

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2026-59-99>

УДК 339.138:004.738.5:336.7:338.24

Пилипенко Соломія Миколаївна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1145-5663>

Кишин Оксана Василівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9303-3320>

Гелей Людмила Олегівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва,
Львівська філія Приватного вищого навчального закладу
«Європейський університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4564-5374>

Solomiia Pylypenko, Oksana Kylyn

Ivan Franko National University of Lviv

Liudmyla Heley

Lviv Branch of Private Higher Education Establishment "European University"

**ЦИФРОВІЗАЦІЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ:
РОЛЬ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДЕРЖАВНОЇ
ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ**

**DIGITALIZATION OF MERCHANDISING:
THE ROLE OF FINANCIAL TECHNOLOGIES IN SHAPING
EFFECTIVE STATE POLICY FOR BUSINESS SUPPORT**

Анотація. У статті досліджено особливості цифровізації мерчандайзингу в умовах розвитку цифрової економіки та визначено роль фінансових технологій у трансформації бізнес-процесів роздрібною торгівлі. Розкрито сутність цифрового мерчандайзингу як системи управління взаємодією між товаром, торговим середовищем і споживачем на основі даних. Проаналізовано ключові інструменти фінтеху, зокрема електронні платежі, аналітичні системи, цифрові каси та технології Big Data і штучного інтелекту. Обґрунтовано вплив фінансових технологій на підвищення ефективності управління асортиментом, персоналізацію пропозицій і забезпечення прозорості фінансових потоків. Визначено роль держави у формуванні ефективної політики підтримки бізнесу, розвитку цифрової інфраструктури та вдосконаленні регуляторного середовища.

Ключові слова: цифровізація, мерчандайзинг, роздрібна торгівля, управління асортиментом, фінансові технології (FinTech), фінтех-рішення, державна політика, підтримка бізнесу, державне регулювання, електронні платежі, Big Data, дані.

Summary. The article investigates digital merchandising as a key component of business digitalization in the retail trade sector in the context of the digital economy development. Merchandising is considered as a comprehensive system of assortment management, product placement, and influence on consumer behavior, which is undergoing significant transformation due to the integration of modern digital technologies. The study substantiates the importance of digital merchandising as an effective management tool that enables data-driven decision-making and improves the adaptability of business processes to dynamic market conditions. Particular attention is paid to the role of financial technologies (FinTech) as a driver of innovation in merchandising. The use of electronic payments, digital wallets, data analytics systems, Big Data, and artificial intelligence is analyzed as key instruments that ensure automation of operations, optimization of assortment management, and enhancement

of product placement strategies. It is determined that the implementation of FinTech solutions contributes to the personalization of consumer offers, improves consumer behavior patterns, and increases overall sales efficiency. The research demonstrates that business digitalization leads to greater business transparency, reduction of transaction costs, and improvement of financial flow control. The role of public policy, government regulation, and tax policy in creating favorable conditions for business support and digital transformation is also examined. It is emphasized that effective government support and regulatory mechanisms facilitate the development of digital infrastructure, stimulate innovation activity, and ensure sustainable growth of the digital economy. The interaction between the state, business, and the FinTech sector is identified as a fundamental factor in building an integrated digital ecosystem. The findings confirm that the integration of digital technologies into merchandising processes enhances competitiveness, strengthens business resilience, and contributes to the formation of a transparent and efficient business environment.

Keywords: digitalization, merchandising, retail trade, assortment management, financial technologies (FinTech), fintech solutions, public policy, business support, state regulation, electronic payments, Big Data, data.

Постановка проблеми. У сучасних умовах становлення цифрової економіки відбувається глибока трансформація бізнес-процесів, зокрема у сфері роздрібної торгівлі. Одним із ключових напрямів таких змін є цифровізація мерчандайзингу, яка передбачає інтеграцію інноваційних технологій у процеси управління товарним асортиментом, викладкою продукції та взаємодією зі споживачем. Особливого значення в цьому контексті набувають фінансові технології (FinTech), що забезпечують автоматизацію платіжних операцій, обробку великих обсягів даних і підвищення прозорості бізнесу.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю адаптації суб'єктів господарювання до умов цифрового середовища, а також зростанням ролі держави у формуванні ефективної політики підтримки бізнесу. Впровадження фінтех-рішень у мерчандайзинг не лише підвищує ефективність комерційної діяльності, але й створює нові можливості для державного регулювання, зокрема у сфері контролю фінансових потоків, детінізації економіки та стимулювання інновацій.

