

УДК 339.37

JEL L81

DOI 10.32782/2786-765X/2025-9-14

Кизлюк О.А.

аспірант кафедри підприємництва, торгівлі і логістики,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4295-2630>

Чернов О.О.

аспірант кафедри підприємництва, торгівлі і логістики,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7005-0009>

Христофорова О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій,
Навчально-науковий інститут «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;
начальник відділу матеріально-технічного забезпечення управління закупівель,
Київська філія ТОВ «Газорозподільні мережі України»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4868-2488>

ФОРМУВАННЯ МЕТАПРОСТОРУ ЯК МЕГАТРЕНД ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК РИТЕЙЛУ

Стаття присвячена оцінці сучасного стану вітчизняного ритейлу та виявленню впливу на його розвиток формування метапростору. Дослідження базувалося на вивченні статистичних та аналітичних матеріалів, наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних дослідників, використанні методів динамічного аналізу, систематизації та логічного узагальнення, аналізу та синтезу. Проаналізовано показники роздрібної торгівлі в Україні. Встановлено, що в сучасному турбулентному середовищі підприємства ритейлу повинні постійно шукати шляхи вдосконалення власної діяльності та підвищення ефективності. Ритейлерам доцільно орієнтуватися на сучасні мегатренди, одним з яких є формування метапростору. Визначено причини виникнення мегатренду до формування метапростору та напрями потенційного впливу цього мегатренду на ритейл.

Ключові слова: ритейл, мегатренд, метапростір, розвиток, трансформація

Постановка проблеми. Ритейл має важливе значення для розвитку економіки, адже саме ритейлери забезпечують зв'язок та розподіл товарів на ринку, полегшують процес купівлі для покупців. Перед підприємствами ритейлу постає низка важливих завдань, пов'язаних із просуванням товарів та послуг на ринок, створенням зручних умов для споживачів, розширенням охоплення ринку та забезпеченням лояльності клієнтів. Всі ці завдання націлені на забезпечення конкурентоспроможності ритейлера на ринку, його виживання та підвищення ефективності функціонування.

При цьому, важливо розуміти, що турбулентний світ сьогодення постійно ставить перед підприємствами ритейлу нові виклики, одночасно створюючи додаткові можливості для розвитку. Особливу увагу підприємствам ритейлу необхідно приділяти аналізу та виявленню сучасних мегатрендів та розробці стратегії щодо адаптації до них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей вітчизняного ритейлу, основних тенденцій та перспектив його розвитку присвячені численні праці вітчизняних науковців, серед яких Ковальчук С. [6, с. 120–132], Олійник Т., Іванова М. [11, с. 126–129], Сак Т., Грицюк Н. [12, с. 33–42], Ткачук С., Стахурська С., Стахурський В. [14, с. 131–136], Чуприна О., Араkelова І., Попова Ю. [16]. Більшість вчених наголошує на необхідності пошуку шляхів вдосконалення діяльності підприємств галузі та підвищення їхньої ефективності, одним з яких може бути орієнтація на сучасні мегатренди, які склалися в глобальній економіці.

Булатова О., Панченко В., Іващенко О. [1, с. 215–222], Григоров О., Аніщенко Г., Стрижак В., Петренко Н., Турчин О., Окунь А. [3, с. 79–91], Дейнека Т., Дивнич О., Загребельна І., Чернова О., Волкова Н., Шкурупій О., Антоненко Я. [4, с. 37–44; 17, с. 7–15], Олійник К.

[10, с. 25–37], Федулова Л. [15, с. 51–66] розглядали сучасні мегатренди, причини їх появи, прояви та вплив на національну економіку. Одним з мегатрендів науковцями визначено технологічний розвиток, проявом якого є формування метапростору.

Метапростір, його особливості та визначальні риси досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені. В роботах таких дослідників, як Канту К., Франко С., Фрост Дж. [18], Ван Ш., Чжан Х. [19], Тавман Е. [20], Корнівська В. [7, с. 221–229], Костенко О., Маньгора В. [8, с. 102–106], Лебеденко С. [9, с. 123–127] представлено огляд основних аспектів формування метапростору та тенденцій, з ним пов'язаних.

Водночас, на наш погляд, формування метапростору на даний час можна вважати самостійним мегатрендом, вплив якого відчують на собі різні галузі національної економіки. Отже, важливо дослідити вплив метапростору на розвиток ритейлу в Україні.

Мета статті. Метою дослідження стало здійснення оцінки сучасного стану вітчизняного ритейлу на підставі аналізу статистичних даних та виявлення впливу на його розвиток формування метапростору, як мегатренду, обумовленого низкою фундаментальних змін в економіці та суспільстві.

