



**ДЕЛОВАЯ
РОССИЯ**

Заседание Комиссии Президиума Генерального совета ВПП «Единая Россия»
по вопросам развития предпринимательства в Российской Федерации

ОТРАСЛЕВЫЕ СТРАТЕГИИ: КАК ОБЕСПЕЧИТЬ РОСТ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

6 ноября 2008 г.

Отраслевые стратегии в период кризиса

Андрей Стась

Управляющий партнер консалтинговой компании Stas Marketing Partners





НЕМНОГО ТЕОРИИ:

Что такое отраслевые стратегии и кому они нужны?

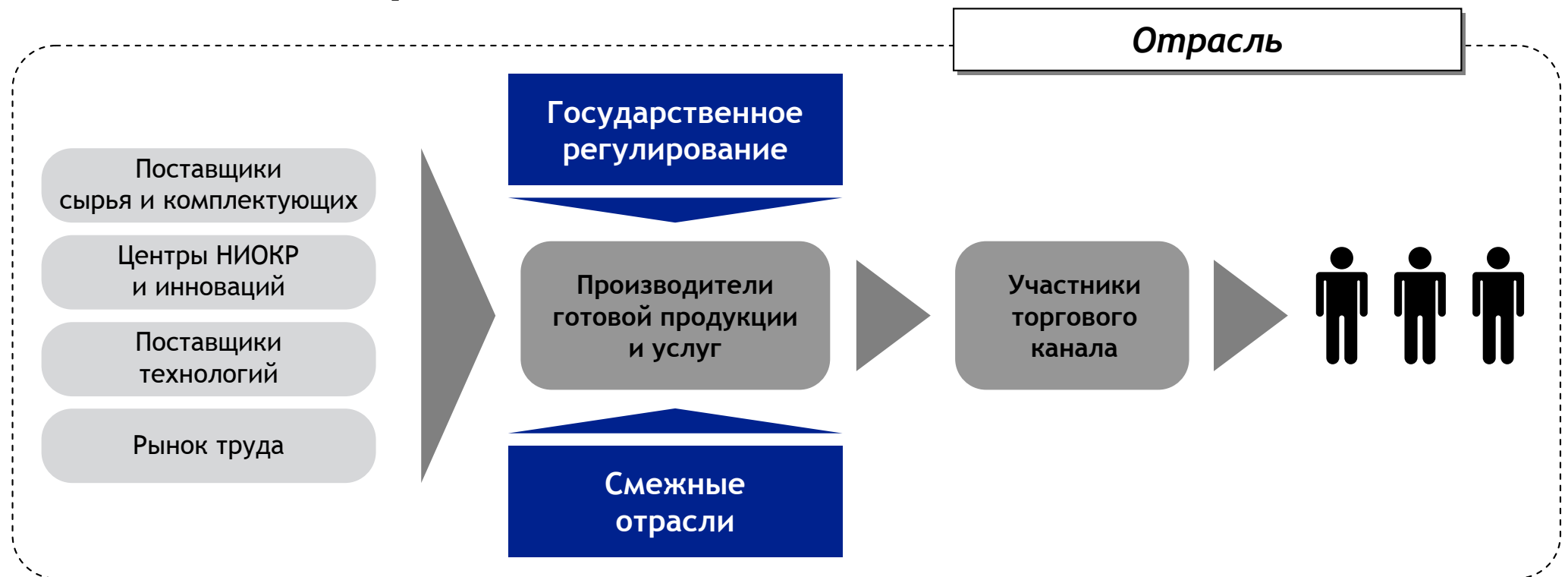
НЕМНОГО ПРАКТИКИ:

Примеры российских отраслей, которым необходимо стратегическое планирование.

НА ЗЛОБУ ДНЯ:

Будущее российских отраслей: кто будет расти, а кто - переживать стагнацию?

