

УТВЕРЖДЕНА

распоряжением Правительства
Нижегородской области
от 18.03.2024 № 223-р

Стратегия развития кластера индустрии детских товаров Нижегородской области

Цель создания Стратегии и основные подходы к ее разработке

Кластер индустрии детских товаров (далее - кластер) создан в соответствии с Планом мероприятий («дорожной картой») по развитию индустрии детских товаров в Нижегородской области на 2023–2024 годы, утвержденным распоряжением Правительства Нижегородской области от 4 апреля 2023 г. № 355-р, и составляет совокупность не менее 20 организаций (в числе которых присутствуют не менее 50% производственных предприятий, а также учреждения научного и образовательного профилей), локализованных на территории Нижегородской области (далее также - регион), характеризующихся общностью сферы деятельности (функционируют в рамках одной или смежных отраслей / единой технологической базы / единых цепочек создания стоимости / общего рынка), взаимодействием в процессе реализации совместных проектов и наличием системы соглашений между организациями-участниками.

Миссией участников кластера является обеспечение качества, безопасности и доступности продукции и услуг для детей и семей с детьми.

Основная цель настоящей Стратегии - создание условий для эффективного развития индустрии товаров, услуг и сервисов для детей и семей с детьми в Нижегородской области (далее также - регион), обеспечивающих ее технологический суверенитет, конкурентоспособность на региональном, федеральном и международном уровнях, стимулирование потребительского спроса и узнаваемости региональных брендов, консолидация усилий всех заинтересованных сторон - отраслевого и бизнес-

сообщества, органов государственной власти, институтов развития, инфраструктурных, научно-образовательных и экспертных организаций в целях развития в регионе конкурентоспособной, устойчивой и структурно

Настоящая Стратегия призвана:

определить приоритетные направления развития индустрии детских товаров Нижегородской области;

обеспечить согласованность действий органов исполнительной и законодательной власти Нижегородской области в принятии решений о развитии индустрии детских товаров;

повысить интенсивность инновационного развития индустрии детских товаров;

заложить основы государственно-частного партнерства в индустрии детских товаров.

Основные подходы к разработке Стратегии

Государственная политика в сфере социально-экономического развития в сфере детства диктует необходимость развития многопрофильной и инновационно привлекательной индустрии детских товаров в Российской Федерации, развитие которой начинается с регионов, непосредственно занимающихся созданием новых производств, модернизацией и масштабированием региональных производственных компаний и выращиванием их до федерального уровня, а в последующем и поддержкой их экспорта. Поэтому в поручениях Президента Российской Федерации¹ и обновленном плане мероприятий («дорожной карте») по развитию индустрии детских товаров на 2020–2024 годы, утвержденном распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2020 г. № 1813-р, уделено особое внимание развитию промышленности детских товаров.

¹ Пункт 4 перечня поручений Президента Российской Федерации от 16 марта 2022 г. № ПР-487 по итогам заседания Совета при Президенте по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей, прошедшего 17 декабря 2021 г.

Основными требованиями, предъявляемыми к продукции, предназначенной для детей и семей с детьми, являются:

безопасность товаров детского ассортимента;
высокое качество производимой продукции;
доступность детских товаров.

Переход индустрии детских товаров на инновационную модель развития, ориентированную на повышение ее конкурентных преимуществ, не только отвечает жизненно важным потребностям Нижегородской области (снижению социальной напряженности, обеспечению занятости населения, развитию малого и среднего бизнеса), но и способствует формированию благополучной, экологически здоровой и развивающей среды детства, удовлетворяющей общественным потребностям в обеспечении полноценной жизни, в частности образованию, воспитанию и оздоровлению детей.

Подходы к разработке стратегии основаны:

- на инициативе и опыте ассоциации предприятий индустрии детских товаров «АИДТ» (далее также - АИДТ, Ассоциация), некоммерческой организации, объединяющей профессиональное сообщество в сфере разработки, производства, продвижения, реализации товаров и услуг для детей. Данная организация создана в 2008 году для консолидации и ускорения темпов развития отрасли в интересах семьи и детства, включая разработку и реализацию системных мер по развитию и укреплению конкурентоспособности отечественных производителей детских товаров в Российской Федерации. АИДТ являлась инициатором разработки и официальным партнером реализации Стратегии развития индустрии детских товаров на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июня 2013 г. № 962-р, и плана мероприятий («дорожной карты») по развитию индустрии детских товаров на 2020–2024 годы, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2020 г. № 1813-р, членом Совета при Президенте Российской Федерации по реализации государственной политики в сфере

защиты семьи и детей;

- поддержке и активном участии региональных организаций в сфере промышленности детской одежды, мебели, косметики и гигиены, учебного и игрового оборудования, игр и игрушек и прочих товарных групп;

- заинтересованности научного, образовательного и экспертного сообщества.

Раздел 1. Основные положения Стратегии

Для развития кластера важны устойчивые связи между его участниками и организациями инфраструктуры, поэтому кластер проектируется как система гибридного типа, включающая все ключевые направления и типы развития.

Кластер создается с участием профессионального бизнес-сообщества, среды, в которую вовлечено более 300 организаций, представляющих 15 отраслей промышленности социально-значимых товаров для детей, 5 отраслей сферы услуг и сервисов для семей с детьми. Продукция и услуги членов Ассоциации содержат более 500 кодов экономической деятельности, а совокупный годовой оборот составляет более триллиона рублей. Для оперативного управления и поддержки взаимодействия среди участников АИДТ сформировано региональное представительство.

Поддержку создания кластера оказывает научно-методический совет Ассоциации, в который вовлечены ведущие научные институты, образовательные организации высшего образования (далее - ВУЗ), иные образовательные организации, а также признанные эксперты и практики в области технического регулирования, стандартизации, оценке соответствия, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, дизайну и инжинирингу, маркетингу и продажам, социологии, психологии и педагогике. К участию в работе кластера будут привлечены региональные организации, филиалы федеральных научно-исследовательских институтов и ВУЗы, образовательные организации в сфере среднего профессионального

образования (далее - СПО).

Стратегические планы функционирования и развития кластера содержат поддержку и развитие сообщества в Нижегородской области, сформированного из лиц, имеющих отношение к организациям кластера.

Этапы развития кластера

Кластер имеет инновационный потенциал развития, которое осуществляется за счет такого важного процесса, как распространение и внедрение новых разработок, то есть кластер, предусматривает в своем развитии систему процессного типа.

Процесс создания (формализации) кластера носит характер проекта, то есть в программу его развития заложена и проектная система.

Стратегия кластера включает четыре направления развития: стратегию кластера как объекта, процесса, среды и проекта.

Типы (направления) стратегии развития кластера (по Клейнеру Г.Б., Качалову Р.М., Нагрудной Н.Б.):

Типы (направления) стратегии	Элемент структуры кластера	Характеристика стратегии
Процессная	Повторяющиеся бизнес-процессы у участников кластера и при взаимодействии между ними	Стратегические планы развития и взаимосвязей бизнес-процессов участников кластера
Объектная	Участники кластера – организации и индивидуальные предприниматели (далее - предприятия)	Стратегические планы предприятий – участников кластера с учетом их взаимосвязей
Проектная	Совместные проекты участников кластера, имеющие конкретную и измеряемую цель	Стратегическое описание проектов (целевых программ), реализуемых участниками кластера
Средовая	Среды: профессиональные сообщества, формальные и неформальные институты кластера	Стратегические планы функционирования и развития сообществ, сформированных из лиц, имеющих отношение к организациям кластера

Соотношение стадий жизненного цикла кластера с содержанием Стратегии:

Стадии жизненного цикла кластера		Ведущее направление стратегии развития кластера по Клейнеру, Качалову, Нагрудной
по Клейнеру, Качалову, Нагрудной	в соответствии с общепринятым подходом	
Не выделяют	Агломерация	-
Создание кластера	Возникающий кластер	Проектная стратегия кластера Процессная стратегия кластера
Становление кластера		
Стабильное функционирование кластера	Развивающийся кластер	Объектная стратегия кластера
Развитое функционирование кластера	Зрелый кластер	Средовая стратегия кластера
Не выделяют	Трансформация или упадок кластера	-

На этапе создания кластера именно совместные проекты участников кластера станут мотивом, первым шагом и поэтому, способом вовлечения предприятий в кластерную сеть. В это же время важным направлением деятельности станет совершенствование и преобразование технологических цепочек участников кластеров на основе кооперации участников. В связи с этим существенно повышается значимость управления совместными кластерными проектами, кооперацией (кластерными связями) и развитием социального капитала кластера.

На этапе развития кластера особо важными станут объектные стратегии участников кластера. На фоне достаточно высокой степени взаимодействия и доверия участников кластера планируется согласование их стратегий. Кроме того, в кластере появляется необходимость взаимного согласования стратегии кластера, стратегий его предприятий и стратегии социально-экономического развития Нижегородской области.

Индустрия детских товаров представлена 15 отраслями промышленности и 5 отраслями сферы услуг и сервисов для семей с детьми, представляющими более 500 кодов продукции и услуг.

Индустрия детских товаров (далее также - ИДТ) - совокупность предприятий, производящих товары для детей, осуществляющая все этапы жизненного цикла (проектирование, техническую эксплуатацию, утилизацию) производства (изготовления) продукции соответствующей направленности, а также ее компонентов, материалов и программного обеспечения, и обеспечивающая сопровождение такой продукции в течение всего цикла эксплуатации.

Проведенный АИДТ форсайт «Дорожная карта развития индустрии детских товаров и сервисов до 2030 года» (далее - Дорожная карта) совместно с АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» положен в основу проводимых стратегических сессий с потенциальными участниками кластера. Дорожная карта представляет собой визуальную картинку событий будущего на карте времени - от 2013 до 2030 года. При подготовке стратегии кластера, ряд направлений «большого» форсайта ИДТ был проработан непосредственными участниками кластера – производителями детских товаров Нижегородской области в апреле 2023 года.

По мнению представителей индустрии детских товаров и сервисов, эта индустрия занимает одно из ключевых положений в организации жизни общества, поскольку любой детский продукт с неизбежностью несет на себе функцию трансляции культуры, формируя у ребенка представление об окружающей его действительности и мире, в котором он живет. Любой объект (например, обычная детская игрушка) несет на себе определенные культурные коды и ценности, тем самым вовлекая ребенка в тот или иной способ жизни.

В этом смысле самоопределение индустрии значительно шире чисто рыночных процессов купли-продажи товаров и услуг, поскольку представители индустрии считают себя ответственными не только и не столько за экономические показатели, сколько за материальную,

информационную и культурную среды, в которых рождаются, живут и растут наши дети.

Опираясь на такой образ индустрии, можно выделить три наиболее существенных условия, задающих основания для размышления о будущем и о развитии индустрии:

1. Ответственность индустрии за детское развитие.

Индустрия детских товаров и сервисов обладает той специфической особенностью, что само использование товаров и сервисов качественно меняет ее потребителя. Кроме того, учитывая не всегда высокую компетенцию родителей и значимость этого сектора как ресурса государственной политики, индустрия детских товаров может и должна действовать не только в рыночной логике, но и принять на себя ответственность за свой вклад в развитие детей и их вхождение во взрослую жизнь.

2. Переход от товаров и услуг к продуктам и решениям.

Современная экономика движется от товарной логики к логике продуктовой, когда покупается и продается не отдельный товар или услуга, а комплексный продукт или решение, включающие в себя и товары, и сервисы, и медиа-оболочку. Традиционное производство товаров для детей уступает место проектированию комплексных продуктов и решений (например, сочетание материального предмета, медиаконтента и сервиса), решающих те или иные задачи детского развития. В этом смысле индустрия должна перейти от категорий товаров и сервисов к категориям продуктов и решений (*solutions*).

3. Между китайской ценой и европейским качеством.

