

УДК 338

## МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «НТП ВГТУ»

*Яшева Г.А., д.э.н., доцент, зав. кафедрой экономической теории и маркетинга,  
Гайсенюк А.И., выпускница,  
УО «Витебский государственный технологический университет»,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Республиканское инновационное унитарное предприятие «Научно-технологический парк Витебского государственного технологического университета» – это государственная организация, учредителем которой является Министерство образования Республики Беларусь и учреждение образования «Витебский государственный технологический университет». Статус Технопарка предприятие получило в соответствии с приказом Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь №275 от 25 октября 2010 г.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет», являющийся учредителем Технопарка ВГТУ, основную цель предприятия определяет, как содействие развитию предпринимательства в научной, научно-технической, инновационной сферах и создание условий для осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, являющимися резидентами технопарка, инновационной деятельности от поиска (разработки) нововведения до его реализации.

Основные виды деятельности «НТП ВГТУ» представлены на рисунке 1.

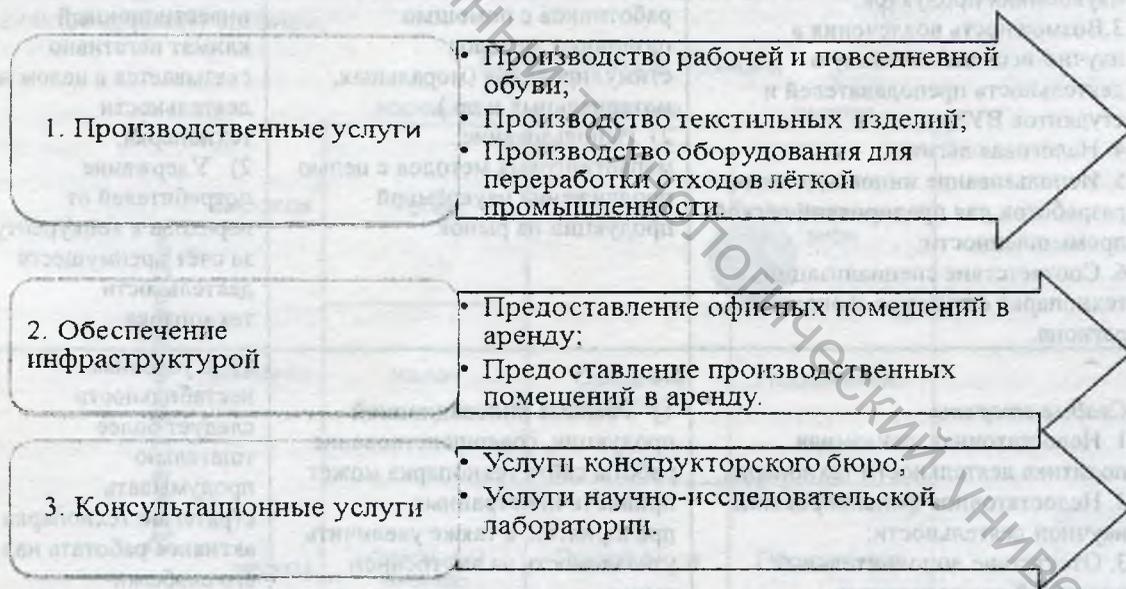


Рисунок 1 – Основные виды деятельности «НТП ВГТУ»

Для разработки стратегии развития Технопарка ВГТУ использован SWOT-анализ, результаты анализа представлены в таблице 1.

Анализ внешней и внутренней среды Технопарка ВГТУ выявил следующие проблемы, которые необходимо решить:

- 1) невысокая экономическая эффективность производственно-хозяйственной деятельности технопарка;
- 2) недостаточный уровень финансирования инновационной и научной деятельности предприятия «НТП ВГТУ»;
- 3) отсутствие дополнительных площадей с целью привлечения новых предприятий-резидентов;

