Інноваційні стратегії розвитку рітейлу в контексті соціально-економічних трансформацій цифрової економіки

Сопільник Л. І.[1], Клювак А. В.[2], Сьомкін О. В.[3], Сапек А. Я.[4], Петрик С. В.[5], Ковтун Б. Е.[6]

Опубліковано	Секція	УДК
30.11.2024	Економіка	658.87:004.738.5

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15163369

Анотація. У статті досліджено трансформаційні процеси у сфері роздрібної торгівлі під впливом цифрових технологій крізь призму соціально-економічного розвитку та економіки праці. Цифровізація розглядається не лише як технологічне оновлення бізнес-моделей, а як багатовекторний феномен, що формує нову якість зайнятості, змінює характер і зміст праці, трансформує соціально-трудові відносини та висуває нові вимоги до людського капіталу. Визначено, що інноваційні стратегії рітейлу, зокрема омніканальність, автоматизація логістичних процесів, використання великих даних, штучного інтелекту, блокчейн-рішень та фінансових інструментів типу BNPL, сприяють не лише підвищенню продуктивності праці, але й розширенню соціальних можливостей для працівників та споживачів.

Особливу увагу приділено соціальній відповідальності бізнесу як чиннику забезпечення гідної праці, сталого розвитку та підвищення якості життя населення. Проаналізовано ключові виклики, які супроводжують цифрову трансформацію рітейлу, зокрема високі витрати на впровадження інновацій, дефіцит цифрових компетентностей, нерівномірність доступу до технологій, а також регуляторні бар'єри. У цьому контексті висвітлено роль державної політики в адаптації трудових ресурсів до умов цифрової економіки, створенні умов для інклюзивного розвитку та формуванні нормативно-правових засад цифрової трансформації сфери роздрібної торгівлі.

Запропоновано розглядати цифровізацію рітейлу як чинник не лише комерційної ефективності, а й соціального прогресу, зокрема в контексті формування нових моделей зайнятості, посилення соціального захисту, розвитку трудового потенціалу та забезпечення економічної безпеки держави. Визначено перспективи подальшого розвитку рітейлу в Україні з урахуванням необхідності інтеграції до глобальних економічних процесів, посилення ролі цифрових платформ, масштабування інноваційних стратегій та розвитку стійких форм економічної активності в умовах війни та післявоєнного відновлення.

[1] д.ю.н., д.т.н., професор, ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», https://orcid.org/0000-0001-6581-7255
[2] к.е.н., ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», https://orcid.org/0009-0001-0467-2467
[3] аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» https://orcid.org/0009-0006-5164-2443
[4] аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» https://orcid.org/0009-0006-5164-2443
[5] аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» https://orcid.org/0009-0006-4184-1297
[6] аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» https://orcid.org/0009-0000-1864-7812

Ключові слова: цифрова трансформація, рітейл, інноваційні стратегії, економіка праці, зайнятість, соціальна відповідальність, людський капітал, гідна праця, державна політика.

Innovative retail development strategies in the context of socio-economic transformations of the digital economy

Annotation. The article examines transformational processes in the retail sector under the influence of digital technologies through the prism of socio-economic development and labor economics. Digitalization is considered not only as a technological update of business models, but as a multi-vector phenomenon that forms a new quality of employment, changes the nature and content of work, transforms social and labor relations and puts forward new requirements for human capital. It is determined that innovative retail strategies, in particular omnichannel, automation of logistics processes, the use of big data, artificial intelligence, blockchain solutions and financial instruments such as BNPL, contribute not only to increasing labor productivity, but also to expanding social opportunities for employees and consumers.

Particular attention is paid to the social responsibility of business as a factor in ensuring decent work, sustainable development and improving the quality of life of the population. The key challenges that accompany the digital transformation of retail are analyzed, in particular, the high costs of implementing innovations, the shortage of digital competencies, uneven access to technologies, as well as regulatory barriers. In this context, the role of state policy in adapting labor resources to the conditions of the digital economy, creating conditions for inclusive development, and forming regulatory and legal foundations for the digital transformation of the retail sector is highlighted.

