

Наривська А. В., канд. екон. наук Скрипник Н. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ЕЛЕКТРОННУ КОМЕРЦІЮ: ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ УСПІХУ

Електронна комерція вже не є трендом, а стала невід'ємною частиною глобального бізнес-середовища. У зв'язку з глобалізацією та стрімким розвитком цифрових технологій все більше компаній, що традиційно працювали в офлайн-форматі, змушені адаптувати свої стратегії до нових реалій. Пандемія COVID-19 стала каталізатором цього процесу, значно пришвидшивши перехід до онлайн-торгівлі для багатьох підприємств. Традиційні бізнеси, орієнтовані на фізичні магазини та офлайн-продажі, зіштовхуються з новими викликами та можливостями, що визначають їх здатність адаптуватися та залишатися конкурентоспроможними в умовах цифрової економіки (табл. 1).

Перехід до електронної комерції є складним, але необхідним кроком для забезпечення їх конкурентоспроможності в умовах швидкої цифровізації економіки. Традиційні підприємства стикаються з низкою викликів, які потребують значних зусиль і ресурсів, а також готовності адаптуватися до нових умов. Проте електронна комерція відкриває для традиційного бізнесу численні можливості, які створюють нові горизонти для розвитку [2].

Стратегії успіху для традиційного бізнесу в електронній комерції:

1. Поступовий перехід. Необов'язково відразу повністю відмовлятися від традиційного бізнесу. Багато компаній вибирають модель, за якої вони паралельно ведуть онлайн-продажі, комбінуючи офлайн та онлайн-канали. Це дозволяє уникнути великих ризиків і дає час на адаптацію до нових технологій.

2. Інвестиції в технології та інновації. Важливо інвестувати в інфраструктуру, яка забезпечить безперебійну роботу онлайн-магазину, у тому числі в автоматизовані системи управління запасами, платіжні платформи та логістичні рішення. Інновації в обробці замовлень та доставці також можуть стати конкурентною перевагою.

Таблиця 1

Виклики та можливості для традиційного бізнесу при впровадженні електронної комерції [1]

Виклики	Можливості
Необхідність змінити бізнес-модель. Традиційні бізнеси, що до цього працювали в офлайн-сегменті, часто мають усталену бізнес-модель, яка включає фізичні магазини, особисті зустрічі з клієнтами та інші елементи. Перехід до електронної комерції потребує повної переоцінки цих підходів. Бізнес має переналаштувати свої процеси, починаючи від маркетингу до логістики та обслуговування клієнтів. Це може бути складним завданням, оскільки більшість підприємств не мають досвіду в онлайн-продажах	Розширення ринку збуту. Один із найбільших переваг електронної комерції полягає в здатності відкривати нові ринки для традиційного бізнесу. За допомогою онлайн-продажів компанії можуть не лише обслуговувати місцевих клієнтів, а й виходити на міжнародний рівень. Це дозволяє збільшити клієнтську базу та знижувати залежність від конкретного географічного регіону
Забезпечення технологічної інфраструктури. Перехід на електронну комерцію вимагає значних інвестицій у технологічну інфраструктуру. Це включає створення або оновлення веб-сайтів, розробку мобільних додатків, інтеграцію з платіжними системами, налаштування процесів управління запасами та логістики. Витрати на ці технології можуть бути великими, особливо для малого та середнього бізнесу	Зниження витрат на оренду та утримання фізичних магазинів. Для бізнесів, які раніше вкладали великі кошти в оренду та обслуговування фізичних точок продажу, перехід на електронну комерцію може значно знизити витрати. Відсутність необхідності утримувати магазини чи складські приміщення дозволяє зменшити витрати на операційну діяльність і зробити бізнес більш рентабельним
Зміна споживчих звичок. Споживачі, які звикли до традиційного шопінгу, можуть бути неготовими до покупки товарів онлайн. Вони можуть мати певні побоювання щодо безпеки онлайн-платежів, повернення товарів або сумнівів щодо якості продуктів, що продаються через інтернет. Тому важливо створювати клієнтський досвід, який забезпечить їхню довіру до онлайн-торгівлі	Персоналізація клієнтського досвіду. Однією з головних переваг онлайн-торгівлі є можливість персоналізувати пропозиції для кожного клієнта. Аналізуючи поведінку користувачів на веб-сайті та вивчаючи їхні інтереси, бізнес може створювати індивідуальні рекомендації, пропонувати спеціальні знижки або акції. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів і може сприяти збільшенню лояльності до бренду
Конкуренція з великими онлайн-гігантами. Малий та середній бізнес часто стикається з серйозною конкуренцією з боку великих компаній, таких як Amazon або eBay, які мають величезні ресурси, потужні маркетингові кампанії та готову інфраструктуру для електронної комерції. Традиційним підприємствам необхідно знайти способи конкурувати з такими гігантами, пропонуючи унікальні переваги для своїх клієнтів	Інтеграція з новими маркетинговими каналами. Електронна комерція відкриває можливості для використання новітніх методів маркетингу, таких як контекстна реклама, маркетинг в соціальних мережах та email-маркетинг. Це дозволяє бізнесам ефективно залучати нових клієнтів та активно взаємодіяти з існуючими, підвищуючи рівень продажів

3. Фокус на клієнтському досвіді. Онлайн-торгівля повинна бути зручнішою та ефективнішою для користувачів, ніж фізичні магазини. Інтерфейс сайту, швидкість завантаження, простота оформлення замовлення, якість обслуговування — всі ці аспекти впливають на репутацію бренду [3].

Таким чином, хоча впровадження електронної комерції є складним і вимагає великих інвестицій, для більшості традиційних бізнесів це не лише можливість адаптуватися до нових умов, але й стратегічний крок для розширення їхньої присутності на ринку та підвищення ефективності. Тому для успішної трансформації необхідно ретельно планувати стратегії, активно інвестувати в технології та орієнтуватися на потреби споживачів.

Список використаних джерел:

1. Ковтун Т.Д., Матвієнко А.П. Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 295-303.
2. Statista. E-commerce. E-commerce as a percentage of total global retail sales from 2015 to 2027. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/1292492/ventas-minoristas-participacion-del-comercio-eletronico-en-ventas-totales/> (дата звернення: 18.03.2025).
3. OECD. Digital Economy Outlook 2024 (Volume 2). URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-digital-economy-outlook-2024-volume-2_3adf705b-en.html (дата звернення: 18.03.2025).

Канд. екон. наук Огданська О. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрові технології є одним із найважливіших двигунів економічного зростання, вищого рівня життя та збільш стійкість. З 1980-х років цифрові технології були відповідальний за приблизно чверть зростання в розвинутих економік. Послідовні технології, такі як персональні комп'ютер, таблиця, інтернет, смартфон, штучний інтелект і хмарні обчислення допомогли трансформуватися спосіб життя, роботи, навчання та спілкування. Поточна швидкість впровадження тільки технології штучного інтелекту (AI). може забезпечити економічну діяльність приблизно на 13 трильйонів доларів США у всьому світі до 2030 року. Це приблизно 1,2% зростання ВВП на рік, що перевищує економічну продуктивність зростання, спричинене або паровою машиною, або