Отраслевая стратегия: развитие отрасли по всей цепочке создания стоимости – от НИОКР до конечного потребителя



Отраслевая стратегия:

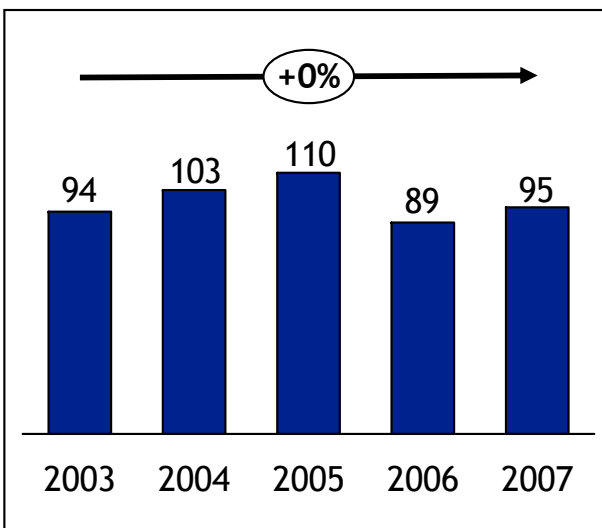
- ✓ Установлено адекватное распределение между участниками отрасли создаваемой стоимости;
- ✓ Определены условия и механизмы инновационного развития;
- ✓ Определены условия и механизмы роста качества и объема потребления;
- ✓ Определены условия и механизмы привлечения в отрасль различных ресурсов;
- ✓ Определена роль государства и отраслевых организаций в развитии отрасли.

Отраслевая стратегия: путь к цели, основанный на использовании и расширении ресурсной базы отрасли

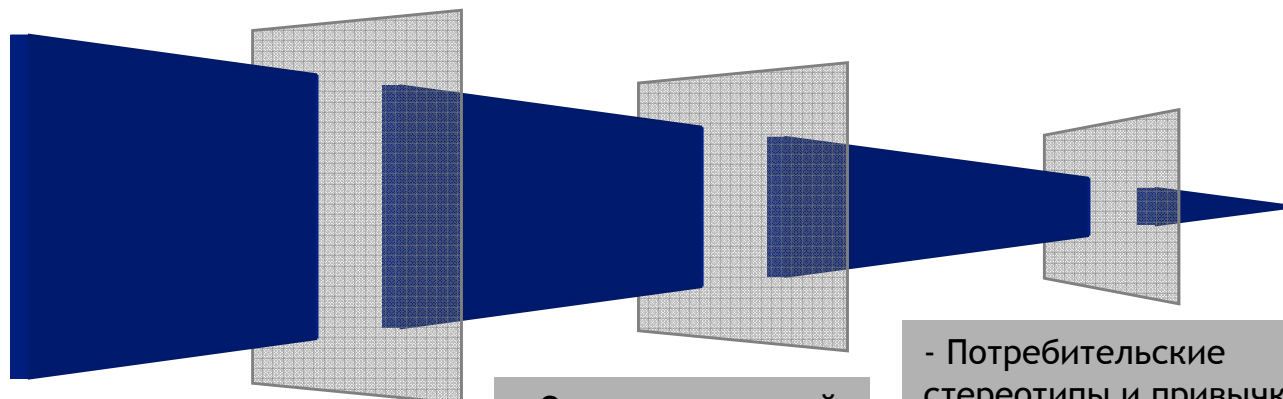


Отрасль: ВИНОДЕЛИЕ

Регулирование и совершенствования компетенций, необходимых для развития рынка



Рынок №8 по объему потребления
4% мирового рынка вина
6.7 литров на душу населения в год (Италия - 54 л, Дания - 32 л)
Минимальный экспорт
Зависимость от импортного сырья



- Климатические особенности;
- Кадровый дефицит на всех этапах производства

- Отсутствие четкой системы контроля качества;
- Низкая репутация.

- Потребительские стереотипы и привычки
- Влияние сетевой розницы.

Что надо?