Третьим существенным условием для начала разговора о будущем сферы является необходимость ответа на экономический вызов, характеризующийся тем, что с одной стороны российская индустрия детских товаров и сервисов не может конкурировать по цене с китайскими производителями, а с другой - на нынешнем этапе развития заведомо

проигрывает по качеству западным продуктам. Россия обладает мощными компетенциями в сферах детского воспитания и образования, а также в информационных технологиях, но при этом находится в рыночных тисках «снизу - дешевый Китай, сверху - качественные западные товары». В этой ситуации необходимо искать те стратегические решения, которые позволят индустрии успешно конкурировать с зарубежными игроками в сложившейся ситуации.

Сформулированы приоритетные задачи индустрии, то есть наиболее важные точки приложения усилий для развития индустрии детских товаров и сервисов с учетом существующих индустриальных трендов. В основание этой работы было положено разделение индустрии на четыре сегмента в логике жизненного цикла товара (от создания к потреблению), движение и развитие в которых происходит относительно самостоятельно, оказывая влияние на индустрию детских товаров и сервисов в целом:

1) производство - сфера, в которой зарождается и создается товар или услуга. Включает в себя разработку товаров, непосредственно производственный процесс и «упаковку», брендинг товара (в этой части граничит с торговлей);

2) торговля - точка встречи, посредник между производителем и пользователем товара или услуги. В части брендинга товара граничит с производством;

3) медиа - сфера производства, доставки и потребления нематериальных продуктов: контента и сервисов;

4) образовательные сервисы - сервисы посредники, обеспечивающие эффективное потребление услуг и товаров отрасли, и с неизбежностью выполняющие образовательную функцию в силу самой специфики продукта.

Тренды в производстве

1. Мировое разделение производства и попытка выдавить Россию в рамках экономических санкций.

Санкционное давление на российскую промышленность и экономику в целом, впервые в новейшей истории объявленное в 2014 году, в 2022 году достигло беспрецедентных масштабов. Выстоять в условиях санкционных ограничений, продолжив рост и развитие – это главный вызов для всех российских промышленников в 2022–2023 годы.

Необходимо преодолеть проблему зависимости отрасли от зарубежного оборудования, комплектующих, фурнитуры, сырья и упаковки, потребность в которых на 90% и 70% соответственно удовлетворяется за счет зарубежных поставок. Усложнение геополитической ситуации и ужесточение санкционных ограничений обострили проблемы индустриального развития. Чтобы нарастить темпы модернизации производства, необходимо наладить выпуск критически важных для отрасли комплектующих и пресс-форм внутри страны. Для этого нужна поддержка со стороны государства.

Среди основных проблем отмечаются сокращение темпов прироста российского рынка детских товаров, значительное присутствие на нем импортной продукции. Представители отрасли и эксперты солидарны в том, что в современной экономической ситуации вопрос эффективного импортозамещения и технологического суверенитета в отрасли становится одним из важнейших.

В ближайшие 10–15 лет Россия будет все больше вовлекаться в мировое разделение производства исключительно через дружественные страны. Разделение будет осуществляться на производства, являющиеся наиболее передовыми и сильными в сферах: ресурсов (природа, полезные ископаемые, сырье); интеллектуальной деятельности (патенты, идеи, изобретения); технологий (высококачественное оборудование, управление технологическими процессами). Отдельные составляющие продуктов производятся в наиболее высококвалифицированной промышленной среде (местоположение уже не имеет такого большого значения), а затем уже - как правило, ближе к месту продажи - собираются в итоговый продукт.

Пример: голландский производитель по российской лицензии производит головоломки в Китае.

2. Виртуализация производства.

Развитие информационно-коммуникационных технологий сильно влияет на технологические процессы во всех отраслях, позволяя расширять возможности производителей и снижать издержки. Для индустрии детских товаров тренд обуславливает как изменения на производстве - новые технологические линии, обучение персонала на виртуальных моделях и симуляторах, распределенные рабочие группы и лаборатории, - так и запуск новых высокотехнологичных конечных продуктов. При этом с точки зрения продвижения продуктов этот тренд является угрозой для производства материальных игр и игрушек, реальных пространств общения и взаимодействия, так как дети могут все более погружаться в виртуальные игры, программы, миры и создавать сообщества в сетевых пространствах.

3. Индивидуализация и кастомизация товаров.

Растущий, устойчивый тренд во многих отраслях, а также в социальной сфере создает рынок сервисных услуг по индивидуализации и кастомизации продукции для конечного потребителя. Все чаще товары разрабатывают с возможностью индивидуальной настройки, адаптации к конкретному ребенку. Производство услуг и сервисов в сфере опирается на этот тренд уже сейчас, производство товаров пока только начинает трансформироваться в эту сторону. В дальнейшем, с массовым использованием информационно-коммуникационных технологий (далее также - ИКТ), тренд будет все более устойчивым и в сфере производства товаров. После 2030 года с развитием технологий 3D-печати, производство товаров станет персонализированным: пользователь сам производит необходимый продукт с заданными параметрами, а покупает у производителей лишь интеллектуальный продукт - формулу для печати.

4. Новые материалы и новое материаловедение.

Разработка технологий производства с использованием новых материалов позволяет создавать широчайший ассортимент детских товаров, в том числе пищевых. Более того, новые материалы постепенно будут становиться все более управляемыми, что позволит проектировать полный жизненный цикл отдельного товара с учетом всех вызываемых им как положительных, так и отрицательных процессов. Использование новых материалов позволяет производить экологичные, безопасные, предсказуемые и управляемые продукты.

5. Роботизация и автоматизация производства.

Автоматизация производств позволяет снижать издержки и обеспечивать непрерывность технологических линий, повышать качество и безопасность на производстве.

6. Гибкое производство.

Рост использования гибких производств в индустрии приводит к быстрой переналадке технологических линий, а, следовательно, расширению ассортимента и повышению работоспособности производственных линий. Использование обрабатывающих центров, объединенных в гибкие производственные участки системами обеспечения работоспособности: техническими и информационными.

7. Цифровая прослеживаемость и цифровые двойники продуктов.

Внедрение системы прослеживаемости товаропотоков, такой как «Честный знак», а также требования онлайн-агрегаторов к визуализации продукта, его интерактивности, приведут к необходимости ускорить цифровизацию всех процессов, начиная с проектирования продукции.

Все эти направления либо уже представлены в продукции региональных производителей, либо они планируют использовать данные тренды в своей деятельности.

Стратегические цели развития кластера

Ключевым приоритетом Стратегии является формирование в Нижегородской области кластера индустрии детских товаров, в состав которых входят как малые и средние предприятия (далее также - МСП), так и крупные предприятия, конкурентоспособные на российском рынке и имеющие экспортный потенциал на мировом рынке, ведущие научно-исследовательские и образовательные организации Нижегородской области, крупный бизнес, заинтересованный в профессиональных программах по привлечению кадров в отрасли промышленности на основе игровых технологий и разработке профильного учебного оборудования, активно взаимодействующий с наукой, образованием и МСП в кластере и планирующий к реализации с ними совместные кооперационные проекты.

Стратегическими целями развития кластера является создание отраслевого института развития, оказывающего существенное влияние на деятельность производственных малых и средних предприятий, участия в процессах технологического суверенитета и импортозамещения, предоставления доступа к созданной в Нижегородской области инновационной и производственной инфраструктуре, стимулирование рынка сбыта и обеспечение приоритета для отечественной продукции.

Цели, заявленные участниками, как системные:

- оптимизация отношений между предприятиями Нижегородской области, взаимодействующими в рамках отраслевых и межотраслевых цепочек ценностей;
- создание механизмов аутсорсинга и субконтрактации предприятий Нижегородской области (центры субконтрактации, центры коллективного пользования оборудованием);
- реализация совместных бизнес-проектов предприятиями Нижегородской области (совместный маркетинг, реклама, организация продаж, совместные акции для клиентов, совместные закупки);

- реализация совместных производственных проектов и функций;
- реализация совместных проектов развития капитальной, производственной инфраструктуры (строительство зданий и сооружений, организация доступа к энергосетям, создание технопарков и инженерных центров);
- реализация совместных проектов по развитию образовательной, инновационной, инжиниринговой инфраструктуры (совместные центры обучения, центры исследований и разработок, центры трансфера технологий, центры дизайна и прототипирования);
- создание и покупка логистических продуктов и сервисов под реализуемые проекты (складские, транспортные и пр.).

Ожидаемые результаты деятельности кластера

Ожидаемыми результатами деятельности кластера являются:

- количественный и качественный рост участников кластера, в том числе, из других субъектов Российской Федерации;
- расширение географии и объемов поставок продукции и услуг участников кластера;
- развитие производственно-технологической и маркетинговой интеграции участников кластера.

Задачи Стратегии

В рамках реализации Стратегии должны быть решены следующие задачи:

- реализация проектов развития кластера, выполняемых совместно тремя и более организациями-участниками с привлечением малых и средних предприятий;
- оказание содействия организациям-участникам кластера в выводе на рынок новых продуктов (услуг), развитии кооперации организаций -

участников в научно-технической сфере, в том числе с научными и исследовательскими организациями;

– организация подготовки, переподготовки, квалификации и стажировок кадров малых и средних организаций – участников кластера;

– организация выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятий в сфере интересов малых и средних предприятий – участников кластера, а также организаций их участия в выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятиях, проводимых на федеральном уровне и за рубежом.

Ключевыми участниками реализации настоящей Стратегии призваны стать автономная некоммерческая организация «Корпорация развития промышленности и предпринимательства Нижегородской области» (далее также - КРПП) (по согласованию) и ассоциация предприятий индустрии детских товаров «АИДТ» (по согласованию) совместно с ее региональным представительством.

Планируется, что для финансирования дальнейшей деятельности кластера будет привлечена субсидия из федерального бюджета по программе государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемой Минэкономразвития России.

Среди ключевых задач на среднесрочную перспективу выделяются:

1. Стимулирование спроса на продукцию и услуги участников кластера ИДТ.

Планируется, что КРПП будет организовывать «конференции поставщиков» - мероприятия, на которых компании – участники кластера ИДТ, представляющие малый и средний бизнес, смогут встретиться с крупнейшими потенциальными заказчиками - частными и государственными корпорациями, в том числе реализующими программы инновационного развития, федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

В течение II полугодия 2024 года должно быть организовано не менее 2 таких мероприятий. В дальнейшем планируется проведение не менее 4 мероприятий в год. Также в рамках данного направления будет обеспечено информационное сопровождение в средствах массовой информации деятельности кластера.

2. Вовлечение участников кластера в существующие программы поддержки предпринимательства, промышленности и инновационного бизнеса.

В рамках данного направления задачей КРПП (по согласованию) будет информирование участников кластера, в первую очередь малых и средних предприятий, о существующих мерах государственной поддержки, а также консультирование по процессу подготовки заявок и необходимых документов. Предполагается, что сотрудники КРПП будут играть активную роль в процессе консультирования предприятий, то есть не ждать обращений от участников кластера, а выезжать на предприятия и на месте рассказывать о существующих возможностях.

3. Формирование перечня предприятий - участников кластера.

В настоящее время в Нижегородской области существуют десятки микро и малых предприятий, которые при должной методологической и организационной поддержке способны вырасти в полноценные инновационно-производственные предприятия полного промышленного цикла. Многие из этих предприятий уже локализованы на территории различных промышленных зон, индустриальных парков, технопарков. Требуется консолидировать их деятельность за счет развития механизмов внутренней координации и самоуправления, проанализировать проблемы, с которыми они сталкиваются, имеющийся у них потенциал, в том числе с точки зрения экспорта товаров и услуг, импортозамещения. Но предшествующим шагом к этой работе должно стать выявление потенциальных и уже сформированных точек роста, для чего необходимо провести оценку имеющихся отраслевых инициатив.

