

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-33>

УДК 658:004

Вікторія ЛЯШЕВСЬКА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0001-6520-3632>
e-mail: v.i.liashevsk@karazin.ua

Єлизавета ДАНИЛЕЙКО

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0003-4423-6181>
e-mail: lizadanileyko02@gmail.com

Юлія ДЯЧЕНКО

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0002-9361-0021>
e-mail: uladachenko1@gmail.com

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

У статті досліджено різні підходи до визначення поняття «електронний бізнес». Наведено поняття електронна комерція та підкреслено різницю між нею та електронним бізнесом, визначено основні відмінності між цими двома поняттями. Також у статті досліджено засоби забезпечення бізнес-процесів та принципи формування інфраструктури електронного бізнесу. Визначено його переваги та недоліки, сильні та слабкі сторони за допомогою SWOT-аналізу. Дізналися, які фактори гальмують розвиток електронного бізнесу в Україні та запропонували заходи щодо зростання цієї сфери.

Ключові слова: електронна комерція, електронний бізнес, віртуальний-бізнес, бізнес-процеси.

Victoriia LYASHEVSKA, Elizaveta DANILEYKO, Yuliia DYACHENKO

Kharkiv National University VN Karazina

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF E-BUSINESS DEVELOPMENT

The article explores different approaches to the definition of "e-business". It was determined that e-business is a set of basic business processes that are formed using Internet technologies. E-business is one of the types of economic activity, which is implemented using information and communication technologies in the management of business processes, in order to obtain maximum profits. The main task of e-business is the use of modern information technology to replace old business models with new ones in order to improve the quality of the organization. Due to the modernization of old processes, the development of competition is intensified and that is why the management of any organization must respond as soon as possible to the constantly changing market situation and adapt to it accordingly or find a way out. Rapid adaptation and the ability to implement new ideas in their business processes help to improve many performance indicators of the enterprise. E-business is the common name of many of its types, so it is divided into e-commerce, e-education services, e-financial services, e-payment services, e-marketing and consulting, e-business in the field of employment and information. All these species are already formed at the moment and are developing. The article introduces the concept of e-commerce and emphasizes the difference between it and e-business. The main differences between these two concepts are given. The article also explores the means of providing business processes and the principles of forming an e-business infrastructure. Its advantages and disadvantages, strengths and weaknesses are identified using SWOT-analysis. They learned what factors hinder the development of e-business in Ukraine and suggested measures to grow this area.

Keywords: e-commerce, e-business, virtual business, business processes.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

На сьогоднішній день значно зріс вплив на економіку загалом та на економічні структури в глобальній мережі Інтернет. Проявляється це по-різному, наприклад: підприємства можуть знижувати матеріальні витрати, аналізувати ринок онлайн, вибудовувати взаємовідносини з контрагентами по-новому і надалі виходити на нові ринки збуту, поставок та праці. Всі ці фактори дозволяють зробити висновок про те, що мережа Інтернет стала основним середовищем введення активного бізнесу.

Всесвітня павутина не підвладна ні простору, ні часу. Саме через таку особливість бізнес стає глобальним незалежно від розмірів організації, її національної приналежності та географічного розташування. Підтримувати контакт з контрагентами можна у будь-який час, але водночас вони можуть бути в будь-якій частині світу.

Новий час спричиняє появу нових термінів: е-бізнес (електронний бізнес), е-комерція (електронна комерція), віртуальний бізнес. Всесвітня павутина, починаючи з 90-х років, надавала нові перспективи для кардинальних змін у формах ведення бізнесу. Керівники організацій усвідомлювали справжні можливості Інтернет-мережі, тому з'явилися нові можливості удосконалювати організацію ділових процесів, скорочувати витрати в різних аспектах господарсько-фінансового життя підприємства і, як результат, примножувати прибуток. Проте, великі очікування практично призвели до переоцінки реалій.

