

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
Одеського національного економічного університету

Науковий журнал

№ 12 (337), 2025

Виходить 10-12 разів на рік 5-6 випусків • Заснований у грудні 1994 р.

Одеса
2025

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор

Коваленко Вікторія Володимирівна, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна

Заступники головного редактора

Літвінов Олександр Сергійович, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна,

Слатвінська Марина Олександрівна, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна

Технічний та літературний редактор

Кулікова Інна Анатоліївна, фахівець I категорії науково-редакційного відділу, Одеський національний економічний університет, Україна

Ambrose Marian PhD (Phil.), Assoc. Prof., College of International Business ISM Slovakia in Prešov, Slovakia, **Андрейченко Андрій Вадимович** доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Баранова Вікторія Глібівна** доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Bozhinova Mariyana Dr. Sc. (Econ.), Prof., D.A. Tsenov Academy of Economics, Republic of Bulgaria, Bukhtiarova Alina Dr. Sc. (Econ.);** Bachelor student in International Business Management at Artevelde University of Applied Sciences, Ghent, Belgium, **Валігура Володимир Андрійович** кандидат екон. наук, доцент, Західноукраїнський національний університет, Україна, **Васильчишин Олександра Богданівна** доктор екон. наук, професор, Західноукраїнський національний університет, Україна, **Волчек Руслан Миколайович** кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Гаряга Леся Олегівна** доктор екон. наук, доцент, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Україна, **Gordeyeva Yelena PhD (Econ.), Assoc. Prof., Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Kazakhstan, Горючий Дмитро Анатолійович** доктор екон. наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна, **Гострик Олексій Маркович** кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Грінченко Раїса Володимирівна** доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Гребенник Наталя Григорівна** кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Grosu Veronica Dr. Sc. (Econ.), Prof., Stefan cel Mare University of Suceava, Romania, Гудзь Тетяна Павлівна** доктор екон. наук, професор, Вищий навчальний заклад Укоопспілки, Полтавський університет економіки і торгівлі, Україна, **Даниліна Світлана Олексіївна** кандидат економічних наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Жаворонок Артур Віталійович** кандидат екон. наук, доцент, Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича, Україна, **Жердецька Лілія Вікторівна** доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Zarotiadis Grigoris Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Aristotle University of Thessaloniki, Greece, Зеркаль Анастасія Вікторівна** доктор екон. наук, доцент, Національний університет «Запорізька політехніка», Україна, **Karimov Diyoy Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek, Republic of Uzbekistan, Kwiliński Aleksy Ph.D. (Econ.), WSB University, Dąbrowa Górnicza, Poland; The London Academy of Science and Business, London, Ketners Karlis Dr. Sc. (Econ.), Prof., BA School of Business and Finance, Vytautas Magnus University, Latvia, Кузнецова Інна Олексіївна** доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Labunska Svitlana Dr. Sc. (Econ.), Prof., Established Researcher in Bratislava University of Economics and Management, Slovakia, Marks-Bielska Renata Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland, Marcinkowski Bartosz PhD, (Econ.), Assoc. Prof., Poznań University of Economics and Business, Poland, Мельник Ірина Леонідівна** кандидат екон. наук, доцент, Національний університет харчових технологій, Україна, **Мельник Леонід Васильович** доктор екон. наук, професор, Національний університет водного господарства та природокористування, Україна, **Mihaiuc Camelia Catalina Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Stefan cel Mare University of Suceava, Romania, Mihaela-Carmen Muntean D.Sc. (Econ.), Prof., "Dunarea de Jos" University of Galati, Faculty of Economics and Business Administration, Romania, Murshudli Fakhri Ph.D. (Econ.), International Research Center of Eurasian Economy UNEC, Azerbaijan, Năstase Marian PhD. (Econ.), Assoc. Prof., Bucharest University of Economic Studies, Faculty of Management, Romania, Нездоймінов Сергій Георгійович** кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Онищенко Світлана Володимирівна** доктор екон. наук, професор, Національний університет «Полтавська політехніка ім. Ю. Кондратюка», Україна, **Пантєлєва Наталя Миколаївна** доктор екон. наук, професор, провідний науковий співробітник Державний науково-дослідний інститут випробувань і сертифікації озброєння та військової техніки, Україна, **Патлатий Олександр Євгенович** кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Sidak Mikulas Dr. Sc. (Econ.), Prof., Vice-rector for Science and Research, Director of the Institute of Public Administration of the Bratislava University of Economics and Management, Slovak Republic, Слободяник Юлія Борисівна** доктор екон. наук, професор, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, Україна, **Тардаскіна Тетяна Миколаївна** кандидат екон. наук, доцент, Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, Україна, **Tulvinschi Mihaela Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Stefanel Mare University of Suceava, Romania, Ciubotariu Marius-Sorin PhD (Econ.), Stefan cel Mare University, Romania, Шелудько Сергій Андрійович** кандидат екон. наук, доцент, керівник проектів та програм департаменту оцінки та заставних операцій ПАТ Акціонерний банк «Південний», Україна, **Shevtsova Maryna Cand. Sc. (Econ.), Dr. Sc. Political Science, Senior Research Fellow, KU Leuven, Belgium, Школьник Інна Олександрівна** доктор екон., професор, перший проректор, Сумський державний університет, Україна

