

УДК 330.341.1:004.7

Гнєздовський О.В.¹¹ доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЦИФРОВІ ЕКОСИСТЕМИ: НОВА ПАРАДИГМА ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ ТА УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ

Сучасний етап розвитку цифрової економіки характеризується глибоким структурним зрушенням – переходом від ізольованих онлайн-магазинів до комплексних, багатофункціональних цифрових екосистем. Такі платформи, як Allegro, Rozetka, а також глобальні гіганти на кшталт Alibaba або Amazon, давно перестали бути лише маркетплейсами. Вони трансформувалися в інтегровані середовища, що охоплюють широкий спектр послуг: від фінансових продуктів (кредитування, страховки, цифрові гаманці) до розважального контенту, логістичних рішень, хмарних сервісів та соціальних інструментів. Ця еволюція формує нову парадигму електронного бізнесу, де ключовим фактором конкурентоспроможності стає не просто пропозиція товарів, а здатність створювати замкнений цикл взаємодії з клієнтом, який мінімізує його потребу виходити за межі екосистеми.

Актуальність дослідження цифрових екосистем обумовлена їх системним впливом на трансформацію традиційних бізнес-моделей у всіх секторах економіки. Економічні переваги таких систем проявляються у декількох вимірах. По-перше, істотно зменшується вартість залучення клієнта (CAC), оскільки користувач, спочатку залучений через один сервіс (наприклад, онлайн-шопінг), природним чином переходить на інші компоненти екосистеми (фінтех, медіа, освіта), що підвищує ефективність маркетингових витрат. По-друге, спостерігається значне збільшення життєвого циклу клієнта (LTV), оскільки широкий спектр інтегрованих пропозицій утримує користувача в єдиному цифровому середовищі протягом тривалого часу, формуючи стійку залежність від платформи. По-третє, важливу роль відіграє синергійний ефект: дані про поведінку користувача в одному сегменті (наприклад, історія покупок) використовуються для персоналізації пропозицій у інших сегментах (рекомендації фінансових продуктів або розважального контенту), що створює додаткові канали монетизації та підвищує ефективність бізнес-процесів.

Механізми утримання клієнтів у цифрових екосистемах ґрунтуються на реалізації так званого «ефекту гачку» (hook effect), який досягається шляхом створення максимально зручного та безперервного досвіду користування. Центральним елементом є єдиний обліковий запис, що дозволяє безшовно перемикатися між різними сервісами без необхідності повторної аутентифікації чи введення даних. Значну роль відіграють внутрішньоекосистемні системи винагород: бонуси, кешбек, лояльність-

програми або криптовалюти, отримані за користування одним сервісом, можуть бути використані в інших частинах екосистеми, що посилює економічну та психологічну прив'язаність користувача. Додатковим фактором є формування цифрової спільноти – соціальна складова, яка перетворює утилітарний процес покупок або використання сервісів на форму соціальної взаємодії, включаючи відгуки, рекомендації, групові покупки чи віртуальні події. Найсучасніші екосистеми вже демонструють здатність до прогностичного сервісу: завдяки аналізу великих даних (Big Data) та застосуванню штучного інтелекту, платформи можуть пропонувати рішення ще до того, як клієнт повністю усвідомить свою потребу, що кардинально змінює природу споживчої взаємодії.

Однак розвиток цифрових екосистем породжує серйозні виклики. На перший план виходить ризик монополізації: великі платформи можуть обмежувати доступ для менших гравців або нав'язувати невігідні умови, формуючи антиконкурентне середовище. Концентрація даних створює системні ризики – технічний збій або криза довіри в одному сегменті може паралізувати всю екосистему. Крім того, управління складною структурою часто призводить до бюрократизації та уповільнення інновацій, а репутаційні ризики посилюються через взаємозалежність сервісів: помилка в одному підрозділі швидко підриває довіру до всієї платформи.

Отже, побудова цифрових екосистем є закономірним етапом еволюції електронного бізнесу. Незважаючи на їхні економічні переваги – зниження витрат, зростання лояльності, синергію даних – подальший розвиток потребуватиме виваженого підходу. Необхідно поєднувати стимулювання інновацій з антимонопольним регулюванням та захистом даних. Майбутнє цифрової економіки залежатиме від здатності балансувати між ефективністю інтегрованих рішень і збереженням здорового, конкурентного середовища, що забезпечує інклюзивність і стабільність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Благодир Л. Цифрові бізнес-екосистеми як специфічна форма координації господарської діяльності в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. № 46. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-55> (дата звернення: 08.10.2025).
2. Рябець Н. М., Рябець О. М. Метавесвіт як нова парадигма міжнародного бізнесу: концепт, компоненти та перспективи розвитку в контексті становлення глобальної цифрової екосистеми. *Електронний журнал "Ефективна економіка"*. 2025. № 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.5.83> (дата звернення: 08.10.2025).