

Приложение

УТВЕРЖДЕНА

распоряжением Правительства
Кировской области

от 15.11.2021 № 218

СТРАТЕГИЯ
развития кластера легкой промышленности
Кировской области до 2025 года

- 1. Приоритетное направление, цели, задачи и результаты развития кластера легкой промышленности Кировской области**
- 1.1. Приоритное направление и цели развития кластера легкой промышленности Кировской области**

Стратегия развития кластера легкой промышленности Кировской области до 2025 года (далее – Стратегия) разработана в целях реализации производственного потенциала в сфере легкой промышленности и развития существующей на территории региона производственной инфраструктуры.

Приоритетным направлением развития кластера легкой промышленности Кировской области (далее – кластер) является принятие мер, направленных на стимулирование экономической деятельности, связанной с производством продукции легкой промышленности.

Основными целями кластера являются:

осуществление информационного взаимодействия, направленного на повышение конкурентоспособности и экономического потенциала участников кластера;

создание условий для динамичного роста, устойчивого развития и повышения конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства Кировской области (далее – субъекты МСП),

работающих в сфере легкой промышленности;

обеспечение роста производства и реализации продукции легкой промышленности.

1.2. Задачи, направленные на достижение целей развития кластера

Основными задачами развития кластера являются:

реализация предварительно отобранных, инновационных для отрасли проектов (система автоматизации раскроя и автоматизации отдельных операций на производстве);

снижение организационных и логистических издержек участников кластера посредством формирования единого маркетингово-логистического центра кластера с целью привлечения заказов для участников кластера, в том числе за счет:

активной работы на тендерных площадках,

участия в отраслевых выставках,

активной работы с торговыми сетями с целью представления продукции собственных торговых марок участников кластера;

формирование эффективных механизмов взаимодействия между участниками кластера и образовательными организациями в рамках подготовки квалифицированных кадров;

формирование позитивного имиджа работника швейного производства и популяризация соответствующих профессий для выпускников, планирующих поступать в образовательные организации высшего образования и профессиональные образовательные организации;

снижение затрат на закупаемые материалы и оборудование для участников кластера за счет отбора поставщиков и консолидации объемов закупок;

консолидация производственных мощностей участников кластера с целью реализации крупных заказов;

снижение общехозяйственных и производственных расходов участников кластера за счет аутсорсинга отдельных функций бизнеса с привлечением внешних партнеров, оказывающих услуги проектирования изделий с использованием системы автоматизированного проектирования и услуги по созданию лекал на основе прототипа или фотографии изделия;

стимулирование участников кластера к активному использованию таких мер государственной поддержки субъектов МСП, как финансовая, имущественная, консультационная и юридическая поддержка;

стимулирование участников кластера к регистрации собственных торговых марок и выходу на региональные и международные рынки;

укрепление отношений участников кластера с существующими клиентами и поиск новых заказчиков.

Реализация задач в перспективе позволит:

увеличить объем продаж продукции легкой промышленности на межрегиональном и международном рынке;

расширить ассортимент продукции, производимой участниками кластера;

привлечь в реализацию проектов кластера дополнительные инвестиции;

увеличить рост капитализации участников кластера.

1.3. Результаты реализации мероприятий, направленных на развитие кластера, значение показателей эффективности развития кластера после реализации Стратегии

Основными результатами реализации мероприятий, направленных на развитие кластера, являются:

повышение объемов выпускаемой продукции участниками кластера;

повышение уровня конкурентоспособности участников кластера;

повышение квалификации сотрудников участников кластера;

увеличение объема налоговых отчислений участников кластера в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации.

В результате реализации Стратегии к 2025 году планируется достижение следующих значений показателей развития кластера:

увеличение общей численности персонала участников кластера до 308 человек;

увеличение совокупной выручки участников кластера в денежном выражении до 432 млн. рублей;

увеличение объема налоговых отчислений участников кластера до 6,784 млн. рублей.

В целях оперативного управления кластером создана Ассоциация «Кластер легкой промышленности Кировской области» (далее – управляющая компания кластера).