It is proposed to consider the digitalization of retail as a factor not only of commercial efficiency, but also of social progress, in particular in the context of forming new employment models, strengthening social protection, developing labor potential, and ensuring the economic security of the state. The prospects for the further development of retail in Ukraine are determined, taking into account the need for integration into global economic processes, strengthening the role of digital platforms, scaling innovation strategies, and developing sustainable forms of economic activity in the context of war and post-war recovery.

Key words: digital transformation, retail, innovation strategies, labor economics, employment, social responsibility, human capital, decent work, public policy.

Вступ

Розвиток цифрових технологій докорінно змінює соціально-економічні процеси, трансформуючи традиційні галузі на високотехнологічні екосистеми з новими вимогами до структури зайнятості, організації праці та формування людського капіталу. Однією з найбільш динамічних сфер, що зазнає системних змін, є рітейл, де цифровізація виступає не лише інструментом модернізації бізнес-моделей, а й чинником трансформації ринку праці, адаптації трудових ресурсів та перегляду соціально-трудових відносин. У сучасних умовах, коли національний ринок орієнтований на гнучкість, швидкість і адаптивність до змін попиту, впровадження інноваційних стратегій набуває особливої ваги у забезпеченні конкурентоспроможності, зайнятості та соціальної стабільності.

Цифрова економіка передбачає перехід до багатоканального середовища, що поєднує фізичні та цифрові формати взаємодії із споживачами. Впровадження таких технологій, як штучний інтелект, великі дані, блокчейн, автоматизована логістика та фінансові інновації, створює нові можливості для бізнесу, що прагне не лише до підвищення ефективності, а й до формування відповідального підходу до праці та споживання. Зокрема, омніканальні стратегії забезпечують цілісність клієнтського досвіду, а фінансові технології, як-от BNPL (buy now, pay later), сприяють зростанню доступності товарів і формуванню нових моделей поведінки споживачів.

Водночас процес цифрової трансформації рітейлу супроводжується соціально значущими викликами, серед яких — необхідність перекваліфікації кадрів, адаптація трудових колективів до нових технологічних реалій, підвищення ризиків цифрової нерівності та кіберзагроз. Це вимагає комплексного підходу до формування цифрових стратегій, у тому числі через інструменти державної політики, що передбачають створення сприятливого регуляторного середовища, стимулювання інновацій, розширення доступу до цифрової освіти та забезпечення соціального діалогу.

Для України цифровізація рітейлу має не лише економічний, а й соціальний вимір. Вона виступає ключовим елементом стратегічного реагування на глобальні виклики, включно з воєнними загрозами, і створює основу для посилення економічної безпеки, модернізації ринку праці, підвищення якості життя населення та інтеграції національної економіки у глобальний простір. Важливе значення при цьому набуває розвиток цифрових платформ, автоматизованих процесів, впровадження штучного інтелекту та вдосконалення фінансових механізмів, що сприяють стійкості й інклюзивності соціально-економічного розвитку.

Наукову увагу до трансформацій у сфері рітейлу приділяли такі дослідники, як Акімова Н., Боліла С., Вишнюк В., Калинин І., Касиць А., Козицька Г., Крупка А., Кузьмук І., Мироненко А., Наумова Т., Осіпова А., Прокопенко С., Суслова Т., Тітаков І. та інші.

Метою дослідження є аналіз інноваційних стратегій розвитку рітейлу в контексті цифрової трансформації, оцінка їх впливу на ефективність функціонування підприємств, соціально-трудові відносини та визначення ключових викликів і перспектив впровадження цифрових технологій у роздрібній торгівлі. У фокусі уваги — омніканальність, автоматизація, персоналізація, фінансові інновації та соціальна відповідальність як ключові вектори формування сучасної економіки праці в цифрову епоху.

Результати

Цифрова трансформація докорінно змінює економічну природу рітейлу, зумовлюючи еволюцію бізнес-моделей, методів взаємодії зі споживачами та стратегій управління товарообігом. У сучасних умовах, коли глобальна конкуренція, зміна споживчих пріоритетів і технологічний прогрес стають визначальними чинниками ринку, роздрібна торгівля вже не може функціонувати в традиційному форматі. Відбувається її трансформація завдяки впровадженню передових цифрових рішень, що забезпечують гнучкість, оперативність і високу ефективність комерційної діяльності. Водночас, такий перехід супроводжується новими викликами, пов’язаними з адаптацією бізнес-процесів, необхідністю значних інвестицій у технології та підготовкою персоналу до роботи в цифровому середовищі.