4. Формирование общедоступной базы данных о производственном потенциале инновационно-производственных предприятиях и имеющихся у них потребностях в сторонних товарах, работах и услугах.

Появление такой базы данных будет способствовать формированию кооперационных цепочек между участниками инновационно-производственных предприятий, а также повышению информированности потенциальных заказчиков, в том числе государственных, о производственных возможностях участников кластера.

5. Повышение квалификации сотрудников организаций - участников кластера.

Одной из ключевых проблем, которая мешает устойчивому развитию нижегородских малых и средних производственных предприятий, является не всегда высокая информированность руководства и сотрудников компаний по правовым, финансово-экономическим вопросам, рыночным перспективам. В этой связи задачей кластера будет являться повышение квалификации сотрудников организаций - участников кластеров по актуальным вопросам ведения бизнеса в Нижегородской области за счет организации вебинаров, круглых столов, конференций, семинаров.

Кооперация с ВУЗами, образовательными организациями СПО, позволит выстроить практико-ориентированное обучение специалистов, организовать проведение стажировок студентов на предприятиях, подготовку курсовых и дипломных работ по темам в сфере индустрии, а в последующем привлечь молодых специалистов на производство, а также организовать программы повышения квалификации специалистов, что в свою очередь будет способствовать кадровому обеспечению промышленного роста в индустрии детских товаров.

На основании проведенного анкетирования участников кластера и данных Федеральной налоговой службы Российской Федерации общая численность сотрудников организаций - участников кластера превышает 1000 человек, выручка - более 10 млрд руб., объем затрат на исследования и

разработки - более 1 млрд руб.

По итогам выполнения поставленных задач планируется привлечь в кластер не менее 10 новых малых предприятий, увеличить производительность труда на предприятиях и организациях кластера, а также объем производства инновационной продукции более чем на 15%.

SWOT-анализ

Подготовлена конфронтационная матрица SWOT анализа. В ней возможности и угрозы противопоставляются соответственно сильным сторонам и слабым сторонам на определенном рынке. Конфронтационная матрица графически отображает SWOT-анализ таким образом, что взаимосвязь между сильными сторонами и слабыми сторонами, а также возможностями и угрозами становится заметной визуально.

Стратегический приоритет: использование возможности появления новых рынков в Российской Федерации и за рубежом, опираясь на меры государственной поддержки для:

- освоения новых технических и технологических решений;
- коллаборации организаций - участников кластера ИДТ;
- повышения дохода и стабильности бизнеса производителей ИДТ.

Центральная проблема - недостаток опыта, компетенций, ресурсов (финансовых, человеческих, информационных), а также нестабильность экономической ситуации (курс валют, инфляция) влияет на стабильность бизнеса организаций - участников кластера ИДТ.

Вывод - недостаток опыта, компетенций, ресурсов может быть компенсирован коллаборацией участников кластера ИДТ и мерами государственной поддержки.

	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
	Появление новых рынков в Российской Федерации и экспорт	Форс-мажорные ситуации для участников кластера
	Использование государственных	Экономические санкции,

	программ (программ импортозамещения образовавшихся ниш, связанных с уходом иностранных производителей)	конфликт с Украиной (СВО)
	Использование технических и технологических решений в интересах участников кластера (нейросети и пр.)	Нестабильный курс валют, рост инфляции. Изменение налоговой нагрузки
	Доступ к высококвалифицированным кадрам	Дефицит сырья Отсутствие доверия потенциальных участников кластера
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ		
Взаимодействие с органами власти для решения задач участников кластера	<p>БЛОК № 1 - появление новых рынков и экспорт (возможности): Обмен опытом по выходу на новые рынки (внутри Российской Федерации и экспорт. Представление интересов производителей ИДТ на новых рынках. Коллективный запрос на услуги по поддержке выхода на рынки. Производственная коллаборация участников при выходе на новые рынки и экспорт.</p> <p>БЛОК № 2 - использование государственных программ: Взаимодействие с органами власти Использование опыта и ресурсов АИДТ и доступ к экспертам. Коллективный бренд кластера.</p> <p>БЛОК № 3 - использование технических и технологических решений: Доступ к экспертам. Коллективный запрос на услуги. База знаний. Обмен опытом между участниками кластера.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - компенсация последствий форс-мажорных ситуаций государственной поддержкой; - предоставление кредитных каникул при нестабильном курсе валют; - увеличение доверия к участникам кластера за счет доверия к опыту профильной ассоциации; - компенсация дефицита сырья и ресурсов за счет опыта участников кластера; - рекомендация участников кластера для переориентации производства
Наличие сильной и опытной профессиональной ассоциации, доступ к экспертам		
Обмен опытом между участниками кластера, коммуникация		
Возможность решения проблем в режиме реального времени		
Представление интересов производителей индустрии детских товаров во всех товарных категориях и возрастных группах		
Кластер как координационный центр для производителей		
Возможность кластера поддерживать производителей ИДТ региона		
Коллективный запрос на услуги		
Коллективный бренд кластера/репутация кластера		
Производственная коллаборация участников		
База знаний		

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ		
Отсутствие системообразующего, крупного предприятия – лидера отрасли, на основе которого можно выстроить кооперацию	<p>Блок 1. Отсутствие лидера: использование ресурсов отраслевого союза, укрепление регионального представительства</p> <p>Блок 2. Кадровая проблема: доступ к базе освободившихся кадров ушедших зарубежных компаний и технологическим решениям</p> <p>Блок 3. Разность масштабов участников: появление новых рынков позволяет удовлетворять запросы участников. Участие в государственных программах</p> <p>Блок 4. Недостаточность информированности: использование технических и технологических решений</p> <p>Блок 5. Недостаток опыта использования финансовых возможностей: использование гос. программ</p> <p>Блок 6. Недостаточность цифровой платформы: использование технических и технологических решений</p>	- изменение курса валют, инфляция, изменение налоговой нагрузки;
Недостаток кадров и уровня компетенций		- недостаток кадров и уровня компетенций;
Разность масштабов и запросов участников кластера, низкий уровень концентрации научно-технической и производственной деятельности		- недостаточность информирования;
Идеологическая разобщенность		- дефицит сырья/ресурсов за счет разности масштабов участников кластера;
Недостаточность информированности		- идеологическая разобщенность;
Недостаток уверенности участников кластера		- недостаток опыта по использованию финансовых возможностей, предоставляемых государством
Недостаток цифровой платформы		
Недостаток опыта по использованию финансовых возможностей, предоставляемых государством в работе кластера		

Элементы бизнес-модели кластера

Ключевые партнеры Поставщики Партнеры Что для нас делают Что кластер для них делает	Ключевые процессы Какие услуги оказывает Как реализует Какие проблемы участников решает Как поддерживает	Достоинства предложения Что предлагает Какую проблему участника решает Почему участники будут использовать ресурсы кластера	Отношения с участниками Как привлекаем Как удерживаем Как общаемся Как помогаем	Сегменты ЦА Кому предлагаем Чего хотят Что для них важно За что готовы платить Сколько готовы платить
	Ключевые ресурсы Финансовые Людские Интеллектуальные		Каналы взаимодействия Точки касаний Как рассказываем об услугах и сервисах	

	Физические		Как доставляем Как обслуживаем запросы	
Структура издержек За что мы платим Сколько платим Что обходится дороже всего			Источники доходов Как привлекаем гос. финансирование Как и за что нам платят участники Как образуем доходную часть	

Сегменты целевой аудитории (ЦА):

- производители детских товаров потребительского сектора, а также предприятия, продукция которых ориентирована на оснащение социальной сферы (учебное оборудование, средства обучения);

- организации, уже ведущие свою деятельность в Нижегородской области; компании из других регионов, заинтересованные в развитии филиалов; организации из ЕАЭС, заинтересованные в локализации на территории Российской Федерации, иные инвесторы.

Достоинства предложения.

Участникам кластера важно «одно окно» по мерам государственной поддержки и возможности получения отраслевого консалтинга на разных этапах жизненного цикла и потребностей организации.

Каналы взаимодействия (сбыта).

Взаимодействие участников будет осуществляться через электронную рассылку, кроме того, будут организованы бесплатные вебинары, предоставлен тестовый доступ к единому каталогу участников.

Отношения с участниками.

Создание совета, в котором решения будут обсуждаться и приниматься непосредственными участниками кластера, запустит механизм «самоорганизующегося» сообщества. Выстраиванию отношений с участниками поможет и бессрочный доступ к базе знаний, круглосуточная поддержка куратором.

Источники доходов.

Планируется привлечение государственного федерального финансирования для кластеров. Участие в конкурсах на получение грантовой поддержки программ кластера индустрии детских товаров Нижегородской области (в рамках постановления Правительства Российской Федерации от 18 февраля 2022 г. № 208). Оказание услуг за индивидуальное сопровождение бизнес-процессов организаций – участников кластера.

Ключевые ресурсы.

Специализированной организацией кластера предполагается создать официальный сайт кластера в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - интернет-сайт), создать группы в соцсетях, привлечь специалистов, сформировать годовой календарь мероприятий.

Ключевые процессы (активности).

Чтобы создать и поддерживать ценность продукта, планируется постоянно актуализировать информацию, поддерживать и обновлять интернет-сайт, давать обратную связь участникам, собирать отзывы, привлекать новых партнеров, создавать новые услуги под потребности участников кластера.

Ключевые партнеры.

Специализированная организация кластера будет привлекать поставщиков сырья, оборудования и комплектующих; наладит взаимодействие с ключевыми каналами продаж, включая государственных заказчиков; привлечет специализированные экспертные организации, готовые оказывать услуги по специальным ценам.

Структура издержек.

Планируется финансировать работы специалистов, оплачивать рекламные кампании, а также разработку и поддержание интернет-платформы.

Основные этапы развития кластера и связанные с этим мероприятия

На этапе создания кластера – 2023 год.

Совместные проекты участников кластера – единый перечень производителей в Нижегородской области, справочник (каталог) продукции участников, встречи с потенциальными заказчиками и обучающие вебинары, станут мотивом, первым шагом и поэтому способом вовлечения предприятий и организаций в кластерную сеть.

В это же время важным направлением деятельности станет совершенствование и преобразование технологических цепочек участников кластеров на основе кооперации участников при участии в отраслевых выставках, проработке вопросов соответствия продукции под запросы государственных заказчиков.

В связи с этим существенно повышается значимость управления совместными кластерными проектами, кооперацией (кластерными связями) и развитием социального капитала кластера, что потребует затраты на менеджмент управляющей компании.

На этапе развития кластера – 2024 год.

Особо важными станут объектные стратегии участников кластера, поддержка реализации инвестиционных проектов, модернизации производств. На фоне достаточно высокой степени взаимодействия и доверия участников кластера планируется согласование их стратегий. Кроме того, в кластере появляется необходимость взаимного согласования стратегии кластера, стратегий его предприятий и стратегии социально-экономического развития региона. Данная работа потребует государственного финансирования и отдельной программы субсидирования затрат на инвестиционные цели и стимулирование спроса (в рамках постановления Правительства Российской Федерации от 23 декабря 2024 г. № 2407).

На этапе функционирования кластера - 2025 год.

Средовая стратегия имеет большое значение на всех этапах жизненного цикла кластера.

Планируется, что на этапе функционирования кластера его среда уже должна достичь высокого уровня развития, но начинать ее развивать планируется значительно раньше – на этапе создания и далее на этапе развития кластера. Деятельность кластера будет синхронизирована с федеральными проектами и программами.

Раздел 2. Результаты развития отрасли в Российской Федерации и Нижегородской области

Сегодня промышленность детских товаров представляет собой одну из перспективных, устойчиво развивающихся отраслей обрабатывающего сектора экономики Российской Федерации, на которой лежит ответственность за обеспечение инфраструктуры и материального благополучия детства.

