

dr Jacek Rodzinka



INSTYTUT BADAŃ
I ANALIZ FINANSOWYCH

„Strategia rozwoju Transgranicznego Klastra Tufów Zeolitowych”



Plan prezentacji

- I. Metodologia budowy strategii**
- II. Etapy budowy strategii**
- III. Ważniejsze zadania na przyszłość**
- IV. Podsumowanie**

I. Metodologia budowy strategii

- **Strategia rozwoju** jest swego rodzaju planem - dokumentem kompleksowym określającym podstawowe kierunki rozwoju podmiotu lub grupy podmiotów, który to plan równocześnie uwzględnia potencjał tkwiący w podmiotach, dla których realizowana jest strategia, jak również bierze pod uwagę możliwości rozwoju, które daje otoczenie zarówno gospodarcze, jak i społeczne.
- Prace nad strategią Klastra miały postępować zgodnie z metodologią **Strategicznej Karty Wyników** (balanced scorecard).
- Balanced scorecard kładzie nacisk na zarządzanie organizacją ukierunkowane na wdrażanie strategii poprzez przełożenie jej na spójny zestaw celów strategicznych, mierników oraz działań.

II. Etapy budowy strategii.

Prace nad strategią podzielono na następujące etapy:

1. Diagnoza strategiczna

2. Określenie wizji i misji Klastra

3. Określenie celów strategicznych

4 . Określenie celów szczegółowych

5. Budowa strategicznej karty wyników

1. Diagnoza strategiczna:

Diagnoza stanu i możliwości rozwoju klastra

1. Potencjał województwa lubelskiego, obwodu lwowskiego oraz zakarpackiego
2. Klastry w polityce regionalnej
3. Ogólna charakterystyka inicjatywy klastrowej
4. Analiza potencjału rozwojowego klastra
 - Charakterystyka branży budowlanej
 - Charakterystyka branży rolnej
 - Jednostki naukowo badawcze
 - Administracja
 - Instytucje otoczenia biznesu
5. Koncepcja funkcjonalna oraz model funkcjonowania klastra
6. Główne obszary działania klastra
7. Koncepcja integracji podmiotów klastra
8. Proponowane kierunki rozwoju klastra

Strategia tworzenia i rozwoju klastr

1. Koncepcja klastrów i korzyści z funkcjonowania w ramach inicjatywy klastrowej
2. Możliwości wykorzystanie tufów zeolitowych
3. Ogólna charakterystyka inicjatywy klastrowej - misja, wizja, struktura organizacyjna, model funkcjonowania
4. Charakterystyka potencjalnych uczestników klastra (z Polski i Ukrainy)
5. Modele funkcjonowania struktur klastrowych
6. Analiza SWOT klastra

2. Określenie wizji i misji Klastra

Wizja Transgenicznego Klastra Tufów Zeolitowych

Transgeniczny Klaster Tufów Zeolitowych to rozpoznawalna w skali kraju i poza nim inicjatywa, dysponująca wiedzą dotyczącą możliwości wykorzystania tufów zeolitowych i pracująca nad kierunkami rozwoju regionów w tym zakresie, będąca źródłem inicjatyw wspierających innowacyjność, a także współpracę środowisk: gospodarczego, naukowego, akademickiego oraz samorządowego.

Misja Transgenicznego Klastra Tufów Zeolitowych

Misją Klastra jest ciągłe dążenie do odkrywania nowych zastosowań tufów zeolitowych poprzez prowadzenie badań naukowych, promowanie potencjału Klastra wśród inwestorów krajowych i zagranicznych, a także wspieranie integracji uczestników Klastra z partnerami naukowymi, biznesowymi, samorządowymi w zakresie wspólnych działań mających na celu zwiększenie konkurencyjności regionu, jak również stworzenie platformy współpracy przedsiębiorców, instytucji naukowych, administracji publicznej i organizacji wsparcia biznesu na rzecz zwiększenia znaczenia wykorzystania tufów zeolitowych w kształtowaniu przyszłego rozwoju sektora rolniczego i budowlanego.

3. Określenie celów strategicznych

Transgraniczny Klaster Tufów Zeolitowych staje przed problemami, które zostały podzielone na pięć obszarów:

- obszar marketingu,
- obszar innowacji, nauki i rozwoju,
- obszar kadr,
- obszar finansów,
- obszar ogólny.

