

НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ



Красюк Ирина Анатольевна,

профессор, доктор экономических наук, профессор высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29
iri-krasjuk@yandex.ru



Кольган Мария Владимировна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и инженерной экономики, Донской государственный технический университет; 344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1
kolgan.m@yandex.ru

Инструменты, формы и направления ведения бизнеса стремительно развиваются, поэтому актуальным становится вопрос адаптации маркетинговой деятельности к рыночным изменениям. Реалии современного бизнеса состоят в том, что эффективное использование информационных технологий позволяет перейти к модели построения бизнеса «от клиента», когда товар производится по запросу потребителя в соответствии с его пожеланиями. Позиция авторов заключается в обосновании необходимости использования информационных ресурсов для обеспечения эффективного функционирования системы товарного обращения. Тренды, определяющие дальнейшее развитие современного бизнеса: информатизация бизнес-процессов, разделение функций в бизнес-экосистемах, применение процессного подхода, – создают условия для реализации концепции устойчивого маркетинга.

Ключевые слова: информационные ресурсы торговли; инновационный маркетинг; цифровизация; информационное общество; система товарного обращения.

Современное состояние экономической системы, закономерности ее развития зависят от уровня проработанности и востребованности инновационных и информационных ресурсов. Инновационные ресурсы торговли создаются при использовании результатов научных исследований, они направлены на совершенствование функционирования сферы товарного обращения. Функционирование инновационных ресурсов предполагает взаимодействие с информационными ресурсами. Совершенствование системы товарного обращения требует не только внедрения современных технологий товародвижения, но и обеспечение современными методами информационного ориентирования участников рынка.

Характеристика информационных ресурсов, используемых

в сфере товарного обращения, представлена на *рисунке 1* [1].

В настоящее время применение информационных технологий оказывает большое влияние на ре-

зультативность коммерческой деятельности. Автоматизация и информатизация способствуют:

♦ сокращению трудоемкости торгово-технологических операций,



Рис. 1. Информационные ресурсы торговли
Разработан авторами по материалам [1].