Інформаційною базою статті є статистичні та аналітичні матеріали, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних дослідників. В ході дослідження використано метод динамічного аналізу для виявлення основних закономірностей функціонування роздрібною торгівлі України, методи систематизації та логічного узагальнення для аргументації віднесення процесу формування метапростору до найбільш актуальних мегатрендів та визначення його обумовленості низкою глобальних трансформацій, методи аналізу та синтезу – для виявлення потенційного впливу на підприємства ритейлу даного мегатренду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток роздрібною торгівлі можна вважати одним із індикаторів добробуту населення

країни, адже його скорочення (особливо в порівнянних цінах) сигналізує про зменшення платоспроможного попиту, і навпаки. В таблиці 1 наведені показники роздрібною торгівлі України за 2018–2024 роки.

Як видно з даних таблиці 1, в діючих цінах оборот роздрібною торгівлі та роздрібний товарооборот зростали з початку досліджуваного періоду до 2021 року (збільшення склало 55,1% та 56,3%, відповідно). Водночас, індекс фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлі та індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту хоча і свідчать про щорічне зростання протягом 2018–2021 років обсягів роздрібною торгівлі, однак значення цих показників мали схильність до коливань.

У 2022 році спостерігалось падіння обороту роздрібною торгівлі в діючих цінах порівняно з попереднім роком на 3,3%, роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі скоротився на 7,0%. Однак, індекси фізичного обсягу свідчать, що скорочення обороту роздрібною торгівлі та роздрібного товарообороту, за умови нівелювання впливу інфляційного чинника, було значно суттєвішим. Так, у 2022 році фізичний обсяг обороту роздрібною торгівлі скоротився на 21,4%, фізичний обсяг роздрібного товарообороту – на 24,5%. Таке скорочення, звичайно, можна пов'язати з тим, що через війну ритейлери втратили частину своїх торгових точок, деякі були вимушені зробити релокацію торговельних операторів з окупованих в більш спокійні регіони. Крім того, у 2022 році спостерігався масовий відтік населення за кордон та падіння добробуту громадян, що призвело до скорочення платоспроможного попиту та зміни споживчих переваг.

У 2023–2024 роках показники роздрібною торгівлі знов почали зростати. У 2023 році оборот роздрібною торгівлі в діючих цінах зріс на 32,9%, у 2024 році – на 17,0%. Фізичний обсяг обороту роздрібною торгівлі збільшився за ці роки на 17,0% та 11,6%, відповідно. Зростання роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі склало у 2024 році 28,5%,

Таблиця 1

Показники роздрібною торгівлі України за 2018–2024 роки

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Оборот роздрібною торгівлі, млрд грн	930,6	1094,0	1201,6	1443,8	1396,3	1855,4	2171,0
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі (юридичних осіб), млрд грн	668,4	793,5	868,3	1044,5	971,1	1248,0	1511,0
Індекс фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлі, %	106,2	110,3	107,6	110,7	78,6	117,0	111,6
Індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту, %	105,8	111,4	107,2	110,9	75,5	113,4	115,3

Джерело: складено автором на основі [13]

у 2024 році – 21,1%. Фізичний обсяг роздрібно-го товарообороту підприємств роздрібно-ї торгівлі збільшився у 2023 році лише на 13,4%, у 2024 році – на 15,3%. При цьому, темпи зростання показників в діючих цінах значно перевищували значення індексів фізичного обсягу як обороту роздрібно-ї торгівлі, так і роздрібно-го товарообороту, що свідчить про суттєвий вплив інфляційних процесів на показники роздрібно-ї торгівлі протягом досліджуваного періоду.

Водночас, слід зазначити, що динаміка показників роздрібно-ї торгівлі останніх років свідчить про поступове її відновлення, адаптацію до нових умов функціонування.

За інформацією Retail Association of Ukraine, згідно щомісячного опитування, проведеного серед 110 членів асоціації, станом на грудень 2024 року в них працювало вже 23 682 торговельні точки у восьми основних галузях ритейлу (продовольчий і непродовольчий ритейл, аптечна торгівля, fashion, продаж техніки та електроніки, мережі АЗК, магазини з продажу ювелірних виробів та сегмент DIY-мереж). Чистий приріст кількості працюючих закладів роздрібно-ї торгівлі за 12 місяців склав 2230 торгових об'єктів [2].

При цьому, ритейлери з метою покращення своєї діяльності дедалі більше уваги звертають на сучасні тенденції та впроваджують їх у свою діяльність. Зокрема, йдеться і про сучасні мегатренди – глобальні тенденції які визначають та скеровують розвиток не однієї конкретної галузі на певній території, а світової економіки та суспільства в цілому.

