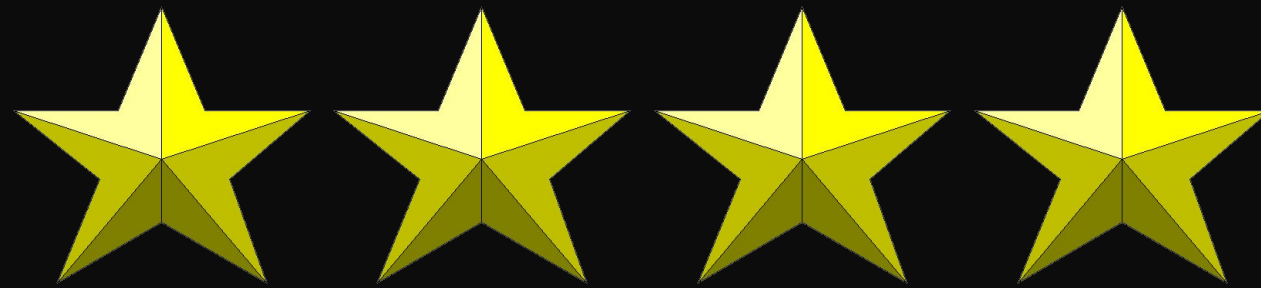


Places to meet

# Ежегодные мероприятия - встречи с покупателями



Основная стратегия –  
выстраивание доверия



История наших основных  
ценностей

# Успешное развитие кластера



- Сохранять высокий профессионализм команды фасилитаторов кластера
- Выведение в лидеры компаний снизу
- Обучить компании-участников использовать кластер как инструмент для собственного развития
  - Наиболее активные участники – в наибольшей степени удовлетворены тем, что состоят в кластере.
  - Задачи:
    - Активные научные и государственные участники кластера
- Способность изменять компетенции кластера на компетенции, которые будут нужны в будущем
- Сосредоточенность на долгосрочном устойчивом самофинансировании посредством предоставления услуг/ членских сборов.
- Независимая кластерная юр организация