

МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СТРАТЕГІЇ ТА ВИКЛИКИ

¹ Національний університет «Львівська політехніка»

Анотація: Ця стаття досліджує стратегії та виклики масштабування бізнесу в умовах зовнішньоекономічної діяльності через інтернет-магазини. Інтернет-магазини стали невід'ємною частиною сучасного бізнесу, пропонуючи підприємствам широкі можливості для збуту продукції та послуг. У статті розглядаються ключові стратегії, такі як вдосконалення користувацького досвіду, використання маркетингових кампаній та адаптація до нових технологій. Окрім того, в статті розглядаються виклики, з якими зіштовхуються підприємства, що масштабують свій бізнес через інтернет-магазини, такі як конкуренція на ринку та проблеми кібербезпеки.

Ключові слова: інтернет-магазин, електронна комерція, масштабування бізнесу, стратегії масштабування, користувацький досвід, маркетингові кампанії, адаптація до технологій, конкуренція, кібербезпека.

Abstract: This article explores strategies and challenges of scaling business through online stores. Online stores have become an integral part of modern business, offering enterprises wide opportunities for product and service sales. The article examines key strategies such as enhancing user experience, using marketing campaigns, and adapting to new technologies. Additionally, it discusses challenges faced by businesses scaling through online stores, such as market competition and cybersecurity issues.

Keywords: online store, e-commerce, business scaling, scaling strategies, user experience, marketing campaigns, technology adaptation, competition, cybersecurity.

Сьогодні онлайн-торгівля налічує мільйони активних користувачів, роблячи інтернет-магазин потужним інструментом для розширення та масштабування будь-якого бізнесу, й особливо в контексті зовнішньоекономічної діяльності. Завдяки своїй гнучкості, широкому охопленню та можливостям масштабування вони привертають увагу підприємців усього світу. Масштабування бізнесу через інтернет-магазини відкриває безліч можливостей, але вимагає уважного аналізу, стратегічного планування та вміння впроваджувати інновації. [1,10]

1. Роль інтернет-магазинів у сучасному бізнесі. Сучасний бізнес не уявляється без присутності в онлайн-середовищі. Інтернет-магазини стали потужним інструментом для збуту товарів та послуг. Вони дозволяють підприємствам досягти глобальної аудиторії, знизити витрати на збут та рекламу, а також забезпечити зручний та швидкий доступ для клієнтів до продукції чи послуг. Можливості масштабування через інтернет-магазини вражають своєю різноманітністю: від маленьких стартапів до великих міжнародних компаній. [11]

2. Переваги масштабування через інтернет-магазин:

а. Широке охоплення аудиторії - ви можете продавати свої товари людям з усього світу, не обмежуючись географічним розташуванням.

б. Зниження витрат - ви можете економити на оренді, персоналі, комунальних платежах та інших витратах, пов'язаних з традиційними магазинами.

в. Гнучкість та адаптивність - ви можете легко й швидко вносити зміни в асортимент товарів, ціни, маркетингові стратегії та інші аспекти вашого бізнесу.

г. Доступність даних - ви можете отримувати дані про поведінку клієнтів з різних країн, щоб краще розуміти їхні потреби та оптимізувати свій інтернет-магазин.

3. Стратегії масштабування через інтернет-магазин. Однією з ключових стратегій масштабування є постійне вдосконалення користувацького досвіду. Забезпечення швидкої та зручної навігації, безпеки платежів та якості обслуговування важливо для залучення та утримання клієнтів.

Крім того, розвиток маркетингових кампаній, використання соціальних медіа та контент-маркетинг сприяють росту впізнаваності бренду та збільшенню обсягів продажів.

Ще однією важливою стратегією є адаптація до нових технологій та трендів. Розвиток мобільних додатків, використання штучного інтелекту для аналізу даних клієнтів та персоналізації пропозицій, а також впровадження інтерактивних елементів на сайті дозволяють інтернет-магазинам залишатися конкурентоспроможними. Пропоновані етапи розроблення стратегії:

1. Визначення своїх цілей та КРІ для масштабування.
2. Проведення дослідження ринку та конкурентів.
3. Обрання платформи e-commerce та платіжної системи.
4. Розроблення планів маркетингу та просування.