Міжнародна представленість та індексація: Index Copernicus International (ICV 2023: 75,74). Google Scholar (h-індекс - 15). Open Ukrainian Citation Index (OUCI). CrossRef. Dimensions. Реферативна база даних «Україніка наукова». Український реферативний журнал «Джерело». Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. Електронний репозитарій Одеського національного економічного університету.	Засновник та видавець: Одеський національний економічний університет зареєстрований як суб'єкт у сфері друкованих медіа та внесений до Реєстру суб'єктів у сфері медіа Національною Радою України з питань телебачення і радіомовлення: Рішення № 1914 від 30.05.2024 р. Ідентифікатор медіа – R30-03351. Включено до категорії «Б» в Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук на підставі наказу Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020 р. № 886 Адреса редакції та видавця: 65082, м. Одеса, вул. Гоголя, 18, ауд. 110, Одеський національний економічний університет, науково-редакційний відділ, тел.: (+38048) 777-89-16 e-mail: visnik.nauka@oneu.edu.ua website: http://n-visnik.oneu.edu.ua/index.php © Одеський національний економічний університет, 2025
---	--

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Гудзь Тетяна, Саркісян Арман, Горячун Олександр	
Розвиток екосистеми торговельного підприємництва на основі цифрових фінансових технологій.....	7
Живцов Валентин	
Інституційно-організаційний механізм адаптації міжнародних логістичних практик в управлінні промисловими підприємствами.....	14
Милашко Ольга, Дем'яненко Дмитро	
Цифрові технології та їх вплив на розвиток економіки України.....	24

ДЕМОКРАТІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Познанська Інна, Подвальна Наталія	
Нормативно-правове забезпечення та принципи формування людино-орієнтованої економіки.....	31

АНАЛІЗ, АУДИТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

Слободяник Юлія	
Аудит відповідності в діяльності рахункової палати.....	40
Старенька Ольга, Познанська Світлана	
Онлайн-банкінг та мобільні платежі: облікові аспекти цифрової трансформації фінансових установ України.....	48

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Птащенко Ліана, Вовченко Оксана	
Антикризове управління підприємствами в умовах міграції кадрового потенціалу.....	55
Федишин Майя, Ліка Катерина	
Теоретичні аспекти розвитку фінансових технологій у сучасній економіці.....	63

МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

Бровкіна Юлія, Демчук Марина	
Нематеріальна мотивація як інструмент управління лояльністю та психологічною стійкістю персоналу підприємства	72
Гаджун Ірина	
Управління мотиваційними процесами в системі Е-урядування: інноваційний підхід до цифрової трансформації регіонів.....	78
Данчева Олена, Гадевич Ксенія	
Лідерство в умовах міжкультурних організацій: виклики та можливості для розвитку комунікацій.....	88
Кузнецова Інна, Балабаш Ольга	
Технологія управління бізнес-процесами туристичних підприємств: концептуальні засади та інструментарій формалізації.....	96
Кушнір Віктор	
Роль професійних стандартів у системі управління людськими ресурсами в сфері бухгалтерського обліку та аудиту.....	104
Нам'яненко Віктор	
Концепція механізму імплементації, масштабування та підтримки адаптивної стратегії управління повоєнним розвитком підприємства.....	113
Семенова Валентина	
Ефективність управління інноваційними бізнес-процесами на основі використання штучного інтелекту.....	120

МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Васильченко Кирило, Чечельницький Олег	
Стратегічні орієнтири розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств в умовах воєнного стану та ринкової нестабільності...	126
Лабунська Оксана	
Динамічна гібридна модель бізнес-акселератора у системі економічного та сценарного аналізу.....	134
Тардаскіна Тетяна	
Інтеграція GTM-стратегії та маркетингових комунікацій у процесі виведення IT-продукту на ринок.....	143

ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Ткачук Леоніла, Харченко Владислава	
Формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу України в умовах війни та цифрової трансформації	153

Наші автори.....	161
------------------	-----

~ ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ ~

УДК: 004.9:336

DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2025-12-337-7-13>

РОЗВИТОК ЕКОСИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ОСНОВІ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Гудзь Т. П., директор Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації, професор кафедри фінансів та банківської справи, доктор економічних наук, професор, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, Україна
e-mail: gtp9@ukr.net
ORCID: 0000-0002-2310-5425

Саркісян А. С., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 Економіка, кафедра управління персоналом, економіки праці та економічної теорії, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, Україна
e-mail: sarkissarm@gmail.com
ORCID: 0009-0000-7138-9111

Горячун О. В., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 Економіка, кафедра управління персоналом, економіки праці та економічної теорії, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, Україна
e-mail: horichun013@gmail.com
ORCID: 0009-0002-6749-3340