На нашу думку, електронна комерція складає основу функціонування електронного бізнесу у світі. Відповідно, активний розвиток електронного бізнесу протягом останніх кількох років, поглиблення різноманіття видів такого бізнесу та сфер, де активно використовуються інформаційні технології, посилює необхідність розвитку й обумовлює причини проведення наукових досліджень у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженнями сутності електронного бізнесу, його видів та їх ролі в розвитку економіки України на сьогодні заповнена значна кількість наукових робіт таких авторів, як Арцибасов В., Балик У., Борисова Ю., Висоцька В., Дутова М., Євтушенко Д., Желіховський В., Зайцева О., Крутова А., Марусей Т., Селіванова Н., Стойка В., Патраманська А., Страхарчук В., Трубіна І., Шовкова О. Проте, враховуючи численні наукові здобутки зазначених вчених, недостатньо вивченими залишаються питання особливостей розвитку електронного бізнесу та визначення його видів.

Формулювання цілей статті

Метою даної статті є поглиблення теоретичних положень розвитку електронного бізнесу, а також виявлення переваг та недоліків його розвитку в умовах цифрової трансформації.

Викладення основного матеріалу

Великий приплив у сферу Інтернет-бізнесу багатомільйонних засобів став поштовхом для появи різного виду Інтернет-компаній, які після невеликого фінансово-процвітаючого періоду почали «тріскатися», не виправдавши очікувань, що на них покладалися. Ця подія стала впливовим стимулом для переоцінки ведення Інтернет-бізнесу, зробивши його більш продуманим.

На сьогоднішній день представлено чимало різних підходів вивчення поняття та сутності електронного бізнесу. Основні з них наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Наукові підходи щодо тлумачення поняття «електронний бізнес»

Автори	Сутність трактування
Страхарчук В., Страхарчук А.	Е-бізнес – це якісна нова модель інтегрованої економічної діяльності, яка базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мереж, як унікального макроекономічного середовища та основного засобу виробництва для оперативної комерційної та фінансової діяльності з метою підвищення ефективності наявних або широкого, динамічного розвитку нових сегментів бізнесу та отримання стабільного соціально-економічного ефекту [9, с. 601].
Науменкова С.В., Міщенко С. В.	Електронний бізнес (е-бізнес) розглядають як інтеграцію систем, процесів, організацій, ланцюгів, що створюють вартість, а також ринків, які використовують Інтернет і пов'язані з ним технології та концепції [6].
Марусей Т. В.	Електронний бізнес – це будь-яка ділова активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків з метою створення прибутку [5, с. 1012].
Зайцева О. А., Болотинюк І. М.	Електронний бізнес – це перетворення основних бізнес-процесів компанії шляхом впровадження Інтернет-технологій, націлене на підвищення ефективності діяльності. Електронним бізнесом є ділова активність, яка використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірм [3, с. 11].
Висоцька В.	Електронний бізнес (E-business) – підвищення ефективності бізнесу, засноване на використанні інформаційних технологій, для того щоб забезпечити взаємодію ділових партнерів і створити інтегрований ланцюжок доданої вартості [1, с. 55].
Євтушенко Д. Д.	Електронний бізнес – вид підприємства, який здійснюється на основі інформаційних технологій для перетворення зв'язків підприємства з постачальниками, партнерами і клієнтами, з метою поліпшення загальної ефективності бізнесу та вдосконалення бізнес-процесів (виробництва, управління запасами, розробки продукту, управління ризиками, фінансів, управління знаннями та людськими ресурсами) [2, с. 185].

Існує безліч визначень поняття електронного бізнесу, які відображають різні точки зору та відповідають професійній підготовці та накопиченому досвіду авторів цих визначень. Згідно з визначенням фахівців компанії IBM, електронний бізнес – це перетворення основних бізнес-процесів за допомогою інтернет-технологій. Таким чином, електронним бізнесом називається будь-яка ділова активність, яка використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх та зовнішніх зв'язків з метою створення прибутку.

