

Az OmniPack Első Magyar Csomagolástechnikai Klaszter stratégiája

Készítette a CLB Packaging Kft. az
OmniPack Első Magyar
Csomagolástechnikai Klaszter számára
további felhasználásra

Budapest, 2010.03.15.

Tartalom

Klaszter stratégia alapelvei.....	3
A Klaszter célja.....	3
Az együttműködés területe és elvei.....	3
A fejlődés stratégiai lehetőségei.....	4
A piaci helyzet, és az elmozdulás.....	4
Konkrét középtávú fejlesztési területek.....	5
Infrastruktúra.....	6
Kommunikáció.....	6

Klaszter stratégia alapelvei

Ez a klaszter, az Első Magyar Csomagolástechnikai Klaszter. Sajátos és egyedi. Ennek megfelelően a stratégiája is csak saját magára vonatkoztatható, nem lehet valamiféle általános klaszterstratégiának felfogni.

A stratégiát a Klaszter saját maga, a közösség és az azt alkotó tagok számára készítette, azért, hogy a napi életük, döntéseik során azt felhasználhassák. Az értelmezési kérdésekben a Klaszter legfőbb szerve a megfelelő szokásos fórumán jogosult magyarázatot adni.

A Klaszter célja

A Klaszter 2003-ban jött létre formálisan. Az alapító tagok azért hozták létre, mert nehéz helyzetben voltak, és az együttműködéstől remélték a helyzetük jobbra fordulását. Tudták, hogy az EU belépés után számolni kell a sokkal erősebb, és nagyobb konkurencia megjelenésével, és az erre való felkészülést, illetve az ellenállást jelölték meg fő feladatukként. A stratégiájukat folyamatosan alakították, annak függvényében, ahogyan lépésről lépésre szembesültek azokkal a körülményekkel, amelyek az EU tagság kapcsán bekövetkeztek. Ez a folyamat ma is tart, és ezért ezek rugalmas kezelése a stratégia fő elemeiben is bármikor okozhatnak módosulásokat.

A Klaszter egy üzletépítő közösség, amelynek célja az együttműködés fenntartása oly módon, hogy az a szervezetnek, és a tagok mindegyikének külön is, folyamatosan gazdasági előnyöket teremtsen, a tisztességes üzleti magaviselet normáinak betartása mellett.

Az együttműködés területe és elvei

A Klaszter alapvetően a csomagolástechnika vonatkozásában érintett, de nem zárkózik el olyan tagok felvételétől sem, amelyek, akár távolról is, de az alapterülettel kapcsolatba hozhatók.

A Klaszter kész bármilyen együttműködésre, amely a közös célok megvalósulása irányába mutat.

A Klaszter alapelve a konkurencia kizárása. Ez azt jelenti, hogy csak olyan társaságot kíván tagjai sorába befogadni, amelyet a korábbi tagok elfogadnak, és az új taggal egyetértésben vállalják, hogy az esetleges piaci konfrontációkat közösen elfogadott kompromisszum útján rendezik. Vita esetén az alkalmazandó megoldás kialakításáról a Klaszter alapszabálya szerint meghatározott módon döntenek.

A konkurencia kizárása lehetővé teszi, hogy a Klaszter a piacon egységes, többdivíziós vállalatként jelenjen meg, és élvezze ennek előnyeit.

A fejlődés stratégiai lehetőségei

A Klaszter elsősorban az együttműködésben, az integrációban rejlő szinergiák feltárásában és kihasználásában érdekelt, de célja érdekében teljes körűen feltárja, és a lehetőségeihez képest felhasználja a piac, a hazai, a nemzetközi viszonyok, valamint Eu-s források változásaiban, vagy stabilitásában rejlő lehetőségeket.