Анотація. Мета статті полягає у систематизації особливостей, переваг та загроз розвитку електронної комерції на основі впровадження FinTech (фінансових технологій) для забезпечення сталих перспектив ефективного функціонування цифрових підприємницьких інститутів в екосистемі торгівлі. Поставлена мета досягається послідовним виконанням завдань з використанням діалектичного та логічного підходів, методів індукції та дедукції, аналізу та синтезу. Досліджено економічні наслідки цифровізації українського ритейлу з акцентом на роль FinTech у розвитку електронної комерції. Виділено ключові напрями цифровізації торговельного підприємництва, а саме: відкритий банкінг для безпечного обміну фінансовими даними через спеціалізовані інтерфейси, що дозволяє покупцю керувати всіма своїми рахунками в одному додатку, отримувати індивідуальні пропозиції та ініціювати платежі, маючи повний контроль над особистою інформацією; цифрові інструменти cashless-економіки (безготівкової економіки), зокрема стеблкоїни, e-гривня, безконтактні та біометричні платежі; вбудовані цифрові фінансові сервіси на платформах торговельного підприємництва; інтегрування банківських продуктів у мобільні додатки інтернет-магазинів; регуляторна пісочниця для тестування FinTech-продуктів та відбору FinTech-стартапів; штучний інтелект для аналітики бізнес-процесів електронної комерції та забезпечення високого цифрового рівня обслуговування покупців; інтеграція торговельного контенту у соціальні мережі з подальшим формуванням споживчого попиту через інфлюенсерів. Практична значимість дослідження полягає у формуванні спектру ключових напрямів стратегічного розвитку екосистеми торговельного підприємництва через цифрову трансформацію електронної комерції на основі FinTech. Перевагами цифровізації торгівлі є ефективність та конкурентоспроможність ритейлу в он-лайн форматі за рахунок необмеженого доступу до ринку покупців, утім за умови оволодіння високим рівнем цифровізації торговельних бізнес-процесів.

Ключові слова: електронна комерція, торгівля, FinTech, штучний інтелект, інтернет-магазин, бізнес-процес, цифровізація, цифрові технології, інновації, екосистема.

DEVELOPMENT OF A TRADING ENTERPRISE ECOSYSTEM BASED ON DIGITAL FINANCIAL TECHNOLOGIES

Tetiana Hudz, Director of the Educational and Scientific Center for Training Highly Qualified Personnel, Professor of the Department of Finance and Banking, Doctor of Economics, Professor, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine
e-mail: gtp9@ukr.net
ORCID: 0000-0002-2310-5425

Arman Sarkisian, PhD candidate (educational and scientific) in the field of 051 Economics, Department of Human Resource Management, Labor Economics, and Economic Theory Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine
e-mail: sarkissarm@gmail.com
ORCID: 0009-0000-7138-9111

Oleksandr Horiachun, PhD candidate (educational and scientific) in the field of 051 Economics, Department of Human Resource Management, Labor Economics, and Economic Theory Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine
e-mail: horichun013@gmail.com
ORCID: 0009-0002-6749-3340

Abstract. The purpose of the article is to systematize the features, advantages, and threats to the development of e-commerce based on the implementation of Fintech technologies in order to ensure sustainable prospects for the effective functioning of digital entrepreneurial institutions in the trade ecosystem. The goal is achieved by consistently solving problems using dialectical and logical approaches, methods of induction and deduction, analysis and synthesis. The economic consequences of the digitalization of Ukrainian retail are investigated, with an emphasis on the role of Fintech technologies in the development of e-commerce. The key areas of digitalization of commercial entrepreneurship are identified, namely: open banking for the secure exchange of financial data through specialized interfaces, allowing buyers to manage all their accounts in a single application, receive personalized offers, and initiate payments while maintaining full control over their personal information; digital tools of the cashless economy, in particular, stablecoins, e-hryvnia, contactless and biometric payments; built-in digital financial services on commercial enterprise platforms; integration of banking products into mobile applications of online stores; a regulatory sandbox for testing Fintech products and selecting Fintech startups; artificial intelligence for analyzing e-commerce business processes and ensuring a high level of digital customer service; integration of commercial content into social networks with subsequent formation of consumer demand through influencers. Digital financial technologies endow e-commerce with features that lead to the formation of a sustainable online trading business, namely: omnichannel, socialization of commerce, financial inclusion, and digital literacy. The practical significance lies in the formation of a range of key areas for the strategic development of the commercial entrepreneurship ecosystem through the digital transformation of e-commerce based on Fintech technologies. The advantages of trade digitalization are the efficiency and competitiveness of online retail due to unlimited access to the buyer market, provided that a high level of digitalization of trade business processes is achieved.

Keywords: e-commerce, trade, Fintech, artificial intelligence, online store, business process, digitalization, digital technologies, innovation, ecosystem.