Сутність цифрової трансформації рітейлу полягає не лише в автоматизації окремих операцій, а й у цілісному переосмисленні підходів до ведення бізнесу. Інтеграція штучного інтелекту, аналіз великих даних, омніканальні платформи продажу, технології розширеної реальності та блокчейн формують нові можливості для рітейлерів, які прагнуть забезпечити конкурентоспроможність у динамічному середовищі. Важливу роль у цьому процесі відіграє персоналізація взаємодії зі споживачем, що стає можливою завдяки аналізу поведінкових моделей клієнтів та прогнозуванню їхніх потреб у режимі реального часу. Саме завдяки такому підходу роздрібна торгівля перестає бути суто транзакційною діяльністю, набуваючи рис адаптивної та інноваційної екосистеми.

Цифрова трансформація є невід’ємним процесом модернізації економічних систем, що передбачає глибоке впровадження інформаційних технологій у всі сфери господарської діяльності. Йдеться не просто про автоматизацію окремих бізнес-процесів, а про докорінну зміну підходів до управління ресурсами, організації виробництва та взаємодії зі споживачами. У сучасних умовах, коли глобальна економіка

характеризується високою динамічністю, цифрова трансформація виступає визначальним фактором забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, сприяючи підвищенню продуктивності праці, оптимізації витрат і розвитку інноваційних бізнес-моделей.

Впровадження цифрових технологій у підприємницьку діяльність створює передумови для підвищення рівня прозорості економічних відносин, скорочення трансакційних витрат, оптимізації фінансових потоків та покращення якості управлінських рішень. Особливого значення цей процес набуває для сфери рітейлу, яка є однією з найбільш динамічних та технологічно чутливих галузей економіки. Оцифрування бізнесу сприяє інтеграції онлайн- та офлайн-торгівлі, персоналізації маркетингових стратегій, автоматизації ланцюгів постачання та використанню новітніх аналітичних інструментів для прогнозування споживчого попиту [1].

Для України, яка перебуває в стані відсічі воєнній агресії рф, цифрова трансформація економіки та рітейлу зокрема є ключовою умовою збереження економічної стійкості та адаптації до нових викликів. Впровадження цифрових платформ у сфері торгівлі не лише сприяє її ефективності, а й забезпечує розвиток малого та середнього бізнесу, що є основою економічного відновлення держави. Таким чином, цифрова трансформація формує новий економічний ландшафт, в якому підприємства змушені швидко адаптуватися до технологічних змін, інвестувати в інновації та розвивати цифрову грамотність персоналу.

Сучасний розвиток рітейлу неможливий без інтеграції цифрових технологій, що докорінно змінюють способи ведення бізнесу, оптимізують логістичні процеси та вдосконалюють взаємодію зі споживачем. Серед ключових трендів цифровізації виділяються автоматизація процесів, використання штучного інтелекту та аналіз великих даних, що дають можливість підприємствам забезпечити гнучкість та конкурентні переваги в умовах високої волатильності ринку.

Автоматизація бізнес-процесів у рітейлі охоплює широкий спектр технологічних рішень, починаючи від впровадження роботизованих складів і самостійних касових систем до застосування електронних платформ для управління товарними залишками та формування асортименту. Одним із перспективних напрямків є впровадження інтелектуальних систем аналізу попиту, що дозволяють прогнозувати потреби покупців на основі історичних даних та поточних ринкових тенденцій [2].

Штучний інтелект відіграє все більшу роль у розвитку роздрібної торгівлі, зокрема через автоматизацію обробки клієнтських запитів, персоналізацію комунікацій та впровадження адаптивного ціноутворення. Від алгоритмів рекомендацій, які аналізують уподобання споживачів, до чат-ботів, що забезпечують оперативну комунікацію та підтримку клієнтів, штучний інтелект дозволяє значно підвищити рівень обслуговування та спростити доступ до товарів і послуг [3].