В дослідженні Федулової Л., присвяченому вивченню ключових трендів та викликів для України в контексті глобального технологічного розвитку, розглянуто глобальні мегатренди світового розвитку та визначено як один з найважливіших та найвпливовіших трендів становлення нової парадигми науково-технологічного розвитку (нового технологічного устрою), пов'язане з розгортанням нової індустріальної революції [15, с. 53]

Шкурupій О., Дейнека Т., Дивнич О., Загребельна І., Антоненко Я. глобальні мегатенденції пов'язують із кліматичними змінами і дефіцитом ресурсів, технологічним прогресом, демографічними змінами, змінами економічної могутності та прискоренням урбанізації. При цьому, автори справедливо зазначають, що в таких умовах поступово вибудовується принципово нова система виробництва, якій відповідає смартекономіка – інноваційна, заснована на знаннях, інтелектуальна система господарювання [17, с. 11–12].

Ця думка підтримана в роботі Дейнеки Т., Дивнич О. та Загребельної І. у співавторстві із

Черновою О. та Волковою Н., в якій зазначено, що сучасні мегатренди економічного розвитку формуються на основі глибоких технологічних змін, які є постіндустріальними за змістом зазначених трансформацій [4, с. 43].

Подібною є позиція й інших науковців. Зокрема, Григоров О., Аніщенко Г., Стрижак В., Петренко Н., Турчин О., Окунь А. зазначають, що людство в наш час переймається демографічними змінами (зсувами), змінами в економічній могутності, прискореною урбанізацією, кліматичними змінами, дефіцитом ресурсів і технологічним прогресом, його наслідками та окремими загрозами [3, с. 80].

Олійник К., наголошує, що технологічний та інноваційний розвиток важливий мегатренд, в центрі якого – технологічні інновації, які стають тригером цифрової нерівності й підґрунтям для поширення нових технологій, автоматизації й роботизації, аугментації людини, а також підливних інновацій, які призводять до трансформаційних змін в індустріях [10, с. 27].

Булатова О., Панченко В., Іващенко О., посилаючись на дослідження експертів європейської платформи Megatrends Hub, також серед мегатрендів згадують прискорення технологічних змін і гіперпов'язаності, наголошуючи на тому, що даний мегатренд є таким, що пришвидшує майбутнє [1, с.216].

На наш погляд, виділення технологічних змін як мегатренду є виправданим для розуміння загального вектору трансформацій глобальної економіки. Однак, для визначення потенційних перетворень в окремих сферах життя варто визначити мегатренди з більшим ступенем конкретизації.

До прикладу, Шкурupій О., Дейнека Т., Дивнич О., Загребельна І., Антоненко Я. серед головних тенденцій у сфері технологій вказують розробку та вдосконалення досвіду метавсесвіту [17, с. 12].

За інформацією, розміщеною на сайті Dnipropetrovsk Investment Agency, консалтингова фірма McKinsey провела дослідження, в якому дійшла висновку, що до 2030 року метавсесвіт може принести до \$5 трлн у варіантах використання для споживачів та підприємств [5]. Проаналізувавши дану публікацію, можна виокремити серед ключових факторів зростання даної індустрії прийнятність для різних гендерів, географічних регіонів, демографічних груп та поколінь, готовність споживачів та підприємств витратити гроші на цю технологію, отримання позитивних відгуків від інвестицій в цю сферу, комбінаторну природу даної технології, поширення електронної комерції, можливість її інтеграції з рекламою, освітою, іграми та розвагами в прямому ефірі.

Слід зазначити, що у вітчизняній науковій спільноті для визначення даного поняття аналітики та науковці використовують різні терміни, найбільш розповсюдженими серед яких є метавсесвіт та метaprостір (англомовний аналог – metaverse), які, по суті, можна вважати синонімічними.

Так, Лебеденко С. пов'язує метaprостір з використанням технології розширеної реальності, 3D-графіки та інших новітніх технологій, що дозволяють взаємодіяти в реальному часі та отримувати імерсивний досвід у спосіб, який неможливий у фізичному світі [9, с.123].

Костенко О., Маньгора В. зазначають, що «метавсесвіт – це характерне середовище пост-реальності з необмеженою кількістю користувачів, яке трансформує фізичний світ у віртуальний» [8, с.102].

Канту К. (Carlos Cantú), Франко С. (Cecilia Franco) та Фрост Дж. (Jon Frost) розглядають метaprостір із найбільш загальної точки зору, тобто як будь-який віртуальний світ. Вони зазначають, що на самому базовому рівні метaprостір потребує відчуття занурення, інтерактивності в реальному часі та активності користувача. При цьому, дослідники наводять переплетені шари, які будують метaprостір, а саме: сектори, з якими взаємодіє користувач, програмне забезпечення, інтерфейс, інфраструктура та засоби підтримки [18].