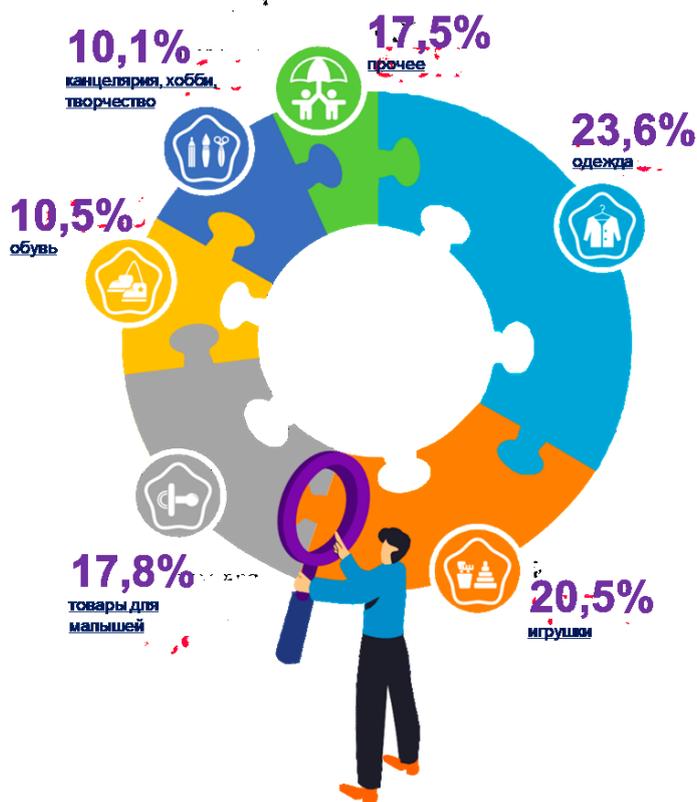
По данным Ассоциации «АИДТ» в данной отрасли работают более 4,5 тысяч отечественных компаний – от микропредприятий до крупного бизнеса, 45% из них имеют собственные производственные площадки, 55% выпускают продукцию по контракту на мощностях других производителей.

Общая характеристика отрасли, ее состояние и развитие, основные проблемы

Ключевое отличие рынка детских товаров от других рынков заключается в потребителе. На рынке детских товаров существуют две группы потребителей - дети и взрослые, при этом потребитель не равен покупателю, поскольку решение о покупке и ее финансировании, как правило, принимают взрослые, а потребителями продукта являются дети. С возрастом влияние ребенка на выбор товара растет.

По данным Минпромторга России объем рынка товаров для детей в России в 2022 году составил более 1 035 млрд руб. (в 2021 году – 974,5 млрд руб., в 2020 году – 832 млрд руб., 2019 год - 843,4 млрд руб.; 2018 год - 812,2 млрд руб.). Порядка 750 млрд руб. приходится на города с населением от 10 тыс. чел.

Российский рынок отличается по структуре от общемирового рынка. По данным АИДТ за 2022 год в России на 1-ом месте в структуре продаж находится одежда и обувь 34,16%, игрушки 20,5%, товары для малышей 17,8%, канцелярия и творчество 10,1%.



Отрасли промышленности индустрии детских товаров:

детская одежда, текстильная и галантерейная продукция;
детская обувь и кожгалантерейная продукция;
игры, игрушки и игровое оборудование;
парфюмерно-косметические средства и товары бытовой химии;

изделия хозяйственно-бытовые, санитарно-гигиенические для ухода за детьми;

канцелярские товары и школьно-письменные принадлежности;

товары для художественного и музыкального творчества, хобби и ручного труда;

детская и ученическая мебель;

детские транспортные средства и удерживающие устройства;

аксессуары для вскармливания, посуда и столовые приборы;

спортивные и туристские изделия, оборудование и инвентарь;

оборудование для игровых площадок и детские аттракционы;

учебное оборудование, модели, устройства демонстрационные, средства обучения;

издательская книжная и журнальная продукция для детей, учебные пособия, учебники;

товары для детей с ограниченными возможностями здоровья (далее - ОВЗ) и прочие товары.

Доля российских товаров на рынке является одним из ключевых показателей развития индустрии детских товаров. В соответствии с Планом мероприятий («дорожной картой») развития индустрии детских товаров до 2024 года плановое значение доли российских товаров для детей на внутреннем рынке на 2021 год составляло 30,5 %, на 2022 год - 32 %, на 2023 год - 34 %, на 2024 год - 35 %.

По данным Минпромторга России объем российского производства товаров для детей в 2022 году составил 279,5 млрд руб. (в 2021 году - 235,4 млрд руб., в 2020 г. - 228,3 млрд руб., 2019 год - 241,2 млрд руб.; 2018 год - 223,9 млрд руб.). Отечественные производители занимают долю рынка порядка 30 % (в 2020 году – 27, 4%). Незначительное снижение доли обусловлено введенными ограничениями для производителей, связанными с санкциями.

По данным АИДТ более 60% продукции для детей, игр и игрушек реализуется через каналы дистанционной торговли, при этом 45% рынка занимают три игрока – Детский мир, Валдберриз, Озон.

Среди категорий детских товаров, с наибольшей долей импортной продукции – игрушки и игры, коляски, автокресла и другая высокотехнологичная продукция. При этом, ключевые факторы, влияющие на выбор потребителями детских товаров — это безопасность (качество), стоимость (цена) и бренд. Рост ценности здоровья отражается на выборе детских товаров. Экологичность, безопасность и ценность для здоровья являются ключевыми факторами выбора родителей товаров для новорожденных, детского питания и косметики.

Количество участников, занятых производством и торговлей детскими товарами, составляет более 150 тысяч организаций и индивидуальных предпринимателей, при этом порядка 100 тысяч организаций осуществляют торговлю на маркетплейсе Валдберриз.

Развитие отрасли в Нижегородской области характеризуется отсутствием специализированных крупных производственных компаний полного промышленного цикла.

Подкомиссией по повышению устойчивости финансового сектора и отдельных отраслей экономики Правительственной комиссии по повышению устойчивости развития российской экономики в условиях санкций разработан и утвержден нижний порог в 500 млн рублей для выручки организаций социально-значимых товаров, к которым отнесены и детские товары. Предприятия с годовой выручкой от 500 млн рублей вносятся в соответствующий перечень, могут претендовать на специальные меры поддержки, а также выступать ключевыми партнерами реализуемых программ поддержки федерального уровня. Среди задач кластера – «выращивание» организаций, соответствующих данным критериям и привлечение федерального финансирования для реализации инвестиционных проектов.

Ключевые организации региона, с ассортиментом продукции для детей, выручка которых превышает 100 млн руб. (по данным ФНС России, <https://bo.nalog.ru>, 2022 г.)

	Наименование предприятия	Выручка, тыс.рублей
1.	ООО «Хайджин технолоджиз»	12 409 779
2.	ООО «Белая Мануфактура»	741 207
3.	ООО «Мягкий сон»	485 189
4.	ООО «Ивитек»	484 972
5.	ООО «Десятое королевство Волга»	404 269
6.	ООО «Рельеф»	197 648
7.	ООО «Атон Мебель»	164 150
8.	ООО «Мебельная фабрика «Комод»	142 527

Наиболее перспективны на текущем этапе следующие товарные группы:

1. Детская и ученическая мебель, имеющая как локацию в Нижегородской области с возможностью глубокой переработки древесины, так и готовность к установлению кооперационных связей. Ряд организаций намерены реализовать проекты по расширению производств и строительству новых производственных площадок. Планируется проработать вопрос о локализации новых производств на территории промышленных парков, с внесением соответствующих изменений в их направления.

2. Косметика, гигиена и бытовая химия. Ряд нижегородских компаний значительно нарастили свои производственные возможности, используя сырьевые возможности Нижегородской области. Среди запросов данной группы – расширение рынков сбыта, поддержка продвижения, кооперация с анимационными студиями для использования анимационных образов при производстве продукции для детей, помощь в получении документов

подтверждения соответствия продукции обязательным требованиям, включая внесение в ГИС (государственная информационная система) промышленности Минпромторга России.

3. Игры, игрушки, средства обучения, игровое и учебное оборудование. Существенной поддержкой станет кооперация с высшими учебными заведениями в сфере дизайна, а также поддержка при осуществлении государственных закупок в рамках государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2017 г. № 1642, участия в реализации национальных проектов «Образование», в части развития инфраструктуры образования — строительство школ, обновление материально-технической базы образовательных организаций и оснащение их современным оборудованием, а также национального проекта «Демография» в части оснащения детских садов с ясельными группами для детей до трех лет, создания спортивных площадок и комплексов, а также иных государственных программах и национальных проектах, включая оснащение социальных учреждений (санаторного типа, отдыха и оздоровления).

Свою заинтересованность в получении информации о региональных и российских производителях, а также номенклатуре производимой продукции, соответствующей приказам Минпросвещения России от 6 сентября 2022 г. № 804 «Об утверждении перечня средств обучения и воспитания, соответствующих современным условиям обучения, необходимых при оснащении общеобразовательных организаций в целях реализации мероприятий государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», направленных на содействие созданию (создание) в субъектах Российской Федерации новых (дополнительных) мест в общеобразовательных организациях, модернизацию инфраструктуры общего образования, школьных систем образования, критериев его формирования и требований к функциональному оснащению

общеобразовательных организаций, а также определении норматива стоимости оснащения одного места обучающегося указанными средствами обучения и воспитания», от 20 декабря 2019 г. № 704 «Об утверждении перечня средств обучения и воспитания, требуемых для реализации образовательных программ дошкольного образования и присмотра и ухода за детьми, необходимых для реализации мероприятий по созданию в субъектах Российской Федерации дополнительных мест для детей в возрасте от 1,5 до 3 лет любой направленности в организациях, осуществляющих образовательную деятельность (за исключением государственных и муниципальных), и у индивидуальных предпринимателей, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам дошкольного образования, в том числе адаптированным, и присмотр и уход за детьми, критериев его формирования, а также норматива стоимости оснащения одного места средствами обучения и воспитания в целях осуществления образовательных программ дошкольного образования и присмотра и ухода за детьми», рекомендациям Минпросвещения России по формированию инфраструктуры дошкольных образовательных организаций и комплектации учебно-методических материалов в целях реализации образовательных программ дошкольного образования (направлены письмом Минпросвещения России от 13 февраля 2023 г. № ТВ-413/03) проявляют образовательные организации.

Планируется совместная проработка с министерством образования и науки Нижегородской области, министерством здравоохранения Нижегородской области, министерством спорта Нижегородской области, министерством промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области номенклатуры производимой продукции региональных и российских производителей в целях информирования заказчика при оснащении школ-новостроек, детских садов, санаториев и иных социальных объектов.

4. Детская одежда и школьная форма. Планируется проработать вопросы имущественных мер поддержки семей с детьми, включая проработку дополнительного финансирования «Подарок новорожденному» из расчета 20 тысяч рублей на одного новорожденного на 2024–2025 годы, а также субсидирование затрат на приобретение школьной и спортивной формы, школьно-письменных принадлежностей для обучающихся, основанные на принципах нуждаемости (социально-чувствительные социальные семьи с детьми).

Планируется совместная проработка с министерством социальной политики Нижегородской области, министерством промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области номенклатуры производимой продукции региональных и российских производителей в целях формирования перечня продукции для набора новорожденному, а также иных имущественных мер поддержки.

5. Развитие иных товарных сегментов и поддержка диверсификации ассортимента.

Меры поддержки участников кластера

Меры поддержки участников кластера предусмотрены постановлением Правительства Российской Федерации от 28 января 2016 г. № 41 «Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидий участникам промышленных кластеров на возмещение части затрат при реализации совместных проектов по производству промышленной продукции кластера в целях импортозамещения».

Приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 19 октября 2021 г. № 4166 утверждены Положение о проведении конкурсного отбора совместных проектов участников промышленных кластеров и Порядок рассмотрения заявлений, указанных в пункте 27 Правил предоставления из федерального бюджета субсидий участникам промышленных кластеров на возмещение части затрат при

реализации совместных проектов по производству промышленной продукции кластера в целях импортозамещения, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 28 января 2016 г. № 41, и поступивших от инициаторов совместных проектов участников промышленных кластеров, заключивших с Министерством промышленности и торговли Российской Федерации соглашения о предоставлении субсидии до вступления в силу указанных Правил.

Обеспечение отрасли сырьем и материалами, условия для локализации производства

Зависимость от импорта, а также нестабильность поставок сырья отмечена участниками кластера среди ключевых проблем для развития промышленности. Смена марки сырья приводит к дополнительным затратам на подтверждения продукции обязательным требованиям в сфере безопасности, перестройки технологического процесса, а порой и смены оборудования. Предлагается проработать меры поддержки на сезонное приобретение сырья, а также вопросы взаимодействия с региональными сырьевыми компаниями.

Для локализации производства важным стимулирующим фактором является близость к месту производства сырья, что наиболее актуально для продукции из дерева и пиломатериалов, а также стабильность поставок, что наиболее актуально как для косметической продукции и средств бытовой химии, так и для всех детских товаров, имеющих выраженный сезонный эффект.

Развитие экспорта и международного сотрудничества

Среди приоритетных направлений развития экспорта участниками отмечается развитие и выход российских маркетплейсов на зарубежные рынки. Планируется проработка мер государственной поддержки

продвижения на маркетплейсах и поддержка выхода на международные интернет-площадки.

Поддержка конгрессно-выставочной деятельности на первом этапе будет сконцентрирована на ведущих федеральных проектах, а также специализированных выставках в странах ЕАЭС.

Состояние системы подготовки кадров

Кадровая поддержка участников кластера будет осуществлена во взаимодействии с профильными ВУЗ и организациями СПО, в том числе участниками программы «Профессионалитет».

Научно-экспертный совет, предусмотренный разделом 3 настоящей Стратегии, сконцентрирует свою деятельность на привлечении специалистов от предприятий для участия в программах подготовки студентов, а также проработает вопросы переподготовки и повышения квалификации работников участников кластера, включая специализированные программы и профессиональные стандарты для работников индустрии детских товаров.

Особое внимание будет уделено программам подготовки специалистам для креативных индустрий, к которым отнесены – промышленный дизайн, модная детская одежда, книгоиздательская продукция для детей, игрушки и игры, анимация и кинематографа, компьютерные игры.

Механизмы государственной поддержки отрасли, в том числе за рубежом

Для проработки мер государственной поддержки отрасли в регионе будет использован опыт программ, реализуемых для других потребительских отраслей, таких, как легкая промышленность, опыт реализации программ Республики Башкортостан, Алтайского края, Ульяновской области, реализуемые в разные периоды меры поддержки индустрии детских товаров.

До конца 2024 года будет налажено взаимодействие с иными субъектами Российской Федерации, реализующими свои региональные

планы развития индустрии, путем заключения соглашения и кооперации при выполнении общеотраслевых направлений и проектов федерального уровня в 2024-2025 годах.

Взаимодействие с зарубежными партнерами планируется осуществлять совместно с КРПП (по согласованию), а также АИДТ (по согласованию), имеющими связи и контакты с международными отраслевыми ассоциациями и союзами.

Приоритетной мерой поддержки станет субсидирование затрат на подтверждение требованиям безопасности продукции, в том числе омологации для зарубежных рынков, создания интернет-сайтов, каталогов, описания продукции, адаптированных для международных продаж.

Механизм государственной поддержки отрасли будет проработан и представлен Правительству Нижегородской области для решения о выделении дополнительного финансирования под потребности предприятий Нижегородской области кластера индустрии детских товаров в 2024 году в объеме 94 млн рублей.

Раздел 3. Описание кластера, его текущее положение и роль в экономике

Для развития кластера важны его позиционирование и продвижение, наличие инструментов поддержки и активные участники, заинтересованные в его развитии.

Первый этап развития кластера будет направлен на создание межфирменного взаимодействия и построения устойчивых связей между его участниками и организациями инфраструктуры, поэтому кластер проектируется как система гибридного типа, включающая все ключевые направления и типы развития.

Научно-технологический и образовательный потенциал кластера

Создание научно-экспертного совета, включающего ведущие федеральные и региональные научные организации, ВУЗы, образовательные организации, институты развития, фонды поддержки МСП, социального предпринимательства и иные организации, направленные на поддержку технологических инноваций, опережающей стандартизации, маркетинга и программ поддержки создания национальных и региональных брендов, станет платформой для реализации планируемых механизмов развития потенциала кластера.

Планируемый перечень приоритетных направлений развития научно-исследовательской и инновационной деятельности кластера

На основании мнений экспертного сообщества, аналитической проработки имеющегося потенциала развития кластера определен перечень приоритетных направлений развития научно-исследовательской и инновационной деятельности кластера и сформированы следующие рабочие группы:

1. Отраслевые:

- детская и ученическая мебель;
- игры, игрушки и игровое оборудование;
- детская одежда, текстиль и аксессуары;
- косметика, гигиена и бытовая химия;
- учебное оборудование, средства обучения и воспитания.

2. Инфраструктурные:

- инжиниринговые сервисы;
- интеллектуальные сервисы и защита интеллектуальной собственности;
- сертификационные и лабораторные сервисы.

3. Научные:

- наука и образование;

- организации социальной сферы.

Производственный потенциал кластера

Развитие производственного потенциала кластера будет опираться на производственные предприятия полного промышленного цикла, реализуемые такими организациями, как ООО «Белая Мануфактура», ООО «Мягкий сон», ООО «Десятое королевство Волга», ООО «Рельеф», ООО «Атон Мебель», ООО «Мебельная фабрика «Комод» и другие организации.

Будет проработан вопрос специализации промышленных технопарков, которые позволят развивать новые производства на их территории. Среди проектов, вызывающий повышенный интерес участников кластера - инвестиционная площадка «Варя», территория бывшего Нижегородского нефтемаслозавода площадью 86,5 га, расположенная в районе Сормовского шоссе, 24. Данная площадка для ревитализации и дальнейшего перспективного инвестиционного развития в черте Нижнего Новгорода позволит сохранить кадровый состав и трудовые коллективы предприятий.

Текущий уровень организационного развития кластера

Для координации создания и запуска кластера Планом мероприятий («дорожной картой») по развитию индустрии детских товаров в Нижегородской области на 2023 - 2024 годы, утвержденным распоряжением Правительства Нижегородской области от 4 марта 2023 г. № 355-р, определена специализированная организация кластера - автономная некоммерческая организация «Агентство по развитию кластерной политики и предпринимательства Нижегородской области», которая в январе 2024 г. переименована в автономную некоммерческую организацию «Корпорация развития промышленности и предпринимательства Нижегородской области».

Проработан вопрос создания координационного совета кластера - коллегиального органа управления кластером. Целью деятельности

координационного совета станет стратегическое управление развитием кластера.

Начато формирование экспертного совета кластера - консультативного органа управления кластером. Целью деятельности экспертного совета является коллективная выработка рекомендаций для принятия решений по объединению усилий предприятий - участников кластера в целях решения задач по повышению конкурентоспособности предприятий кластера. В него вошли предприятия, которые возглавили отраслевые рабочие группы (игрушки, мебель, одежда, косметика и бытовая химия, спорт, учебное оборудование и др.).

Раздел 4. Позиционирование кластера на международном уровне. Зарубежные кластеры - отраслевые аналоги

Во многих странах Европейского союза, где программы поддержки кластеров были инициированы на десятилетие раньше, чем в России, созданы несколько крупных профильных организаций. Среди них – European Cluster Policy Group, European Cluster Alliance, Smart Specialization Platform, European Secretariat for Cluster Analysis, European Foundation for Cluster Excellence, European Cluster Collaboration Platform, European Cluster Observatory. Основными сферами их деятельности выступают совершенствование государственной политики и программ, направленных на развитие кластеров, а также повышение уровня управления кластерами, включая создание специализированных образовательных программ, разработку стандартов, развитие профессиональных ассоциаций (информация взята из открытых источников).

Основная организация, объединяющая кластерное сообщество - TCI Network (www.tci-network.org) — ведущая глобальная сеть экспертов и организаций, работающих в кластерах и инновационных экосистемах по всему миру. Основанная в 1998 году TCI Network является некоммерческой

неправительственной организацией, открытой для членов со всех континентов.

По данным АИДТ среди специализированных кластеров в сфере индустрии детских товаров наиболее релевантен:

1. Испанский кластер Kid's Cluster (www.kids-cluster.com), с 2010 года объединяет каталонские компании и организации, которые ищут общее пространство, где они могут получить больше ресурсов для развития своего бизнеса и услуг, ориентированных на детский сектор. В настоящее время кластер состоит из более чем 60 частных и государственных организаций, которые объединяют более 18 000 профессионалов и имеют совокупный оборот в 2,2 миллиарда евро в год.

Одним из секретов успеха кластера остается его разнообразие. Члены кластера представляют все сегменты цепочки создания стоимости, и это гарантирует различные и очень качественные подходы к общей цели: улучшению возможностей для бизнеса. Их вклад позволяет участникам кластера обогатить сеть контактов и возможности продвижения совместных проектов.

Принадлежность к Kid's Cluster также означает разделение и принятие ценностей, которые участники одобрили среди всех членов и которые они применяют в повседневном управлении. Это лучшая гарантия качественного, прозрачного и ответственного обслуживания.

Обязательство. Мы стремимся к комплексному развитию мальчиков и девочек.

Сотрудничество. Мы создаем пространство доверия, позволяющее обмениваться ноу-хау между компаниями и создавать стратегические альянсы.

Инновации. Мы продвигаем и превращаем идеи в проекты, которые влияют на рынок и позволяют нам исследовать новые горизонты.

Прозрачность. Мы целостная и открытая, прозрачная и честная организация в управлении и действиях, которые мы выполняем.

Kid's Cluster является частью программы Catalonia Clusters Generalitat de Catalunya и аккредитован на европейском уровне с бронзовым знаком European Cluster Management Excellence. Эти награды гарантируют качество управления кластером и подтверждают стремление организации к совершенству.

Среди услуг, оказываемых кластером для своих членов - деятельность по стимулированию инноваций, участие в совместных проектах, анализ рыночных тенденций, семинары и специализированное обучение, создание сети и обмен ноу-хау в промышленности, разработка стратегий международного позиционирования, диалог с институтами, доступ к средствам помощи и источникам финансирования.

Структурные данные – 406 компаний вовлечены в кластер, 15 700 организовано рабочих мест, 3,5 млн евро общий годовой оборот участников.

Kid's Cluster имеет гибкую и эффективную структуру. Генеральная ассамблея ежегодно собирается со всеми членами организаций для анализа деятельности и определения приоритетов для следующего мероприятия. Собрание избирает каждые 4 года членов, которые входят в состав Совета директоров, которые будут нести ответственность за ведущую кластерную стратегию.

2. Французский Nova CHILD (www.novachild.eu) - с 2011 года Nova CHILD, получившая название «Бизнес-кластер», объединяет и возглавляет национальную сеть, состоящую из компаний, исследовательских и учебных центров, занимающихся инновациями для благополучия детей. Компании работают в различных секторах детского рынка: уход за детьми, мебель/декор, мода (одежда - обувь), игрушки, продукты питания, гигиена, услуги и позволяют Nova CHILD иметь настоящее кросс-функциональное видение. Школы, научно-исследовательские и учебные центры, технические центры и т.д. привносят в сеть свои навыки и опыт: гуманитарные и социальные науки (психология, социология и т.д.), дизайн, технологии

(материалы, электроника, NTIC), медицина, маркетинг и т.д. Таким образом, Nova CHILD объединяет знания и навыки этих различных участников, чтобы сделать эту сеть настоящим сквозным центром знаний, посвященным детям.