Основные показатели деятельности кластера в 2020 – 2024 годах представлены в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя				
		2020 год (базовое)	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год
1	Общее количество участников кластера, единиц	5	14	23	30	45
2	Число субъектов малого и среднего предпринимательства – участников кластера, единиц	5	14	23	30	45
3	Численность персонала субъектов малого и среднего предпринимательства – участников кластера, единиц	107	140	182	237	308
4	Число совместных проектов предприятий – участников кластера, единиц	1	1	2	2	3
5	Совокупная выручка предприятий, млн. рублей	150	195	255	332	432

6	Объем налоговых отчислений предприятий, тыс. рублей	2 375,53	3 088,19	4 014,65	5 219,05	6 784,77
---	---	----------	----------	----------	----------	----------

В целом по всем показателям планируется значительный рост, что свидетельствует об эффективности функционирования кластера. Оценка эффективности реализации Стратегии будет проводиться ежегодно в течение всего срока ее реализации.

2. Маркетинговая концепция кластера

2.1. Анализ перспектив развития кластера

Легкая промышленность является важнейшим многопрофильным и инвестиционно привлекательным сектором экономики, который характеризуется высокой оборачиваемостью финансовых ресурсов и относительно небольшой потребностью в оборотных средствах, что позволяет обеспечить стабильный уровень поступления средств от предприятий отрасли в федеральный, областной и местный бюджеты. Отрасль легкой промышленности способствует получению синергетического эффекта от масштабного производства экономически выгодных и экологически безопасных товаров, импортозамещения, повышению экспортного потенциала страны, а также качества жизни населения, восстановлению и поддержанию здоровья людей, улучшению экологии окружающей среды.

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (OECD) легкая промышленность по уровню потребления и объемам продаж продукции входит в состав ведущих мировых отраслей промышленного комплекса, опережая такие отрасли, как автомобилестроение и транспортное машиностроение, военно-промышленный комплекс, химическую промышленность и другие.

На ее долю приходится 5,7% мирового промышленного производства и более 14% занятых в производстве. Производство тканей

и одежды – важный источник дохода и занятости многих стран, в том числе развивающихся. Отрасль легкой промышленности характеризуется постоянным ростом, обусловленным ростом населения Земли и повышением его благосостояния. При этом объем потребления товаров легкой промышленности в мире растет более высокими темпами, чем прирост населения земного шара.

Учитывая значительную роль легкой промышленности в обеспечении экономической и стратегической безопасности, занятости трудоспособного населения и повышении его жизненного уровня, в новых геополитических условиях ведущие мировые страны уделяют особое внимание развитию отрасли и оказывают ей существенную инвестиционную поддержку.

Легкая промышленность Российской Федерации обеспечивает сохранение страной статуса независимой и суверенной индустриальной державы, играет существенную роль в решении государственных задач по улучшению демографической ситуации и отвечает жизненно важным интересам многих регионов. Она содействует гармоничному развитию субъектов Российской Федерации, снижению социальной напряженности, обеспечению занятости населения и улучшению его благосостояния, оказывает помощь в становлении и развитии малого бизнеса.

Рынок текстильного и швейного производства в Российской Федерации представлен следующими видами экономической деятельности: производство текстильных изделий, производство одежды, производство кожи и изделий из кожи.

За последние годы в стране наблюдается положительная динамика оборота розничной торговли в отрасли легкой промышленности. За период с 2018 по 2020 годы оборот отрасли производства текстильных изделий, производства одежды увеличился с 0,17 трлн. рублей в 2018 году до 0,23 трлн. рублей в 2020 году, а оборот отрасли производства тканей увеличился с 29,78 млрд. кв. метров в 2018 году до 42,17 млрд. кв. метров

в 2020 году.

Для Российской Федерации рост потребительского рынка и удовлетворение потребностей населения в модных товарах происходит в основном за счет импорта. В настоящее время ситуация меняется, и можно предполагать, что легкая промышленность будет включена в число приоритетных отраслей экономики страны (как это сделано в ведущих мировых странах).

В соответствии с данными Министерства промышленности и торговли Российской Федерации на развитие отрасли легкой промышленности увеличились фактические расходы бюджетных ассигнований в рамках государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Динамика расходов бюджетных ассигнований на развитие легкой промышленности в 2015 – 2020 годах представлена на рисунке 1.