JEL Classification: G290; M210

Постановка проблеми. Екосистема торговельного підприємництва є ключовою сферою для впровадження та активного розвитку цифрових фінансових інновацій. FinTech (фінансові технології) поступово, однак кардинально змінюють торгівлю, пропонуючи інноваційні рішення для платежів, кредитування, управління фінансами та підвищення лояльності клієнтів: від мобільних гаманців і криптовалют до вбудованих кредитів і аналітики штучного інтелекту з метою персоналізації пропозицій та оптимізації бізнес-процесів. Цифровізація торгівлі прискорює транзакції, знімає фізичні кордони ринку, забезпечує зручність та безпеку для продавців і покупців. Це зміщує конкурентну боротьбу підприємств торгівлі у ринковий бізнес-простір Інтернету, де всі здобувають новий досвід організації бізнес-процесів електронної комерції щодо пропозиції товарів, залучення клієнтів, зокрема через інтегрування FinTech безпосередньо у платформи торговельного підприємництва. Для споживачів цифровізація екосистеми торгівлі означає можливість здійснювати миттєві, зручні та безпечні платежі у будь-якому місці, а для продавців – більш ефективний інструмент для формування та утримання ринкової ніші в умовах цифрової трансформації [1, с. 225].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Увага сучасної вітчизняної науки прикута до вивчення стану електронної комерції в Україні. Вчені аналізують результати реалізації Національним банком України Стратегії розвитку цифрових фінансових технологій, зосереджуючись на комплексному розумінні функціонування та цілісності екосистеми торгівлі з інноваційними послугами, відкритим банкінгом та безготівковими платежами [2, с. 138; 3, с. 49]. Українська роздрібна торгівля активно впроваджує вбудовані фінансові послуги як основу стійкості бізнесу в умовах війни [4]. Розкривається роль цифрових інновацій для забезпечення ефективності торгівлі у стратегічній перспективі через прискорення товарообігу, розширення ринкової ніші за рахунок її цифрового сегменту, скорочення фінансового циклу завдяки зручним способам оплати, зниження операційних витрат, відкриття нових каналів збуту через інтеграцію у ритейл з логістичними, банківськими і страховими послугами [5, с. 295; 6, с. 238; 7, с. 114].

Окремі праці вчених містять небагату аналітику та приклади впровадження цифрових інновацій в екосистему торговельного підприємництва з оцінкою ринкових перспектив її розвитку [8, с. 80]. Узагальнення сучасних напрацювань вітчизняних учених-економістів дозволяє виділити п'ять ключових напрямків трансформації електронної комерції: рішення на основі штучного інтелекту, омніканальні підходи до продажів, розвиток соціальної комерції, інтеграція цифрових гаманців і криптовалют, а також екологічні та швидкі моделі доставки [9, с. 110; 10, с. 77].

Вчені наголошують на винятково важливій ролі цифрових фінансових технологій у перспективах розвитку екосистеми торгівлі [11]. FinTech та аналітика штучного інтелекту з його цифровим бекграундом має замінити підприємницький хист та інтуїцію [12, с. 113].

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Нині залишається недостатньо дослідженим питання щодо перспектив розвитку трансформованих

торговельних бізнес-процесів із застосуванням FinTech. Якщо торговельне підприємництво переносить в онлайн лише одну частину екосистеми свого бізнесу – лише купівлю-продаж, а залишає офлайн-бухгалтерію або вручну веде логістичне забезпечення, то загалом така торгівля не стає цифровою і створює додаткове навантаження.

Мета статті полягає в систематизації особливостей, переваг та загроз розвитку електронної комерції на основі впровадження фінансових технологій для забезпечення сталих перспектив ефективного функціонування цифрових підприємницьких інститутів в екосистемі торгівлі.

Основний матеріал. Український ритейл активно вбудовує цифрові фінансові сервіси, вбачаючи в них основу стійкості торговельного бізнесу в умовах війни. Нині електронна комерція застосовує відкритий банкінг, який дозволяє роздрібним продавцям ініціювати платежі безпосередньо з банківських рахунків клієнтів (платежі A2A) через спеціалізовані інтерфейси API. Це зменшує комісійні витрати на еквайринг і прискорює зарахування коштів на рахунки інтернет-магазинів. Інновація у способах оплати через онлайн-кошки є конкурентною, порівнюючи із традиційними картками, через її зручність, швидкість та безпеку [9, с. 111].

Розвиток cashless-економіки (безготівкової економіки) спрямований на мінімізацію готівкових розрахунків та просування безконтактних технологій. Сучасна електронна комерція користується FinTech через платіжні системи для здійснення швидких та безпечних онлайн-платежів, диференціює варіанти оплати товару за допомогою мобільних гаманців (WeChat Pay), безконтактних та біометричних платежів, що спрощує й прискорює товарообіг як в онлайн, так і в офлайн форматі організації ринку, а цифрові валюти та стейблкоїни можуть революціонізувати транскордонні транзакції, зменшивши комісії та час обробки через блокчейн-мережі. Транскордонні платежі з використанням стейблкоїнів набувають все більшої популярності для великих міжнародних транзакцій. Інтеграція шлюзів, таких як WhitePay або Binance Pay, дозволяє приймати цифрові активи, що приваблює технологічно просунуту аудиторію [12, с. 115].