Зв'язок між мерчандайзингом, фінансовими технологіями та державною політикою проявляється через формування єдиного цифрового середовища, у якому бізнес отримує доступ до сучасних інструментів управління, а держава – до механізмів моніторингу та підтримки економічної активності. Така взаємодія сприяє підвищенню прозорості ринку, оптимізації податкового адміністрування та розвитку конкурентного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що питання цифровізації бізнесу, розвитку фінансових технологій та державного регулювання економіки є предметом наукових розвідок вітчизняних учених, зокрема Андросової О. [1], Данкевича Є., Данкевича В. [2], 3. Паславської Р. [3], Лазебник В. [4], Науменка М. [5], Станкевич І., Сакун Г. [8], Шевченко О., Рудич Л. [9], Шкарлета С., Дубини М., Жук О. [10]. Водночас недостатньо дослідженим залишається комплексний вплив фінтех-рішень на мерчандайзинг у контексті формування ефективної державної політики підтримки бізнесу, що зумовлює необхідність подальших наукових пошуків.

Метою статті є дослідження ролі фінансових технологій у цифровізації мерчандайзингу та визначення їх значення у формуванні ефективної державної політики підтримки бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах розвитку цифрової економіки мерчандайзинг трансформується з інструменту організації викладки товарів у комплексну систему управління взаємодією між товаром, торговим середовищем і споживачем. Традиційні підходи до мерчандайзингу доповнюються цифровими рішеннями, що дозволяє підвищити ефективність продажів та адаптувати бізнес до динамічних ринкових змін.

Сутність мерчандайзингу полягає у цілеспрямованому впливі на поведінку споживачів шляхом оптимального представлення товарів у місцях продажу. У сучасній економіці його функції значно розширюються та включають не лише організацію торгового простору, але й аналітику продажів, управління асортиментом, формування попиту та підвищення лояльності клієнтів [4]. До основних функцій мерчандайзингу належать: планування викладки товарів, забезпечення їх доступності, контроль запасів, стимулювання імпульсних покупок та аналіз ефективності торгових рішень. В умовах цифровізації ці функції набувають нових форм реалізації завдяки використанню технологічних інструментів.

Поняття цифровізації бізнес-процесів охоплює впровадження цифрових технологій у всі аспекти діяльності підприємства з метою підвищення продуктивності, прозорості та конкурентоспроможності. Цифровізація передбачає автоматизацію операцій, використання даних для прийняття управлінських рішень, інтеграцію інформаційних систем та розвиток цифрових каналів взаємодії зі споживачами. У сфері мерчандайзингу це означає перехід від інтуїтивного управління до data-driven підходу, де ключову роль відіграють аналітичні інструменти.

Серед основних трендів цифрового мерчандайзингу варто виділити використання великих даних (Big Data), штучного інтелекту (Artificial Intelligence) та Інтернету речей (Internet of Things) [8, с. 237]. Технології Big Data дозволяють

обробляти значні обсяги інформації про поведінку споживачів, що сприяє точнішому прогнозуванню попиту та оптимізації асортименту. Штучний інтелект використовується для персоналізації пропозицій, автоматизації прийняття рішень щодо розміщення товарів і формування рекомендацій. Інтернет речей забезпечує моніторинг товарних запасів у режимі реального часу, використання «розумних полиць» і сенсорних технологій для аналізу взаємодії покупців із продукцією.

Вплив цифрових технологій на поведінку споживачів є одним із ключових аспектів цифровізації мерчандайзингу. Сучасний споживач стає більш поінформованим, вимогливим та орієнтованим на персоналізований досвід. Завдяки цифровим інструментам формується нова модель споживчої поведінки, що характеризується активним використанням мобільних пристроїв, онлайн-сервісів і безготівкових платежів. Крім того, цифрові технології сприяють зростанню ролі імпульсних покупок, які стимулюються через персоналізовані пропозиції, динамічне ціноутворення та інтерактивні формати взаємодії в торгових точках [4].