Великі дані є ще одним критично важливим компонентом цифрової трансформації рітейлу. Завдяки аналітиці, що базується на обробці масштабних масивів інформації, підприємства отримують змогу детально вивчати поведінку споживачів, сегментувати аудиторію за ключовими параметрами та розробляти індивідуалізовані стратегії продажів. Такий підхід дозволяє не лише підвищувати ефективність маркетингових кампаній, а й оперативно реагувати на зміни в структурі попиту, що особливо важливо в періоди економічної нестабільності.

У контексті української економіки цифровізація рітейлу є не лише інструментом підвищення конкурентоспроможності, а й засобом посилення економічної безпеки держави. Використання технологій автоматизації, штучного інтелекту та великих даних дозволяє мінімізувати вплив кризових явищ, забезпечуючи безперебійність комерційних процесів навіть в умовах воєнного стану. Відтак, цифрова трансформація

рітейлу є не лише технологічною необхідністю, а й стратегічним напрямом економічного розвитку України в сучасних реаліях.

Динаміка розвитку рітейлу в умовах цифрової економіки демонструє перехід від традиційних офлайн-магазинів до багатоканальних і повністю автоматизованих моделей, що забезпечують персоналізований споживчий досвід та гнучке управління бізнес-процесами. У Таблиці 1 представлено ключові етапи еволюції бізнес-моделей у сфері роздрібної торгівлі під впливом цифрових технологій, їхні характеристики, основні переваги та виклики, з якими стикаються підприємства в процесі цифрової трансформації.

Таблиця 1

Еволюція бізнес-моделей у сфері роздрібної торгівлі під впливом цифрових технологій

Етап еволюції	Основні характеристики	Ключові технології	Переваги	Виклики
Традиційний роздріб	Фізичні магазини, обмежені години роботи, відсутність цифрової взаємодії	Касові апарати, стандартні системи обліку	Безпосередній контакт із клієнтами, можливість фізичної оцінки товару	Обмежена аудиторія, залежність від географічного розташування
Електронна комерція	Інтернет-магазини, онлайн-платежі, цифровий каталог товарів, логістичні виклики	Електронна комерція, онлайн-платежі, системи керування контентом (CMS)	Доступність товарів 24/7, скорочення витрат на утримання магазинів	Проблеми з довірою клієнтів, логістичні труднощі, кібератаки
Омніканальний рітейл	Інтеграція онлайн- і офлайн-продажів, використання мобільних додатків, персоналізований підхід	Омніканальні платформи, мобільні додатки, CRM-системи	Гнучкість взаємодії зі споживачем, адаптація до різних каналів продажу	Необхідність значних інвестицій, складність інтеграції каналів
Цифровий рітейл з використанням ШІ та великих даних	Використання штучного інтелекту для аналізу попиту, рекомендацій, автоматизації процесів	Штучний інтелект, великі дані, персоналізовані маркетингові алгоритми	Підвищення ефективності бізнесу, оптимізація запасів, персоналізація	Залежність від якості даних, високі витрати на впровадження технологій
Автономний та безконтактний рітейл	Розвиток автономних магазинів без касирів, розширенареальність, повна автоматизація закупівель	Автономні магазини, біометрична ідентифікація, блокчейн, автоматичні склади	Швидкість обслуговування, мінімізація людського фактора, зниження операційних витрат	Етичні та правові аспекти автоматизації, необхідність кібербезпеки

Узагальнено авторами [3-9]

У таблиці відображено ключові тенденції еволюції бізнес-моделей у роздрібній торгівлі та підкреслено роль цифрових технологій у їх трансформації.

Стрімкий розвиток цифрових технологій зумовлює трансформаційні зміни у сфері роздрібної торгівлі, які не лише підвищують ефективність бізнес-процесів, а й формують нові підходи до управління комерційною діяльністю. У сучасних умовах конкурентоспроможність ритейлерів дедалі більше визначається здатністю інтегрувати передові технології, адаптуватися до змін споживчих вподобань та розвивати інноваційні бізнес-моделі.

