

сохранением ценовой политики, базирующейся на доступности продаваемых средств, высоким качеством лучших отечественных и импортных товаров, удобное расположение во всех районах города и большое количество положительных отзывов.

Фирменный цвет компании – зеленый, символизирующий жизнь, природу и экологичность, а также вызывающий ассоциации со спокойствием, здоровьем, свежестью и жизненной силой, что моментально вызывает доверие покупателей. Отличительной особенностью аптек является не только зеленый цвет, но большие буквы на вывеске с названием компании [1].

В современных условиях большое внимание предприятие ООО ПКФ «Ясса» уделяет процессу информирования широкого круга потенциальных потребителей о своих товарах, компании, формированию положительного имиджа своей продукции и самой фирмы. Эти задачи решаются в рамках коммуникационной политики предприятия.

Список использованных источников

1. Албитова, Е. Брендинг в сети: Первые шаги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_25/article_78/. – Дата доступа: 02.04.2023.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «КОНСТРУКТОРСКОЕ БЮРО «ДИСПЛЕЙ» И РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ ПО ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ

Рудницкий Д.Б., ст. преп., Крисько Т.А. студ.

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

ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» является государственным предприятием с подчинением Государственному военно-промышленному комитету Республики Беларусь. В настоящее время деятельность ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» осуществляется в следующих направлениях: разработка и производство видеомониторов на электронно-лучевых трубках, жидкокристаллических и плазменных панелях, разработка и производство панельных и переносных ЭВМ, разработка и производство дисплеев на жидкокристаллических панелях для авиационных многофункциональных индикаторов, разработка и производство сопутствующих изделий и нестандартной контрольно-измерительной аппаратуры для работы с производимой продукцией, доработка в части упрочнения конструкции ЖК-панелей и изменение их форматов с 3:4 до 1:1, работа в рамках концепции роботизации вооружения, разработка индивидуальных малогабаритных средств отображения информации, разработка систем наשלемной индикации, деятельность в области защиты информации.

Производство и реализация продукции ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» ориентированы: на рынок Республики Беларусь – 11,4 %, на рынок Российской Федерации – 77,0 %, на рынки дальнего зарубежья – 6,6 %. Основные потребители продукции, разработанной и выпускаемой ОАО «Конструкторское бюро «Дисплей» – предприятия оборонного комплекса Республики Беларусь и Российской Федерации.

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.