Таким чином, цифровізація мерчандайзингу є закономірним етапом розвитку роздрібною торгівлі, що базується на інтеграції сучасних технологій у процеси управління продажами. Вона створює передумови для підвищення ефективності бізнесу, покращення споживчого досвіду та формування нових підходів до взаємодії між державою, бізнесом і споживачами.

Важливим напрямом цифровізації, що впливає на розвиток мерчандайзингу, є фінансові технології, які виступають одним із ключових чинників трансформації бізнес-процесів у сфері роздрібною торгівлі. Їх впровадження сприяє підвищенню ефективності операційної діяльності підприємств, оптимізації взаємодії зі споживачами та формуванню нових підходів до організації мерчандайзингу.

Сутність фінансових технологій полягає у використанні інноваційних цифрових рішень

для надання фінансових послуг, обробки платежів, управління фінансовими потоками та аналізу даних. FinTech охоплює широкий спектр технологій, що інтегрують фінансову сферу з інформаційно-комунікаційними системами [10, с. 150]. У науковій літературі фінансові технології класифікують за різними ознаками, зокрема за функціональним призначенням (платіжні системи, кредитні платформи, інвестиційні сервіси), рівнем інноваційності (традиційні цифрові рішення та інноваційні технології) та сферою застосування (банківський сектор, торгівля, державні фінанси тощо) [9]. У контексті мерчандайзингу особливе значення мають платіжні та аналітичні фінтех-рішення.

У роздрібній торгівлі фінансові технології реалізуються через інструменти, які безпосередньо впливають на організацію торговельного процесу (рис. 1).

Одним із найбільш поширених напрямів є електронні платежі та мобільні гаманці, що забезпечують швидкість, зручність і безпеку розрахунків. Використання безготівкових форм оплати сприяє скороченню часу обслуговування покупців, підвищує рівень їх задоволеності та стимулює зростання обсягів продажів.

Важливу роль відіграють системи аналітики продажів, які дозволяють здійснювати збір, обробку та інтерпретацію даних про поведінку споживачів. Такі системи базуються на технологіях великих даних і забезпечують формування обґрунтованих управлінських рішень щодо оптимізації асортименту, розміщення товарів і ціноутворення. У результаті підприємства отримують можливість переходу до data-driven мерчандайзингу, що підвищує ефективність торговельної діяльності.

Окрему групу фінтех-інструментів становлять цифрові каси та POS-системи, які інтегрують функції обліку, контролю та аналізу фінансових операцій. Вони забезпечують автоматизацію розрахунків, фіксацію кожної транзакції та передачу

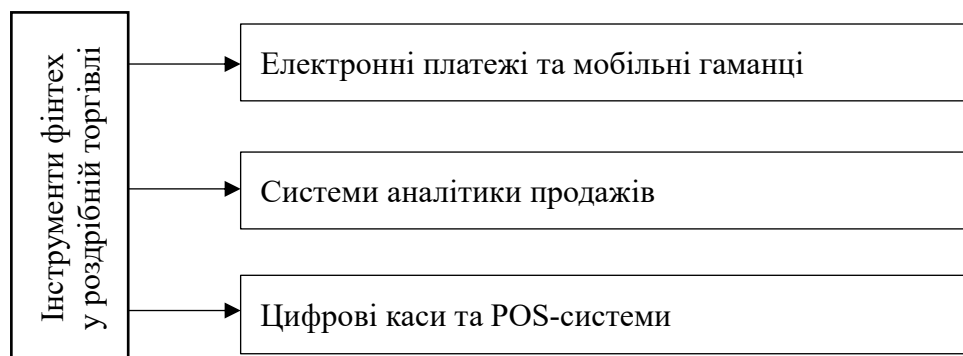


Рисунок 1 – Інструменти фінтех у роздрібній торгівлі

Джерело: сформовано на основі [5, с. 120; 6, с. 74; 11]

даних до відповідних інформаційних систем, у тому числі державних. Це дозволяє не лише оптимізувати внутрішні бізнес-процеси, але й підвищити рівень фінансової дисципліни.