Цифрова економіка, яка ґрунтується на принципах автоматизації, персоналізації та мобільності, створює передумови для розвитку ритейлу на основі багатоканальних продажів, аналізу великих даних, штучного інтелекту та фінансових технологій. Підприємства, що застосовують цифрові інструменти для прогнозування попиту, оптимізації логістичних процесів і персоналізації маркетингових комунікацій, отримують значні конкурентні переваги. Водночас, трансформація ритейлу відбувається в умовах глобальних економічних змін, викликаних не лише технологічним прогресом, а й кризовими явищами, зокрема наслідками воєнної агресії рф проти України. У таких умовах бізнес має не лише ефективно використовувати цифрові технології, а й розробляти стратегії адаптації до нестабільного середовища.

Розвиток ритейлу у цифрову епоху базується на кількох ключових напрямах, що охоплюють впровадження омніканальних моделей продажу, використання штучного інтелекту для автоматизації взаємодії зі споживачами, розвиток безконтактних сервісів та впровадження екологічно орієнтованих ініціатив. Ефективність цих підходів визначається здатністю бізнесу не лише технологічно модернізувати свої процеси, а й формувати нові стандарти взаємодії з клієнтами та партнерами.

Сучасний ритейл орієнтується на забезпечення максимальної зручності для споживачів шляхом інтеграції онлайн- і офлайн-торгівлі, що стало можливим завдяки розвитку омніканальних бізнес-моделей. Омніканальність передбачає створення єдиного цифрового простору, в якому покупці можуть вільно переміщуватися між різними каналами взаємодії з брендом, отримуючи однаковий рівень сервісу незалежно від обраного способу комунікації [5].

Український ринок ритейлу в умовах війни адаптується до нових реалій через посилення ролі омніканальних платформ, що забезпечують безперебійність торговельних операцій. Цифрова інтеграція дозволяє бізнесу зберігати гнучкість у критичних умовах, мінімізуючи ризики, пов’язані з фізичною дистрибуцією. Впровадження таких стратегій є запорукою економічної стійкості національного ритейлу, підвищення його конкурентоспроможності на глобальному ринку та ефективної адаптації до сучасних вимог споживачів [10].

Цифрова трансформація ритейлу неможлива без широкомасштабного застосування штучного інтелекту та технологій аналізу великих даних, які дозволяють персоналізувати пропозиції, прогнозувати споживчий попит та оптимізувати управління товарними запасами. У сучасних умовах, коли конкурентна боротьба на ринку загострюється, підприємства, що впроваджують інтелектуальні алгоритми аналізу даних, отримують значні переваги, пов’язані зі скороченням витрат, підвищенням ефективності маркетингових кампаній і точним визначенням потреб споживачів.

Не менш важливим напрямом є прогнозування попиту, що здійснюється на основі аналізу історичних даних, сезонних трендів, поведінкових факторів та макроекономічних змін. Завдяки таким підходам підприємства можуть завчасно коригувати виробничі та логістичні процеси, запобігаючи дефіциту або надлишку товарів. Оптимізація запасів також є критично важливим завданням, адже дозволяє

ефективно управляти складськими ресурсами, знижуючи витрати на зберігання та транспортування.

Використання штучного інтелекту у сфері рітейлу в Україні відкриває перспективи для розвитку високотехнологічних бізнес-моделей, що можуть адаптуватися до змінних ринкових умов. В умовах війни, коли стабільність ланцюгів постачання є стратегічним викликом, застосування інтелектуальних технологій дозволяє забезпечити максимальну ефективність комерційної діяльності, підвищуючи стійкість підприємств до зовнішніх ризиків.

Автоматизація торговельних процесів є одним із ключових трендів цифрової економіки, що дозволяє рітейлерам оптимізувати операційні витрати, підвищити якість обслуговування клієнтів і забезпечити гнучкість логістичних механізмів. Впровадження роботизованих технологій у сфері торгівлі включає розширення використання безконтактних магазинів, інтеграцію розумних касових систем та автоматизацію складських процесів.

Іншою важливою складовою автоматизації є використання розумних кас, що працюють на основі комп'ютерного зору, технологій NFC-оплати та біометричної ідентифікації клієнтів. Такі дії не лише прискорюють процес розрахунку, а й сприяє підвищенню безпеки фінансових операцій, мінімізуючи ризики шахрайства [11].