Среди ключевых услуг кластера - Nova CHILD предлагает 3 услуги, помогающие компаниям и лидерам проектов в их мышлении и инновационном процессе:

L'Observatoire, маркетинговые исследования тенденций в мире детей, чтобы лучше понять этого сложного потребителя, его среду и рынки, предназначенные для него.

Living Lab предлагает набор решений для изучения и применения, которые помогают понять мнение и ожидания рынка с участием детей, родителей, семьи на протяжении всего инновационного процесса.

Project Engineering предлагает поддержку руководителей инновационных проектов в структурировании их проекта, поиске научных и технических экспертов, промышленных партнеров, определении механизмов финансовой помощи для инноваций и предоставляет инженерную экспертизу для создания проектов.

Миссия Nova CHILD состоит в продвижении подходов к сотрудничеству и партнерству для создания синергии на научном, экономическом и социальном уровнях, а также в содействии появлению и внедрению инновационных проектов для благополучия ребенка.

Кластер получает поддержку со стороны Национального фонда территориального планирования и развития - l'Etat - Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire -FNADT).

Nova CHILD основана на ассоциативной структуре закона (стандарта деятельности) типа 1901. Управляет кластером исполнительная дирекция и совет директоров. В участии коллегиальных органов участвует Торгово-промышленная палата данного региона.

3. Среди специализированных кластеров, имеющих межотраслевой характер, следует также отметить кластеры КНР - Guangdong Animation (toy)

Industry Clusters Highlights (Shantou), Guan Yao cluster (информация взята из открытых источников).

Их концентрация в Шаньютоу – районе массового производства игрушек в Китае, который известен как «столица игрушек и подарков в Китае», насчитывает более 12 000 производителей игрушек и вспомогательных предприятий, что составляет более половины всех компаний. Согласно отчету о индустрии игрушек и товаров для детей в Китае за 2022 год общий объем розничных продаж на рынке игрушек Китая превысил 85,46 млрд юаней, увеличившись на 9,6% в годовом исчислении. Выявлено, что потребители при покупке игрушек придают значение не только безопасности товара и цене, но и получению удовольствия от игры с игрушками (соответствует 40,4%).

Среди тенденций, определивших специализацию кластера, – развитие рынка лицензионных игрушек. Анимация и связанные с ней спин-оффы относятся к ряду товарных услуг и статей, разработанных и разработанных профессиональными дизайнерами на основе оригинальных персонажей комиксов и мультфильмов, онлайн-игр и мобильных игр. Согласно рыночным оценкам почти 80% спин-оффов анимационных фильмов в мире в настоящее время производятся в материковом Китае. Из них почти половина производится в провинции Гуандун. Отчет об исследовании, проведенном компанией по исследованию рынка на материке, показал, что отрасль спин-оффа анимации на материке находится в устойчивой форме, на нее приходится более 70% общей прибыли индустрии анимации.

Согласно отчету Insight & Info Consulting Limited, объем производства китайской анимационной индустрии в 2020 году вырос до 221,2 млрд юаней, причем львиная доля этого объема приходится на анимационные игрушки. Например, популярность анимационных фильмов отечественного производства, таких как «Король обезьян: герой вернулся», привела к потреблению дополнительных игрушек.

Размер рынка фигурок аниме-гаражных наборов (GK) достиг 2,81 млрд юаней в 2020 году и, как ожидается, достигнет 5 миллиардов юаней к 2023 году. Согласно опросу, потребители мужского и женского пола имеют разные соображения при покупке фигурок GK: мужчины больше озабочены позами, тогда как женщин-потребителей больше интересует дизайн костюмов фигурок. Что касается моделей, которым они отдают предпочтение, то большинство потребителей просто купят понравившийся товар и захотят собрать его в качестве сувенира. Основное соображение потребителей при покупке продукта - цена, затем следует вопрос о том, является ли продукт подлинным, а затем его онлайн-сарафанное радио. Наименее важными проблемами являются степень сходства фигуры и личные предпочтения.

3. Среди российских аналогов и/или близких по тематике можно отметить:

- рязанский инженерно-производственный кластер «Детских и потребительских товаров». Цель создания кластера - устойчивое развитие индустрии непродовольственных товаров в Рязанской области за счет освоения производства новых востребованных на мировом рынке видов промышленной продукции и повышения конкурентоспособности предприятий.

Основные цели:

выпуск новых позиций продукции и расширение ассортимента доступных и качественных товаров для детей;

выход на новые товарные рынки – расширение номенклатуры выпускаемых товаров;

освоение новых географических рынков и развитие экспортного потенциала.

Специализированной организацией кластера является Ассоциация производителей детских автокресел и колясок «Приоритет» (<https://apdak.ru>),

которая также подтвердила в Минпромторге России свое соответствие требованиям, предъявляемым к специализированным организациям.

Полученный статус позволяет предприятиям-участникам кластера претендовать на получение мер государственной поддержки в виде субсидий из федерального бюджета на компенсацию понесенных затрат при реализации совместных инвестиционных проектов;

- частный промышленный парк «Карандаш» (<https://prompark-karandash.ru>) - со специализацией на резидентов рынка товаров для школы и офиса в Рязанской области. Промышленный парк создается в рамках Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» при активной поддержке Минэкономразвития России и Правительства Рязанской области. Услуги для резидентов парка - сдача в аренду земельных участков, складских помещений секциями от 300м², офисов площадью от 50м², производственных помещений, услуги связи, транспортно-логистические услуги. Планируется, что резидентам будет предоставлена вся необходимая инфраструктура для ведения бизнеса. Парк расположен в поселке Лесной, на территории особого социально-экономического развития «Лесной» (Шиловский район Рязанской области). Новые инфраструктурные объекты планируется разместить на базе предприятий группы компаний «Рельеф Центр». Сама компания является крупным инвестором Рязанской области и лидером российского рынка оптовой дистрибуции товаров для офиса, учебы и творчества. При строительстве инфраструктуры парка из бюджета привлечено 500 млн рублей федеральных субсидий. В дальнейших планах компании формирование промышленного кластера по производству товаров для школы и офиса с привлечением резидентов промышленного парка «Карандаш». Соответствующее соглашение о сотрудничестве подписано в рамках XXIV Петербургского международного экономического форума. Оно предусматривает реализацию инвестиционных проектов с ориентировочным объемом инвестиций 4 млрд рублей, созданием около 660 рабочих мест и

планируемыми объемами выпуска готовой продукции 10 млрд рублей в год. Создание промышленного кластера и включение его в реестр промышленных кластеров Минпромторга России позволит предприятиям получать федеральную поддержку на реализацию совместных инвестиционных проектов.

Также в собственности группы компаний «Рельеф Центр» имеются незадействованные производственные площади на территории города Рязани, на которых возможно формирование промышленного технопарка.

Лучшая практика развития и управления зарубежных кластеров – отраслевых аналогов

Из лучших практик развития и управления зарубежных кластеров – отраслевых аналогов, будет выстроена по аналогии научно-промышленная кооперация, проработаны перечни общих затрат и просчитаны совместные закупки b2b услуг и сервисов для промышленных предприятий.

Региональный трек маркетинга и инжиниринга будет дополнен на основе аналогичных сервисов АИДТ и ее научно-экспертного совета.

Ведущие зарубежные кластеры для проведения совместных мероприятий, формирования совместных проектов

Учитывая недружественные действия ряда стран, взаимодействие будет выстраиваться на основе имеющихся договоров между Российской Федерацией и зарубежными странами, со статусом наибольшего благоприятствования для российских экспортеров. Например, Китай вводит нулевые тарифы на игрушки из стран и регионов, пользующихся статусом наибольшего благоприятствования. Рассматривается возможность включения детских товаров в такие статусы.

Раздел 5. Рыночные и технологические ориентиры развития кластера

Прогноз развития рынков продукции кластера

Снижение рождаемости и потребительского спроса негативно сказываются на прогнозных значениях и планах предприятий. По ряду категорий – мебель, игрушки и игры организации фиксируют падение продаж до 30% в 2023 году. При этом, импорт детских товаров стабильно растет и составляет по игрушкам уже +38% за девять месяцев текущего года. Наиболее нестабильна ситуация на рынке товаров для новорожденных, который напрямую зависит от рождаемости и потребительского спроса.

Планируется сконцентрировать развитие сегментов товаров первой необходимости, средств обучения и развития детей, инновационной продукции.

Прогноз развития технологий, относящихся к кластеру

Основные общественные, технологические и политические тренды, оказывающие влияние на индустрию детских товаров и сервисов:

1. Интернетизация и цифровизация.

Рост внедрения цифровых инструментов в повседневную жизнь, в первую очередь и, в особенности, - в жизнь детей. Для индустрии детских товаров и сервисов данный тренд означает невозможность проектировать те или иные детские товары и решения без учета цифровых технологий и цифровой среды. Например, в медицинской индустрии этот тренд связан с появлением и расширением рынка персональных систем мониторинга, являющихся частью как индивидуальной сферы, окружающей ребенка (браслеты, игрушки), так и более широкой сферы (мебель, школьная инфраструктура). Также в рамках этого тренда стоит выделить появление персонализированной медицины (на основе медицинской информатики).

События в рамках тренда:

Технологии дополненной реальности. Начиная с 2025 года ожидается массовое внедрение технологий дополненной реальности (augmented reality) в продукты широкого пользования (в т.ч. детские).

Поколение «цифровых аборигенов» (digital natives). С 2018 года вступили в самостоятельную жизнь поколение людей, рожденных в цифровую эпоху, и с детства получивших принципиально иные навыки коммуникации и работы с информацией.

Медицинский мониторинг 24/7. С 2022 года на рынке массово представлены продукты круглосуточного медицинского мониторинга состояний человека с мгновенной передачей данных в сеть и их статистической обработкой.

2. DIY-технологии.

В мире растет количество товаров и сервисов под общим названием Do It Yourself («Сделай сам»), связанных с созданием, улучшением или починкой чего-либо без помощи и участия профессионалов. Особенно значимым эта часть индустрии становится для детских товаров и сервисов, поскольку, помимо основной функции, такие товары и сервисы имеют обучающий и образовательный эффекты.

События в рамках тренда:

Начало массового распространение 3D-принтеров, в перспективе позволяющих печатать в домашних условиях практически любые материальные объекты — от одежды до компьютеров.

3. Рост вовлеченности детей во взрослую жизнь.

В отдельных аспектах своей жизни дети все чаще начинают взрослеть гораздо раньше общепринятых представлений о возрасте взросления. Интернет, компьютерные многопользовательские игры и новые технологии (планшеты, симуляторы, дополненная реальность и пр.), которыми дети овладевают в разы быстрее взрослых, приводят к тому, что уже в 12 лет дети могут, например, программировать, придумывать стартапы в сети, а также неограниченно получать информацию. Таким образом, дети обучаются

гораздо быстрее, чем это предполагает стандартная образовательная система. Они гораздо раньше способны принимать решения о том, что им покупать, а что нет, могут иметь свои собственные деньги и являются непосредственным потребителем товаров и услуг.

Этот тренд сейчас только зарождается в России, но через два три года он станет стабильным и интенсивно возрастающим.

События в рамках тренда:

Дети-предприниматели. Начиная с 2023 года в мире ожидается переход детского предпринимательства (в основном, в интернете) от единичных случаев к массовому тренду.

Влияние детского труда на экономику. Снижение планки включения детей в производственную деятельность с использованием информационно-коммуникационных технологий позволяет говорить о потенциальной перестройке системы законодательства и производства.

4. Рынок образовательных сервисов вытесняет систему образования.