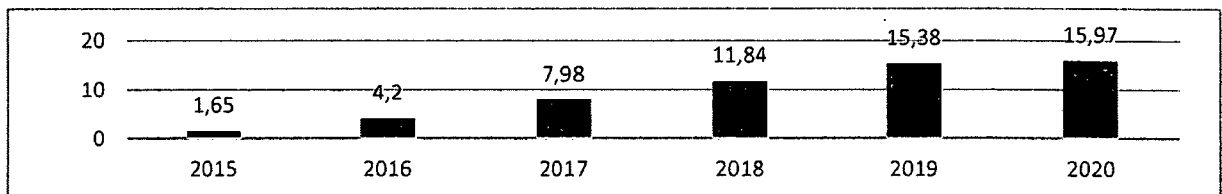


Рисунок 1. Динамика расходов бюджетных ассигнований на развитие легкой промышленности в 2015 – 2020 годах, в млрд. рублей.

Существенно возрастает роль легкой промышленности в формировании и наполнении внутреннего рынка отечественной продукцией в условиях открытости российского рынка при вхождении России во Всемирную торговую организацию.

Доля текстиля и обуви в товарной структуре импорта в 2015 – 2020 годах представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Доля текстиля и обуви в товарной структуре импорта в 2015 – 2020 годах, %.

В последние годы растет доля легкой промышленности в розничном торговом обороте страны.

Технологически законченный и взаимоувязанный промышленный комплекс (от процесса глубокой переработки сырья до выпуска готовой продукции) способен вырабатывать современный ассортимент продукции массового потребления из натурального и химического сырья и различных их смесовых сочетаний. Продукция отрасли имеет устойчивый спрос, она востребована практически во всех сферах жизнедеятельности человека и в деятельности многих отраслей экономики.

Предприятия отрасли производят ткани и товары для дома, изделия повседневного спроса, в том числе медицинского назначения, одежду и обувь, в том числе лечебно-профилактическую одежду и обувь, способствующие восстановлению и поддержанию здоровья людей, рабочую и специальную одежду. Объемы производства и потребления товаров потребительского и медицинского назначения оказывают непосредственное влияние на экономическое развитие общества.

Легкая промышленность вырабатывает широкий ассортимент

продукции производственно-технического и стратегического назначения.

В Кировской области легкая промышленность представлена производством меха, меховых изделий и кожи, швейным и трикотажным производством и пошивом обуви, производством детских товаров.

Основными территориями размещения предприятий, определяющих промышленную и экономическую политику легкой промышленности (кожевенная и обувная подотрасль), являются город Киров и Слободской район Кировской области, которые имеют наибольший удельный вес в общем объеме производимой продукции легкой промышленности Кировской области (56%).

С 2016 по 2019 годы объем отгруженных товаров предприятиями легкой промышленности Кировской области демонстрировал неуклонный рост, основными драйверами роста выступили предприятия кожевенно-обувной подотрасли и производители одежды.

Учитывая, что крупные производители кожевенно-обувной продукции Кировской области ориентированы не только на российский рынок, но и на зарубежный, поэтому и объемы производства данных предприятий напрямую зависят от конъюнктуры этих рынков сбыта.

Согласно анализу обувного рынка России, проведенному BusinesStat, на протяжении 2013 – 2016 годов продажи обуви в стране ежегодно сокращались. Максимальные темпы снижения были отмечены в 2014 и 2015 годы и составили 15,8% и 11,5% относительно предыдущих лет. Такой значительный спад объясняется произошедшим в эти годы ослаблением рубля, и, соответственно, ростом рублевых цен на обувь, львиная доля которой является импортной. Кроме того, на снижение продаж повлияло падение реальных доходов населения, что привело покупателей к стремлению экономить на покупках товаров не первой необходимости.

В 2017 году имел место восстановительный рост продаж обуви, составивший 17,1% к уровню 2016 года. Объяснением столь высокого

темпа прироста показателя послужило то, что в 2017 году покупатели удовлетворяли не только текущие потребности в обуви, но и те, которые остались нереализованными в 2014 – 2016 годах из соображений экономии.

В 2019 году произошло снижение объема отгруженных товаров предприятиями легкой промышленности Кировской области, учитывая, что производители кожевенно-обувной продукции играют одну из доминирующих ролей в отрасли, именно по этой причине снижение объемов производства кожевенно-обувной продукции повлияло на общий показатель экономической деятельности легкой промышленности Кировской области, что соответствовало общей тенденции на российском кожевенно-обувном рынке.

