

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ НА ВИРТУАЛЬНОМ РЫНКЕ: от инфраструктурно-прикладной цифровой платформы до комплексных информационных решений

Ганич К.В., аспирант

Научный руководитель: Бессарабова А.А., к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

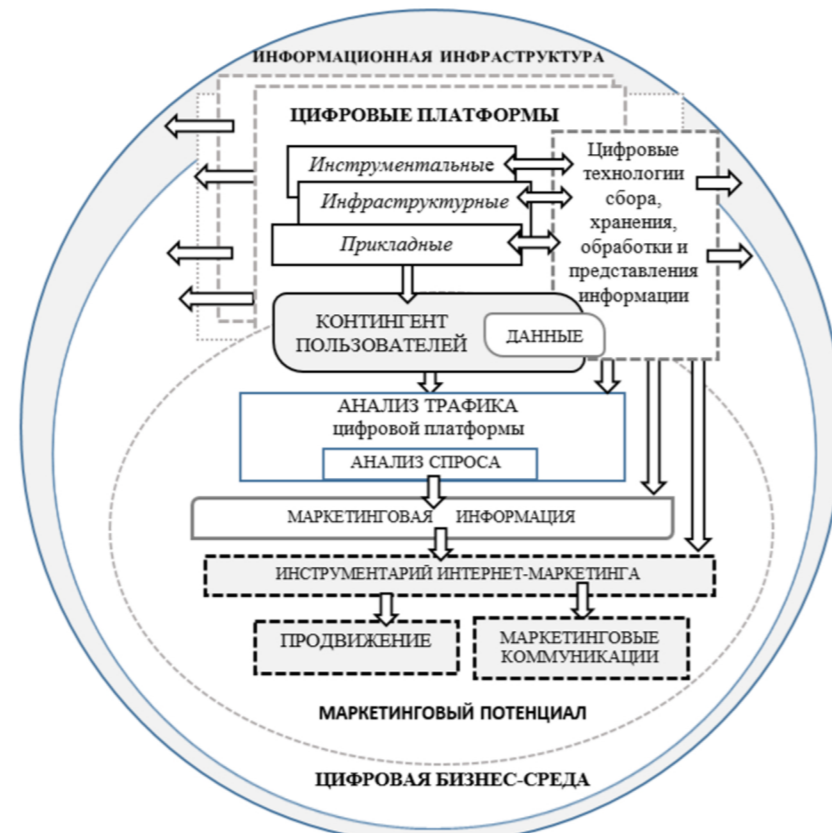
Донецкая Народная Республика, г. Донецк

Постановка проблемы. Цифровая бизнес-среда Донецкой Народной Республики существует фрагментарно, местный бизнес не очень активно использует ресурсы Интернета, местное население ориентировано на интернет-магазины, администрируемые за пределами Республики, в рамках такого взаимодействия не налажена система поставок продукции, возникают трудности с её получением, не существует республиканских электронных торговых площадок, контент которых был бы представлен деятельностью региональных предпринимателей и т.д., в связи с чем, возникает необходимость содействия развитию республиканских виртуальных рынков, что может быть осуществлено посредством создания цифровой платформы как виртуальной торговой площадки взаимодействия субъектов рынка.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является обоснование необходимости создания инфраструктурно-прикладной цифровой платформы как торговой площадки субъектов виртуального рынка Донецкой Народной Республики.

Достижение поставленной цели определило необходимость постановки и решения следующих взаимообусловленных задач:

- рассмотреть теоретические основы цифрового маркетинга на виртуальном рынке;
- изучить эволюцию и технологии цифрового маркетинга;
- проанализировать состояние электронной коммерции в Донецкой Народной Республике;
- представить цифровой формат оптимизации взаимодействия субъектов виртуального рынка Донецкой Народной Республики.