На нашу думку, електронний бізнес-форма ведення бізнесу, за якої його значна частина виконується із застосуванням інформаційних технологій (це локальні та глобальні мережі, спеціалізоване програмне забезпечення тощо).

Електронний бізнес стає більш популярним в економіці та набуває чинності у вигляді нової бізнес-моделі, яка поступово замінить усі старі. На сьогодні електронний бізнес являється одним з видів економічної діяльності, що відбувається за допомогою використання інформаційних та комунікаційних технологій в реалізації та управлінні бізнес-процесів задля отримання прибутків.

Отже, основним завданням електронного бізнесу є застосування сучасних інформативних технологій для модернізації старих бізнес-моделей для підвищення якості роботи організації. Це зумовлено тим, що в епоху нової електронної економіки, загострюється розвиток конкуренції і саме тому керівництво будь-якої організації має в максимально стислий термін реагувати на ситуацію, що постійно змінюється на ринку. Швидка адаптація та вміння впроваджувати інновації у свої бізнес-процеси інновації, як свідчить практика, сприяють досягненню успіху підприємства. Цього можна досягти за попереднього ретельного планування.

Варто також розглянути складові елементи системи електронного бізнесу, які на сьогодні виділено, звертаючи увагу на складність такої системи та значне різноманіття підприємницької діяльності, яка відбувається в мережі Інтернет (рис. 1).

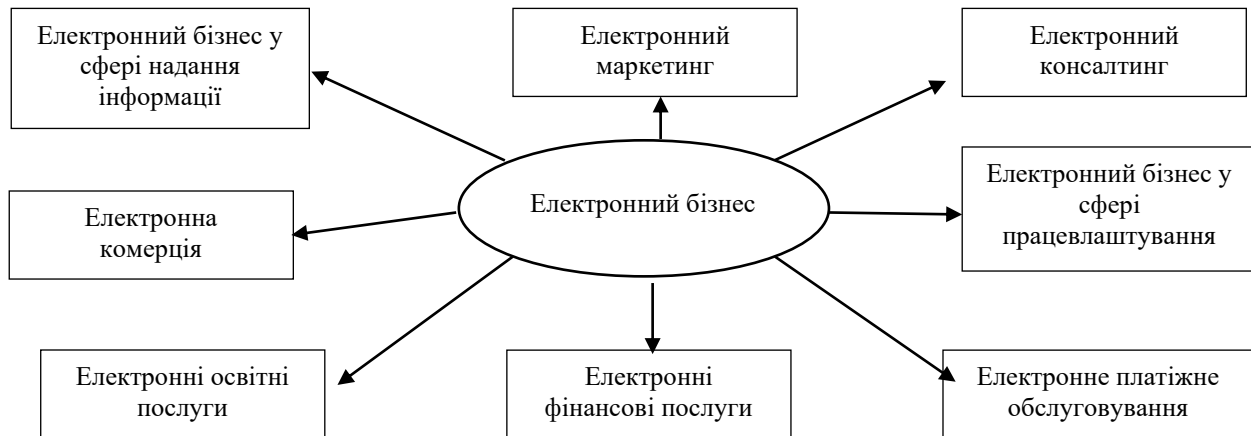


Рис. 1. Основні види електронного бізнесу

Таким чином, на рис. 1 ми можемо побачити основні види електронного бізнесу, які на сьогоднішній день вже сформувалися та поступово розвиваються. Варто зазначити, що більша частина видів даного бізнесу розвивалася з наявних його типів. Наприклад, у фінансовій сфері, де найбільшого розвитку отримали послуги з надання платіжних розрахунків, виникли також послуги з перерахування коштів між рахунками, надання кредитів онлайн, виникнення Монобанку, який за своєю сутністю є новим видом електронного бізнесу відрізняється від тих суб'єктів, які надають звичайні розрахункові послуги через мережу Інтернет.