По оценке аналитиков DISCOVERY Research Group снижение потребления на душу населения товаров легкой промышленности в 2019 году вызвано снижением реальных доходов населения и, как следствие, уменьшением потребительского спроса на конечную продукцию.

Основная причина падения объемов производства товаров легкой промышленности в Кировской области в 2020 году связана с введением ограничительных мероприятий (карантина) в целях обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Кировской области в связи с распространением новой коронавирусной инфекции.

2.2. Условия развития кластера на территории Кировской области

В Кировской области имеются необходимые компоненты для развития легкой промышленности: текстильное, швейное кожгалантерейное и обувное производства с сильной торговой маркой, образовательные учреждения.

Развитию кластера будет способствовать создание условий сотрудничества между его участниками и образовательными

организациями.

Образовательные организации высшего образования и профессиональные образовательные организации Кировской области, осуществляющие подготовку по направлениям технология и дизайн, швея, портной, оператор швейного оборудования, модельер, модельер-закройщик, модельер-конструктор одежды, технолог-конструктор, готовы обеспечить работодателей квалифицированными трудовыми ресурсами.

Условия развития кластера обусловлены территориальным положением Кировской области, ее социально-экономическим развитием, степенью развития транспортной инфраструктуры.

Кировская область расположена на северо-востоке европейской части Российской Федерации, площадь ее территории составляет 120,4 тыс. кв. километров.

Население Кировской области на 01.01.2021 составляет 1 250 тыс. человек. Город Киров – областной центр, расположен в 900 километрах к востоку от Москвы.

Кировская область входит в состав Приволжского федерального округа, граничит с 9 субъектами Российской Федерации: на севере – с Архангельской областью и Республикой Коми, на востоке – с Пермским краем и Удмуртской Республикой, на юге – с Республикой Татарстан и Республикой Марий Эл, на западе – с Нижегородской, Костромской и Вологодской областями.

Разветвленная сеть автомобильных и железных дорог связывает Кировскую область с другими субъектами Российской Федерации и образует транзитные коридоры в направлении северных морских портов, Сибири и Дальнего Востока.

Кроме того, развитию легкой промышленности в Кировской области способствует наличие крупных производственных предприятий.

2.3. Участники кластера и виды их деятельности

В число участников кластера вошли следующие субъекты МСП, работающие в сфере легкой промышленности:

2.3.1. Общество с ограниченной ответственностью «Аззарты», которое специализируется на пошиве одежды для детей и подростков средней ценовой категории и имеет свое собственное производство, оснащенное современным оборудованием. При изготовлении одежды компания использует преимущественно натуральные ткани. Предприятие специализируется на выпуске школьной формы, нарядных платьев, повседневной одежды, верхней одежды и корпоративной одежды.

2.3.2. Индивидуальный предприниматель Кривошеина Ольга Владимировна (ателье «Ольга») предоставляет услуги по пошиву женской и мужской одежды, вечерних и свадебных платьев, ремонту одежды, дает консультации по подбору материалов, разработке и вышивке эмблем, шевронов, разработке и пошиву школьной и корпоративной формы.

2.3.3. Индивидуальный предприниматель Журавлев Дмитрий Михайлович (трикотажное предприятие полного цикла торговой марки «Журавлик») осуществляет оптовую и розничную торговлю зимними, летними, демисезонными шапками, манишками, шарфами и снудами, носочками, пинетками и рукавичками, вязаной одеждой, пледами.

2.3.4. Индивидуальный предприниматель Иванова Марина Юрьевна – основательница бренда детской одежды Stephelebeart, которая является участником российско-французского производства одежды. Компания Stephelebeart осуществляет оптовую и розничную торговлю одеждой для детей в возрасте от 0 до 10 лет.

2.3.5. Общество с ограниченной ответственностью «Модные дети» специализируется на пошиве верхней детской одежды от 0 до 14 лет.

Предприятие имеет свое собственное производство, осуществляет оптовые и розничные продажи по всей России.

2.3.6. Общество с ограниченной ответственностью «Изобилие» специализируется на производстве одежды для магазинов розничной торговли. Основным направлением предприятия является легкая женская одежда. В ассортименте продукции – повседневная одежда, одежда в стиле дресс-код, спортивная одежда.