Cele ogólne stawiane przed Transgranicznym Klastrem Tufów Zeolitowych:

Obszar	Cel ogólny
Marketingu	Stworzenie oferty produktowej z opisem zastosowań tufów zeolitowych oraz rozpoczęcie wspólnych działań marketingowych;
Innowacji, nauki i rozwoju	Zakończenie badań nad podstawowymi zastosowaniami tufów zeolitowych oraz wprowadzenie standardów określających jakość produktów;
Kadr	Wysoki poziom kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwach należących do klastra.
Finansów	Zagwarantowanie długoterminowego finansowania działań klastra zarówno w sferze organizacyjnej, jak i badawczo-rozwojowej;
Kompleksowy	Trwały rozwój inicjatywy klastrowej poprzez wzmacnianie więzi pomiędzy członkami klastra, jak też wszechstronna pomoc w rozwoju podmiotów klastra.

4. Określenie celów szczegółowych

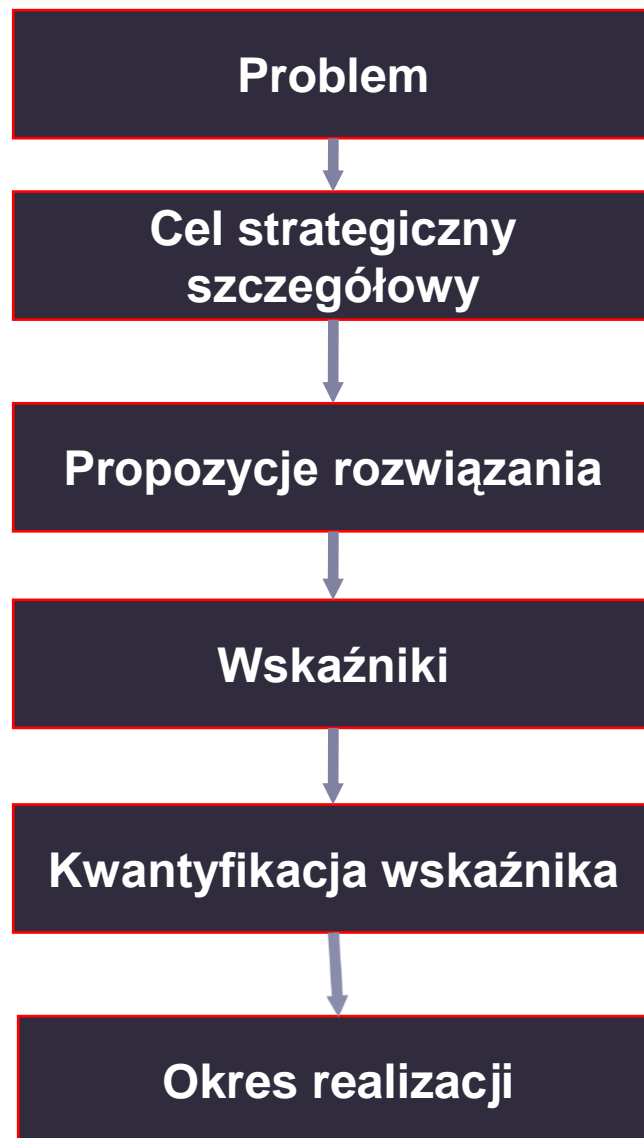
Każdemu obszarowi strategicznemu zostały przyporządkowane do realizacji strategiczne cele szczegółowe.

- **Obszar marketingu:**
 - Stworzenie jasnej i spójnej oferty produktowej klastra,
 - Podniesienie świadomości społeczeństwa/odbiorców z kwestii wykorzystania tufów zeolitowych,
 - Wspólna promocja produktów na rynku.
- **Obszar innowacji, nauki i rozwoju:**
 - Wypracowanie bardziej sprawnych kanałów informacyjnych pomiędzy wszystkimi członkami klastra,
 - Zakup specjalistycznej aparatury pomiarowej.
- **Obszar kadr:**
 - Podniesienie kwalifikacji kadr w podmiotach klastra,
 - Poprawa elastyczności zatrudnienia w podmiotach klastra,
 - Oddelegowanie osób w podmiotach klastra odpowiedzialnych tylko za współpracę w klastrze.
- **Obszar finansów:**
 - Zapewnienie środków finansowych na funkcjonowanie klastra oraz działalność w zakresie badań,
 - Podjęcie działań w zakresie pozyskiwania dotacji z funduszy europejskich w przyszłości.
- **Obszar ogólny:**
 - Zwiększenie liczby członków klastra,
 - Rozwiązanie problemów z rozliczeniem środków finansowych przekazywanych na Ukrainę,
 - Stworzenie wspólnego narzędzia informacyjno-komunikacyjnego,
 - Stworzenie struktur klastra (biura klastra, podmiotu).