- Развитие сырьевой базы (в том числе, селекционная работа);
- Развитие кадрового резерва отрасли, в том числе, за счет привлечения зарубежных экспертов;
- Создание государственной или отраслевой системы сертификации и контроля качества продукции;
- Улучшение и поддержание репутации отрасли;
- Развитие каналов сбыта и транспортной инфраструктуры.

Отрасль: КНИГОИЗДАНИЕ

Инструменты поддержания ликвидности и развитие чтения поддержит отрасль, стоящую на пороге спада

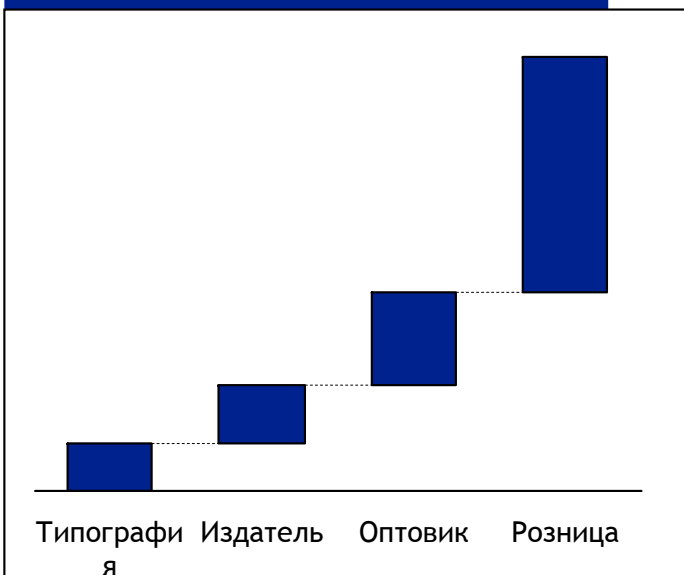
- ✓ Снижение тиражей;
- ✓ Рост цен;
- ✓ Низкая ликвидность;
- ✓ Долгая оборачиваемость;
- ✓ Нарушения авторских прав.

- Традиции чтения
- Качество контента
- Объективная потребность

Развитие отрасли

- Огромные долги книготоргового звена;
- Проблемы с ликвидностью издательств;
- Уход читателей в Интернет.

Распределение добавленной стоимости



Что надо?

- Регулирование системы взаиморасчетов между участниками отрасли;
- Создание инструментов поддержания ликвидности издательств и оптовиков;
- Поддержка программ развития чтения;
- Упрощение процедуры включения книг в учебные планы ВУЗов;
- Жесткий контроль соблюдения авторских прав.