Автоматизовані склади та логістичні центри є ще одним важливим напрямом роботизації рітейлу. Використання роботизованих комплексів для сортування, пакування та транспортування товарів дозволяє значно скоротити час виконання замовлень, зменшити операційні витрати та мінімізувати ризики людських помилок. Завдяки інтеграції таких систем підприємства можуть забезпечити високу швидкість обробки замовлень навіть у пікові періоди.

Фінансові технології відіграють ключову роль у цифровій трансформації рітейлу, сприяючи підвищенню зручності платежів, прозорості фінансових операцій і зниженню бар'єрів доступу до товарів. Активний розвиток цифрових платежів, включно з безконтактними транзакціями, мобільними гаманцями та криптовалютними розрахунками, дозволяє рітейлерам адаптуватися до нових споживчих звичок [10].

Екологічна та соціальна відповідальність стають невід'ємною складовою інноваційних стратегій рітейлу, формуючи нові стандарти ведення бізнесу. Впровадження сталого розвитку, що включає мінімізацію вуглецевого сліду, використання екологічно чистих пакувальних матеріалів та енергозберігаючих технологій, сприяє підвищенню довіри споживачів і зміцненню репутації брендів. У сучасному рітейлі все більша увага приділяється етичному споживчому вибору, який передбачає підтримку локальних виробників, відповідальне споживання та врахування соціальних аспектів виробництва. Такий підхід не лише відповідає глобальним викликам, а й відкриває нові можливості для українських підприємств, орієнтованих на інтеграцію до світових ринків.

Впровадження цифрових технологій у рітейлі супроводжується низкою бар'єрів, що уповільнюють трансформаційні процеси. Технологічні обмеження пов'язані з високими вимогами до IT-інфраструктури, кібербезпеки та інтеграції різних цифрових платформ. Фінансові виклики включають значні капіталовкладення у впровадження інноваційних рішень, окупність яких не завжди є швидкою. Регуляторні аспекти охоплюють питання захисту персональних даних, податкової політики та правового регулювання електронної комерції, що потребує адаптації нормативної бази до динамічних змін ринку.

Державна політика відіграє критичну роль у цифровізації рітейлу, створюючи сприятливі умови для бізнесу через підтримку інноваційних ініціатив, податкові стимули для цифрових компаній та розвиток цифрової грамотності підприємців. Забезпечення доступу до фінансових ресурсів, розширення цифрової інфраструктури та

впровадження нормативної бази для роботи цифрових платформ є ключовими аспектами, що сприяють зростанню цифрової економіки.

Висновки

Цифрова трансформація рітейлу постає незворотним процесом, що глибоко впливає не лише на бізнес-моделі, але й на організацію праці, структуру зайнятості, соціальні стандарти та інститути економіки праці. У нових умовах конкурентоспроможність суб'єктів роздрібної торгівлі дедалі більше визначається їхньою спроможністю інтегрувати цифрові технології, формувати інноваційно активне трудове середовище, адаптувати соціально-трудові відносини до викликів діджиталізації.

Проаналізовані тенденції цифровізації рітейлу засвідчують його високий потенціал як інструмента підвищення продуктивності праці, гнучкості робочих процесів, персоналізації споживчого досвіду та формування інклюзивних ринкових практик. Впровадження омніканальних стратегій, інтелектуальних систем прогнозування попиту, автоматизації логістичних рішень і фінансових інновацій сприяє не лише оптимізації бізнес-процесів, а й створенню нових можливостей для підвищення рівня зайнятості, мобільності працівників і доступу до якісної праці. Розвиток блокчейн-рішень у ланцюгах постачання та інструментів BNPL дозволяє забезпечити більшу прозорість економічної взаємодії та розширити соціально прийнятні форми споживання.

Водночас цифровізація супроводжується системними бар'єрами, серед яких – технологічна нерівність, обмежений доступ до фінансування інновацій, нормативні виклики та ризики цифрової безпеки. Висока вартість модернізації, необхідність оновлення кадрового потенціалу та адаптації трудових колективів до нових умов висувають потребу у стратегічному державному втручанні. Створення стимулюючого нормативно-правового середовища, підтримка перекваліфікації кадрів, розвиток інфраструктури цифрової освіти та соціального партнерства є ключовими умовами забезпечення ефективного впровадження цифрових стратегій.