Ван Ш. (Shaofeng Wang), Чжан Х. (Hao Zhang) в своєму дослідженні щодо ефективності підприємництва у метaprосторі, наголошують, що саме цифрові можливості покращують функціонування підприємств в метaprосторі, чинять рушійний вплив цифрових активів на інноваційні досягнення, каталізують інновації та генезис знань [20].

Корнівська В. зазначає, що у функціональному контексті метавсесвіт – це простір задоволення віртуальних і реальних потреб користувачів агентами метавсесвіту (надавачами послуг) за допомогою новітніх технологій [7, с. 222]. Авторка наводить як позитивні

ефекти існування метавсесвіту, так і ризики, які з ним пов'язані.

Формування метaprостору носить скоріше еволюційний, ніж революційний характер, представляючи собою поступовий розвиток нової бізнес-моделі на основі забезпечення повного віртуального занурення споживачів. Як стверджує Тавман Е. (E. Basak Tavman), для галузі роздрібної торгівлі метaprостір розглядається як канал, де бренди можуть реалізувати свою рекламну діяльність і заощадити кошти та час [19, с.10].

Тобто метaprостір (метавсесвіт) створює додаткові можливості для збільшення обсягу продажів та просування продукції. При цьому, розвиток метaprостору значною мірою корелює із впровадженням інструментів електронної торгівлі.

В таблиці 2 наведено показники електронної торгівлі за даними Державної служби статистики України.

Як видно з даних таблиці 2, за 2018–2023 роки в Україні відсоток підприємств, які здійснювали електронну торгівлю, в їх загальній кількості збільшився з 5,0 до 6,9%, зокрема, в роздрібній торгівлі – з 6,1 до 11,3%. Відсоток обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, отриманого від електронної торгівлі, у загальному обсязі також збільшувався (з 3,5 до 5,7% по економіці в цілому, з 3,5 до 5,2% по роздрібній торгівлі).

Таким чином, підприємства в Україні дедалі більш активно використовують електронну торгівлю та її можливості, хоча показники використання електронної торгівлі лишаються досить низькими.

Водночас, Тавман Е. наголошує на відмінності між традиційною роздрібною торгівлею, електронною роздрібною торгівлею та роздрібною торгівлею метaprостору. Якщо традиційна роздрібна торгівля орієнтована на продукт, електронна роздрібна торгівля орієнтована на клієнта, то роздрібна торгівля в метавсесвіті орієнтована на досвід. Сьогодні споживачі хочуть

Таблиця 2

Показники електронної торгівлі в Україні за період 2018–2023 роки

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю, %						
усього	5,0	4,8	4,9	5,0	6,1	6,9
за видом економічної діяльності роздрібна торгівля (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами)	6,1	6,5	6,8	6,7	8,0	11,3
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, отриманий від електронної торгівлі, %						
в цілому	3,5	4,5	5,0	5,3	5,9	5,7
за видом економічної діяльності роздрібна торгівля (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами)	3,5	3,9	3,4	3,7	3,5	5,2

Примітка: Статистичні дані за 2024 рік відсутні

Джерело: складено автором на основі [13]

не тільки споживати продукт або послугу, але й випробувати їх [19].

Слід погодитись з твердженням, яке пропонує в своєму дослідженні Олійник К., щодо того, що фундаментальні зміни створюють основу глобальних трансформацій та середовище походження мегатрендів [10, с. 27]. При цьому автор пропонує розглядати економічні, політичні, технологічні, екологічні, демографічні, соціально-культурні та організаційні зміни.

Варто розглянути глобальні трансформації за вказаними сферами фундаментальних змін, які призвели до того, що формування метапростору стало сучасним мегатрендом, який торкнувся й ритейлу (таблиця 3).

Отже, під впливом глобальних перетворень з'явився мегатренд до формування мегапростору та його проникнення в різноманітні сфери діяльності. Зокрема, активне формування метапростору вже зараз впливає на розвиток ритейлу.

Дедалі більше підприємств роздрібною торгівлі використовує в своїй роботі штучний інтелект, доповнену, віртуальну реальність та інші сучасні IT-технології. Саме завдяки впровадженню таких технологій в роботу ритейлерів, метапростір дозволить подолати розрив між фізичним і онлайн-форматом торгівлі, дасть змогу запропонувати покупцям захоплюючий і різноманітний досвід, який неможливо отримати у звичайних магазинах.

