

ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ: ВІД ТРАДИЦІЙНИХ МАГАЗИНІВ ДО ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ

В сучасному маркетингу, наразі відбувається потужний і динамічний процес трансформації. Розвиток Інтернету та інших цифрових платформ разом з інформаційним «вибухом» - усе це сприяло заснуванню відкритих інформаційних систем і промислових мереж, які виходять за межі підприємства і взаємодіють між собою. Здійснюється переформатування та підлаштування практично всіх секторів економіки у всіх країнах [1].

Важливо виділити декілька основних характеристик сучасного етапу нової економічної реальності, пов'язаних із цифровізацією економіки:

- Інклюзивність глобалізації. Завдяки розвитку цифрової економіки малі та середні підприємства отримали можливість виходу на глобальний ринок, ставши новими учасниками світової економіки.

- Блискавичні темпи розвитку цифрової економіки, зумовлені стрімким технологічним прогресом. Компанії, які володіють значними фінансовими та інформаційними ресурсами досягають наднаціонального рівня діяльності.

- Посилення фінансової глобалізації, можливість для цифрових гравців вийти на арену через цифрові технології та платформи цифрових фінансових операцій.

- Зростання феномену електронних грошей, інвестиції в проекти з вивчення криптовалютних технологій(віртуальних грошей) [2].

Розвиток цифрової економіки радикально змінив підходи до ведення бізнесу та використання інформаційних технологій. Це стало основним стимулом зростання міжнародного виробництва. Зміцнення цифрової економіки призвело до як зміцнення, так і порушення симбіотичного зв'язку між інформаційно-комунікаційними технологіями та міжнародним виробництвом. Координація все складніших і розпорошених глобальних виробничих мереж стала можливою завдяки значному покращенню комунікаційних можливостей [3].

У контексті трансформації ринку, цифрова економіка сприяла не тільки зміні бізнес-моделей та планів, але й революціонізувала способи взаємодії між бізнесом та клієнтом. Онлайн-платформи стали новими, кращими центрами торгівлі, надаючи людям зручний та цілодобовий доступ до продуктів та послуг з усіх куточків світу, що сприяє інтеграції глобального ринку та зростанню міжнародної економіки.

Хоча, віртуальне середовище, яке утворилося завдяки Інтернету та розвитку цифрових технологій, має специфічні характеристики, у тому числі для ведення бізнесу: реорганізація форм спільної діяльності та перетворення традиційних організацій і територій на ефективніші мережеві структури; зниження рівня конкуренції та ризиків; асиметрії інформації; збільшення швидкості постійного

глобального обміну інформацією та прийняття оптимальних управлінських рішень. В останнє десятиліття в умовах цієї нової реальності виник і динамічно розвивається глобальний віртуальний ринок товарів, послуг та капіталу. Поняття «віртуальний ринок» означає відкриту систему регулярного, переважно грошового, взаємовигідного та добровільного обміну ресурсами та благами за допомогою Глобальної інформаційно-комунікаційної мережі та інших цифрових технологій в умовах конкуренції.

З початку XXI століття процес злиття реального та віртуального ринків проходить досить динамічно. Відбувається формування нового глобального дуального реально-віртуального ринку, який є самоорганізованою економічною системою, утвореною через перетин і співіснування різних економічних підсистем – реальної та віртуальної, що взаємно впливають одна на одну, але не змінюють своєї структури [4].

Людство от-от перетне межу нової технологічної революції. Президент Всесвітнього економічного форуму Клаус Шваб запропонував назвати ці кардинальні зміни Четвертою промисловою революцією, або Революцією 4.0. Він визначає три передумови, які свідчать про те, що сучасні зміни слід вважати не просто продовженням Третьої промислової революції, а початком Четвертої:

- швидкість змін;
- масштаб змін;
- системний характер наслідків.

Швидкість змін у складному реально-віртуальному економічному середовищі ставить високі вимоги до усіх учасників ринку – від традиційних ієрархічних інститутів і структур до великого і середнього бізнесу. Передбачуване використання цифрових технологій вимагає наукового осмислення і трансформації класичних методологічних підходів у теорії маркетингу та господарювання на сучасному ринку.

Список використаних джерел:

1. Литовченко І.Л. Трансформація ринку в сучасних умовах переходу до цифрової економіки. *Економіка України*. 2020. № 1 (698). С. 36—47. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2020.01.036>
2. Іванов М.М. Розвиток маркетингових систем у сучасній цифровій економіці / М. М. Іванов. // *Цифрова економіка*. – 2018. – С. 141-143.
3. Орехова Т.В. Драйвери трансформацій міжнародних виробничих систем в умовах дигіталізації глобальної економіки / Т.В. Орехова, Я.С. Тертичний // *Економіка і організація управління*. – 2017. – №3. – С. 29-38.
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.