Вплив фінтех-рішень на ефективність мерчандайзингу проявляється у кількох ключових аспектах (табл. 1). По-перше, підвищується точність планування асортименту та управління товарними запасами завдяки актуальним даним. По-друге, забезпечується персоналізація пропозицій, що сприяє зростанню лояльності клієнтів і збільшенню обсягів продажів. По-третє, знижується рівень операційних витрат за рахунок автоматизації процесів і скорочення людського фактора.

Крім того, впровадження фінансових технологій сприяє підвищенню прозорості бізнесу та ефективному контролю фінансових потоків. Завдяки цифровим платіжним інструментам і фіскалізованим системам обліку держава отримує можливість здійснювати моніторинг фінансової діяльності підприємств у режимі реального часу. Це сприяє детінізації економіки, зменшенню рівня ухилення від оподаткування та формуванню ефективнішої системи державного регулювання.

Отже, фінансові технології виступають потужним драйвером трансформації мерчандайзингу, забезпечуючи інтеграцію цифрових інструментів у процеси управління продажами та взаємодії зі споживачами. Їх використання створює передумови для підвищення ефективності бізнесу та формування прозорого економічного середовища, що є важливим елементом реалізації державної політики підтримки підприємництва.

У процесі цифрової трансформації економіки держава відіграє ключову роль як регулятор, координатор та стимулятор інноваційного розвитку бізнес-середовища. Особливо це проявляється у сфері цифровізації торгівлі та впровадження фінансових технологій, які безпосередньо впливають на ефективність мерчандайзингу. Державна політика в цьому контексті спрямована на формування сприятливих умов для розвитку цифрової інфраструктури, забезпечення прозорості економічних процесів та підтримку інноваційних підприємств.

Інструменти державного регулювання та підтримки цифровізації бізнесу включають нормативно-правові, економічні та інституційні меха-

нізми. До них належать законодавче забезпечення електронної комерції та платіжних систем, впровадження стандартів цифрової взаємодії між суб'єктами господарювання, а також створення програм фінансової та консультативної підтримки підприємств, що впроваджують інноваційні технології. Важливу роль відіграють також регуляторні органи, які забезпечують стабільність фінансової системи та контроль за дотриманням вимог у сфері цифрових платежів.

Нормативно-правова база у сфері фінтех і торгівлі в Україні формується на основі низки законодавчих актів, зокрема законів України «Про платіжні послуги», «Про електронну комерцію», «Про захист персональних даних», а також підзаконних актів Національного банку України. Ці документи регулюють порядок здійснення електронних платежів, діяльність платіжних систем, використання фінансових сервісів та забезпечення кібербезпеки. Вони створюють правові передумови для розвитку фінтех-індустрії та її інтеграції у сферу роздрібно торгівлі.

Окремим напрямом державної політики є розвиток цифрових ініціатив, зокрема електронного урядування (e-governance) та відкритих даних (open data) [2]. Ці інструменти забезпечують прозорість діяльності державних інституцій, спрощення адміністративних процедур та доступ бізнесу до інформації. У контексті цифровізації бізнесу такі ініціативи сприяють зменшенню бюрократичного навантаження, підвищенню ефективності взаємодії між державою та підприємницьким сектором, а також розвитку цифрової екосистеми в цілому. Важливим прикладом є запуск інформаційно-комунікаційної системи «Пульс», яка забезпечує цифрову взаємодію органів виконавчої влади з суб'єктами господарювання, збір та аналіз даних про проблеми бізнесу і використання їх для формування регуляторних рішень. Це доповнює політику відкритих даних та електронного урядування, створюючи новий канал комунікації між державою та бізнесом.