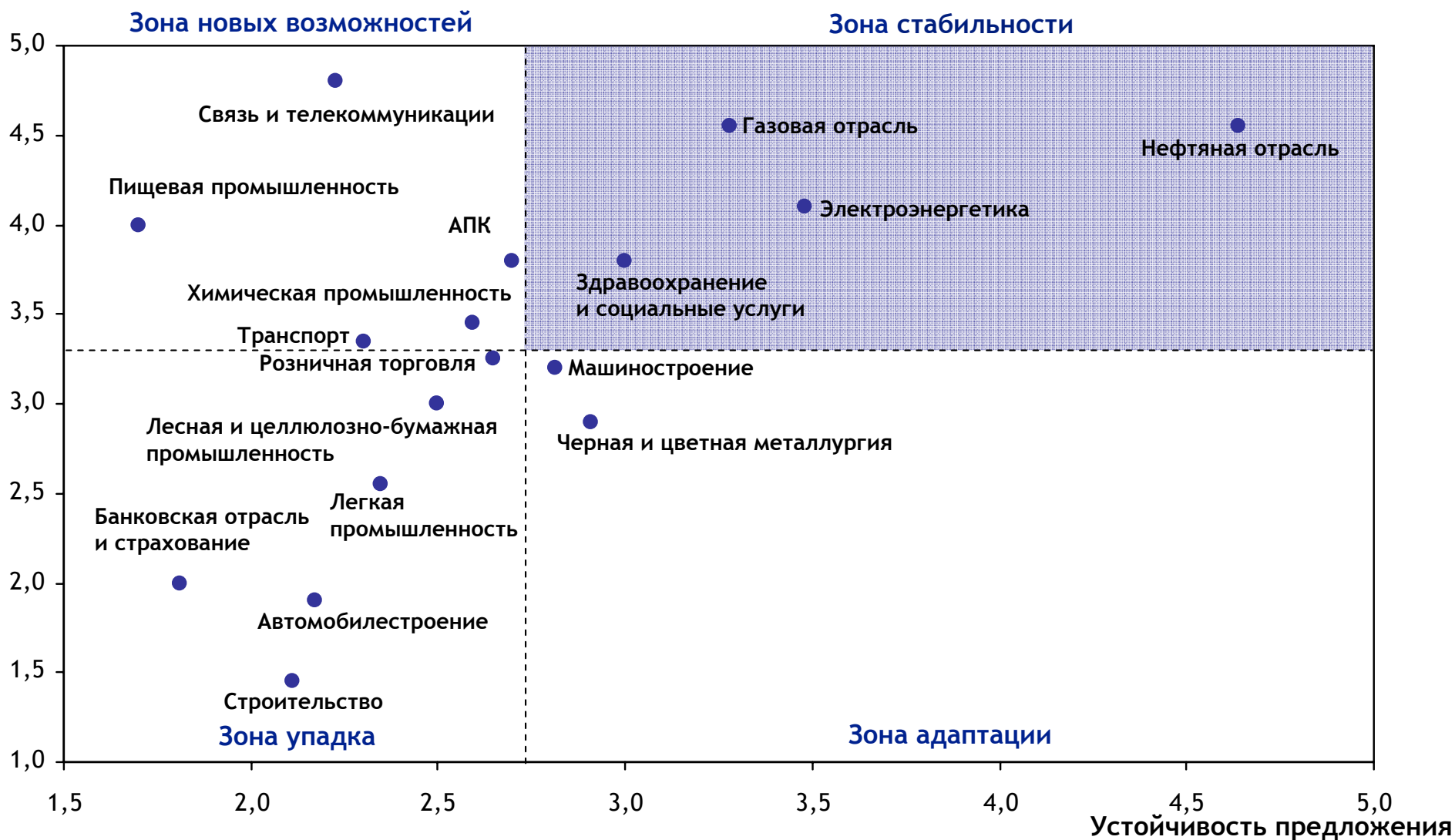
Перспективы развития отраслей в период кризиса зависят от способности поддержать предложение и устойчивости спроса



Большинство отраслей находятся в области новых возможностей или в области упадка



Устойчивость спроса



В зависимости от квадранта меняются и отраслевые приоритеты



*Устойчивость
спроса*

Зона новых возможностей

Зона стабильности

Отрасли
Связь и телекоммуникации
Пищевая промышленность
АПК
Транспорт
Химическая промышленность

Стратегические приоритеты

- Поиск и привлечение долгосрочных инвестиций в наращивание производственных мощностей
 - Возможны альянсы с компаниями других отраслей из зон адаптации и стабильности
- Поиск возможностей рефинансирования для компаний с высокой долговой нагрузкой

Стратегические приоритеты

- Эффективное использование поддержки государства
- Корректировка и оперативное выполнение намеченных инвестпрограмм
- Ориентация на поддержку всей экономики страны
 - В том числе за счет поддержки наиболее пострадавших от кризиса отраслей
- Ужесточение риск-менеджмента

Отрасли
Нефтяная отрасль
Газовая отрасль
Электроэнергетика
Здравоохранение и соц.услуги

Отрасли
Розничная торговля
Легкая промышленность
Строительство
Банковская отрасль и страхование
Лесная и целлюлозно-бумажная промышленность
Автомобилестроение

