

Отже, загалом результати дослідження підтверджують, що розвиток електронної комерції значною мірою залежить від макроекономічних факторів, рівня цифровізації економіки, доступності інтернет-інфраструктури та фінансових технологій.

Подальший розвиток цього сектору потребує вдосконалення нормативно-правової бази, розвитку цифрової інфраструктури тощо. Надалі є доцільність у поглибленому аналізі впливу цифрових платформ, фінансових технологій та міжнародної електронної торгівлі на розвиток українського ринку електронної комерції.

### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Дослідження українського eCommerce. Digital агентство Promodo: Онлайн-маркетинг повного циклу. URL: <https://www.promodo.ua/ukrayinskiy-ecommerce-2024>
3. Ломоносов Д. Компаративізм українських моделей прогнозування ймовірності банкрутства підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-141>.
4. Як змінилася електронна комерція у 2022 році – дослідження Admitad. Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players. URL: <https://rau.ua/novyni/e-commerce-admitad/>.

**Самойленков А. П.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Розвиток роздрібною торгівлі в сучасних умовах визначається активною цифровізацією бізнес процесів та зростанням ролі технологічних інструментів у взаємодії зі споживачами. Під впливом цифрових технологій традиційні моделі ведення роздрібною торгівлі трансформуються, що зумовлено необхідністю оперативного реагування на зміни ринкового середовища, підвищенням рівня конкуренції та еволюцією споживчих очікувань. У таких умовах цифрові рішення формують основу для прийняття управлінських рішень, оптимізації операційної діяльності та підвищення ефективності функціонування торговельних підприємств.

Однією з ключових тенденцій є активне впровадження омніканальних стратегій. Торговельні мережі поєднують фізичні та цифрові канали комунікації, забезпечуючи споживачам безперервний досвід взаємодії. Цифрові сервіси, такі як мобільні застосунки, чат боти, системи персоналізованих пропозицій, дозволяють підприємствам збільшувати рівень лояльності клієнтів та гнучко адаптувати асортимент під індивідуальні потреби. Водночас застосування аналітичних платформ сприяє формуванню точніших прогнозів щодо попиту, оптимізації запасів та скороченню витрат.

Важливою тенденцією є поширення технологій штучного інтелекту та машинного навчання. Такі системи дозволяють автоматизувати процеси обробки великих обсягів даних, формувати поведінкові профілі споживачів та прогнозувати їх реакцію на маркетингові стимули. На основі цих даних підприємства розробляють персоналізовані маркетингові стратегії, оптимізують ціноутворення та підвищують рівень конкурентоспроможності. Також активного розвитку набувають технології комп'ютерного зору та автономних систем обліку товарів, що сприяє прискоренню процесів обслуговування та зниженню операційних витрат. Цифровізація також впливає на зміну форматів роздрібної торгівлі. Зростає популярність концепцій «розумних магазинів», де процеси обслуговування автоматизовані, а відвідувачі можуть здійснювати покупки без кас та черг. Поширення електронної комерції доповнюється розвитком сервісів швидкої доставки, технологій останньої милі та партнерських логістичних платформ. Такі зміни дозволяють підприємствам підвищувати гнучкість та скорочувати часові витрати для споживачів.

Водночас цифровізація потребує значних інвестицій у технологічну інфраструктуру, кібербезпеку та підготовку персоналу. Без належного захисту даних та цифрової грамотності працівників впровадження цифрових інновацій може бути ускладненим. Однак досвід провідних торговельних мереж свідчить, що вкладення в цифрові технології забезпечують довгострокове підвищення ефективності, зниження витрат та зростання рівня клієнтського досвіду.

Отже, цифровізація виступає ключовим чинником трансформації роздрібної торгівлі. Використання новітніх технологій формує підґрунтя для розвитку більш

гнучких, клієнтоорієнтованих та ефективних бізнес моделей, що сприяє зміцненню позицій підприємств на ринку та підвищенню їх конкурентоспроможності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондаренко І. Цифрова трансформація роздрібно́ї торгівлі: тенденції та перспективи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2023. № 2. С. 45-53.
2. Соколовська Н. С. Технологічні зміни в роздрібно́ї торгівлі в умовах цифровізації. *Економіка і регіон*. 2022. № 4. С. 112-119.
3. Пархоменко О. Омніканальні стратегії в торгівлі: сучасні підходи. *Стратегія економічного розвитку*. 2023. № 1. С. 88-95.
4. Гриненко Л. Використання штучного інтелекту в комерційній діяльності. *Бізнес-інформ*. 2023. № 6. С. 101-107.
5. Мельник Т. Розвиток електронної комерції в Україні: проблеми та можливості. *Економічний простір*. 2022. № 9. С. 59-66.
6. Pavlov R., Zarutskya O., Pavlova T., Grynko T., Levkovich O., Hordieieva-Herasymova L. Blockchain as a management technology: Institutionalization of crypto-assets and transformation of entrepreneurial models using the example of Ethereum. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2024. Vol. 6, No. 59. P. 151-166. <https://doi.org/10.55643/fcapter.6.59.2024.4529>.
7. Pavlov R., Zarutskya O., Pavlova T., Grynko T., Levkovich O., Sokol P. Solana as a high-frequency governance model: Temporal antifragility and microtransaction business models. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2025. Vol. 5, No. 64. P. 287-301. <https://doi.org/10.55643/fcapter.5.64.2025.4848>.
8. Pavlov R., Pavlova T., Grynko T., Levkovich O., Hordieieva-Herasymova L. From Bitcoin to Ethereum: Ethics and antifragility of decentralization. *International Journal of Ethics and Systems*. 2026. Ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOES-03-2025-0144>.

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Максимович А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **СОЦІАЛЬНА КОМЕРЦІЯ ЯК НОВИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ**

У сучасних умовах діджиталізації економіки соціальна комерція набуває актуальності як новий етап розвитку електронної комерції. В Україні це питання є надзвичайно важливим у зв'язку з цифровізацією бізнесу, необхідністю адаптації підприємств до нових умов функціонування, зокрема в умовах воєнного стану [3].

Зростання ролі соціальних мереж, таких як Instagram і TikTok, сприяє зміні поведінки споживачів, які дедалі частіше приймають рішення про покупку під впливом соціального оточення. Отже, соціальна комерція стає ефективним