Метапростір значною мірою розширює можливості щодо персоналізації пропозиції ритейлера для кожного споживача завдяки аналітиці, отриманій із використанням штучного інтелекту. До переваг впровадження метапростору відносяться налагодження особливої комунікації зі споживачами, адже персонал підприємства отримує можливість спілкуватися з споживачами більш захоплюючим

Таблиця 3

Формування метапростору як мегатренд – результат фундаментальних змін та глобальних трансформацій

Сфера фундаментальних змін	Спрямованість глобальних трансформацій	Вплив на появу мегатренду щодо формування метапростору
Економічні зміни	загострення дефіциту ресурсів, перехід до постіндустріальної економіки, що базується на знаннях	необхідність диверсифікувати доходи підприємств створює стимул до появи товарів та послуг, представлених в цифровому просторі; функціонування у метапросторі дає можливість зменшити трансакційні витрати, заощадити час і фінансові ресурси; розвиток електронної торгівлі, альтернативних способів розрахунку сприяє розвитку метапростору
Політичні зміни	політична нестабільність, загострення військово-політичних конфліктів по всьому світу	метапростір дозволяє певною мірою відволіктися від реальності, отримати позитивні враження, яких не вистачає в повсякденному житті
Технологічні зміни	розвиток штучного інтелекту, інструментів віртуальної та доповненої реальності тощо	забезпечується технологічна можливість для створення ефекту повного віртуального занурення особистості; стає можливим охоплення користувачів без прив'язки до їх територіального розташування
Екологічні зміни	загострення екологічних проблем	метапростір може бути використаний для збереження екології та вирішення глобальних екологічних проблем, що створює додаткові можливості для соціально-відповідального бізнесу
Демографічні зміни	посилення міграційних процесів, загострення демографічних проблем	розвиток метапростору дозволяє забезпечити доступність окремих товарів та послуг незалежно від місця перебування, в т.ч. до життєво важливих послуг (до прикладу, телемедицина)
Соціально-культурні зміни	зростання цифрової та комп'ютерної грамотності, сприйняття віртуального світу як невід'ємної частини життя	зміна психологічних мотивів формування платоспроможного попиту, бажання отримати нові враження та досвід сприяє проникненню віртуального світу у різні сфери життя
Організаційні зміни	поширення досвіду нових методів організації роботи та отримання послуг (віддалено, дистанційно)	можливість вдосконалити організацію роботи, оптимізувати витрати на персонал та інші супутні витрати є стимулом до поширення метапростору

Джерело: побудовано автором

способом, порівняно із спілкуванням в фізичному світі.

Важливо, що метапростір є глобальною платформою, яка дозволяє роздрібним торговцям формувати клієнтську базу по всьому світу. Це особливо важливо для малих підприємств, які мають обмежені можливості щодо розширення своєї торговельної ніші у фізичному світі.

Водночас, постає низка ризиків для підприємств, зокрема пов'язаних із несформованістю нормативно-правового поля регулювання функціонування підприємств у метапросторі та їхньої взаємодії із іншими фізичними та юридичними особами, недосконалим рівнем кібербезпеки, можливостями шахрайських дій або несанкціонованого використання віртуальних просторів або аватарів, створених ритейлером, сторонніми особами в особистих цілях або для здійснення протиправних дій.

Висновки. Таким чином, останнім часом можна говорити про появу мегатренду до формування метапростору, що стало наслідком фундаментальних трансформацій в різних сферах життя. Для підприємств ритейлу поява цього мегатренду дає змогу покращити взаємодію із споживачами, персоналізувати пропозицію товарів, запропонувати покупцям захоплюючий та різноманітний досвід, охопити більше клієнтів, вдосконалити організацію своєї роботи та оптимізувати витрати ресурсів.

Ці та інші переваги спонукають підприємства ритейлу активно реагувати на появу цього мегатренду та відповідно модифікувати свою роботу та взаємини зі споживачами. Водночас, постає питання вдосконалення нормативно-законодавчої бази для функціонування метапростору, створення належного рівня безпеки особистих даних споживачів та здійснення трансакцій у ньому.