Цифровые платформы и технологии в системе информационной инфраструктуры цифровой бизнес-среды



Рисунок 1 - Визуальная презентация контента главной страницы цифровой платформы «Business&Donbass»

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Приведенные выше особенности комплекса маркетинга на инфраструктурно-прикладной цифровой платформе показывают, что трансформация маркетинга в цифровую бизнес-среду носит комплексный характер и требует создания процесса управления на виртуальном рынке посредством специальных модулей, которые с помощью цифровых технологий смогут решить ключевые маркетинговые задачи цифровой платформы.

Создание предложенной платформы и ее развитие является важнейшим этапом цифровизации рыночных отношений при взаимодействии трех составляющих: государства, предпринимательства и потребителей, что свидетельствует о высоком уровне проникновения цифровых технологий в экономическую деятельность Донецкой Народной Республики и потенциальных цифровых возможностей развития маркетингового потенциала в цифровой бизнес-среде. Реализация функционала предложенной инфраструктурно-прикладной цифровой платформы и формирование сложной архитектурной системы виртуальных решений невозможна без совершенствования институциональных основ и организационных изменений для ее создания и реализации на виртуальном рынке Донецкой Народной Республики.

Цифровой маркетинг на виртуальном рынке - это использование цифровых инструментов и технологий для продвижения товаров и услуг в онлайн-пространстве. Виртуальный рынок включает в себя все онлайн-платформы, такие как интернет-магазины, социальные сети, поисковые системы и мобильные приложения.

Цифровые платформы играют важную роль в цифровом маркетинге, обеспечивая компаниям доступ к широкой аудитории и возможность эффективного взаимодействия с потребителями.

Материалы и методы. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза, системного анализа, индукции и дедукции, научной абстракции.

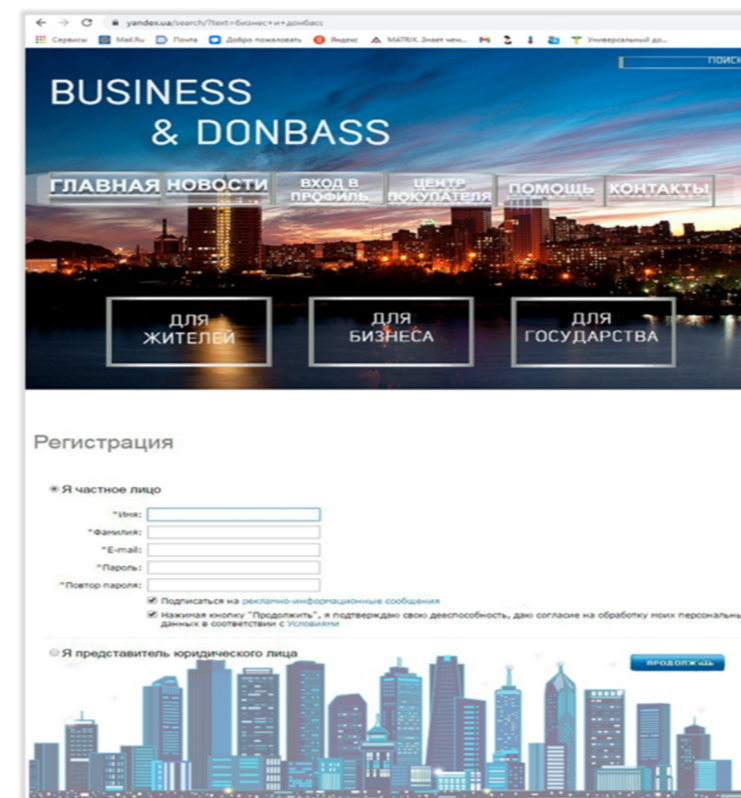


Рисунок 2 - Примерная форма регистрации на цифровой платформе «Business&Donbass»