Національний банк України продовжує тестувати е-гривню як інструмент для роздрібних безготівкових платежів. Фактично канали введення цієї цифрової валюти вже у локальному обігу створені, зокрема, через сервіс ДІЯ. Кошти, що виділені за такими програми, як «Паунок школяра», «Зимова підтримка» тощо, мають виключно безготівкову форму та цільове призначення з визначеним колом торговельних партнерів. По суті це «запрограмовані» гроші, розширення використання яких передбачається для різних цільових платежів (субсидії на комунальні послуги, матеріальна допомога внутрішньо переміщеним особам, ваучери на навчання), які можна витратити тільки на певні категорії товарів чи послуг.

Також електронна комерція має досвід використання вбудованих фінансових послуг. Платформи торговельного підприємництва пропонують банківські та інші фінансові послуги (кредити, розстрочку, страхування) безпосередньо в інтерфейсі інтернет-магазину. Можливість подати заявку на кредит або розстрочку безпосередньо на сторінці товару торговельного онлайн-майданчика дозволяє збільшити продажі інтернет-магазину. Так, наприклад, цифрова технологія Shpify Payments у практиці сучасної торгівлі стала стандартом для малого та середнього бізнесу. Вона дозволяє продавцям управляти фінансовими послугами, що пропонуються банками через представлення їх пропозиції. Shopify Payments працює на базі технології Stripe, але повністю інтегрований в екосистему Shopify, що звільняє продавців від необхідності укладати окремі угоди з банками або платіжними системами. Shopify Payments – це вбудований платіжний шлюз для інтернет-магазинів на платформі Shopify, який дозволяє безперешкодно приймати платежі за допомогою FaceID або відбитка пальця, інтегруючи картки (Visa, Mastercard), мобільні гаманці (Apple Pay, Google Pay) та інші способи оплати безпосередньо в панелі адміністратора, спрощуючи процес для продавців завдяки автоматизації та уніфікованій аналітиці. Завдяки використанню технології Stripe система забезпечує просту активацію, не вимагає складної інтеграції та зменшує комісію для інтернет-магазинів, пропонуючи зручний і швидкий спосіб обробки транзакцій [10, с. 76].

FinTech як маркетинговий інструмент у торгівлі застосовується для вивчення, структурування і розширення кола покупців через їх персоналізацію та розробку пропозицій програм лояльності. Дієвими цифровими технологіями є кешбек, різні програми винагород, інтегровані у мобільних додатках, а також аналітика споживацьких запитів на основі штучного інтелекту для підбору персоналізованих пропозицій торговельними web-платформами. Перспективи розвитку FinTech пов'язані з блокчейн-технологіями, які нині

використовуються для формування смарт-контрактів та забезпечення прозорості ланцюгів постачання, автоматизації розрахунків, сприяють досягненню підприємницької мети в частині підвищення довіри покупців та безпеки децентралізованих транзакцій [7, с. 105].

Широко застосовується цифрова ідентифікація як процедура верифікації через банківський ідентифікатор або електронний підпис, що убезпечує продавця від шахрайства і спрощує процес залучення нових клієнтів і доступ до ширшого кола фінансових послуг (наприклад, P2P, P2B кредитування).

BaaS (Banking as a Service) передбачає інтеграцію банківських функцій у нефінансові додатки, перетворення торгових платформ на фінансові екосистеми. FinTech надає інструменти електронній комерції для мікрокредитування, яке інтегроване безпосередньо у бізнес-процес покупки. Наприклад, цифрова фінансова технологія Buy New, Pay Later (купуй зараз, плати пізніше) інтегрована із такими сервісами, як Klarna або Monobank, що дозволяє клієнтам відстрочувати платежі без відсотків, що значно збільшує середній чек інтернет-магазину [8, с. 77].

Створення регуляторної пісочниці у вигляді платформи для тестування нових FinTech-продуктів у реальних умовах під наглядом регулятора означає для ритейлу можливість співпраці з FinTech-стартапами для запуску інноваційних платіжних або кредитних послуг на зразок Buy New, Pay Later чи біометричних платежів без ризику порушення застарілих регуляторних стандартів [5, с. 296].

Штучний інтелект використовується для аналітики великих баз даних з метою розробки персоналізованих пропозицій, оцінювання кредитного ризику, виявлення шахрайства, автоматизації обслуговування клієнтів за допомогою чат-ботів та оптимізації логістики. Наприклад, такі системи, як Google Analytics, NetHunt CRM або прості дашборди у Shpify чи Prom.ua, дозволяють бачити, які товари продаються, яка платоспроможність одного клієнта і на якому етапі бізнес втрачає прибуток. Продавці, які щодня аналізують дані за допомогою штучного інтелекту, виявляють закономірності та оптимізують асортимент, рекламу і витрати, що дозволяє їм поступово вибудовувати реалістичну модель масштабування свого торговельного бізнесу. Відповідність обсягу попиту обсягу пропозиції у торгівлі може регулювати штучний інтелект, який здатен передбачити потребу споживача ще до того як він сам її усвідомить. Незважаючи на беззаперечні переваги, впровадження штучного інтелекту є непростим завданням. Інтеграція цифрових технологій на основі штучного інтелекту в бізнес-процеси торгівлі є складною і вартісною, оскільки вимагає наявності інтелектуального капіталу адекватного рівня цифровізації [3, с. 50].