Важливе значення має податкова політика держави, яка може виступати як стимулюючим, так і стримуючим фактором цифровізації. Запровадження податкових пільг для інноваційних підприємств, підтримка стартапів і спрощені режими оподаткування для малого та середнього бізнесу

Таблиця 1 – Вплив фінансових технологій на ефективність мерчандайзингу

Напрямок впливу	Інструменти FinTech	Результат для бізнесу
Аналітика	Big Data, AI	Точніше прогнозування
Персоналізація	Алгоритми рекомендацій	Зростання продажів
Автоматизація	POS, цифрові каси	Зниження витрат
Платежі	E-wallets	Швидкість обслуговування
Контроль	Фіскальні системи	Прозорість

Джерело: сформовано авторами самостійно

сприяють впровадженню фінтех-рішень. Водночас удосконалення податкового адміністрування через цифрові інструменти (електронна звітність, автоматизований контроль операцій) підвищує прозорість економіки та зменшує частку тіньового сектору [3, с. 16].

Попри значні досягнення, процес цифровізації бізнесу в Україні супроводжується низкою проблем і бар'єрів. Серед них можна виділити регуляторні обмеження, які іноді не встигають за темпами технологічного розвитку; технологічні виклики, пов'язані з недостатнім рівнем цифрової інфраструктури; а також інституційні проблеми, що включають фрагментарність державної політики та недостатню координацію між органами влади. Додатковими перешкодами є низький рівень цифрової грамотності частини підприємців та ризики кібербезпеки [1, с.12].

Загалом роль держави у стимулюванні цифровізації бізнесу є визначальною, оскільки саме вона формує нормативно-правові та економічні умови розвитку фінтеху і цифрового мерчандайзингу. Ефективна державна політика у цій сфері дозволяє забезпечити баланс між інноваційним розвитком бізнесу, захистом споживачів і стабільністю фінансової системи.

У сучасних умовах цифрової трансформації економіки взаємодія держави, бізнесу та фінансово-технологічного сектору набуває системного характеру та формує основу розвитку інноваційних моделей роздрібною торгівлі. Особливо це проявляється у сфері мерчандайзингу, де фінтех-рішення виступають інтеграційним елементом між регуляторними вимогами держави та операційними потребами бізнесу.

Однією з ключових форм такої взаємодії є модель публічно-приватного партнерства (ППП) [7]. У контексті цифровізації мерчандайзингу PPP реалізується через спільне впровадження цифрових платіжних систем, розвиток інфраструктури електронної комерції, а також створення інноваційних сервісів для обліку та аналітики торговельних операцій. Держава в такій моделі виконує регуляторну та координаційну функцію, тоді як бізнес і фінтех-компанії забез-

печують технологічну реалізацію інноваційних рішень. Це дозволяє підвищити ефективність ринку та забезпечити більш прозоре функціонування торговельних процесів.

Фінансові технології суттєво трансформують комунікацію між державою та бізнесом, переводячи її у цифрову площину. Завдяки впровадженню електронних платіжних систем, фіскалізованих касових рішень та інтегрованих облікових платформ забезпечується автоматизований обмін даними між суб'єктами господарювання та державними органами. Це сприяє податковому контролю, зменшенню адміністративного навантаження на бізнес та підвищенню довіри між учасниками економічних відносин. Таким чином, фінтех виступає не лише інструментом фінансових операцій, але й каналом цифрової взаємодії в системі державного управління.

Кейс-аналіз міжнародного досвіду свідчить, що у країнах ЄС та США активне впровадження фінтех-рішень у роздрібній торгівлі супроводжується тісною співпрацею держави та приватного сектору. Наприклад, у країнах ЄС розвиток відкритого банкінгу (Open Banking) на основі директиви PSD2 створив умови для інтеграції фінансових сервісів у торговельні платформи, що суттєво підвищило ефективність мерчандайзингу через персоналізацію пропозицій і оптимізацію платежів. В українському контексті прикладом є активне впровадження систем електронних платежів та програмних РРО, що дозволило підвищити рівень фіскальної прозорості та автоматизувати контроль торговельних операцій.

Важливу роль у формуванні сучасного ринкового середовища відіграють цифрові платформи, які об'єднують державу, бізнес і споживачів в єдину екосистему. Такі платформи забезпечують інтеграцію фінансових, аналітичних і комунікаційних сервісів, що дозволяє оптимізувати процеси мерчандайзингу на основі даних у режимі реального часу. Крім того, цифрові платформи сприяють розвитку конкуренції, зниженню транзакційних витрат, підвищенню доступності фінансових послуг для малого і середнього бізнесу (рис. 2).

