

Shtal T., Proskurnina N., Savytska N., Mykhailova M., Bubenets I. Analysis of the Vectors of Digital Transformation of Retail Trade in Ukraine: Determination Methodology and Trends / T. Shtal // Economic Affairs (New Delhi). – 2023. – №68. – P. 939-945. DOI: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.2s.2023.42>

Shtal T., Proskurnina N., Savytska N., Mykhailova M., Bubenets I. Analysis of the Vectors of Digital Transformation of Retail Trade in Ukraine: Determination Methodology and Trends.

**Abstract.** This study was conducted for the retail trade; approaches to determining changes in retail trade under the influence of digitalisation of socio-economic processes were established. The purpose of the research was to analyse the vectors of digitalisation in the field of digital trade in Ukraine. The main methods used in the study were analysis, deduction, forecasting, abstraction, modelling, etc. The study analysed the main factors influencing the development of digital transformation in Ukraine. Using the developed model, it was demonstrated that technological and behavioural factors have the greatest impact; they force retailers to actively adapt to the environment and find new methods of introducing innovations into their business models. Other factors, such as socio-economic or institutional, have a much smaller impact on retail innovation. In addition, the study evaluates the interdependence of consumer needs and relevant innovations in the field of innovation and describes how certain companies have used the latest technologies to improve the quality of their business.

**Keywords:** entrepreneurship, innovations, digitalization, new technologies, macroeconomics.

Шталь Т., Проскурніна Н., Савицька Н., Михайлова М., Бубенець І. Аналіз векторів цифрової трансформації роздрібної торгівлі в Україні: методологія визначення та тренди.

**Анотація.** Дослідження було проведено для роздрібної торгівлі; встановлено підходи до визначення змін у роздрібній торгівлі під впливом цифровізації соціально-економічних процесів. Метою дослідження було проаналізувати вектори цифровізації у сфері цифрової торгівлі в Україні. Основними методами дослідження були аналіз, дедукція, прогнозування,

абстракція, моделювання тощо. У дослідженні проаналізовано основні фактори, що впливають на розвиток цифрової трансформації в Україні. За допомогою розробленої моделі було продемонстровано, що найбільший вплив мають технологічні та поведінкові фактори; вони змушують ритейлерів активно адаптуватися до середовища та знаходити нові методи впровадження інновацій у свої бізнес-моделі. Інші фактори, такі як соціально-економічні чи інституційні, мають набагато менший вплив на інновації в роздрібній торгівлі. Крім того, дослідження оцінює взаємозалежність потреб споживачів і відповідних інновацій у сфері інновацій та описує, як певні компанії використовували новітні технології для підвищення якості свого бізнесу.

Ключові слова: підприємництво, інновації, цифровізація, нові технології, макроекономіка.