

закуски рыбной из сельди «Фаршмак» 1/250. Данный подарок будет весьма актуален, так как данная продукция используется для приготовления праздничного салата «Сельдь под шубой».

Задачи, решаемые с помощью рекламной акции «Подарок за покупку»:

- существующие потребители мотивируются на увеличение покупок;
- привлекаются новые потребители;
- решается проблема сезонного спада продаж.

Преимущества проведения рекламной акции «Подарок за покупку»:

– формирование вокруг бренда определенного мира, который может оказаться сильной поддержкой марки;

– мотивация к покупке как для лояльных, так и для нелояльных потребителей;

– краткосрочный эффект такой рекламной акции легко измеряем, а количество продаваемого товара увеличивается на 100–150 % [1].

По результатам расчётов, предложенная промо-акция мероприятия оказалась прогнозно эффективной, поскольку позволила дополнительно обеспечить только по одной ассортиментной позиции магазина прирост товарооборота на 2,15 %, обеспечила положительную динамику прибыли от реализации (+1,3 %), а также повысила рентабельность продаж на 0,09 п.п. Темп роста расходов на проведение мероприятий по расширению ассортимента и промо-акции «Подарок за покупку» оказались невысокими, составив 100,36 % и 100,68 % соответственно, что позволило добиться большей эффективности акционного мероприятия. Также рекламная акция позволила снизить товарные запасы, что особенно актуально в отношении продовольственных товаров с коротким фиксированным сроком годности. Дополнительно к достижению цели повышения эффективности деятельности, торговые организации могут решить ряд стратегических маркетинговых задач: расширение сегмента рынка за счет привлечения целевой аудитории, контроль нарушения ритмичности продаж в связи с сезонностью, повышение привлекательности бренда и лояльности покупателей.

#### Список использованных источников

1. Промоакция: цели, задачи, методы и особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zvonobot.ru/blog/promoaktsiya-tseli-zadachi-metody-kak-provesti>. – Дата доступа: 10.04 2025.

УДК 332.146

## ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ КОЛЛАБОРАЦИИ УЧАСТНИКОВ НЕОКЛАСТЕРА

*Вайлунова Ю. Г., к.э.н., доц., Шерстнева О. М., ст. преп.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Внешняя среда предоставляет возможность использовать инструменты Индустрии 4.0 для коллаборации участников кластеров в целях генерации востребованных инновационных продуктов и развитии smart-индустрии и общества.

Присущие Индустрии 4.0 компоненты обеспечивают повышение уровня эффективности производства и дополнительный доход за счет использования цифровых технологий, комплексных систем автоматизации, трансформации кластера в неокластер. Цифровые платформы как инструмент цифровизации рассмотрены в работах Алексеевой Е. А.; Ванкевич Е. В., Калиновской И. Н.; Гелисханова И. З.; Юдиной Т. Н.; Диксон Д., Бабкина А. В. Месропяна В. З., Чуркиной Н.С., Степаненко Д.А.; Drayton B.; Evans P.; Botsman R; Li L., Su F., Zhang W. and Mao J. Y. и др.

Промышленная цифровая платформа определяется как технологическая архитектура и данные, на которых фокусная фирма организует взаимодействие разнообразных взаимозависимых акторов, действий и интерфейсов для создания, доставки и получения ценности [1].

Цифровые платформы соединяют технологические строительные блоки и промышленные приложения. Такие платформы создают взаимодействие и не только экономят на бизнес-издержках, связанных с транзакциями, но и дополнительно обеспечивают новые (цифровые) услуги и бизнес-модели. Цифровая платформа в промышленности обычно организована вокруг центральной фирмы, которая владеет или спонсирует ее. Универсального подхода к разработке промышленной цифровой платформы не существует, но ключевым шагом является инвестиция в технологию ядра платформы. Спонсоры платформ постепенно развивают архитектуру и наращивают возможности сбора данных о продуктах. Затем они фокусируются на использовании аналитики, так как усовершенствованные датчики обеспечивают более качественные и разнообразные данные. Это позволяет агрегировать данные, сопоставлять различные наборы и находить закономерности.

Цифровая платформа способствует инновациям. Это проявляется в следующих возможностях: цифровая платформа включает цифровые модули, которые являются программируемыми и отслеживаемыми, что позволяет собирать данные и предоставлять новые функции, такие как мониторинг или визуализация, что способствует разработке новых продуктов; партнерства в цепочке создания стоимости позволяют эффективно предоставлять услуги мониторинга, которые создают ценность за счет более глубокого анализа данных; экосистема цепочки поставок расширяет функциональность платформы через анализ данных и укрепляет партнерства с клиентами и поставщиками.

Цифровая платформа предоставляет следующие возможности для участников кластеров:

- общение участников платформы между собой и администраторами кластерных инициатив и администратором платформы;
- взаимодействие участников кластерной инициативы в общей группе инициативы;
- поиск поставщиков; обучение;
- патентование; участие в разработке инноваций;
- e-mail-рассылка с оповещениями о действиях других участников кластера.

Цифровая платформа даст возможность создания новых форматов общения и развития, которая автоматизирует процесс взаимодействия участников кластера.

#### Список использованных источников

1. Попов, Е. В., Симонова, В. Л., Зырянов А. С. Эволюция бизнес-экосистем в промышленности – от классического типа к цифровым / Е. В. Попов, В. Л. Симонова, А. С. Зырянов // Информатизация в цифровой экономике. – 2024. – Том 5. – № 3. – С. 341–360. – DOI:10.18334/ide.5.3.121748.