Загалом впровадження FinTech в екосистему торговельного підприємництва стимулює підвищення фінансової інклюзивності та цифрової грамотності через інновації у сфері створення зручних і доступних електронних сервісів торгівлі для малого та середнього бізнесу, зокрема, йдеться про автоматизацію звітності, впровадження хмарних PPO та інтеграцію фінансового обліку безпосередньо у комерційні платформи інтернет-магазинів.

Цифрові фінансові технології забезпечують омніканальність бізнесу, яка передбачає єдність контенту незалежно від точки контакту. Сучасний споживач не налаштований на вибір між онлайн і офлайн. Він очікує, що всі канали будуть працювати разом у новій реальності. Ця схема споживацької поведінки може мати такий вигляд: дізнавшись з реклами у TikTok про товар, покупець через Instagram додає його у кошик потім купує обрану річ в інтернет-магазині, а повернути товар він може у найближчу торговельну офлайн-точку. Омніканальність вимагає не тільки стратегії, але й технічної архітектури. І тут на допомогу приходять платформи для координації платежів, які синхронізують проведення оплати з різних каналів, дозволяють бренду бути гнучким і адаптивним, а не залежним від одного рішення; забезпечують клієнту відчуття «єдиної історії» незалежно від точки входу [8, с. 79].

Інтеграцію контенту передбачає соціальна комерція, яка є центром тяжіння для покоління покупців нової формації. Мова йде про наявні платформи, яким вже довіряють мільйони людей і які перетворюють контент на продажі, а бренди – на співрозмовників. Якщо бренд не представлений на TikTok, Instagram, YouTube або Facebook, він просто відсутній у житті покоління Z і Alpha [1, с. 227].

Тому сучасна електронна комерція має використовувати цифрові технології для інтегрування покупок у контент, створювати прямі трансляції, «живі» огляди, відео з оглядами, забезпечувати простий і безпечний спосіб оплати «на місці» без необхідності зміни сторінки чи переходу в інший додаток. Рівень цифрового комфорту – це те, що викликає довіру інфлюенсерів – маркетологів електронної комерції.

Отже, FinTech чинить позитивний вплив на розвиток екосистеми торгівлі, що виявляється у появі нових цифрових інститутів торговельного підприємництва, зростанні обсягів продажів завдяки зручності вибору товару й оформлення покупки через доступні методи безпечної оплати, відкритті можливостей для стартапів у сфері електронної комерції. Крім збільшення доходів, підвищенню ефективності електронної комерції, сприяє зниження операційних витрат через автоматизацію торговельного, фінансового, страхового та логістичного обслуговування.

Завдяки FinTech відкривається можливість створення нових бізнес-процесів щодо залучення фінансування на розвиток торгівлі та розробки нових інтегрованих послуг електронної комерції. Оснащений цифровими фінансовими технологіями торговельний бізнес незалежно від розміру здатен бути конкурентоспроможним гравцем на глобальному ринку. На ринку електронної комерції перевагу мають ті інтернет-магазини, які швидше приймають рішення, більш гнучкі в комунікації та застосовують персоналізований підхід [3, с. 46].

Український ринок електронної комерції зростає, але не всі інтернет-магазини отримують від цього прибуток. Не завжди підприємці мають чітке уявлення про те, як функціонує цифрова модель торговельного бізнесу. Адже електронна комерція – це не просто «запуск web-сайту». Йдеться про перехід торгівлі на принципово нову логіку функціонування, де бухгалтерія, продажі, реклама та клієнтська база працюють як єдина система.

Цифрова присутність – це не створення інтернет-магазину, а процес його функціонування. Наявність web-сайту або сторінки у соціальних мережах не означає вихід в Інтернет. Ядром електронної комерції є процес обробки запиту клієнта, який здійснюється з використанням технологій FinTech [11].

Отже, цифрова екосистема торговельного підприємництва формується системними та комплексними інноваційними організаційними, фінансовими, маркетинговими рішеннями щодо цифрової трансформації бізнес-процесів торгівлі для інтеграції електронної комерції в Інтернет-реальність. Для розбудови цифрової екосистеми торговельного підприємництва важливо зберігати комплексний підхід цифровізації електронної комерції, сприймаючи технології FinTech як інструменти і контролю, і обліку, і обслуговування клієнтів, а не лише як можливість забезпечення ще одного каналу продажів.

Переваги впровадження технологій FinTech для бізнес-рішень електронної комерції полягають у: збільшенні конверсії за рахунок спрощення процесу оплати, що знижує ризик відмови від кошика; зниженні комісійних витрат внаслідок використання сучасних платіжних систем; забезпеченні безпеки через використання біометрії, токенизації та моніторингу загроз кібератак на основі штучного інтелекту.

Отже, FinTech в електронній комерції – це використання цифрових інновацій для рішень щодо спрощення та забезпечення безпеки платежів, управління фінансами та поліпшення якості обслуговування клієнтів під час онлайн-покупок, включаючи цифрові гаманці, миттєві перекази, штучний інтелект для захисту від шахрайства, послуги BNPL, криптовалюту, що робить процес купівлі та продажу швидшим, зручнішим і безпечнішим, поєднуючи фінанси та цифрові технології. FinTech не тільки змінює спосіб проведення фінансових операцій, але й створює нові бізнес-моделі, які роблять торгівлю більш динамічною та орієнтованою на клієнта.