Різним підприємствам потрібні різні засоби забезпечення бізнес-процесів, але принципи формування інфраструктури електронного бізнесу є досить універсальними:

- Новаторство – ключ до успіху. Необхідно вміти виявляти тенденції перед тим як їх встигнуть розглянути конкуренти, та інтегрувати їх у інформаційні системи для практичних реалізацій цих тенденцій.
- Без надійної та гнучкої інформаційної інфраструктури неможливо досягти інтеграції та інновацій.
- Інтеграція приносить замовникам додаткові переваги та вигоди. Підприємства, які досягли успіху, можуть розширити свої бізнес-процеси.

До переваг електронного бізнесу можна віднести:

1. Розширення ринку. Значна частина продукції сфери промисловості реалізується переважно через компанії-посередники, які залишають собі значний відсоток торгової надбавки. Розширення бази постачальників замовників у кілька разів дає відчутний результат;
2. Оптимізація процесів постачання. Розвинена система управління ланцюжками постачання SCM (Supply Chain Management) в режимі реального часу дозволяє значно скоротити витрати на зберігання товарно-матеріальних цінностей [7].

Інтернет революція після першого етапу розвитку роздрібною торгівлі в інтернеті B2C(бізнес-покупець) призвела до розвитку так званої системи електронної комерції B2B (бізнес-бізнес). Оптимізація бізнес-процесів реального світу, динамічне ціноутворення, агрегування попиту та пропозиції, інтегрування їх із фінансовими та адміністративними надбудовами – все це ті основні характеристики, за якими лежить майбутнє електронної економіки.

Найважливішим елементом електронного бізнесу є електронна комерція. Під електронною комерцією маються на увазі будь-які форми угод, при яких взаємодія сторін здійснюється із застосуванням можливостей інформаційних та телекомунікаційних технологій систем та мереж.

Електронна комерція є засобом ведення бізнесу у глобальному масштабі. Вона дозволяє компаніям повніше взаємодіяти з постачальниками і швидше реагувати на запити та очікування замовників. Компанії отримують можливий вибір постачальників незалежно від географічного розташування.

Електронна комерція є лише однією зі складових частин електронного бізнесу, яка обмежується проведенням угод за допомогою електронних систем, наприклад, продаж товарів або надання послуг через Інтернет.

Підкреслимо різницю між двома введеними поняттями. Електронний бізнес є найзагальнішим поняттям. До нього входять будь-які форми взаємодії між суб'єктами ринку за допомогою цифрових технологій:

- обмін інформацією;
- проведення маркетингових досліджень;
- встановлення контактів, наприклад, між потенційними замовниками та постачальниками;
- перед- та післяпродажна підтримка, наприклад подання докладної інформації про продукти та послуги, документацію, відповіді на запитання замовників тощо;
- продаж товарів та послуг;
- електронна оплата у платіжних системах, в тому числі з використанням електронних платіжних систем;
- розповсюдження продуктів, включаючи як управління доставкою та її відстеження для фізичних продуктів, так і безпосередню доставку продуктів, які можуть поширюватися електронним шляхом;
- можливість організації віртуальних підприємств групи окремих спеціалістів або навіть незалежних компаній для ведення спільної комерційної діяльності;
- здійснення бізнес-процесів, спільно керованих компанією та її торговими партнерами.

Основні відмінності електронної комерції від електронного бізнесу:

- електронний бізнес може як мати, так і не мати комерційної складової;
- електронна комерція – обмежений прояв електронного бізнесу, що є маркетингом, продажем, придбанням товарів/послуг з використанням телекомунікаційних технологій;
- електронний бізнес підтримує ланцюжок додавання споживчої вартості, інтегруючи в ланцюжки кілька компаній;
- основний упор електронного бізнесу зроблено на сферу управління ланцюжками постачальників та внутрішньої діяльності підприємства.