Система образования частично не справляется с реальными потребностями общества, поэтому формируется новый большой рынок образовательных сервисов, построенный на иных принципах - открытости, многообразия и выбора, - вместо стандартизации и жесткого регулирования. Кризисное состояние системы требует дерегуляции, то есть отказа государства от тотального регулирования и управления системой дополнительного образования.

События в рамках тренда:

Онлайн-образование. Уже с 2020 года можно говорить о складывающемся спросе на онлайн-образование как массовую альтернативу традиционным формам и способам, в том числе - средней школе.

Дистантная сертификация. С 2017 года многие западные университеты начали выдавать дистантные сертификаты об онлайн-обучении в их «виртуальных стенах».

5. Трансформация способов совместной жизни.

Тренд смены форматов отношений «родитель - ребенок», «учитель - ученик», «ребенок - взрослый», связанный с одной стороны, с ранним взрослением детей, а с другой - с кризисом традиционных форм совместной жизни, в частности и в особенности - семейной. Это приводит, в том числе, к тому, что дети начинают жить в мультикультурных и мультисемейных средах, а также вовлекаются в одновременную жизнь в самых разных сообществах, в том числе и через интернет. При этом ряд стран с сильными традиционными семейными укладами будут законодательно регулировать права семей с детьми, направленные на сохранение традиционных семейных ценностей.

События в рамках тренда:

Рост влияния небольших сообществ. Дети и родители проводят все больше времени в различных неформальных сообществах. Сообщества становятся новым типом среды взаимодействия, формируют ценностный ряд, задают требования, критерии и показатели качества. Важным технологическим фактором развития сообществ является развитие ИКТ, сообщества массово распространяются в сети, расстояния и социальный статус перестают быть преградой. Следует отметить, что намечается смена ориентированности бизнеса с массового клиента на сообщества.

Консьюмеризм в отношениях родитель - ребенок. Эта линия является доминирующей в западноевропейском подходе, то есть общее развитие индустрии осуществляется в сторону более удобного родительства (материнства), в котором ребенок становится все менее «неудобным», то есть все меньше является фактором, влияющим на комфортность жизни родителей в отрицательную сторону.

Российскую специфику ситуации можно сформулировать скорее в виде обратной максимы: «развитие ребенка важнее комфорта родителей».

6. Рост миграции и смешение культур.

Значимым трендом для индустрии детских товаров является очевидный для всех резкий рост миграции в различные регионы России, который, тем

не менее, пока что не осознается индустрией как тот, с которым придется иметь дело. Этот общий вызов для российского общества - способность на социальном уровне сказать, что «мигранты - тоже часть общества» - в первую очередь поставит задачи по адаптации к жизни в обществе детей мигрантов.

Второй значимой составляющей тренда является глобализация, выражающаяся во все более открытом рынке (в том числе и мультимедийном), и усиливающаяся развитием коммуникаций и интернет-технологий. Глобализация размывает границы между странами и между сообществами, возникает смешение культур, поликультурное общество, а следовательно, и необходимость к нему адаптироваться и в нем жить.

События в рамках тренда:

Задача адаптации детей мигрантов. Резкий рост миграции в России ставит перед обществом задачу поиска форм социальной и культурной адаптации детей мигрантов, так как государственные системы образования будут не справляться с включением такого большого потока людей иной культуры в общественную жизнь.

7. Рост внимания к инвалидам.

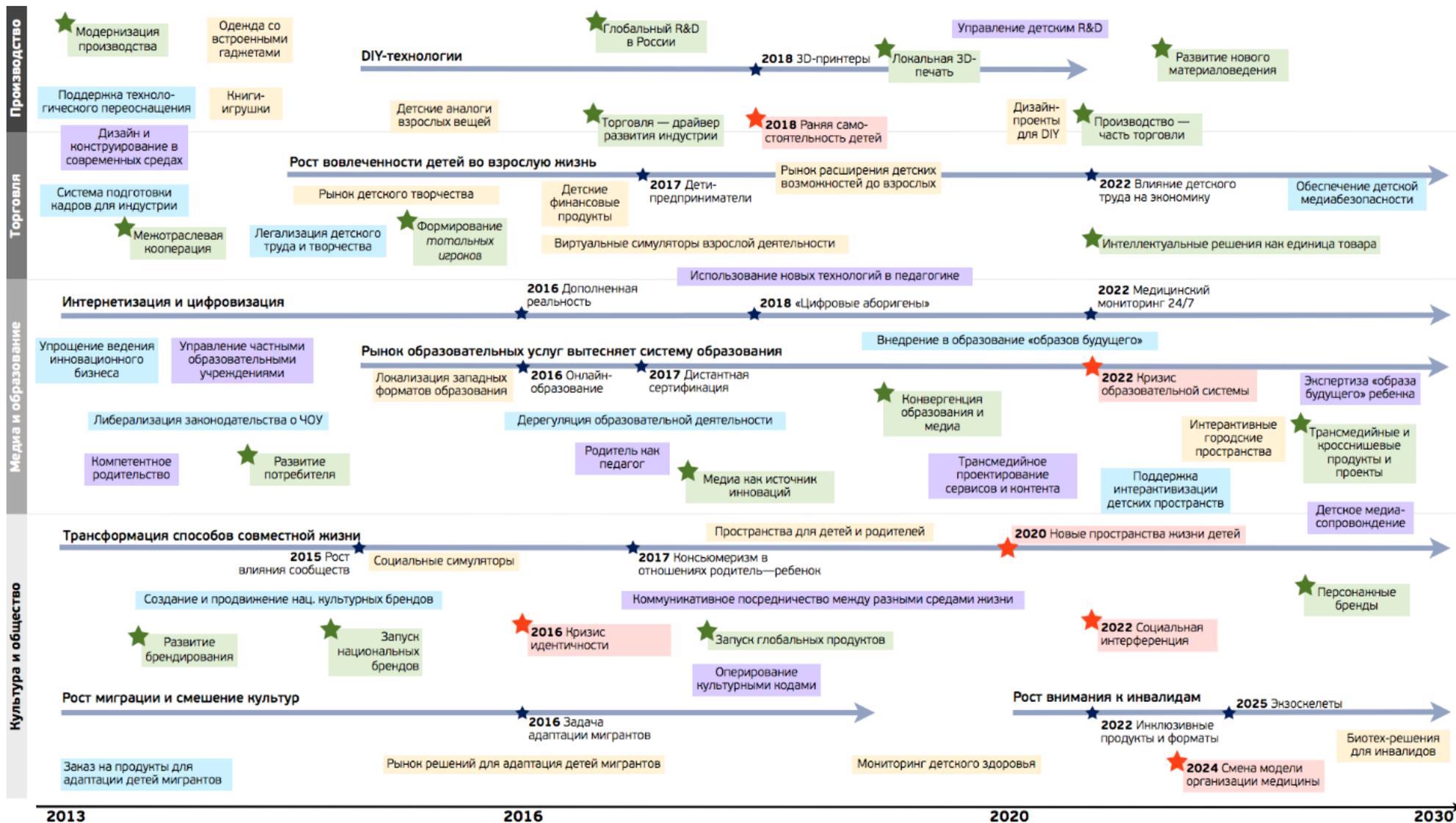
Рост внимания к людям с ограниченными возможностями. Этот тренд активно развивают и государство, и бизнес, и НКО. Это связано как с ростом благосостояния (мотивация: рост репутации в элитном слое общества), так и с личностным ценностным выбором.

События в рамках тренда:

Инклюзивные продукты и форматы. Создание возможностей для детей с особыми возможностями здоровья включаться в общераспространенные форматы общественной жизни - в образовании, работе, предпринимательстве, труде и т.д.

Массовое использование экзоскелетов для включения детей-инвалидов в полноценную общественную жизнь.

Основные вызовы будущего



Раздел 6. Мероприятия по основным направлениям развития кластера

В рамках реализации Стратегии, достижения поставленной цели и решения ключевых задач планируется, что для участников кластера, в первую очередь представителей малого и среднего бизнеса, будут реализованы следующие мероприятия:

1. В части мониторинга деятельности предприятий индустрии детских товаров:

- формирование и ежегодная актуализация перечня предприятий индустрии детских товаров Нижегородской области;

- проведение в регулярном режиме анализа состояния предприятий ИДТ, включая оценку производственного, рыночного и кадрового потенциала организаций – участников, предприятий малого и среднего бизнеса, оценку эффективности системы управления правами на результаты интеллектуальной деятельности, обеспеченности территории базирования кластера объектами инфраструктуры; определение основных проблем, препятствующих развитию кластера и его участников - предприятий МСБ;

- составление «карты компетенций» организаций - участников, в том числе МСП, в научно-технической и инновационной сферах (анализ имеющихся заделов, определение кадрового, научно-образовательного, производственного потенциала, перспективных рыночных ниш и др.).

2. В части информационной поддержки и создания информационных баз данных:

- создание навигационной системы по доступным для организаций - участников, в том числе МСП, инструментам и мерам государственной поддержки (федерального и регионального уровня) разработки и реализации инновационных и инфраструктурных проектов, а также возможностям привлечения заемного финансирования;

- создание интернет-портала кластера для взаимодействия организаций - участников, в том числе МСП;

- формирование баз данных об МСП - участниках (производимая продукция, имеющиеся компетенции, выполненные заказы/проекты, производственный и технологический потенциал, экономические показатели, в том числе выручка, рабочие места, уплаченные налоги и др.);

- создание баз данных инновационных и инфраструктурных проектов, реализуемых и планируемых к выполнению организациями-участниками кластера, в том числе МСП, а также результатов ранее проведенных проектов;

- создание баз данных арендных площадей на территории базирования кластера, пригодных для размещения научных, экспериментальных, производственных и других технологических объектов организаций - участников, в том числе МСП, оборудования коллективного доступа, объектов инновационной инфраструктуры, а также проектов и стартап-компаний организаций - участников и их внешних партнеров;

- создание баз данных об образовательных программах и выставочно-ярмарочных, коммуникативных мероприятиях, которые могут быть интересны малым и средним предприятиям - участникам ИПК;

- создание баз данных результатов интеллектуальной деятельности и объектов интеллектуальной собственности.

3. В части поддержки реализации проектов участников, в том числе кооперационных:

- выявление возможностей привлечения финансовых ресурсов для реализации инновационных проектов МСП, в том числе из средств федерального и регионального бюджетов, государственных институтов развития, в том числе регионального уровня, венчурных фондов, кредитных организаций и др.; содействие в привлечении указанного финансирования для МСП - участников кластера;

- организация взаимного использования технологических активов и инфраструктурных объектов организаций - участников (коллективный доступ), а также доступа организаций - участников к технологическим активам и инфраструктурным объектам вне территории базирования кластера;

- выявление выполняемых в настоящее время, а также запланированных в будущем инновационных проектов МСП, формирование обновляемого на регулярной основе реестра таких проектов, поиск и привлечение потенциальных партнеров.

4. В части усиления роли инновационно-производственного потенциала кластера в процессах разработки стратегических и нормативных правовых документов регионального уровня:

- подготовка предложений по включению представителей кластера, в том числе организаций МСП, в координационные, экспертные, консультативные и рабочие группы при профильных органах исполнительной власти Нижегородской области;

- формирование консультативных и экспертных органов с участием представителей органов исполнительной власти Нижегородской области, федеральных и региональных государственных институтов развития, МСП - участников кластера, осуществляющих экспертизу, технологическую, инновационных и инфраструктурных проектов развития кластера, а также экспертное сопровождение их реализации.

Некоторые из поддерживаемых промышленных кластеров являются межрегиональными, что позволяет создать новые и расширить существующие кооперационные цепочки с участием промышленных предприятий нескольких регионов, расширить рынки сбыта производимой продукции, а также учесть уже существующие межрегиональные кооперационные связи.