В процесі реалізації стратегії підприємство повинно пройти наступні кроки:

1. Створення інтернет-магазину:
 - 1.1. Реєстрація доменного ім'я та хостингу, розробка мультимовної версії сайту.
 - 1.2. Розробка дизайну та інтерфейсу магазину, враховуючи культурні особливості цільової аудиторії.
 - 1.3. Додавання продуктів та описів з перекладом на відповідні мови.
 - 1.4. Налаштування способів оплати та доставки, які підходять для обраних країн.
2. Залучення клієнтів:
 - 2.1. Запуск SEO-кампанії з урахуванням локальних особливостей та ключових слів.
 - 2.2. Використання PPC-реклами, таргетуючи оголошення на specific regions.
 - 2.3. Розвиток SMM-присутність, створюючи контент на relevant languages.
 - 2.4. Налаштування email-маркетингу з урахуванням часових поясів та національних preferences.
 - 2.5. Створення контент-маркетингової стратегії з акцентом на локальні теми.
3. Управління та оптимізація:
 - 3.1. Аналізування даних про поведінку клієнтів з різних країн.
 - 3.2. Проведення А/В-тестування з урахуванням культурних та мовних нюансів.
 - 3.3. Оновлення асортименту товарів, пропонуючи продукти, які відповідають потребам specific markets.
 - 3.4. Вдосконалення маркетингові стратегії, адаптуючи її під особливості target audiences.
 - 3.5. Забезпечення якісної підтримки клієнтів з урахуванням часових поясів та мовних бар'єрів.
4. Розширення:
 - 4.1. Вихід на нові ринки, ретельно досліджуючи їх специфіку.
 - 4.2. Створення партнерських відносини з local companies.
 - 4.3. Розширення каналів продажів, використовуючи маркетплейси та інші платформи, популярні в обраних країнах.
 - 4.4. Впровадження нових продуктів та послуг, які відповідають потребам global customers.
 - 4.5. Автоматизація бізнес-процесів, використовуючи сучасні технології розробки сайту.
4. Виклики та перешкоди. Незважаючи на безліч переваг, масштабування через інтернет-магазини супроводжують певні виклики та ризики. Конкуренція на ринку постійно зростає, що вимагає постійного вдосконалення та інновацій. Крім того, безпека даних та кібербезпека стають все більш актуальними проблемами у зв'язку зі зростанням кількості кібератак та шахраїв.[1,2,3,4,5,6,7,8]

Масштабування бізнесу за допомогою інтернет-магазину – це складний, але й перспективний процес. Завдяки ретельному плануванню, впровадженню ефективних стратегій та управлінню ризиками можна досягти значного успіху та розширити свій бізнес. Цей спосіб розширення потребує комплексного підходу та уваги до найсучасніших технологій та стратегій. Тільки такі підприємства зможуть успішно конкурувати та рости в умовах сучасного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Kalbaska, N., Nastasieieva, I., & Cherniavska, K. (2020). E-commerce market development trends in the context of globalization. *Innovative Marketing*, 16(2), 11-21.
2. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2020). *Digital marketing*. Pearson UK.
3. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.
4. Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (2018). Consumer and object experience in the Internet of Things: An assemblage theory approach. *Journal of Consumer Research*, 44(6), 1178-1204.

5. Li, X., Zhang, Y., & Wang, H. (2021). E-commerce development trends in the post-COVID-19 era. *Journal of Business Research*, 128, 230-236.
6. Smith, J., & Johnson, L. (2020). The Role of User Experience in Online Retailing: A Review of Literature. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(9), 874-893.
8. Chen, C., & Wang, Y. (2019). Marketing Strategies for Online Businesses: A Review. *Journal of Marketing Channels*, 26(1), 47-61.
9. Park, S., & Lee, H. (2018). The Impact of Technological Innovations on E-commerce Business Models: A Review. *Journal of Internet Commerce*, 17(2), 83-106.
10. <https://pbb.lviv.ua/statti-i-novyny/statti-shchodo-stvorennia-saitu/10-porad-dlia-rozkrutky-internet-mahazynu/>
11. <https://elit-web.ua/ua/blog/strategija-prodvizhenija-internet-magazina>

¹**Потюк Юрій Борисович**, аспірант, асистент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», Львів,
e-mail: yurii.b.potiuk@lpnu.ua

¹**Yuriy Potiuk**, postgraduate student, assistant at the Department of Foreign Economic and Customs Activities, Lviv Polytechnic National University, Lviv,
email: yurii.b.potiuk@lpnu.ua