Через те, що відсутній безпосередній контакт між продавцем і покупцем електронна комерція пов'язана з деякими ризиками, а саме з імовірністю несплати товар чи витоку конфіденційних даних, ризиками не дотримання постачання замовлень або його доставлення у пошкодженому стані. Тобто системи електронної комерції мають забезпечувати зменшення подібних загроз, підтримувати належну безпеку комерційних угод, що, безпосередньо, спирається на існування спеціальних електронних технологій з ідентифікації сторін, застосування механізмів захищених з'єднання, шифрування конфіденційних даних в процесі їх передачі [4].

Варто відзначити, що виявлення сильних та слабких сторін ринку електронної комерції можливо здійснити за допомогою SWOT-аналізу (таблиця 2).

Таблиця 2

SWOT-аналіз ринку електронної комерції

Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання чисельності користувачів глобальної мережі. 2. Управління не обмежено часом та простором. 3. Зміна свідомості покупців. 4. Підприємство e-commerce завжди володіє ресурсами для розростання шляхом охоплення нових ринкових сегментів. 5. Реклама в інтернеті продуктивніша ніж на традиційному ринку. 6. Висока швидкість розвитку бізнесу. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потужний ступінь конкуренції. 2. Суттєвий вплив макро-факторів (політичні, соціально-господарські та культурні перетворення). 3. Ймовірність втрати конфіденційності даних. 4. Шахрайство.
Переваги	Недоліки
<ol style="list-style-type: none"> 1. Торгівля через глобальну мережу помітно зменшує час і фізичний рух сторін угоди. 2. Розвиток e-комерції позбавлений певних просторових кордонів і не потребує реєстрації на визначеній території. 3. Мобільний обмін даними між продавцями та покупцями. 4. Відсутність часових обмежень. 5. Досяжність і відкритість продукції. 6. «Еластична» ринкова сегментація. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Значний термін доставлення замовлень. 2. Відсутність належної законодавчої бази з охорони ринку e-комерції. 3. Відсутність реальної зустрічі між покупцем та продавцем зменшує ймовірність одержання дисконту. 4. Відсутність впливу на вибір покупця, що обумовлено віртуальним контактом. 5. Обмеженість реклами в інтернеті, оскільки вона розрахована на цільового споживача.

Таким чином, серед факторів, які гальмують зростання електронного ринку в Україні, слід зазначити:

- відсутність належної нормативно-правової бази;
- низький поріг платоспроможності окремих прошарків населення;
- неналежної якості стан інформаційної та логістичної інфраструктури відносно забезпечення розвитку в перспективі тощо.

Матеріали експертних досліджень сучасного українського простору e-commerce дозволяють оцінити його приблизно у 2 млрд доларів США [10]. Проаналізувавши дані за 2021 рік, можна зафіксувати,

що орієнтовно 63% українців кожного відвідують простори Інтернету. Якщо проаналізувати загальну кількість інтернет-користувачів України, то 33% користувачів роблять покупки хоча б 1 раз на рік, а 25% – роблять покупки регулярно. Найбільше коштів в інтернет-мережі українцями витрачається на одяг, аксесуари, подарунки, взуття, косметичні засоби, дрібну техніку і смартфони. Попит мають авто-товари та інвентар для дому і саду.

У середньому, протягом року українець здійснює купівлю онлайн 12-13 разів, розрахунок при цьому дорівнює 1200 грн. Українці згодні чекати посилку протягом 3-7 днів, після чого можуть передумати купувати товар. Також вони не бажають сплачувати додатково у випадку заміни способу постачання. Поміж тим, на внутрішньому електронному ринку на лідерами збуту товарів виступають такі електронні системи як «Розетка» або «OLX», а самою популярною закордонною комерційною інтернет-платформою є AliExpress, на якій українцями щодня реалізується близько 40 тис. операцій. Найбільш популярним способом доставлення товарів, придбаних в Інтернет-мережі, по Україні – до відділення поштового сервісу, з-за кордону – безпосередньо до дверей покупця. Для порівняння – на ринку ЄС 75 % замовлень надходять прямо до споживача.