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа ГП «НТП ВГТУ»\*

		Внешнее окружение	
		<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
		1. Реализация наукоёмких продуктов как внутри страны, так и за рубежом; 2. Участие в выставках с целью продвижения инновационной продукции; 3. Повышение качества продукции; 4. Возможность привлечения инвестиций; 5. Оказание дополнительных услуг (разработка бизнес-проектов); 6. Стратегия развития Витебского региона предусматривает инновационное развитие малого и среднего предпринимательства.	1. Высокий уровень инфляции; 2. Завоевание конкурентами большей доли рынка. 3. Ухудшение экономической ситуации в регионе; 4. Неблагоприятный инвестиционный климат в стране; 5. Недостаток финансирования со стороны государства, инвесторов. Отсутствие заинтересованности у венчурных фондов.
Организация	<i>Сильные стороны</i>	1. Высокая квалификация работников; 2. Разработка инновационных, наукоёмких продуктов; 3. Возможность вовлечения в научно-исследовательскую деятельность преподавателей и студентов ВУЗа; 4. Налоговая льгота; 5. Использование инновационных разработок для предприятий лёгкой промышленности; 6. Соответствие специализации технопарка структуре экономики региона.	1) Обеспечение мотивации работников с помощью различных методов стимулирования (моральных, материальных и др.). 2) Использование маркетинговых методов с целью продвижения наукоёмкой продукции на рынок.
	<i>Слабые стороны</i>	1. Недостаточная рекламная политика деятельности технопарка; 2. Недостаточное финансирование научной деятельности; 3. Отсутствие дополнительных площадей для резидентов технопарка ВГТУ; 4. Сложная система законодательства для субъекта инновационной инфраструктуры; 5. Отсутствие проведения маркетинговых исследований.	1) Реклама инновационной продукции, совершенствование работы сайта технопарка может привлечь иностранные предприятия, а также увеличить узнаваемость на внутреннем рынке. 2) Проведение постоянного анализа работы конкурентов, рынка в целом. 3) Привлечение венчурного капитала в инновационную деятельность технопарка.
			1) Ухудшение экономической ситуации в стране, неблагоприятный инвестиционный климат негативно сказывается в целом на деятельности технопарка. 2) Удержание потребителей от перехода к конкуренту, за счёт преимуществ деятельности технопарка
			1) В условиях нестабильности следует более тщательно продумывать стратегию технопарка и активнее работать над его слабыми сторонами. 2) Проведение маркетинговых исследований рынка, потребителей с целью предотвращения негативного внешнего влияния

\*Составлено авторами.

4) низкий уровень заинтересованности сотрудников университета в инновационных, научных и научно-технических разработках;

5) недостаточный уровень информирования клиентов о деятельности технопарка;

б) отсутствие маркетинговых исследований по изучению потребностей рынка в инновационных продуктах.

Оценка конкурентных преимуществ «НТП ВГТУ» и его основных конкурентов в Витебском регионе проводилась на основе сравнительного анализа субъектов инновационной инфраструктуры г. Витебска, которые занимаются инновационной деятельностью, поддержкой предпринимательства. Обобщенная оценка представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка конкурентных преимуществ технопарка и его основных конкурентов в Витебском регионе, в баллах

Факторы	«НТПВГТУ»	СЭЗ «Витебск»	ИМП ООО ПГ "Закон и порядок"
Инновационные, научные и научно-технические разработки	3,2	4,4	3,6
Спектр услуг (широта)	3,7	4,2	4,0
Квалификация персонала	4,0	3,6	3,7
Предоставляемые предприятиям-резидентам льготы	3,8	4,5	3,9
Маркетинговая поддержка	3,1	3,3	3,0
СУММА	17,8	20	18,2

Анализ конкурентоспособности предприятия «Научно-технологический парк ВГТУ» на рынке организаций инновационной инфраструктуры Витебского региона показал, что технопарк ВГТУ имеет невысокий уровень конкурентоспособности.

Оценка конкурентной позиции технопарка ВГТУ составила 2,4 балла по 5-ти балльной системе, что является средним уровнем.

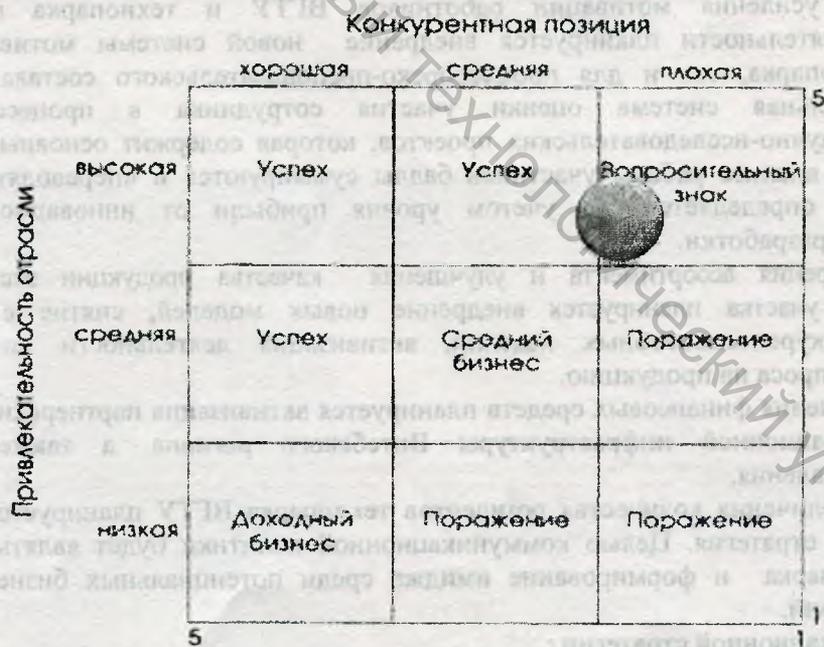


Рисунок 2 – Матрица "привлекательность — конкурентоспособность"\*

Положение предприятия «Научно-технологический парк ВГТУ» определяется как «средняя конкурентная позиция – высокая привлекательность отрасли» и находится в квадранте успех, что приводит к выводу об использовании руководством технопарка стратегии развития. В таком случае следует инвестировать денежные средства в развитие инновационной деятельности с целью увеличения рыночной доли технопарка в городе Витебске и повышения заинтересованности потребителей с помощью различных маркетинговых мероприятий. Однако следует избегать ухудшения конкурентного положения на рынке, дабы избежать перехода в

квадрант «вопросительный знак», для этого технопарку следует приложить большие усилия по улучшению и сохранению своей конкурентной позиции.