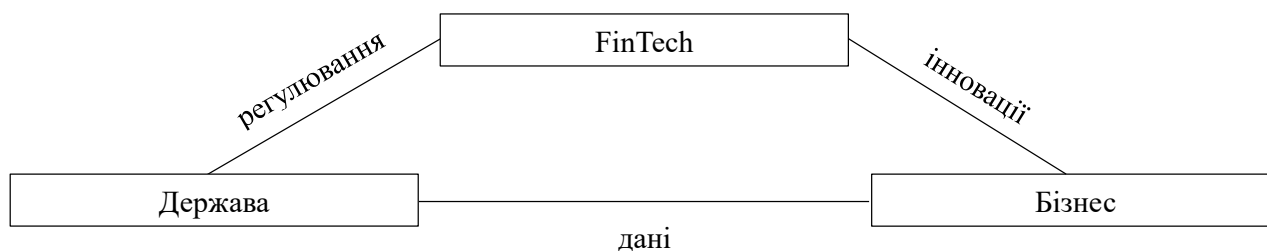


Рисунок 2 – Модель взаємодії держави, бізнесу та фінансових технологій в цифровому мерчандайзингу

Джерело: сформовано авторами самостійно

Отже, взаємодія держави, бізнесу та фінтеху в мерчандайзингу формує нову модель економічних відносин, що базується на цифрових технологіях, прозорості та ефективності. Така інтеграція створює передумови для підвищення конкурентоспроможності національної економіки та реалізації сучасної державної політики підтримки бізнесу.

Подальший розвиток цифрової економіки зумовлює необхідність активізації впровадження фінансових технологій у сфері роздрібної торгівлі, що безпосередньо впливає на трансформацію мерчандайзингу. У цьому контексті важливим є визначення ключових тенденцій розвитку фінтеху та формування ефективних напрямів удосконалення державної політики підтримки бізнесу.

Серед основних тенденцій розвитку фінансових технологій у торгівлі варто виділити зростання ролі безготівкових розрахунків, поширення мобільних платіжних сервісів та інтеграцію фінансових інструментів у цифрові платформи. Активно розвиваються технології штучного інтелекту та машинного навчання, які використовуються для аналізу поведінки споживачів, прогнозування попиту та персоналізації пропозицій. Водночас спостерігається тенденція до розвитку відкритого банкінгу, що забезпечує інтеграцію банківських сервісів із торговельними системами, а також зростає значення хмарних технологій, які сприяють масштабуванню бізнес-рішень. У сукупності ці процеси формують нову цифрову екосистему роздрібної торгівлі, де фінтех виступає ключовим елементом.

Удосконалення державного регулювання у сфері цифровізації бізнесу потребує комплексного підходу. Передусім необхідно забезпечити адаптацію нормативно-правової бази до швидких темпів розвитку технологій, зокрема шляхом гармонізації національного законодавства з європейськими стандартами. Важливим є також створення сприятливого регуляторного середовища для розвитку фінтех-компаній, зокрема через запровадження регуляторних «пісочниць», які дозволяють тестувати інноваційні продукти без надмірного адміністративного тиску. Окрім цього, доцільним є розвиток цифрової інфраструктури та підтримка інтеграції інформаційних систем держави і бізнесу.

Стимулювання інновацій у мерчандайзингу має здійснюватися через поєднання економічних та інституційних інструментів. До них належать податкові пільги для підприємств, що впроваджують цифрові технології, державні гранти на розвиток інноваційних проектів, а також підтримка стартапів у сфері фінтеху та роздрібної торгівлі. Важливим напрямом є розвиток цифрових компетенцій підприємців і працівників, що сприятиме ефективнішому використанню сучасних техно-

логій у мерчандайзингу. Крім того, доцільним є розвиток партнерства між державою, бізнесом і науковими установами з метою впровадження інноваційних рішень.