Подальший розвиток рітейлу в Україні залежатиме від здатності підприємств інтегрувати цифрові підходи у соціально орієнтовану модель ведення бізнесу. Масштабування технологічних рішень, інтеграція до міжнародних ланцюгів доданої вартості, формування стійких інституцій зайнятості та підвищення якості праці створюють підґрунтя для сталого економічного розвитку. В умовах війни та зростання системних ризиків цифрові технології виступають важливим чинником економічної безпеки, соціальної згуртованості та модернізації трудового потенціалу національної економіки.

Список використаних джерел

1. Наумова, Т., & Акімова, Н. (2024). Імперативи розвитку мережевого ритейлу в умовах цифрової трансформації економіки. https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/50017/1/S_IMPERATYVY%20ROZVYTKU_273-275.pdf
2. Боліла, С. Ю. (2024). Інноваційні підходи та новітні технології в вирішенні завдань в сфері ритейлу як чинник досягнення конкурентних переваг. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (20), 51-60. http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/download/513/480
3. Прокопенко, С. М., & Суслова, Т. О. (2023). Цифрова трансформація ритейлу: сучасний стан та повоєнні перспективи. https://dspace.khadi.kharkov.ua/bitstreams/626e36e2-57c4-4e7d-9fdc-3ef9a1dca997/download

4. Мироненко, А. О. (2024). Розвиток ритейлу в Україні та світі (Bachelor's thesis, Волинський національний університет імені Лесі Українки). https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/24491/1/Myronenko%20A_2024.pdf
5. Боліла, С. Ю. (2024). Інноваційні підходи та новітні технології в вирішенні завдань в сфері ритейлу як чинник досягнення конкурентних переваг. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (20), 51-60. http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/download/513/480
6. Тітаков, І. О. (2024, November). Цифрова трансформація: як вона змінює управління роздрібною торгівлею та поведінку споживачів. In The 11th International scientific and practical conference “Modern generation: current problems, experience, development prospects”(November 12–15, 2024) Seville, Spain. International Science Group. 2024. 415 p. (p. 219). https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2024/11/MODERN-GENERATION-CURRENT-PROBLEMS-EXPERIENCE-DEVELOPMENT-PROSPECTS.pdf#page=220
7. Козицька, Г. В., & Козицкая, Г. В. (2021). Тенденції та прогнозування розвитку електронної торгівлі в Україні. http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/33_2021/18.pdf
8. Kasych, A. O. (2024). Тенденції та моделі розвитку електронної торгівлі в умовах цифрової економіки. Problemy Ekonomiky, (2), 74-82. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2024-2_0-pages-74_82.pdf
9. Кузьмук, І. Я., Осіпова, А. А., & Вишнюк, В. В. (2024). Адаптація бізнес-моделей до вимог цифрової економіки. Академічні візії, (32). https://academy-vision.org/index.php/av/article/download/1151/1021
10. Kalinin, I. Y. Види цифрового бізнесу у сфері рітейлу types of digital business in retail. https://economics.net.ua/en/ejopu/2024/No1/75.pdf
11. Крупка, А. В. (2024). Цифровий маркетинг та штучний інтелект: інструменти та особливості використання. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/96137/1/Krupka_bac_rob.pdf.pdf
12. Янковська, Л. А., Сапек, А. Я., Мирончук, Н. М., Ковальчук, С. О., Рахлецький, Ю. І., Мацієвський, А. Є., & Іоніцой, О.- А. В. (2023). ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СОЦІАЛЬНІЙ І РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права, (39), 609-616. Retrieved із https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1256
13. Янковська, Л., Семчук, Ж., & Євстахевич, А. Л. (2020). ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*, *24*, 86-94. Retrieved із https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/243
14. Янковська, Л., Сопільник, Р., & Роман, Л. П. (2019). Сценарії та моделі реінтеграції трудових мігрантів в Україні. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*, *23*, 95-100. Retrieved із https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/204