2.3.7. Общество с ограниченной ответственностью «Бергамо» (Bergamo) – бренд женской одежды, который производится с участием кировских дизайнеров, осуществляет оптовые и розничные продажи.

2.3.8. Общество с ограниченной ответственностью «Швейное объединение «Мисс Лара» производит женскую одежду, специализируется на пошиве одежды для нестандартных фигур.

2.3.9. Общество с ограниченной ответственностью «Энн-Стайл» специализируется на пошиве дизайнерской женской одежды. Коллекции компании разбиты на блоки: одежда officedress, стиль casual и наряды для вечернего выхода. Также представлена одежда в направлении Family Look.

2.3.10. Индивидуальный предприниматель Вербицкая Елена Глебовна является владелицей марки одежды «Три грации». Компания предоставляет большой выбор одежды размера plus size отечественных и зарубежных производителей, сотрудничает с фабриками и домами моды, производящими коллекции одежды больших размеров.

2.3.11. Индивидуальный предприниматель Двинских Елена Николаевна является владелицей и дизайнером швейной фабрики «SunnyHouse», которая специализируется на пошиве женской одежды. Также швейная фабрика реализует концевые остатки тканей от ведущих поставщиков, оставшиеся от производства.

2.3.12. Индивидуальный предприниматель Евдокимова Татьяна Сергеевна является владелицей фабрики «ALEKON», которая

специализируется на пошиве мужских головных уборов. В ассортименте компании – фуражки, банданы, бейсболки, кепки, козырьки, панамы, аксессуары.

2.4. Маркетинговое продвижение продукции участников кластера

Продвижение продукции участников кластера осуществляется на основе формирования и развития системы маркетинга, создания и продвижения брендов.

Выбор системы маркетингового продвижения кластера основывается на определении необходимости формирования позитивного имиджа продукции участников кластера, а также популяризации отечественной одежды.

Выполнение работ по брендингу кластера осуществляется в следующей последовательности:

- формирование положительного имиджа регионального бренда кластера;
- продвижение продукции кластера на внешние рынки.

Продвижение бренда кластера осуществляется посредством:

- участия во всероссийских выставочных мероприятиях;
- проведения информационных кампаний в средствах массовой информации;
- развития партнерства с крупнейшими российскими и международными корпорациями.

2.5. Сбытовая политика

Осуществление и координирование сбытовой деятельности – одна из главных задач кластера. Требования маркетинга не ограничиваются лишь формированием высококачественных изделий и точным определением цены на них. Необходимо также надлежащим образом предоставить этот продукт конечному потребителю, организовать возможность его приобретения на целевом рынке. Для организации

успешного сбыта продукта нужно провести комплекс мер по реализации сбытовой политики.

Выработка и осуществление сбытовой политики по основным продуктам, производимым участниками кластера, предусматривает избрание каналов сбыта. При формировании каналов сбыта необходимо учитывать следующие факторы:

сокращение распределительной цепочки. Сокращать количество посредников стараются с обеих сторон – и производитель, и розничная торговля. Такое сокращение позволяет выполнять прямые поставки от производителя в розницу, что, в свою очередь, дает возможность уменьшить торговую наценку и улучшить контроль ценообразования;

оптимизацию логистики. Усовершенствование транспортировки уменьшает сроки реализации продукции и повышает прибыль;

контроль ценообразования. Собственные розничные сети и логистические центры для производителя – это возможность контролировать конечные розничные цены на продукцию. Кроме того, такие сети повышают узнаваемость бренда и увеличивают его популярность у потребителя;

экономии времени потребителя. Современный потребитель достаточно плотно занят, поэтому старается экономить собственное время, совершая покупки в определенных местах. Место размещения торговой точки и быстрый доступ к товарам – важные факторы для формирования сбыта. Экономить время позволяют и интернет-магазины, это одна из причин их широкой популярности. При этом каналы сбыта расширяются за счет новых точек сбыта: интернет-магазинов, автоматов, торговых ассоциаций;

увеличение влияния розничных сетей. Расширение сетей и увеличение объемов продаж через них позволяют снизить отпускные цены на продукцию от поставщика.

В политике продвижения товаров на целевой рынок предприятия ориентируются:

на периодическую рекламу (с акцентом на отраслевые издания);

на участие в специализированных выставках (критерий отбора выставок по наиболее перспективному региону и представительству участников);

на участие в формировании ценовой политики (уровень цен);

на усиление работы по формированию сбыта;

на личные контакты с потребителями (посещение регионов, установление «обратной связи»);

на подготовку предложений по освоению новых видов продукции;

на рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции.