Согласно Федеральному закону от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» субъекты Российской

Федерации могут реализовывать собственные меры стимулирования для промышленных кластеров, соответствующих федеральным требованиям, а также устанавливать дополнительные требования к ним, не противоречащие федеральному законодательству. На сегодняшний день такие меры предусмотрены законодательством Республики Башкортостан, Тюменской области, Челябинской области, на территории которых действуют или создаются промышленные кластеры.

5. В части повышения квалификации кадров организаций – участников инновационно-производственных кластеров:

организация квалификации и стажировок кадров, подготовки, переподготовки, повышения, в том числе предприятий МСП, предоставление консультационных услуг в интересах организаций - участников кластера.

Следует отметить, что для предприятий - участников кластера индустрии детских товаров Нижегородской области характерны различные модели формирования и развития, поэтому акценты при оказании им государственной поддержки также будут различны.

В частности, для предприятий, ориентированных на участие в государственных закупках для оснащения социальной сферы, в первую очередь образовательных организаций, характерна ориентация на использование потенциала научных и образовательных организаций. Это предполагает привлечение научных и образовательных организаций для проведения научных исследований, апробации и экспертизы выпускаемой продукции, учебного оборудования и средств обучения, организации методического сопровождения к разворачиванию в рамках кластера высокотехнологичного производства за счет имеющегося кадрового потенциала и исследовательской инфраструктуры, а также активное развитие в кластере малого и среднего инновационного предпринимательства за счет коммерциализации разрабатываемых здесь технологий.

Ключевыми задачами развития данных предприятий являются:

- формирование «потока проектов» высокотехнологичных стартапов;

- развитие молодежного инновационного предпринимательства;
- выход на мировой уровень конкурентоспособности в сфере образования и науки, в том числе посредством развития кооперации с ведущими вузами и научными центрами;
- увеличение доли прорывных исследований и разработок мирового уровня;
- развитие кооперации с промышленностью.

Предприятия данного типа нуждаются в мерах, направленных на формирование устойчивых локальных экосистем и «настройку» кооперации научного сообщества, авторских коллективов образовательных программ с реальным сектором экономики. Это предполагает привлечение крупных научных и образовательных центров к разворачиванию высокотехнологичного производства на базе имеющегося кадрового потенциала и исследовательской инфраструктуры кластера, а также активное развитие малого и среднего инновационного предпринимательства за счет коммерциализации разрабатываемых технологий.

В целом поддержка указанных предприятий будет ориентирована на реализацию их большого преимущества в образовании и науке, формируя на их базе полюса конкурентоспособности по подготовке кадров, формированию новых научных направлений, организации первых этапов новейших высокотехнологичных производств.

В тоже время, предприятия потребительского сектора индустрии, ориентированные на выпуск продукции для семей с детьми, развиваются на базе сложившейся концентрации малых и средних инновационных компаний.

Наиболее распространенными факторами, сдерживающими развитие указанных предприятий, являются дефицит квалифицированных кадров, барьеры и проблемы развития инновационного предпринимательства (в том числе на ранних стадиях), трудности выхода на рынки, в том числе в части доступа к закупкам крупных торговых сетей, а также маркетплейсам.

Поддержка таких предприятий будет направлена, в первую очередь, на развитие инновационной экосистемы и общих сервисов, в том числе инновационной инфраструктуры, стимулирование спроса на инновационную продукцию малого и среднего бизнеса, развитие внутрикластерной кооперации, в том числе с вовлечением торговых сетей и агрегаторов, особенно для реализации проектов товаров первой необходимости. Будет обеспечена поддержка масштабирования их деятельности и включения в федеральные цепочки поставок, а также поддержка их проектов, связанных с импортозамещением.

Обеспечение технологического лидерства по ключевым направлениям деятельности кластера

Для поддержки технологических лидеров индустрии детских товаров, а также применения современных цифровых решений будет проработан вопрос привлечения инструментов развития Агентства по технологическому развитию, Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.

Собственной мерой поддержки станет поддержка цифровой трансформации, внедрение программных решений цифровой прослеживаемости «Честный знак», кооперация с передовыми IT компаниями Нижегородской области.

Развитие отраслевого предпринимательства

Создание и поддержка отраслевого предпринимательства будет выстроена на основе сложившихся практик поддержки малого и среднего бизнеса в Нижегородской области, а также на основе предпринимательской экосистемы АИДТ и ее регионального представительства.

Ускоренное наращивание экспорта и развитие международного сотрудничества

Увеличение доли экспорта станет одним из показателей стратегий развития предприятий, которые будут синхронизированы с общим планом продвижения на международные рынки. Для каждого товарного сегмента запланирован план специализированных конгрессно-выставочных мероприятий, включая проведение бизнес-миссий и участие в заседаниях межправительственных советов.

Для экспорта учебного оборудования и средств обучения будут проработаны программы поддержки экспорта образования, оснащения русскоязычных школ за рубежом, гуманитарные программы поддержки соотечественников за рубежом и совместные программы развития в дружественных странах.

Развитие системы подготовки и повышения квалификации кадров с учетом потребностей кластера, молодежного инновационного творчества

Важными направлениями деятельности участников кластера станет вовлечение в разработку и применение профессиональных стандартов работников индустрии, внедрение их в практику: мониторинг рынка труда и обеспечение его потребностей в квалификациях и профобразовании; разработка квалификационных требований; участие в независимой оценке квалификации; проведению экспертизы ФГОС (федерального государственного образовательного стандарта), профессиональных образовательных программ; организация профессиональной общественной аккредитации профессиональных образовательных программ.

Оказание общественно-полезных услуг в целях кадрового обеспечения промышленного роста в индустрии детских товаров станет для кластера ключевой задачей. Компании и их управленческие команды получат широкие возможности для развития на профессиональном и корпоративном уровне.

Развитие системы управления кластером

Управление кластера строится на участии в его управлении и развитии:

1. Управляющей компании - автономной некоммерческой организации «Корпорация развития промышленности и предпринимательства Нижегородской области».

2. Координационного совета кластера - коллегиального органа управления кластером. Целью деятельности координационного совета является стратегическое управление развитием кластера.

Основными задачами координационного совета являются:

- определение стратегии развития кластера;
- определение ключевых направлений развития кластера;
- стратегическое планирование, утверждение краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов деятельности кластера;
- повышение эффективности взаимодействия организаций - участников кластера, образовательных и научных организаций, некоммерческих и общественных организаций, органов государственной власти и органов местного самоуправления, инвесторов в интересах развития кластера, обеспечивает реализацию проектов развития кластера;
- обеспечение реализации федеральных и региональных программ, направленных на развитие кластера.

К полномочиям координационного совета относится:

- утверждение основополагающих документов кластера;
- утверждение программы развития кластера;
- стратегическое управление и контроль в отношении мероприятий, направленных на создание и развитие кластера;
- определение приоритетных направлений развития кластера;
- принятие решений о целесообразности финансирования на реализацию представленных на рассмотрение проектов развития кластера;
- оценка эффективности функционирования кластера;

- рассмотрение перспективных планов развития кластера;
- реализация плана обустройства и соответствующего материально-технического оснащения кластера;
- рассмотрение вопросов об участии в кластере новых организаций, а также лиц, заинтересованных в сотрудничестве и (или) развитии кластера;
- рассмотрение вопросов об исключении участников кластера;
- рассмотрение иных вопросов, связанных со стратегическим управлением кластера.

3. Экспертного совета кластера - консультативного органа управления кластером. Целью деятельности экспертного совета является коллективная выработка рекомендаций для принятия решений по объединению усилий предприятий-участников кластера в целях решения задач по повышению конкурентоспособности предприятий кластера.

Основными задачами экспертного совета являются:

- реализация мер по поддержке развития участников кластера;
- координация и стимулирование кооперации, развитие механизма субконтрактации;
- поддержка внедрения новых технологий, в том числе импортозамещающих, производство опытных образцов, организация серийного производства новой продукции;
- стимулирование и поддержка разработки новых технологий по модернизации выпускаемой продукции предприятий кластера;
- формирование плана проведения научно-исследовательских и проектных работ;
- поддержка инновационной деятельности, патентование новых технологий, разработок, ноу-хау;
- продвижение участников и стимулирование спроса на продукцию;
- организация системы подготовки и повышения квалификации кадров предприятий и организаций - участников кластера;

- издание литературы по технике и инжинирингу, каталогов продукции, комплектующих деталей и материалов, разработка новых технических регламентов и стандартов;

- организация обмена мнениями между учеными, специалистами, представителями органов власти, образовательных организаций, представителями общественных организаций и объединений, представителями общественности по вопросам, связанным с развитием кластера;

- подготовка обоснований бизнес-миссий;

- подготовка обоснований необходимости оснащения предприятий инфраструктуры кластера и предприятий-участников кластера необходимым оборудованием, организации инжиниринговых центров;

- информирование общественности по основным направлениям деятельности предприятий и организаций - участников кластера.

В соответствии с возложенными на экспертный совет задачами его основными функциями являются:

- изучение и обсуждение вопросов перспективных научно-технических направлений, видов продукции, комплектующих деталей и материалов, по которым участниками кластера может быть обеспечена конкурентоспособность на отечественном и мировом рынках, а также продукции, комплектующих и материалов, производимых в целях импортозамещения;

- изучение и обсуждение вопросов, связанных с изучением передового отечественного и зарубежного опыта, в том числе путем участия в бизнес-миссиях и конгрессно-выставочных мероприятиях, выявления необходимого для приобретения инновационного оборудования, способного обеспечить конкурентоспособность на отечественном и мировом рынках;

- создание рабочих групп по этим направлениям, оказание содействия и контроль за их деятельностью;

- организация методической и консультационной помощи предприятиям и организациям-участникам кластера;

- организация использования инвестиционных и маркетинговых механизмов для реализации научно–технических и производственных программ кластера;

- формирование экспертного мнения по запросам координационного совета кластера.

Инициаторами программы развития кластера индустрии детских товаров Нижегородской области на 2024 - 2025 годы ставятся следующие ожидаемые результаты, в соответствии с которыми планируется:

- обеспечить количественный и качественный рост участников кластера, в том числе, из других субъектов Российской Федерации и из-за рубежа;

- привлечь не менее 3 млн рублей средств из внебюджетных источников;

- увеличить объем производства продукции для детей, произведенной и (-или) разработанной на территории Нижегородской области, на 100%;

- расширить географию и увеличить объемов поставок продукции и услуг участников кластера для государственного сектора не менее, чем на 50%;

- создать / модернизировать не менее 5 современных, экологически безопасных производств детских товаров на территории Нижегородской области;

- подготовить специалистов, задействованных в промышленной инфраструктуре кластера, в объеме не менее 50 человек;

- обеспечить суммарные налоговые поступления в бюджет Нижегородской области в объеме до 1,6 млрд рублей в год;

- обеспечить развитие производственно-технологической и

маркетинговой интеграции участников кластера.

Ожидаемые эффекты от реализации кластерной инициативы:

- повышение доверия, улучшение отношений между предприятиями и организациями региона, стимулирование совместных проектов;
- оптимизация функционирования цепочек ценностей, снижение временных и трудовых затрат при взаимодействии;
- экономический рост, повышение конкурентоспособности региона, увеличение валового регионального продукта и налоговых поступлений;
- улучшение социального и человеческого капитала региона;
- улучшение делового и инвестиционного климата в регионе;
- развитие индустрии в регионе повлияет на улучшение качества жизни семей с детьми и социальной инфраструктуры в сфере детства, будет способствовать повышению привлекательности региона.

Таким образом, стратегия развития кластера и заложенные в нем механизмы полностью отвечает задачам, поставленным в рамках Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», и является на сегодня системной мерой государственной поддержки, охватывающей весь перечень затрат на всех стадиях жизненного цикла производства нового вида промышленной продукции - от разработки до организации серийного выпуска. Кластерный подход уже также доказал свою эффективность как инструмент стимулирования промышленных предприятий к повышению хозяйственной самостоятельности внутри страны и как никогда актуален для развития индустрии детских товаров.