Водночас цифровізація бізнесу супроводжується низкою ризиків, які потребують належного врахування в державній політиці. Одним із ключових викликів є забезпечення кібербезпеки, оскільки зростання обсягів цифрових транзакцій підвищує ризик кібератак і фінансового шахрайства. Не менш важливим є захист персональних даних споживачів, що вимагає вдосконалення механізмів їх обробки та зберігання. Окремою проблемою залишається цифрова нерівність, яка проявляється у різному рівні доступу до цифрових технологій серед підприємств та населення, що може обмежувати можливості впровадження фінтех-рішень.

Таким чином, перспективи розвитку фінансових технологій у сфері мерчандайзингу пов'язані з подальшою інтеграцією цифрових інструментів у бізнес-процеси та активною участю держави у формуванні сприятливого інноваційного середовища. Ефективна державна політика має бути спрямована на підтримку технологічного розвитку, мінімізацію ризиків цифровізації та забезпечення рівних можливостей для всіх учасників ринку.

Висновки. Цифровізація мерчандайзингу змінює його роль від інструменту викладки до системи управління продажами на основі даних. Інтеграція фінансових технологій забезпечує поєднання платіжних інструментів, аналітики та цифрових каналів взаємодії зі споживачами, що підвищує точність управлінських рішень у сфері асортименту, ціноутворення та розміщення товарів. Найбільший ефект спостерігається від застосування електронних платежів, систем аналітики та цифрових POS-рішень, які автоматизують процеси, знижують витрати та покращують управління.

Цифровізація фінансових потоків водночас розширює можливості державного регулювання, зокрема у сфері податкового адміністрування та контролю економічної діяльності. Вона формує інформаційну основу для прозорої взаємодії між державою та бізнесом. Ефективність трансформації визначається рівнем узгодженості між державою, підприємницьким сектором і фінтех-індустрією, яка виконує інтегруючу функцію, забезпечуючи обмін даними та впровадження інновацій.

Подальші дослідження варто спрямувати на кількісну оцінку впливу фінансових технологій на результати діяльності підприємств роздрібною торгівлю та аналіз взаємозв'язку між рівнем цифровізації й поведінкою споживачів. Актуальним залишається вдосконалення механізмів

державного регулювання фінтех-сектору, адаптація нормативної бази та підтримка бізнесу. Особливу увагу слід приділити питанням кібербез-

пеки, захисту персональних даних і подоланню цифрової нерівності як ключовим чинникам стійкості цифрового бізнес-середовища.

Список використаних джерел:

1. Андросова О.Ф. Цифрові інструменти на промислових підприємствах України. *Актуальні проблеми економіки*. 2025. №1. Том 2(283/2). С. 6–19.
2. Данкевич Є.М., Данкевич В.Є. Цифрові інструменти удосконалення державної політики та врядування в умовах глобальних викликів. *Актуальні проблеми економіки*. 2025. №7(289). С. 95–105.
3. Дячук А.В., Паславська Р.Ю. Бюджетно-податкове стимулювання розвитку фінтех-екосистеми в Україні та напрямки її покращення. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: «Економіка і менеджмент». 2025. №65. С. 14–20.
4. Лазебник В. Поведінка споживачів як компонент технології мерчендайзингу. *Економіка та суспільство*. 2024. №70. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-26>
5. Науменко М. Аналіз та аналітика великих даних в маркетингу та торгівлі конкурентного підприємства. *Грааль науки*. 2024. №40. С. 117–128.
6. Печенко Р. Вплив цифрових платіжних технологій на роздрібний бізнес. *Підприємництво та інновації*. 2025. №35. С. 73–78. URL: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/35.12>
7. Про публічно-приватне партнерство: Закон України від 19.06.2025 №4510-IX. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4510-20#Text>
8. Станкевич І.В., Сагун Г.О., Сагун О.В. Соціально-економічний феномен «великих даних» в стратегії цифрового маркетингу. *Вісник ХНТУ*. 2023. №2(85). С. 235–239.
9. Шевченко О.М., Рудич Л.В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. *Ефективна економіка*. 2020. №7. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/files/original/25/7846/de26ea4d5a4ec1714d6d074e6e4aef8acd1c71be.pdf>
10. Шкарлет С.М., Дубина М.В., Жук О.С. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «Fintech». *Науковий вісник Полісся*. 2019. №1(17). С. 148–157.
11. Що таке інтегрована система POS? Навіщо він потрібен вашому бізнесу? *Nayax*. URL: <https://nayax.com.ua/resources/shho-take-integrovana-systema-pos-navishho-vin-potriben-vashomu-biznesu/>