3. Производственное развитие кластера

3.1. Производственные связи участников кластера

В целях развития производственного потенциала реализуются различные мероприятия по следующим направлениям:

техническое перевооружение и модернизация производства участников кластера, реализация пилотных инвестиционных проектов;

развитие трудовых ресурсов и гибких форм занятости в легкой промышленности, привлечение молодых специалистов в отрасль легкой промышленности.

В рамках направления развития трудовых ресурсов участниками кластера реализуются мероприятия по инициализации построения эффективной системы подготовки кадров в легкой промышленности по всей цепочке формирования добавленной стоимости: создание (подготовка дизайнеров) – производство (подготовка менеджеров, технологов, экономистов) – продвижение (подготовка маркетологов, менеджеров по продажам). Организуются семинары и другие обучающие программы для подготовки и развития отраслевых кадров с учетом

современных рыночных и производственно-технологических требований. Также формируется эффективная система мониторинга и прогнозирования потребностей организаций – участников кластера в кадрах различного уровня квалификации. Изучается и тиражируется опыт лидеров в профессиональном образовании – ресурсных центров, созданных при содействии региональных производственных компаний.

Схема технологического взаимодействия участников кластера представлена на рисунке 3.

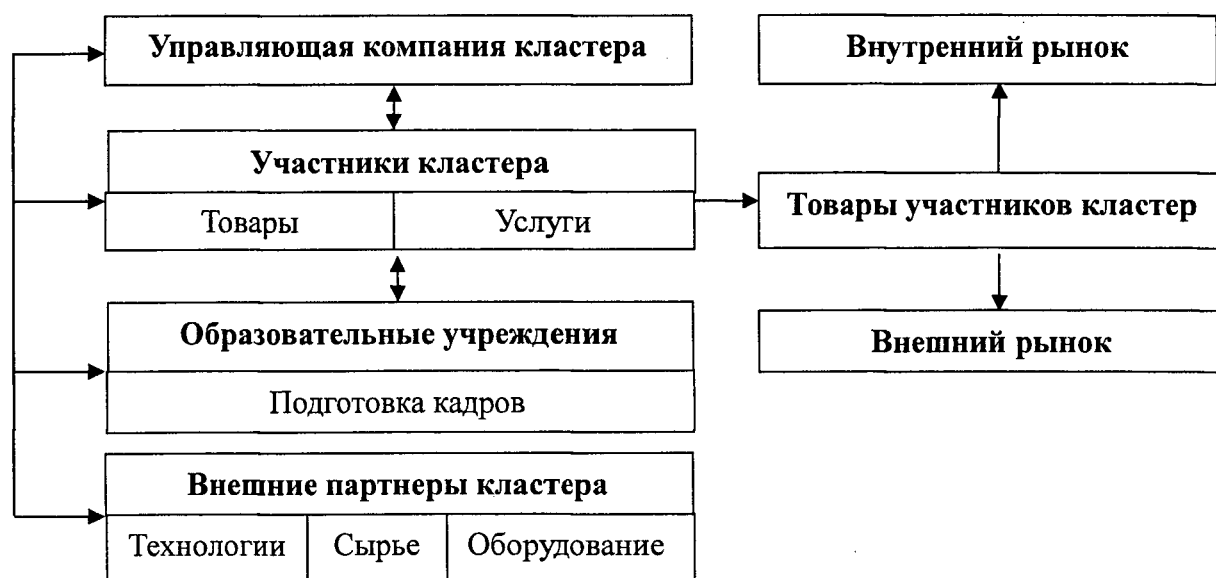


Рисунок 3. Схема технологического взаимодействия участников кластера.

3.2. Сильные и слабые стороны, угрозы и возможности развития кластера

SWOT-анализ является эффективным инструментом для стратегического выявления и оценки существенных факторов внешнего окружения участников кластера, которые потенциально могут повлиять на их деятельность в прогнозном периоде.

Положительные и отрицательные факторы внешнего окружения участников кластера, влияющие на его развитие, представлены на рисунке 4.