Висновки. Отже, цифрові фінансові технології стали основою розвитку екосистеми торгівлі, стираючи межі між офлайн-продажами та інтернет-магазинами. FinTech поступово стає невід’ємною частиною інфраструктури ритейлу, стираючи межі між фінансовими послугами та бізнес-процесом купівлі-продажу. Завдяки цифровим фінансовим технологіям сучасна екосистема вітчизняної торгівлі демонструє високу адаптивність до викликів війни, зосереджуючись на інклюзивності внаслідок цифровізації та ефективності за рахунок зменшення транзакційних витрат.

Ключові перспективи фінансових технологій у ритейлі полягають у:

- використанні вбудованих фінансових послуг; інтернет-магазини інтегрують платіжні та кредитні послуги безпосередньо у свій інтерфейс, це дозволяє покупцям одним кліком прямо на касі оформити розстрочку (BNPL) або страхування товару;

- гіперперсоналізації за допомогою штучного інтелекту; використання агентного та генеративного штучного інтелекту для скорингу та аналізу поведінки клієнтів у режимі реального часу дозволяє продавцям формувати індивідуальний пакет фінансових умов, який включає знижки, програми лояльності, кредитні ліміти тощо;

– застосуванні відкритого банкінгу, який дозволяє здійснювати платежі безпосередньо з банківського рахунку (A2A), обходячи карткові мережі, що зменшує комісію для продавців і прискорює переказ коштів;

– організації миттєвих платежів через безконтактні технології оплати необанків за допомогою смартфонів без терміналів (SoftPOS) та інтеграції NFC від Apple для підвищення конкуренції серед цифрових гаманців;

– верифікації клієнта через його біометричну аутентифікацію; поведінкова біометрія та розпізнавання обличчя дедалі стають стандартом в електронній комерції для підтвердження покупок, що дозволяє здійснювати швидкі й безпечні транзакції без паролів.

Виклики розвитку екосистеми електронної комерції на основі фінансових технологій пов'язані з:

– впливом війни та економічною нестабільністю; через постійні ракетні обстріли та відключення електроенергії торговельний бізнес змушений інвестувати в енергетичну незалежність та гібридні IT-інфраструктури замість інновацій;

– зниженням купівельної спроможності потенційних споживачів, оскільки зміна пріоритетів споживачів та обмежені фінансові ресурси у реальному секторі сповільнюють темпи впровадження складних FinTech-продуктів;

– дефіцитом фінансування цифрової трансформації бізнес-процесів торгівлі за браком досвіду залучення зовнішніх інвестицій, що обмежує масштабування електронної комерції;

– кіберзагрозами, а саме збільшення кількості атак на фінансову інфраструктуру вимагає постійних витрат на посилення кібербезпеки та захист даних споживачів.

Незважаючи на виклики війни, український FinTech у торгівлі перейшов від режиму «виживання» до технологічної експансії, де головними драйверами є відкритий банкінг, штучний інтелект та максимальна зручність безготівкових платежів. FinTech – це не просто інструмент, а основа сучасного цифрового ринку, що робить онлайн-торгівлю більш доступною і функціональною.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням можливостей впровадження цифрових інновацій світового ритейлу у роботу вітчизняних інтернет-магазинів.

Список літератури

1. Решетнікова О. В., Даниленко В. І., Дорош-Кізим М. М. Аналіз цифрової поведінки споживачів в умовах розвитку електронної торгівлі. *Економічний простір*. 2025. № 203. С. 223-229. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.203.223-229>
2. Головачук Ю. В. Автоматизація бухгалтерського обліку на підприємствах гуртової торгівлі: можливості та виклики в умовах цифрової економіки. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки*. 2025. № 5(2). С. 136-144. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-5-11047>
3. Федірко О. А. Розвиток цифрової торгівлі на глобальних ринках: фінансовий та інноваційний аспекти. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 5. С. 45-52. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.5.5>
4. Ременяк А. В., Клек А. Р., Шевчук Р. С. Концепція розвитку фінтех-екосистеми України: цифровізація суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану та безпекових викликів. *Ефективна економіка*. 2024. № 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.10.78>. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_10_80 (дата звернення: 07.12.2025).
5. Гомонай В. В. Вплив цифровізації на розвиток електронної комерції та її правове регулювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Право*. 2024. Вип. 85(2). С. 293-298. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.85.2.43>
6. Попело О. В., Свириденко О. А. Управління логістичним забезпеченням системи електронної комерції торговельних підприємств в умовах цифровізації. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 1. С. 234-245. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1\(28\)-234-245](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1(28)-234-245)
7. Іванова Н., Кубліцька О. Цифровізація малого та середнього підприємництва: маркетингово-логістичні рішення у сфері електронної комерції. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2023. № 2. С. 101-116. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-2\(34\)-101-116](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-2(34)-101-116)
8. Семикіна М. В., Дмитришин Б. В., Савеленко Г. В. Цифровізація економіки як рушій розвитку інтелектуального бізнесу та електронної комерції. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2025. № 3. С. 74-86. DOI: <http://doi.org/10.32750/2025-0352>