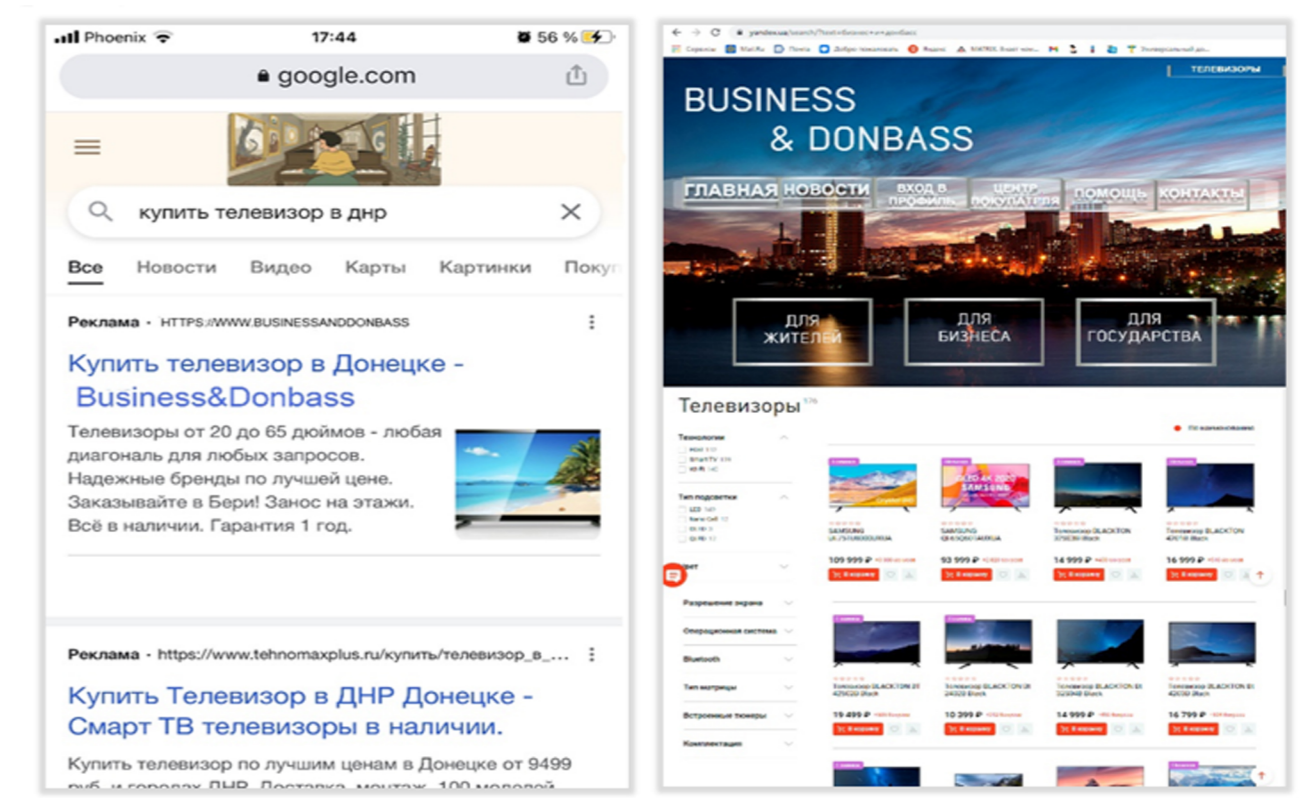


Рисунок 3 - Визуализация поисковой оптимизации на цифровой платформе «Business&Donbass» и в браузере

Результаты. Обоснована необходимость создания инфраструктурно-прикладной цифровой платформы, как фактора развития цифровой бизнес-среды, формирующей маркетинговый потенциал виртуальных рынков для оптимизации взаимодействия бизнеса, населения и государства посредством инструментария интернет-маркетинга в Донецкой Народной Республике.