S (сильные стороны)	W (слабые стороны)
использование онлайн-каналов для продвижения и продаж; рост интереса потребителей к товарам российского производства по причине лучшего соотношения «цена – качество»	отсутствие в Кировской области предприятий полного производственного цикла; наличие дефицита рабочих кадров, в том числе квалифицированных, вследствие низкой заработной платы; зависимость отраслевых предприятий от зарубежных производителей оборудования; высокий уровень производственных издержек
O (возможности)	T (угрозы)
повышение доли предприятий на внутреннем рынке благодаря активной государственной политике, направленной на импортозамещение; объединение предприятий для совместного продвижения продукции на единой платформе; увеличение доли поставок на внутреннем и внешнем рынке	падение покупательской способности населения; наличие сырьевых рисков, связанных с нехваткой, удорожанием, низким качеством исходного сырья для производства; увеличение издержек, связанных с ростом тарифов и валютными колебаниями; наличие стагнации рынка из-за перепроизводства сырья в других странах

Рисунок 4. Положительные и отрицательные факторы внешнего окружения участников кластера, влияющие на его развитие.

Анализ факторов развития кластера легкой промышленности показал, что данный сегмент является перспективным. В целях усиления конкурентных преимуществ участникам кластера необходимо вырабатывать стратегии, основанные на новых возможностях: внедрении новых производственных технологий, расширении ассортимента новых продуктов, освоении новых рынков сбыта. Это подчеркивает существенное возрастание прогнозируемой инновационной и инвестиционной активности предприятий.

Ключевая задача развития кластера – ускоренная качественная модернизация предприятий отрасли легкой промышленности и поддерживающих ее инфраструктур с использованием кластерных

подходов, широкого применения лучших мировых и отечественных достижений, в том числе нанотехнологий и нанопродуктов. При решении данной задачи необходимо использовать комплексный системный подход и сконцентрировать внимание на реализации мероприятий, касающихся повышения эффективности инновационной деятельности данной отрасли.

3.3. Совместные проекты участников кластера

В основе функционирования кластера заложен проектно-отраслевой принцип.

Кластерный проект «Fashion Days». Для реализации данного проекта участники кластера – производители одежды объединяются с целью улучшения кооперационных связей, создания условий для реализации творческого потенциала в области дизайна, пропаганды творчества дизайнеров, в том числе во всех видах средств массовой информации, ознакомления дизайнеров и специалистов с новейшими тенденциями мировой модной индустрии. Итогом реализации проекта является демонстрация участниками кластера коллекции одежды.

Потенциальными партнерами проекта являются ООО «Аззарты», индивидуальный предприниматель Кривошеина О.В., индивидуальный предприниматель Журавлев Д.М., индивидуальный предприниматель Иванова М.Ю., ООО «Модные дети», ООО «Изобилие», ООО «Бергамо», ООО «Швейное объединение «Мисс Лара», ООО «Энн-Стайл», индивидуальный предприниматель Вербицкая Е.Г., индивидуальный предприниматель Двинских Е.Н., индивидуальный предприниматель Евдокимова Т.С.

Кластерный проект «Продвижение продукции региональных товаропроизводителей» направлен на реализацию мероприятий:

организацию исследований перспективных сегментов рынка;

выполнение технико-экономических обоснований проектов

по освоению выпуска новых продуктов;

сертификацию и исследование выпускаемой продукции по показателям качества и безопасности;

организационную и методическую поддержку участия предприятий кластера в выставках и ярмарках.

Потенциальными партнерами проекта являются ООО «Аззарты», ИП Кривошеина О.В., индивидуальный предприниматель Журавлев Д.М., индивидуальный предприниматель Иванова М.Ю., ООО «Модные дети», ООО «Изобилие», ООО «Бергамо», ООО «Швейное объединение «Мисс Лара», ООО «Энн-Стайл», индивидуальный предприниматель Вербицкая Е.Г., индивидуальный предприниматель Двинских Е.Н., индивидуальный предприниматель Евдокимова Т.С.

Кластерный проект «Создание обучающего центра кластера легкой промышленности» направлен на решение проблемы обеспечения предприятий отрасли легкой промышленности квалифицированными кадрами. Целью данного проекта является создание обучающего центра, проведение обучающих программ по повышению квалификации, по конструированию, моделированию технологий швейных изделий, организация практик и стажировок на базе предприятий – участников кластера, передовых высокотехнологичных предприятий.

