

Доля экспорта продукции составляет 85–90 % от общих объемов реализации. В настоящее время предприятие контролирует 30 % рынка Российской Федерации по средствам отображения информации специального назначения и имеет дилерскую сеть на территории Российской Федерации [1].

Стратегическая маркетинговая цель предприятия – удержание позиций на рынке Российской Федерации в части средств отображения и обработки информации специального назначения с одновременным уменьшением зависимости от данного рынка путем диверсификации, как по рынкам сбыта, так и по выпускаемой продукции.

Стратегические задачи:

- сохранение и усиление позиций предприятия на рынке Республики Беларусь и Российской Федерации;
- увеличение доли поставляемой продукции на рынки ближнего и дальнего зарубежья в целях снижения зависимости от одного рынка сбыта;
- постоянное совершенствование качества и надёжности выпускаемой продукции;
- модернизация существующих и предложение новых видов продукции;
- предложение широкой номенклатуры продукции;
- проведение грамотной ценовой политики.

Наиболее приемлемой стратегией для ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» является стратегия «Индивидуализация потребителя». Эта стратегия ориентирована на предложение потребителю индивидуальных решений с адаптацией к условиям применения изделия.

Таким образом, маркетинговая программа ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» решает следующие основные задачи: определение объема продаж продукции в натуральном и стоимостном выражении на текущий и перспективный период, выбор целевого рынка и конечного потребителя с учётом их требований и потребностей в продукции, сопоставление издержек, цены и прибыли по каждому конкретному продукту. Для решения данных задач используется ситуационный анализ, маркетинговый анализ, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль.

Список использованных источников

1. ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kbdisplay.by/>. – Дата доступа: 10.04.2023.

УДК 338.24

РОЛЬ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

*Ледок А.С., студ., Лесничий А.Д., студ., Вайлунова Ю.Г., к.э.н., доц.,
Яшева Г.А., д.э.н., проф.*

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Под научно-образовательным кластером понимается модель сетевого взаимодействия в рамках социального партнерства, объединяющая научные, образовательные, социальные, культурные учреждения, промышленные предприятия, элементы инновационной инфраструктуры.

Основными признаками научно-образовательного кластера являются:

- конструктивное взаимодействие образовательных организаций с производствами и научными учреждениями в области подготовки кадров для отрасли, в которой создан кластер;
- ориентация на удовлетворения интересов всех взаимодействующих сторон в научно-образовательном кластере.

Основная роль научно-образовательных кластеров в инновационном развитии регионов состоит:

- в ускорении развития высокотехнологичных отраслей экономики;
- обеспечении территориальной концентрации интеллектуальных ресурсов для организации производства продукции и услуг в области высоких технологий;
- создании благоприятных условий для развития малых предприятий в научно-технической и инновационной сфере;
- создании благоприятных условий деятельности предприятий в сфере высоких технологий;
- создании современной инфраструктурной базы для развития производства предприятий в сфере высоких технологий.

В условиях регионального развития чрезвычайно значимым результатом функционирования научно-образовательных кластеров на базе вузов является социальный эффект, проявляющийся в повышении качества функциональной деятельности образовательного учреждения, и как следствие, в приращении национального человеческого капитала.

Для реализации сетевого взаимодействия участников научно-образовательного кластера необходимо создать цифровую платформу.

Цифровая платформа должна поддерживать три типа социального взаимодействия: обмен информацией, сотрудничество и коллективные действия [1, с. 1]. Во-первых, необходимо создать ресурс электронной платформы, доступный для всех, и разрешить бесплатное участие. Это может стимулировать различных потенциальных участников предпринимательской экосистемы в регионе к общению и укреплению доверия. Затем участники могут следовать правилам и участвовать в совместной деятельности в области открытых инноваций, которая требует существенной групповой координации. На третьем этапе цифровые платформы могут поддерживать онлайн-сообщества, ориентированные на коллективные действия. Они должны привлекать доверенных членов небольших и тесно связанных сообществ к обмену информацией и обеспечивать механизмы координации.

Таким образом, использование цифровой платформы способствует цифровой трансформации бизнеса и формированию интегрированных систем на основе smart-кооперации стейкхолдеров, технологий и принципов Индустрии 4.0, а достигаемые трансформации приводят к технологическому развитию и глобализации научно-образовательных кластеров, что доказывает взаимосвязанность и взаимообусловленность этих концепций как источника конкурентных преимуществ для промышленных предприятий.

Список использованных источников

1. Spagnoletti, P., Resca, A., Lee, G.A. design theory for digital platforms supporting online communities: a multiple case study / P. Spagnoletti, A. Resca, G.A. Lee, // Journal of Information Technology. – 2015. – Feb. – P. 1–17.