

*Свинаренко Т.І.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва,
Гаврікова А.В.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва,
Донбаська державна машинобудівна академія*

КЛЮЧОВІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Актуальність даного дослідження зумовлена динамічною трансформацією роздрібною торгівлі як на глобальному, так і на національному рівні. Глибокі трансформаційні процеси, пов'язані з цифровізацією економіки та глобалізацією ринків, зміною поведінки споживачів та структури споживчого попиту, зміною традиційних бізнес-моделей, каналів взаємодії з клієнтами та логістичних процесів. Ритейл, як одна з найбільш чутливих до змін галузей економіки, активно реагує на ці виклики, адаптуючи свою діяльність до цифрових технологій і нових очікувань споживачів.

У сучасній науковій літературі ритейл вже трактується не лише як форма кінцевого продажу товарів і послуг споживачеві, а як комплексна економічна діяльність, що реалізується через різні канали дистрибуції – від фізичних магазинів до цифрових платформ, як стратегія, що дозволяє оптимізувати витрати й формувати конкурентну ціну [3].

Аналіз міжнародних трендів розвитку ритейлу доводить про те, що цифрова трансформація роздрібного ритейлу становить один з ключових напрямків його розвитку. Сьогодні спостерігається стійке зростання обсягів електронної комерції, зокрема, розвиток четвертого покоління Q-commerce. Лідером у світовій роздрібній торгівлі є Азійсько-Тихоокеанський регіон, який контролює значну частку глобального товарообігу, а його частка на ринку електронної комерції у 2026 р. може сягнути 50% [3].

Ритейл в Україні адаптується до нових умов та викликів, демонструючи позитивну динаміку розвитку. Ключовими напрямками його розвитку є: цифровізація, омніканальність, використання штучного інтелекту, ESG-орієнтація та інноваційні торговельні формати (рис.1).

Цифровізація забезпечує автоматизацію операцій, підвищення точності прогнозування попиту та оптимізацію витрат.



Рис 1. Основні тренди розвитку ритейлу в умовах трансформаційної економіки
 Складено авторами. Джерело: [2, 3].

Оmnіканальність є ключовим напрямом розвитку ритейлу, що передбачає інтеграцію різних каналів взаємодії зі споживачем. Сучасні ритейлери активно впроваджують оmnіканальні стратегії, що поєднують онлайн- і офлайн-торгівлю, та сприяють підвищенню лояльності клієнтів та збільшенню обсягів продажу.

Використання штучного інтелекту дозволяє автоматизувати процеси обслуговування клієнтів, прогнозувати попит та оптимізувати асортимент, що сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств і зниженню витрат.

ESG-орієнтація бізнесу передбачає екологічну та соціальну відповідальність торговельних підприємств, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності та стійкості бізнесу [3].

Окрему увагу приділимо інноваційним форматам ритейлу (smart-ритейл), які є результатом цифрової трансформації роздрібної торгівлі та базуються на інтеграції технологій штучного інтелекту, Інтернету речей (IoT), комп'ютерного зору, RFID та великих даних (Big Data). Такі магазини забезпечують процес покупки без участі касира, де ідентифікація товарів і клієнтів відбувається автоматично. Для України такий формат набуває актуальності у зв'язку зі зменшенням кількості працівників через мобілізацію та виїздом за кордон через повномасштабне вторгнення. В умовах проблем з кадрами традиційні бізнес-моделі у роздрібній торгівлі можуть бути неефективними. У той же час, безкасові магазини, автоматизовані склади та безпілотні транспортні засоби стають нормою у ритейлі зарубіжних країн та засвідчують ефективність і перспективність їх використання [2].

Економічна ефективність автономних магазинів виявляється у зменшенні витрат на персонал, що є одним із ключових драйверів їх впровадження, а автоматизація операційних процесів сприяє підвищенню маржинальності торговельного бізнесу. Smart-вендінг, як автоматизована торгівля нового покоління, що використовує ШІ, неймережі та безготівкові платежі, формує нові бізнес-моделі: магазини без персоналу, мікрмаркети в офісах і житлових

комплексах, які швидко масштабуються та підвищують якість обслуговування споживачів завдяки відсутності черг та доступності 24/7, що відповідає сучасним очікуванням споживачів щодо зручності та швидкості сервісу. Використання Big Data дозволяє аналізувати поведінку покупців, прогнозувати попит та, навіть, формувати персоналізовані пропозиції [1].

Однак, треба визнати, що практичне запровадження smart-ритейлу пов'язано з деякими ризиками та проблемами.

По – перше, впровадження smart-магазинів базується на зборі великих обсягів даних про клієнтів, що створює ризики кіберзагроз та витоку даних. Тому одним з ключових бар'єрів є – проблема безпеки IoT-середовища.

По – друге, в Україні розвиток smart-ритейлу стримується недостатнім рівнем розвитку цифрової інфраструктури, нестабільністю енергопостачання та відсутністю чітких норм правового регулювання, що створює поведінкові бар'єри споживачів, а саме: частина споживачів не довіряє автоматизованим системам (або має низький рівень цифрової грамотності) і віддає перевагу традиційному обслуговуванню.

По – третє, впровадження систем комп'ютерного зору, сенсорів та IoT пов'язані з вирішенням складних завдань щодо точності розпізнавання товарів, синхронізації різних сенсорів, масштабованості інфраструктури та потребує значних інвестицій [1].

Отже, трансформаційні процеси є важливим етапом еволюції сучасного ритейлу, що забезпечують підвищення ефективності бізнесу та трансформацію клієнтського досвіду. Водночас їх розвиток супроводжується низкою системних проблем технологічного, економічного, соціального та регуляторного характеру, які потребують інвестицій у цифрову інфраструктуру, вдосконалення нормативної бази, підвищення цифрової грамотності населення та адаптації міжнародного досвіду до реалій в Україні.

Список використаних джерел:

1. Автономні смарتماгазини – революція в сфері ритейлу. TradeMaster. 2023. URL: <https://trademaster.ua/innovatsii-v-riteyle/313683>
2. Основні тренди ритейлу на 2025 рік URL: <https://surl.lt/uitofx>
3. Пуна О. О. Динаміка та структурні зміни у сфері ритейлу в Україні в контексті цифровізації. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2025. Випуск 45. С. 716-724. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17952813>