9. Ушакова О. А. Безготівковий платіжний оборот в умовах розвитку фінтеху в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2023. Вип. 40. С. 108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.40-18>

10. Ставерська Т. О., Лисак Г. Г., Приходько В. О. Фінтех і майбутнє фінансових послуг: інновації у фінансовому секторі. *Економіка. Фінанси. Право*. 2023. № 10. С. 74-79. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2023.10.16>

11. Крупка М. І., Дропа Я. Б., Петик М. І. Формування фінтех-екосистеми як чинник розвитку цифрової економіки України в умовах євроінтеграції та повоєнного відновлення. *Ефективна економіка*. 2025. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.15> URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2025_2_17 (дата звернення: 06.12.2025).

12. Ременяк А. В., Мурайко В. В. Фінтех-інновації на платіжному ринку України в умовах інтеграції в європейський цифровий простір. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки*. 2025. № 4(2). С. 106-116. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-4-10882>

References

1. Reshetnikova, O. V., Danylenko, V. I., & Dorosh-Kizymy M. M. (2025). Analysis of digital consumer behavior in the context of e-commerce development. *Ekonomichnyy prostir*, 203, 223–229. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.203.223-229> [In Ukrainian].

2. Holovchak, Yu. V. (2025). Automation of accounting in wholesale trade enterprises: opportunities and challenges in the digital economy. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriya: Ekonomichni nauky*, 5(2), 136-144. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-5-11047> [In Ukrainian].

3. Fedirko, O. A. (2023). Development of digital trade in global markets: financial and innovative aspects. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen*, 5, 45–52. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.5.5> [In Ukrainian].

4. Remeniak, A. V., Klek, A. R., & Shevchuk, R. S. (2024). Concept for the development of Ukraine's fintech ecosystem: digitization of business entities in conditions of martial law and security challenges. *Efektivna ekonomika*, 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.10.78> Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_10_80 (accessed 07 Desember 2025) [In Ukrainian].

5. Gomonay V. V., Homonai, V. V. (2024). The impact of digitalization on the development of e-commerce and its legal regulation. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Pravo*, 85(2), 293-298. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.85.2.43> [In Ukrainian].

6. Popelo, O. V., & Svyrydenko, O. A. (2024). Management of logistics support for the e-commerce system of trading enterprises in the context of digitalization. *Naukovyi visnyk Polissia*, 1, 234-245. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1\(28\)-234-245](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1(28)-234-245) [In Ukrainian].

7. Ivanova, N., & Kublitska, O. (2023). Digitalization of small and medium-sized enterprises: marketing and logistics solutions in e-commerce. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, 2, 101–116. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-2\(34\)-101-116](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-2(34)-101-116) [In Ukrainian].

8. Semykina, M. V., Dmytryshyn, B. V., & Savelenko, H. V. (2025). Digitalization of the economy as a driver of intellectual business and e-commerce development. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia*, 3, 74–86. DOI: <http://doi.org/10.32750/2025-0352> [In Ukrainian].

9. Ushakova, O. A. Cashless payment turnover in the context of fintech development in Ukraine. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, 40, 108–112. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.40-18> [In Ukrainian].

10. Staverska, T. O., Lysak, H. H., & Prykhodko, V. O. (2023). Fintech and the future of financial services: innovations in the financial sector. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, 10, 74–79. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2023.10.16> [In Ukrainian].

11. Krupka, M. I., Dropa, YA. B., & Petyk, M. I. (2025). Formation of a fintech ecosystem as a factor in the development of Ukraine's digital economy in the context of European integration and post-war recovery. *Efektivna ekonomika*, 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.15>. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2025_2_17 (accessed 06 Desember 2025). [In Ukrainian].

12. Remeniak, A. V., & Muraiko, V. V. (2025). Fintech innovations in the Ukrainian payment market in the context of integration into the European digital space. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriya: Ekonomichni nauky*, 4(2), 106–116. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-4-10882>. [In Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 10.12.2025

Прийнята до публікації 18.12.2025

НАУКОВИЙ ВІСНИК
Одеського національного економічного університету

Науковий журнал

№ 12 (337), 2025

Матеріали випуску друкуються мовою оригіналу
(українська, англійська)

За достовірність викладених фактів,
цитат та інших відомостей відповідає автор

Рекомендовано до друку та поширення через
мережу Інтернет за рішенням Вченої ради
Одеського національного економічного
університету (Протокол № 4 від 23.12.2025 р.)

Підписано до друку 24.12.2025 р.
Формат 60 x 84 1/8. Папір офсетний.
Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman
Ум. друк. арк. 15,80 Тираж 50 прим.

Видавництво і друкарня –
Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса,
вул. Інглезі, 6/1,
Тел.: +38 (095) 934-48-28,
+38 (097) 723-06-08
E-mail: mailbox@helvetica.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7623 від 22.06.2022 р.