Бібліографічний список

1. Булатова О., Панченко В., Іващенко О. Мегатренди міжнародного економічного розвитку і виклики економічній безпеці: потенціал управління політикою стійкості та протидії ризикам. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 2. С. 215–222. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-29> (дата звернення: 05.04.2025)
2. Географія ритейлу за 2024 рік: в яких регіонах та як представлені гравці основних галузей торгівлі України. Retail Association of Ukraine : веб-сайт. URL: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-12/> (дата звернення: 05.04.2025)
3. Григоров О. В., Аніщенко Г. О., Стрижак В. В., Петренко Н. О., Турчин О. В., Окунь А. О. Глобальні мегатренди людства, четверта промислова революція та напрямки розвитку майбутньої економіки. Великі дані. *Збірник наукових праць УкрДУЗ*. 2019. вип. 184. С. 79–91.
4. Дейнека Т. А., Дивнич О. Д., Чернова О. В., Загребельна І. Л., Волкова Н. В. Сучасні глобальні тенденції економіки. *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С. 37–44. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-37-44> (дата звернення: 05.04.2025)
5. До 2030 року інвестиції в метавесвіт досягнуть \$5 трлн. Dnipropetrovsk Investment Agency : веб-сайт. URL: <https://dia.dp.gov.ua/do-2030-roku-investicii%D1%97-v-metavsesvit-dosyagnut-5-trln/> (дата звернення: 05.04.2025)
6. Ковальчук С. В. Аналіз стану та трансформацій роздрібного ритейлу: світові тренди та український сегмент. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 1. С. 120–132. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.120.132> (дата звернення: 05.04.2025)
7. Корнівська В. О. Метавесвіт у контексті логіко-історичної методології та сучасного філософського знання. *Проблеми економіки*. 2024. № 3 (61). С. 221–229.
8. Костенко О. В., Маньгора В. В. Метавесвіт: правові перспективи регулювання застосування аватарів та штучного інтелекту. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 2. С. 102–106.
9. Лебеденко С. О. Розуміння майбутнього електронної комерції в метапросторі. Економічний розвиток держави та регіонів в контексті сучасних інтеграційних процесів: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 19–20 травня 2023 р., Львів-Торунь : Liha-Pres, 2023. С. 123–127. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-308-1-32> (дата звернення: 05.04.2025)
10. Олійник К. Мегатренди VS глобальні трансформації: технології в центрі економічного розвитку і загострення проблем цифрової нерівності. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка*. 2024. Вип. 27. С. 25–37. URL: <https://visnyk.mu.edu.ua/index.php/economics/article/view/142/139> (дата звернення: 05.04.2025)
11. Олійник Т. І., Іванова М. О. Розвиток ритейлу в Україні. *Молодий вчений*. 2024. № 1 (125). С. 126–129. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1-125-1> (дата звернення: 05.04.2025)
12. Сак Т., Грицюк Н. Ринок ритейлу в Україні: тенденції та перспективи розвитку в умовах кризи. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. № 2 (22). С. 33–42. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-33-42> (дата звернення: 05.04.2025)
13. Статистична інформація. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.04.2025)
14. Ткачук С. В., Стахурська С. А., Стахурський В. О. Інновації в організації ритейл-сервісу як відповідь на вимоги розвитку ринку. *Інтелект XXI*. 2020. № 1. С. 131–136.

15. Федулова Л. І. Глобальний технологічний розвиток: ключові тренди та виклики для України. *Економічна теорія та право*. 2018. № 2(33). С. 51–66. DOI: <http://doi.org/10.31359/2411-5584-2018-33-2-51> (дата звернення: 05.04.2025)
16. Чуприна О. О., Аракелова І. О., Попова Ю. М. Розвиток вітчизняної роздрібно торгівлі: сучасні тенденції та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-104> (дата звернення: 05.04.2025)
17. Шкурूपій О., Дейнека Т., Дивнич О., Загребельна І., Антоненко Я. Концептуальні підходи до визначення основних трендів еволюції глобальної економічної системи. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 3. С. 7–15. DOI: <http://doi.org/10.35774/econa2022.03.007> (дата звернення: 05.04.2025)
18. Cantú C., Franco C., Frost J. The economic implications of services in the metaverse. *BIS Papers*. 2024. No. 144. URL: <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap144.pdf> (дата звернення: 05.04.2025)
19. Tavman E. B. Metaverse retailing: opportunities and challenges. *Press Academia Procedia (PAP)*. 2024. Vol. 19. Pp. 10–15. DOI: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2024.1902> (дата звернення: 05.04.2025)
20. Wang S., Zhang H. Digital capabilities and metaverse entrepreneurial performance: Role of entrepreneurial orientation. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2024. Vol. 9. Issue 4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100617> (дата звернення: 05.04.2025)