Потенциальными партнерами проекта являются федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет», Кировское областное государственное профессиональное образовательное бюджетное учреждение «Кировский технологический колледж», Общество с ограниченной ответственностью «НПФ «Стройэнергомонтажсервис», участники кластера, передовые высокотехнологичные предприятия легкой промышленности Кировской области.

Кластерный проект «Создание единого маркетингово-логистического центра» направлен на повышение конкурентоспособности участников

кластера, на их всестороннее развитие, популяризацию продукции, которую производят участники кластера на российском рынке. Проект подразумевает проведение совместных закупок материалов, что позволит снизить закупочные цены и повысить рентабельность бизнеса, а также реализовать проект по совместной логистике товаров, которые производят участники кластера, для доставки их в крупные города России за счет сборных грузов.

Потенциальными участниками проекта являются ООО «Аззарты», индивидуальный предприниматель Кривошеина О.В., индивидуальный предприниматель Журавлев Д.М., индивидуальный предприниматель Иванова М.Ю., ООО «Модные дети», ООО «Изобилие», ООО «Бергамо», ООО «Швейное объединение «Мисс Лара», ООО «Энн-Стайл», индивидуальный предприниматель Вербицкая Е.Г., индивидуальный предприниматель Двинских Е.Н., индивидуальный предприниматель Евдокимова Т.С.

В рамках кластерного проекта «Экскурсия на швейную фабрику» будут организованы экскурсии на швейные предприятия для учащихся образовательных учреждений с целью ознакомления школьников с организацией и работой швейного цеха, с техникой и технологией изготовления выпускаемой продукции, разделением труда на производстве.

Потенциальными участниками проекта являются ООО «Аззарты», индивидуальный предприниматель Кривошеина О.В., индивидуальный предприниматель Журавлев Д.М., индивидуальный предприниматель Иванова М.Ю., ООО «Модные дети», ООО «Изобилие», ООО «Бергамо», ООО «Швейное объединение «Мисс Лара», ООО «Энн-Стайл», индивидуальный предприниматель Вербицкая Е.Г., индивидуальный предприниматель Двинских Е.Н., индивидуальный предприниматель Евдокимова Т.С.

4. Меры государственной поддержки

4.1. Правовые акты, в рамках которых предусмотрены меры государственной поддержки участникам кластера

Государственная поддержка участникам кластера регламентируется следующими правовыми актами:

Федеральным законом от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»;

Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;

государственной программой Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика»;

Законом Кировской области от 05.05.2016 № 648-ЗО «О промышленной политике в Кировской области»;

государственной программой Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»;

государственной программой Кировской области «Экономическое развитие и поддержка предпринимательства», утвержденной постановлением Правительства Кировской области от 17.12.2019 № 683-П «Об утверждении государственной программы Кировской области «Экономическое развитие поддержка предпринимательства»;

государственной программой Кировской области «Развитие отраслей промышленного комплекса», утвержденной постановлением Правительства Кировской области от 20.12.2019 № 688-П

«Об утверждении государственной программы Кировской области «Развитие отраслей промышленного комплекса».

4.2. Меры государственной поддержки участников кластера

Кировский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства (микрокредитная компания) в рамках деятельности центра кластерного развития Кировской области, реализует следующие меры поддержки (при наличии бюджетных ассигнований) участникам кластера, являющимся субъектами МСП Кировской области:

консультирование об услугах центра кластерного развития по результатам проведения расширенной оценки (скоринга) количественных и качественных показателей деятельности субъекта малого и среднего предпринимательства;

оказание содействия в выводе на рынок новых продуктов (работ, услуг) участников кластера;

продвижение товаров (работ, услуг) на конгрессно-выставочных мероприятиях;

оказание маркетинговых услуг (проведение маркетинговых исследований, направленных на анализ различных рынков, исходя из потребностей участников кластера);

оказание услуг по позиционированию товаров (работ, услуг);

организация и проведение обучающих тренингов, семинаров с привлечением сторонних организаций с целью обучения сотрудников субъектов малого и среднего предпринимательства;

разработка технико-экономических обоснований, экспертиза сметной стоимости для реализации совместных проектов;

проведение информационных кампаний в средствах массовой информации для участников кластера по освещению деятельности кластера и перспектив его развития.