A különböző lehetőségek kiaknázása érdekében a Klaszter olyan formációkat, eszközöket alakít ki, amelyek erre az adott pillanatban a legalkalmasabbak. Ezek lehetnek például manager cégek, projektcégek, vagy egyéb, célorientált vállalkozások, alkalmi együttműködések. Ezeket a formációkat azok a tagok alakítják ki, amelyek az adott együttműködésben leginkább érdekeltek, és emiatt készek egymással együttműködni. A Klaszter neve alatt kialakuló formációk nem képviselhetnek a Klaszter érdekeivel ellentétes célokat és nem veszélyeztethetik a Klaszter érdekeit.

A Klaszter tagjainak többsége beszállítói helyzetben van. A beszállítói helyzetet a tagok úgy értékelik, hogy az, egy olyan pozíció, amelyben a vállalkozó éppen csak annyit tud keresni, amennyi a megélhetéshez, valamint a vevői elvárások teljesítéséhez szükséges minimális műszaki fejlesztések fedezetére elegendő.

A Klaszter célja tehát ebben az értelemben kettős, egyrészt támogatnia kell a tagvállalatokat a beszállítói pozíciójuk erősítésében úgy kereskedelmi, mint műszaki fejlesztései vonatkozásban, másrészt az egyes tagok, vagy egyes formációk révén olyan üzleti területeket kell keresnie, amely a végfelhasználókkal való közvetlen kapcsolat kialakítására ad lehetőséget.

Annak érdekében, hogy a kedvező megjelenéshez megfelelő minőségű kiszolgálás is kapcsolódjon, a Klaszter kialakítja, és folyamatosan fejleszti ennek rendszerét, amelyet Kreatív Logisztikai Rendszer néven publikál. A Klaszter középtávon tervezi összehangolt kereskedelmi tevékenység megvalósítását.

A Klaszter forrásokban szegény, ezért keresi az olyan pénzügyi forrásokat, amelyek elfogadható kockázat mellett biztosíthatják a céljainak megvalósítását.

A Klaszter kapcsolatot tart más hazai és külföldi klaszterekkel, valamint ezek szövetségeivel.

A piaci helyzet, és az elmozdulás

A Klasztertagok műszaki és gazdasági tevékenységüket a Közép-Európai szintnek megfelelőre értékelik. Ennek megfelelően nemzetközi szerepüket, különösen értékesítési területen, a nálunk hátrányosabb helyzetűnek tűnő Közép-Kelet-Európa országaiban látják eredményesen megvalósíthatónak. A nemzetközi kereskedelmi aktivitást ebben a régióban kívánják fokozni.

A Klaszter, az akkreditációhoz készített stratégiájában megfogalmazott tevékenységeken túl, a beszállítói pozícióból való kitörés egyik lehetséges pontjaként a környezetvédelem, a környezettudatos magatartás egyre markánsabban megfogalmazódó elvárásainak megfelelő termékek megalkotását jelöli meg.

A kreatív gondolkodás irányának kijelölésére alkalmas szlogenjéül, határozza meg azt az elvet, miszerint „A szeméttel már akkor kell foglalkozni, mielőtt az szemét lesz!”.

Ez a gondolkodás kifejezetten a környezetbarát csomagolóanyagok létrehozása és gyártása, valamint a különböző, esetleg eddig szokatlan alkalmazási területeken való felhasználása irányában való kutatásokra ösztönöz.

Ilyen területek találása esetén a Klaszter a teljes termelési és értékesítési vertikum kialakításában, felügyeletében érdekelt, akár önállóan, akár szövetségek, vagy részesedések szerzése útján teremtve meg a beszállítói pozíción túlmutató befolyást.

Konkrét középtávú fejlesztési területek

Közös kereskedelem továbbfejlesztése

A hagyományos beszállítói pozíciók fenntartása, erősítése, továbbfejlesztése igényli, hogy a Klaszter elsajátítsa a legfejlettebb értékesítési és marketing technikákat, és eredményesen alkalmazza azokat.