References:

1. Androsova O.F. (2025) Tsyfrovi instrumenty na promyslovykh pidpriemstvakh Ukrainy [Digital tools at industrial enterprises of Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual Problems of Economics*, no. 1, vol. 2(283/2), pp. 6–19. (in Ukrainian)
2. Dankevych Ye.M., Dankevych V.Ye. (2025) Tsyfrovi instrumenty udoskonalennia derzhavnoi polityky ta vriaduvannia v umovakh hlobalnykh vyklykiv [Digital tools for improving public policy and governance under global challenges]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual Problems of Economics*, no. 7(289), pp. 95–105. (in Ukrainian)
3. Diachuk A.V., Paslavskaya R.Yu. (2025) Biudzhethno-podatkovye stymuliuvannia rozvytku fintekh-ekosystemy v Ukraini ta napriamky yii pokrashchennia [Fiscal and tax incentives for the development of the fintech ecosystem in Ukraine and directions for its improvement]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and Management*, no. 65, pp. 14–20. (in Ukrainian)
4. Lazebnyk V. (2024) Povedinka spozhyvachiv yak komponent tekhnolohii merchandaisinghu [Consumer behavior as a component of merchandising technology]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, no. 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-26>. (in Ukrainian)
5. Naumenko M. (2024) Analiz ta analityka velykykh danykh v marketynhu ta torhivli konkurentnoho pidpriemstva [Analysis and analytics of big data in marketing and trade of a competitive enterprise]. *Hraal nauky – Grail of Science*, no. 40, pp. 117–128. (in Ukrainian)
6. Pechenko R. (2025) Vplyv tsyfrovyykh platizhnykh tekhnolohii na rozdrinnyi biznes [Impact of digital payment technologies on retail business]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii – Entrepreneurship and Innovation*, no. 35, pp. 73–78. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/35.12> (in Ukrainian)
7. Verkhovna Rada Ukrainy (2025) Pro publichno-pryvatne partnerstvo: Zakon Ukrainy vid 19.06.2025 №4510-IX [On public-private partnership: Law of Ukraine of June 19, 2025 No. 4510-IX]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4510-20#Text> (in Ukrainian)
8. Stankevych I.V., Sakun H.O., Sakun O.V. (2023) Sotsialno-ekonomichniy fenomen «velykykh danykh» v stratehii tsyfrovoho marketynhu [Socio-economic phenomenon of big data in digital marketing strategy]. *Visnyk KhNTU – Bulletin of KhNTU*, no. 2(85), pp. 235–239. (in Ukrainian)
9. Shevchenko O.M., Rudych L.V. (2020) Rozvytok finansovykh tekhnolohii v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy [Development of financial technologies in the context of Ukraine's economic digitalization]. *Efektivna ekonomika – Efficient Economy*, no. 7. Available at: <https://reposit.nupp.edu.ua/files/original/25/7846/de26ea4d5a4ec1714d6d074e6e4aef8acd1c71be.pdf> (in Ukrainian)

10. Shkarlet S.M., Dubyna M.V., Zhuk O.S. (2019) Teoretychni aspekty vyznachennia sutnosti katehorii "Fintech"[Theoretical aspects of defining the essence of the category "Fintech"]. *Naukovyi visnyk Polissia – Scientific Bulletin of Polissia*, no. 1(17), pp. 148–157. (in Ukrainian)

11. Nayax (2026) Shcho take intehrovana systema POS? Navishcho vin potriben vashomu biznesu? [What is an integrated POS system? Why does your business need it?]. Available at: <https://nayax.com.ua/resources/shho-take-integrovana-systema-pos-navishho-vin-potriben-vashomu-biznesu/> (in Ukrainian)

Дата надходження статті: 13.04.2026

Дата прийняття статті: 04.05.2026

Дата публікації статті: 19.05.2026