Дивлячись на це, можна зазначити, що подальше зростання сфери електронної торгівлі в Україні потребує таких заходів [8]:

- залучення до використання можливостей Інтернет-мережі різних категорій населення по всій території держави, що обумовить збільшення чисельності онлайн-покупців та, у наслідку, зростання кількості електронних суб'єктів господарювання;
- розширення зони покриття, удосконалення якості Інтернет-зв'язку;
- розвиток маркетплейсів – спеціальних майданчиків, на яких виробники та продавці зможуть розміщувати свою продукцію;
- зростання кількості служб з транспортування товарів, покращення асортименту і якості їх послуг;
- виявлення та врахування індивідуальних запитів і побажань споживачів, що сприятиме підвищенню рівня їх задоволення від електронної комерції.

Проте після 24 лютого 2022 року в Україні торгівля була «на нулі», але вже за тиждень малий та середній бізнес почав адаптуватися. На Prom вже в середині березня 2022 року кількість замовлень на сайті досягла 20% довоєнного рівня, а на початку квітня – 60%.

Наразі українці найчастіше купують в онлайн-магазинах мобільні телефони, комп'ютерну техніку, воєнну і туристичну амуніцію, косметичні товари та автозапчастини.

Малий та середній бізнес – це потужна сила економіки України. Зараз головні кластери торгівлі у Харкові та Одесі майже не працюють. Підприємці або закрили бізнес або переміщують його в більш безпечні регіони.

Для підприємців, що працюють у сфері електронної комерції, одним із найкращих способів на сьогодні привернути увагу клієнтів є реклама в інтернеті. Згідно з дослідженнями організації IAB Україна приблизно 70% рекламодавців перервали свою діяльність на час війни, а зниження рівня конкуренції дає всім підприємцям дві величезні переваги:

- більше можливостей залучити потенційного клієнта;
- зниження ціни за клік у платній рекламі.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Головною особливістю сучасного етапу є той факт, що цифрові та інформаційні технології формують новий світ. У даному випадку, частину цього світу у вигляді електронного бізнесу.

У статті проаналізовано теоретичні основи розвитку електронного бізнесу, з'ясовано його базову сутнісні ознаки та визначено зміст, а саме: електронний бізнес – вид господарської діяльності, у межах якого активно використовуються інформаційно-комунікаційні технології та мережі. Вагому увагу було також приділено виокремленню на основі аналізу вже сформованих наукових концепцій окремих елементів у системі електронного бізнесу, їх групуванню. Зокрема, серед таких елементів виділено такі: електронна комерція, електронний консалтинг, електронне платіжне обслуговування, електронний бізнес у сфері надання інформації, електронний бізнес у сфері працевлаштування, електронні фінансові послуги, електронні освітні послуги, електронний маркетинг.

Також у статті розглянуто сутність електронної комерції, а саме, поняття електронної комерції слід трактувати як новий формат взаємовідносин між економічними суб'єктами, що реалізується за допомогою інформаційних технологій, а саме з використанням мережі Інтернет.

SWOT-аналіз переваг і недоліків електронної комерції дозволяє зробити висновок, що такий спосіб ведення бізнесу може бути достатньо прибутковим. У сучасних умовах України найкращим способом підвищити прибутковість підприємства є реклама в Інтернеті.

Література

1. Висоцька В. Особливості проектування і впровадження систем електронної комерції. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 631 : Інформаційні системи та мережі. 55-77 с.

2. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. Бізнес Інформ. 2014. № 8. 184-188 с.
3. Зайцева О. О., Болотинюк І. М. Електронний бізнес : навч. посіб. ; за наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ : Лілея НВ, 2015. 264 с.
4. Маліцька Г. Г., Мельник О. І. Особливості електронної комерції та стан її розвитку в сучасних економічних умовах України. Ефективна економіка. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/76.pdf (дата звернення 03.06.2022).
5. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 14. 1011-1015 с.
6. Науменкова С. В., Міщенко С. В. Ринок фінансових послуг. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 532 с.
7. Патраманська Л.Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. Ефективна економіка. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505> (дата звернення 03.06.2022).
8. Полях В. М., Кривошеєва Н. М., Ключкотайн В. М. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні. ScientificJournalScienceRise. 2017. № 5. 11-17 с.
9. Страхарчук В., Страхарчук А. Концептуальні засади електронного банківського бізнесу. Молодь і ринок. 2012. № 4 (87). 59-64 с.
10. Що таке електронна комерція? Як роблять онлайн покупки українці, європейці та американці. Твоє місто. URL: http://tvoemisto.tv/news/shcho_take_elektronna_komertsiya_yak_roblyat_onlaynpokupky_ukraintsi_levropeytsi_ta_amerykantsi_93469.html (дата звернення 03.06.2022).
11. Мозговая Г. В., Ляшевская В. И., Билоконь В. А. Сутність і моделі електронного бізнесу та електронної комерції. Бізнес Інформ. 2022. № 1. С. 123–131. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-123-131> (дата звернення 20.06.2022).

References

1. Vysotska V. Osoblyvosti proektuvannya i vprovadzhennia system elektronnoi komertsii. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika». 2008. № 631 : Informatsiini systemy ta merezhi. 55-77 s.
2. Yevtushenko D. D. Elektronnyi biznes, elektronna komertsii, internet-torhivlia: sutnist ta vzaiemoviazok poniat. Biznes Inform. 2014. № 8. 184-188 s.
3. Zaitseva O. O., Bolotyniuk I. M. Elektronnyi biznes : navch. posib. ; za nauk. red. N.V. Morze. Ivano-Frankivsk : Lileia HB, 2015. 264 s.
4. Malitska H. H., Melnyk O. I. Osoblyvosti elektronnoi komertsii ta stan yii rozvytku v suchasnykh ekonomichnykh umovakh Ukrainy. Efektyvna ekonomika. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/76.pdf (data zvernennia 03.06.2022).
5. Marusei T. V. Osnovni tendentsii rozvytku rynku elektronnoi komertsii v Ukraini. Ekonomika i suspilstvo. 2018. Vyp. 14. 1011-1015 s.
6. Naumenkova S. V., Mishchenko S. V. Rynok finansovykh posluh. Rynok finansovykh posluh : navch. posib. Kyiv : Znannia, 2010. 532 s.
7. Patramanska L.Iu. Elektronna komertsii: perevahy ta nedoliky. Efektyvna ekonomika. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505> (data zvernennia 03.06.2022).
8. Poliakh V. M., Kryvosheieva N. M., Klochkotain V. M. Elektronna komertsii: teoretyko-pravovi zasady ta suchasnyi stan v Ukraini. ScientificJournalScienceRise. 2017. № 5. 11-17 s.
9. Strakharchuk V., Strakharchuk A. Kontseptualni zasady elektronnoho bankivskoho biznesu. Molod i rynek. 2012. № 4 (87). 59-64 s.
10. Shcho take elektronna komertsii? Yak robliat onlain pokupky ukraintsi, yevropeitsi ta amerykantsi. Tvoie misto. URL: http://tvoemisto.tv/news/shcho_take_elektronna_komertsiya_yak_roblyat_onlaynpokupky_ukraintsi_levropeytsi_ta_amerykantsi_93469.html (data zvernennia 03.06.2022).
11. Mozghovaia H. V., Liashevskaiia V. Y., Bylokon V. A. Sutnist i modeli elektronnoho biznesu ta elektronnoi komertsii. Biznes Inform. 2022. № 1. С. 123–131. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-123-131> (data zvernennia 20.06.2022).