5. Matryce strategiczne

Tabela 7. Matryca strategiczna Transgranicznego Klastra Tufów Zeolitowych z obszaru marketingu

Problem	Cel strategiczny szczegółowy	Propozycje rozwiązania	Wskaźniki	Kwantyfikacja wskaźnika	Okres realizacji
Niejasna i niespójna oferta produktowa <u>klastra</u> , brak konkretnego produktu oferowanego przez podmioty <u>klastra</u>	Opracowanie oferty produktowej <u>klastra</u> i podmiotów <u>klastra</u> dla klientów	Opracowywanie materiałów promujących ofertę <u>klastra</u> i podmiotów <u>klastra</u>	Liczba opracowanych materiałów opisujących specyficzne cechy produktów oferowanych przez podmioty <u>klastra</u>	Liczba opracowanych materiałów w sztukach	Średni okres
Rozproszona oferta podmiotów <u>klastra</u>	Zebranie w jednym miejscu informacji o wszystkich produktach oferowanych przez podmioty <u>klastra</u>	Stworzenie katalogu produktów oferowanych przez wszystkie podmioty <u>klastra</u>	Liczba stworzonych katalogów produktów podmiotów <u>klastra</u>	Liczba stworzonych katalogów w sztukach	Krótki okres
Niepełne informacje przekazywane klientom dotyczące oferty podmiotów <u>klastra</u>	Stworzenie wiarygodnych i jasnych materiałów informacyjnych na temat oferty podmiotów <u>klastra</u>	Opracowywanie ulotek informacyjnych o ofercie podmiotów <u>klastra</u>	Liczba opracowanych ulotek opisujących informacyjnych na temat oferty podmiotów <u>klastra</u>	Liczba opracowanych ulotek w sztukach	Średni okres
		Stworzenie strony internetowej informującej o ofercie podmiotów <u>klastra</u>	Stworzona, działająca i na bieżąco uaktalniana strona internetowa o ofercie podmiotów <u>klastra</u>	Działająca strona internetowa	Średni okres
		Opracowywanie publikacji informacyjnych o ofercie podmiotów <u>klastra</u>	Liczba opracowanych publikacji informacyjnych o ofercie podmiotów <u>klastra</u>	Liczba opublikowanych publikacji w sztukach	Średni okres
Brak informacji o obecnych klientach	Rozpoznanie profilu nabywców produktów oferowanych przez podmioty <u>klastra</u>	Przeprowadzenie badań wśród klientów podmiotów <u>klastra</u>	Raport z badań	Liczba przeprowadzonych badań	Średni okres



III. Ważniejsze zadania na przyszłość

- prowadzenie badań nad zastosowaniami tufów zeolitowych,
- stworzenie systemu informacji i komunikacji, budowa portalu oraz strony internetowej klastra, poczty elektronicznej, itp.,
- jeszcze bardziej intensywna współpraca z wyższymi uczelniami i ośrodkami badawczo-rozwojowymi,
- tworzenie lokalnych sieci gospodarczych („podklastrow”) np. na terenie innych województw (Polska), czy okręgów (Ukraina),
- organizowanie doradztwa finansowego, prawnego oraz specjalistycznego – sektorowego dla członków klastra,
- działania na rzecz pozyskania dotacji na rozwój klastra,
- współpraca z samorządami w zakresie rozwoju lokalnego i regionalnego,
- reprezentowanie przedsiębiorców branży w kontaktach z instytucjami rządowymi oraz samorządowymi,
- budowanie wzajemnego zaufania wśród podmiotów klastra,
- organizowanie misji gospodarczych i wizyt studyjnych krajowych i zagranicznych,
- współpraca z innymi klastrami,
- Promocja klastra i klasteringu,
- uczestnictwo w targach i wystawach branżowych i okołobranżowych.

IV. Podsumowanie

- **Transgraniczny Klaster Tufów Zeolitowych** posiada cechy, które pozwolą mu na osiągnięcie sukcesu, a na dodatek działa w sprzyjającym otoczeniu zewnętrznym zarówno w Polsce, jak i na Ukrainie.
- Opracowana strategia to dla zarządzających klastrem punkt wyjścia, początek drogi. Zostały w nim wskazane możliwe problemy, na które zapewne natknie się struktura na swojej drodze rozwoju.
- Wskazane cele strategiczne powinny zostać zrealizowane przez zarządzających, ponieważ od ich stopnia wykonania będzie zależeć przyszły rozwój inicjatywy, włącznie z zagrożeniem wystąpienia stagnacji, czy wręcz likwidacją Klastra.
- Osoby w przyszłości wdrażające strategię dostały opracowanie, przy pomocy którego będzie możliwe planowanie działań rozwojowych Klastra.
- Zaproponowana metodologia pozwala na bieżącą modyfikację i dalsze działanie.

Dziękuję za uwagę!

dr Jacek Rodzinka

Dyrektor ds. Rozwoju Komercji

IBAF Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów

tel. +48 17 866 15 29 | www.ibaf.edu.pl

[*jrodzinka@wsiz.pl*](mailto:jrodzinka@wsiz.pl)



**INSTYTUT BADAŃ
I ANALIZ FINANSOWYCH**