На основе проведенного анализа определены следующие **стратегические направления** с целью увеличения доли технопарка ВГТУ на рынке организаций инновационной инфраструктуры Витебского региона, обеспечения конкурентоспособности и эффективности технопарка:

1) **стратегическое направление** – активизация инновационной деятельности технопарка посредством мотивации ученых Витебского государственного технологического университета;

2) **стратегическое направление** – совершенствование деятельности по продвижению услуг технопарка для привлечения новых резидентов;

3) **стратегическое направление** – реорганизация структуры Технопарка ВГТУ с целью выделения обувного производства в отдельное предприятие;

4) **стратегическое направление** – совершенствование организации инновационной деятельности технопарка посредством участия в объединении инновационных центров и центров трансфера технологий ВУЗов на общей информационной площадке с единой системой документооборота и on-line доступа;

5) **стратегическое направление** – организовать новые направления деятельности Технопарка Витебский государственный технологический университет.

На основе проведенного анализа инновационной продукции и услуг Технопарка ВГТУ, а также анализа рынка сбыта сформулированы цели в области маркетинга:

- увеличить долю инновационной продукции (услуг) в общем объеме производства технопарка;
- повысить конкурентоспособность инновационной продукции (услуг) технопарка;
- активизировать рекламу и мероприятия по продвижению услуг технопарка с целью привлечения новых резидентов;
- увеличить количество резидентов технопарка ВГТУ к 2015 году – до 5 резидентов.

Достижение поставленных маркетинговых целей планируется ряд мероприятий:

1. С целью усиления мотивации работников ВГТУ и технопарка в активизации инновационной деятельности планируется внедрение новой системы мотивации, как для сотрудников технопарка, так и для профессорско-преподавательского состава университета. Предлагается балльная система оценки участия сотрудника в процессе разработки инновационных, научно-исследовательских проектов, которая содержит основные оцениваемые показатели. После анализа работы участника баллы суммируются и «переводятся» в процент премии, который определяется с учетом уровня прибыли от инновационной, научно-исследовательской разработки.

2. Для расширения ассортимента и улучшения качества продукции экспериментально-производственного участка планируется внедрение новых моделей, снятие с производства устаревших неконкурентоспособных изделий, активизация деятельности по изучению и прогнозированию спроса на продукцию.

3. Для привлечения финансовых средств планируется активизация партнерских отношений с субъектами инновационной инфраструктуры Витебского региона, а также с органами регионального управления.

4. В целях увеличения количества резидентов технопарка ВГТУ планируется обновленная коммуникационная стратегия. Целью коммуникационной политики будет являться повышение известности технопарка и формирование имиджа среди потенциальных бизнес-партнеров и контактных аудиторий.

Задачи коммуникационной стратегии :

- привлечение промышленных предприятий в качестве резидентов и/или как потребителей инновационных услуг и продукции технопарка;
- привлечение других субъектов инновационной инфраструктуры Витебского региона (центров поддержки предпринимателей, бизнес-инкубаторов, СЭЗ, других технопарков) - с целью сотрудничества в оказании услуг резидентам технопарка и продвижения на другие рынки;
- привлечение местных органов управления – для оказания финансовой поддержки;
- содействие процессу образования, внедрения разработок ВГТУ.

Для решения поставленных задач планируются следующие мероприятия коммуникационной политики:

1. Совершенствование PR-деятельности за счет проведения: пресс-конференций с представителями СМИ; круглых столов и семинаров; бизнес-форумов; страт-апов; event-мероприятий (событийный маркетинг). Планируется ежегодно проводить «День открытых дверей» в технопарке.

2. Использование методов прямого маркетинга для привлечения клиентов и резидентов, основными из которых являются: организация личных продаж, разработка каталога и рекламки-стикера.

3. Ежегодное участие в контактнo-кооперационной бирже и международной выставке. Это мероприятия, где собираются представители многих фирм (потребителей инновационной продукции и услуг), обмениваются информацией, контактами, заключают договоры, разрабатывают партнёрские программы и расширяют область своих личных бизнес-знакомств.

4. Разработка и внедрение фирменного стиля технопарка ВГТУ заключается в создании эмоционально-выразительной информационной поддержки сохраняющей для потребителя положительного образа технопарка, стимулирующей интерес к деятельности предприятия. Фирменный стиль технопарка «ВГТУ» — это и средство формирования его имиджа, а также определенный «информационный носитель».

5. Совершенствование сайта технопарка, которое включает редактирование структуры сайта, установка программных модулей для интерактивности сайта. Все вышеперечисленные мероприятия по совершенствованию сайта ГП «НТПВГТУ» направлены на продвижение непосредственно технопарка как субъекта инновационной деятельности.

Все вышеперечисленные маркетинговые мероприятия ГП «НТПВГТУ» направлены на продвижение непосредственно технопарка как субъекта инновационной деятельности.