References

1. Bulatova O., Panchenko V., Ivashchenko O. (2023) Megatrends mizhnarodnoho ekonomichnoho rozvytku i vyklyky ekonomichnoi bezpetsi: potentsial upravlinnia politykoiu stiikosti ta protydyi ryzykam [Megatrends of international economic development and challenges to economic security: the potential of managing the policy of resilience and countering risks]. *Modeling the development of the economic systems*, vol. 2, pp. 215–222. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-29> (accessed April 05, 2025)
2. Heohrafiia ryteilu za 2024 rik: v yakykh rehionakh ta yak predstavleni hravtsi osnovnykh haluzei torhivli Ukrainy. Retail Association of Ukraine: website [Geography of retail for 2024: in which regions and how are the players of the main trade sectors of Ukraine represented. Retail Association of Ukraine: website]. Available at: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-12/> (accessed April 05, 2025)
3. Hryhorov O. V., Anishchenko H. O., Stryzhak V. V., Petrenko N. O., Turchyn O. V., Okun A. O. (2019) Hlobalni mehatrendy liudstva, chetverta promyslova revoliutsiia ta napriamky rozvytku maibutnoi ekonomiky. Velyki dani [Global megatrends of humanity, the fourth industrial revolution and directions of development of the future economy. Big data]. *Zbirnyk naukovykh prats UkrDUZ – Collection of scientific papers of UkrDUZ*, vol. 184, pp. 79–91.
4. Deineka T. A., Dyvnych O. D., Chernova O. V., Zahrebelna I. L., Volkova N. V. (2022) Suchasni hlobalni tendentsii ekonomiky [Modern global trends in the economy]. *Biznes Inform – Business Inform*, vol. 12, pp. 37–44. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-37-44> (accessed April 05, 2025)
5. Do 2030 roku investytsii v metavsvesvit dosiahnut \$5 trln. Dnipropetrovsk Investment Agency: veb-sait [By 2030, investments in the metaverse will reach \$5 trillion. Dnipropetrovsk Investment Agency: website]. Available at: <https://dia.dp.gov.ua/do-2030-roku-investitsii%D1%97-v-metavsvesvit-dosyagnut-5-trln/> (accessed April 05, 2025)
6. Kovalchuk S. V. (2024) Analiz stanu ta transformatsii rozdrubnoho ryteilu: svitovi trendy ta ukraïnskyi sehment [Analysis of the state and transformations of retail: world trends and the Ukrainian segment]. *Innovation and Sustainability*, vol. 1, pp. 120–132. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.120.132> (accessed April 05, 2025)
7. Kornivska V. O. (2024) Metavsvesvit u konteksti lohiko-istorychnoi metodolohii ta suchasnoho filosofskoho znannia [Metaverse in the context of logical-historical methodology and modern philosophical knowledge]. *Problemy ekonomiky – Problems of economy*, vol. 3 (61), pp. 221–229.
8. Kostenko O. V., Manhora V. V. (2022) Metavsvesvit: pravovi perspektyvy rehuliuвання zastosuvannya avatariv ta shtuchnoho intelektu [Metaverse: legal perspectives for regulating the use of avatars and artificial intelligence]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal – Legal Scientific Electronic Journal*, vol. 2, pp. 102–106.
9. Lebedenko S. O. (2023) Rozuminnia maibutnoho elektronnoi komertsii v metaprostori [Understanding the future of electronic commerce in metaverse]. *Ekonomichni rozvytok derzhavy ta rehioniv v konteksti suchasnykh intehtatsiinykh protsesiv – 2023: Mizhnarodna nauko-vo-praktichna konferenciya* (Uzhhorod, May 19th–20th, 2023). Lviv-Torun: Liha-Pres, pp. 123–127. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-308-1-32> (accessed April 05, 2025)
10. Oliinyk K. (2024) Megatrendy VS hlobalni transformatsii: tekhnolohii v tsentri ekonomichnoho rozvytku i zahostrennia problem tsyfrovoy nerivnosti [Megatrends VS global transformations: technologies at the center of economic development and the aggravation of digital inequality problems]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: Ekonomika – Bulletin of Mariupol State University. Series: Economics*, vol. 27, pp. 25–37. Available at: <https://visnyk.mu.edu.ua/index.php/economics/article/view/142/139> (accessed April 05, 2025)
11. Oliinyk T. I., Ivanova M. O. (2024) Rozvytok ryteilu v Ukraini [Retail development in Ukraine]. *Molodyi vchenyi – Young Scientist*, vol. 1 (125), pp. 126–129. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1-125-1> (accessed April 05, 2025)