A tapasztalatok azt mutatják, hogy a tagok egyénileg nem képesek változtatni az eddig alkalmazott, tapasztalataikon alapuló gyakorlatukon, ezért az új technikák kidolgozására, betanítására és alkalmazására önálló tevékenységi körként fogalmazza meg a Klaszter a kereskedelmi tevékenység fejlesztését.

Ennek célja, az eddig kialakított, és továbbfejlesztendő infrastruktúra alkalmazásán (szoftver), valamint új marketing és kereskedelmi eljárások bevezetésén alapuló tevékenységi kör kialakításával az összehangoltabb és hatékonyabb közös kereskedelem megteremtése.

Nem cél önálló kereskedelmi szervezet létrehozása. Célorientált formáció kialakításának lehetőségének vizsgálatát a tevékenység későbbi magas szintű hatékonysága indokolhatja, illetve eredményezheti.

Kompetencia központ létrehozása

A beszállítói pozícióból való kitörésre, az önálló piaci szegmens megtalálására irányuló több éves előkészítő munka eredményeként talált rá a Klaszter a környezetbarát csomagolóanyagok speciális területére, a PLA alapú biopolimerek csomagolástechnikában való alkalmazhatóságának kutatására.

A PLA kutatásban, a Klaszter víziójában, elég nagy realitással, egy markáns, piacvezetői szerepet lát, amelyet szövetségeseivel együtt feltehetően mindaddig meg tud tartani, amíg a tőkeerős nagyvállalatok „gőzhengere” be nem indul.

Ennek az átmeneti előnynek a kihasználása olyan pozíciókat teremthet, amelyek azután további kapaszkodók keresésére adhat lehetőséget, a Közép-Kelet-Európai komparatív előnyeinek kihasználása kapcsán.

Az elnyert EU támogatás által kapott lehetőségeket olyan, műszaki eredményekkel alátámasztott cég image kialakítására kell felhasználni, amely a Klaszter kompetencia-központ jellegét valósítja meg, a befolyás kialakítására alkalmas régióban.

A kompetencia központ kialakításának érdekeit mind a kereskedelmi tevékenység, mind pedig az infrastruktúra fejlesztésének tervezése során meghatározó módon kell figyelembe venni.

A kompetencia központ hatása a Klaszter gazdasági érdekeire a kereskedelmi kapcsolatok bővülése, valamint létrejövő szellemi alkotások értékesítése útján valósul meg.

Infrastruktúra

A Klaszter olyan, elsősorban informatikai háttér megteremtésében érdekelt, amely a tagok együttes piaci fellépését támogatja. Figyelembe véve azt a tényt, hogy a Klaszter tagjai nincsenek függelmi viszonyban egymással, a megvalósuló megoldások különös célja, hogy a felhasználóbarát felületeken, felhasználóbarát szolgáltatásokkal mintegy csábítsák, rászoktassák a tagokat a rendelkezésre álló eszközök használatára, és azon keresztül is az együttműködésben rejlő lehetőségek felfedezésére és kihasználására.

A Klaszter az együttműködés, a műszaki fejlesztés és a marketingmunka szükséges szoftvereinek kialakításán és működtetésén túl nem tervez bonyolultabb infrastruktúrát kialakítani.

Kommunikáció

A Klaszter cég-image jellegű kommunikációs tevékenységet folytat, amely az együttműködés előnyeinek bemutatásán túl a kompetenciák bemutatására irányul.

Termékkommunikációt a tagok önállóan folytatnak, illetve a közös kereskedelmi tevékenység során kialakuló kommunikációban érdekeltek.

Vízió

A jövőbeli Klasztert egy olyan alakulatként képzeljük el, amely amellet, hogy élő bizonyítéka a kicsik összefogásával megvalósuló hatékony együttműködésnek, nagy tudásbázissal rendelkező referencia-központja a környezetbarát csomagolóanyagokkal foglalkozóknak.

Misszió

Elkötelezett hívei és harcosai vagyunk a lebomló, környezetbarát csomagolóanyagok minél szélesebb körű alkalmazásának.