Рисунок 3 - Особенности комплекса маркетинга в экосистеме инфраструктурно-прикладной цифровой платформы

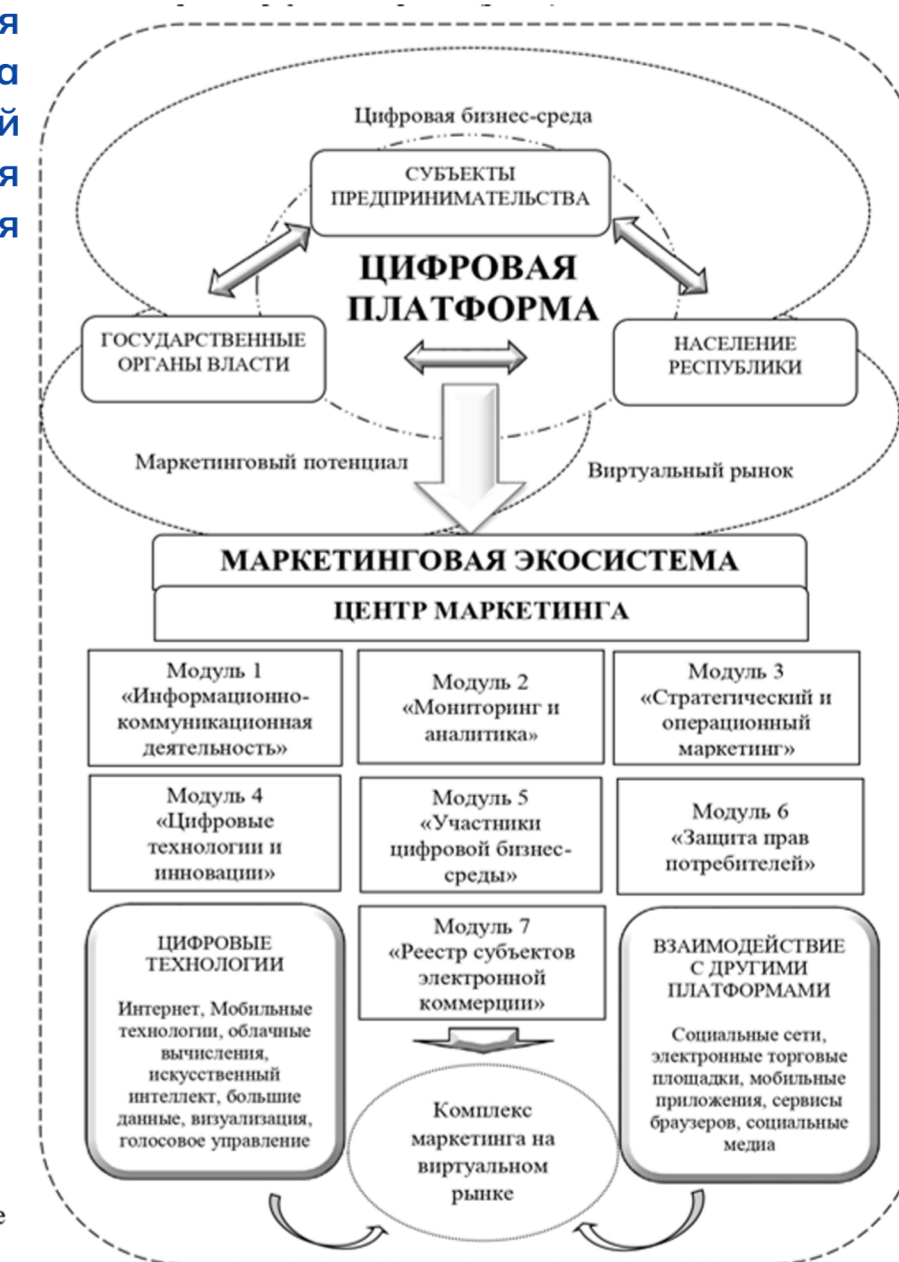


Рисунок 4 - Функционал маркетинговой экосистемы цифровой платформы «Business&Donbass»