12. Sak T., Hrytsiuk N. (2020) Rynok ryteilu v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku v umovakh kryzy [Retail market in Ukraine: trends and prospects for development in times of crisis]. *Ekonomichnyi chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky – Economic Journal of the Lesya Ukrainka Eastern European National University*, vol. 2 (22), pp. 33–42. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-33-42> (accessed April 05, 2025)
13. Statystychna informatsiia. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: veb-sait [Statistical information. State Statistics Service of Ukraine: website]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed April 05, 2025)
14. Tkachuk S. V., Stakhurska S. A., Stakhurskyi V. O. (2020) Innovatsii v orhanizatsii riteil-servisu yak vidpovid na vymohy rozvytku rynku [Innovations in the organization of retail service as a response to the requirements of market development]. *Intelekt XXI – Intellect XXI*, vol. 1, pp. 131–136.
15. Fedulova L. I. (2018) Hlobalnyi tekhnolohichnyi rozvytok: kliuchovi trendy ta vyklyky dlia Ukrainy [Global technological development: key trends and challenges for Ukraine]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic theory and law*, vol. 2(33), pp. 51–66. DOI: <http://doi.org/10.31359/2411-5584-2018-33-2-51> (accessed April 05, 2025)
16. Chupryna O. O., Arakelova I. O., Popova Yu. M. (2024) Rozvytok vitchyznianoï rozdribnoi torhivli: suchasni tendentsii ta perspektyvy [Development of domestic retail trade: current trends and prospects]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-104> (accessed April 05, 2025)
17. Shkurupii O., Deineka T., Dyvnych O., Zahrebelna I., Antonenko Ya. (2022) Kontseptualni pidkhody do vyznachennia osnovnykh trendiv evoliutsii hlobalnoi ekonomichnoi systemy [Conceptual approaches to determining the main trends in the evolution of the global economic system]. *Ekonomichnyi analiz – Economic analysis*, vol. 32, no. 3, pp. 7–15. DOI: <http://doi.org/10.35774/econa2022.03.007> (accessed April 05, 2025)
18. Cantú C., Franco C., Frost J. (2024) The economic implications of services in the metaverse. *BIS Papers*, no. 144. Available at: <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap144.pdf> (accessed April 05, 2025)
19. Tavman E. B. (2024) Metaverse retailing: opportunities and challenges. *Press Academia Procedia (PAP)*, vol. 19, pp. 10–15. DOI: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2024.1902> (accessed April 05, 2025)
20. Wang S., Zhang H. (2024) Digital capabilities and metaverse entrepreneurial performance: Role of entrepreneurial orientation. *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 9, issue 4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100617> (accessed April 05, 2025)

Стаття надійшла до редакції 06.04.2025

Oleksandr Kyzliuk

PhD student of Business, Trade and Logistics Department,
National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4295-2630>

Oleksandr Chernov

PhD student of Business, Trade and Logistics Department,
National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7005-0009>

Olena Khrystoforova

PhD in Economics, Docent, Associate Professor of the Department
of Management, Business and Professional Communications,
Educational and Scientific Institute “Karazin Banking Institute”
of V.N. Karazin Kharkiv National University;
Head of the Material and Technical Support Department,
Procurement Division,
Kyiv Branch of “Gas Distribution Networks of Ukraine” LLC
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4868-2488>

FORMATION OF THE METAVERSE AS A MEGATREND AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF RETAIL

Objective. The article is devoted to assessing the current state of domestic retail and identifying the impact on its development of the formation of metaverse, as a megatrend, caused by a number of fundamental changes in the economy and society. **Methods.** The research was based on the study of statistical and analytical materials, scientific publications of domestic and foreign researchers. The use of the dynamic analysis method allowed to identify the main patterns of the functioning of retail trade in Ukraine. To argue the attribution of the process of metaverse formation to the most relevant megatrends and determine its conditionality by a number of global transformations, methods of systematization and logical generalization were used. In addition, methods of analysis and synthesis

were applied, which allowed to identify the potential impact of this megatrend on retail enterprises. **Results.** It is proven that retail plays an important role in the country's economy. The retail trade indicators in Ukraine are analyzed. It is established that in the modern turbulent environment, retail enterprises must constantly look for ways to improve their own activities and increase efficiency, one of which may be orientation towards modern megatrends that have developed in the global economy. The views of scientists on modern megatrends, the reasons for their emergence, manifestations and impact on the national economy are considered. It is established that one of the megatrends is identified by scientists as technological development, a manifestation of which is the formation of metaverse. The importance of studying the impact of metaverse on the development of retail in Ukraine is substantiated. It is determined that the reason for the emergence of a megatrend before the formation of metaverse is global transformations of an economic, political, environmental, technological, socio-cultural, demographic and organizational nature. The directions of potential impact of this megatrend on retail are identified. **Scientific novelty.** An approach to determining the conditions for the formation of the metaverse as a megatrend is proposed, which allows us to identify the fundamental changes that contributed to its emergence and strengthening. In addition, the benefits and risks of the spread of the metaverse in the retail sector were identified. **Practical significance.** The identified benefits of the metaverse and the risks associated with it allow retailers to make informed decisions about using this megatrend in their operations.

Keywords: retail, megatrend, metaverse, development, transformation.