Стратегические приоритеты

- Поиск возможностей рефинансирования для компаний с высокой долговой нагрузкой
- Оптимизация издержек
- Повышение производительности труда
- Тщательный отбор контрагентов: поставщиков, дистрибуторов и др.
- Активное взаимодействие с государством по стимулированию спроса на отечественную продукцию
- Ориентация на государственные заказы

Стратегические приоритеты

- Поддержка развития масштабных государственных инвестиционных проектов: в первую очередь инфраструктурных
- Модернизация оборудования и техническое перевооружение с ориентацией на инновационные продукты
- Инвестиции в инновации
- Обоснованная диверсификация бизнеса за счет свободных ресурсов
- Ужесточение риск-менеджмента

Отрасли
Машиностроение
Черная и цветная металлургия

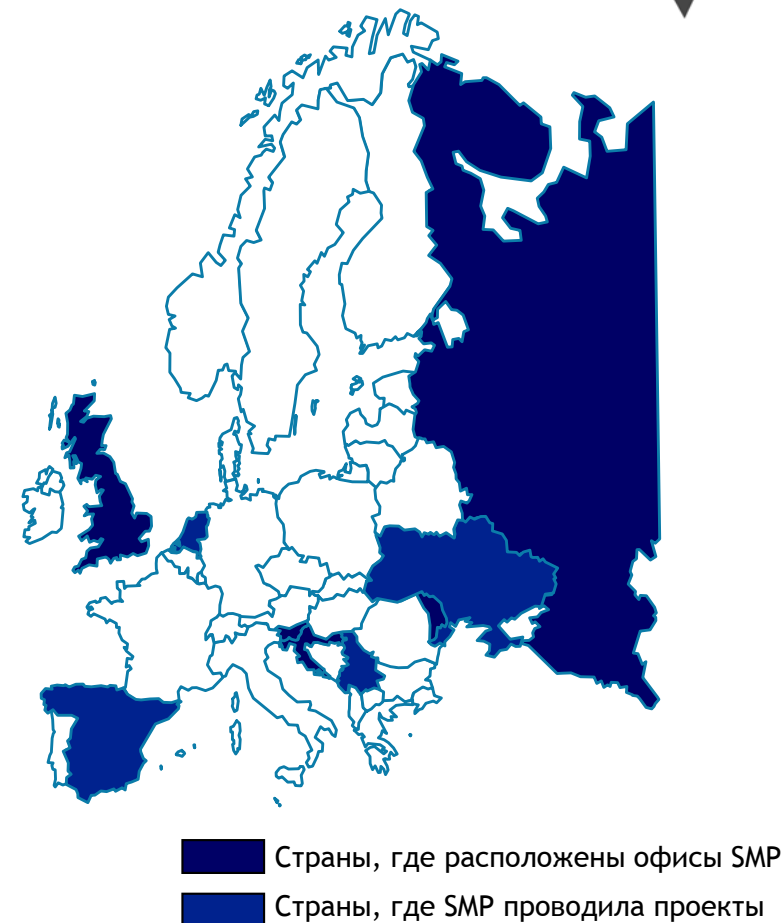
*Устойчивость
предложения*

Зона упадка

Зона адаптации

Stas Marketing Partners: основные сведения

- ✓ Компания основана в 1999 году в Москве.
- ✓ Сегодня более 20 профессионалов (партнеров, менеджеров и консультантов) работают в офисах фирмы в Москве, Лондоне, Загребе и Кишиневе.
- ✓ Не менее 25 проектов, реализуемых в год.
- ✓ Средний срок сотрудничества с каждым Клиентом - 2,5 года или 4 проекта.
- ✓ Фокус на бизнес-инновациях как движущих силах бизнеса в XXI веке.



Москва, 115114, 1-й Дербеневский переулок, 5, стр.1, офис 405
+7 (499) 929 55 48 / 49
www.stasmarketing.com