

Вікторія А. Кулик

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У статті оцінено основні показники, що характеризують розвиток електронного бізнесу в Україні, Європі та світі, проведено їх порівняння. Встановлено сильні та слабкі сторони підприємств електронного бізнесу. Розглянуто тенденції розвитку електронного бізнесу в Україні. Визначено бар'єри розвитку електронного бізнесу в Україні та шляхи їх подолання.

Ключові слова: електронний бізнес; тенденції розвитку; бар'єри розвитку.

Рис. 2. Літ. 14.

Виктория А. Кулик

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

В статье оценены основные показатели, характеризующие развитие электронного бизнеса в Украине, Европе и мире, проведено их сравнение. Установлены сильные и слабые стороны предприятий электронного бизнеса. Рассмотрены тенденции развития электронного бизнеса в Украине. Определены барьеры развитию электронного бизнеса в Украине и пути их преодоления.

Ключевые слова: электронный бизнес; тенденции развития; барьеры развития.

Viktoriya A. Kulyk¹

E-BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

Assessment and comparison of the key indicators of e-business development in Ukraine, Europe and worldwide have been conducted in the article. Strengths and weaknesses of e-business enterprises are identified. Trends of e-business development in Ukraine are examined. Barriers for Ukrainian e-business development and the ways to tackle them are highlighted.

Keywords: e-business; development trends; development barriers.

Peer-reviewed, approved and placed: 6.06.2016.

Постановка проблеми. У сучасному глобальному електронному середовищі постійно зростають обсяги інформації та знань, посилюється роль інформаційної економіки та інформаційно-комунікаційних технологій, підвищується економічний статус сфери послуг, кардинально змінюється життя та діяльність людини. Людство невпинно просувається до інформаційної епохи, в якій велика частина економіки і бізнесу стають електронними та здійснюються в мережі Інтернет. Основою інформаційної економіки є електронна економічна діяльність.

Для позначення ділової активності з використанням мережі Інтернет застосовують різні поняття, найпоширенішими серед яких є «електронна комерція» та «електронний бізнес». Поняття «електронний бізнес» буде розглядатися як наступна сходинка еволюції «електронної комерції».

В електронній комерції бізнес-комунікації та трансакції щодо покупки та продажу товарів і послуг здійснюються через комп'ютери та мережі за допомогою цифрового зв'язку. Електронна комерція також включає в себе операції з електронного переказу коштів, використання смарт-карт та електронних грошей. Електронна комерція функціонує у світі приблизно з 1994 р. (Amazon.com). Електронний бізнес, крім електронної комерції, включає у

¹ Poltava University of Economics and Trade, Ukraine.

себе процес обслуговування клієнтів та співпрацю з діловими партнерами, що здійснюється онлайн у мережі Інтернет. Електронний бізнес було впроваджено у 1997 р. компанією IBM [14]. Електронна комерція буде розглядатися як частина електронного бізнесу, який також включає: інфраструктуру електронного ринку; процес управління взаємовідносинами із клієнтами (CRM); бізнес-аналітику; управління постачанням.

Аналіз досліджень і публікацій. В Україні проблеми розвитку електронного бізнесу та електронної комерції висвітлено в працях колективів авторів під керівництвом Т.М. Тардаскіної [7] та О.М. Юдіна [9]. У зазначених працях авторами розглядаються історичні передумови розвитку електронного бізнесу в Україні та світі, види електронного бізнесу та особливості їх функціонування; типи платіжних систем, що використовуються в електронному середовищі тощо. Проте, враховуючи швидкий розвиток електронного бізнесу у світі та прагнення України до розвитку даного сегменту економіки в найближчому майбутньому, доцільним, на нашу думку, є продовження досліджень попередників та його поглиблення в аспекті визначення бар'єрів, що сповільнюють розвиток електронного бізнесу в Україні, а також визначення способів їх усунення.

Метою дослідження є визначення основних показників, що характеризують розвиток електронного бізнесу у світі; порівняння індикаторів вітчизняної економіки у сфері електронного бізнесу зі світовими; вивчення можливості ведення електронного бізнесу в Україні та перешкоди, що стримують його розвиток.

Основні результати дослідження. Розвиток електронного бізнесу у світі має позитивний вплив на світову економіку, оскільки прискорює економічне зростання, знижує інфляцію, підвищує продуктивність, збільшує зайнятість. Основні компоненти електронного бізнесу наведено на рис. 1.

З метою посилення позитивного впливу електронного бізнесу на економіку у 2000 р. Європейським Парламентом було прийнято Директиву 2000/31/ЄС, в якій зазначено основні принципи розвитку електронного бізнесу в Європі, зокрема: розвиток електронного бізнесу як революція в глобальній економіці; інформаційне суспільство для всіх, вільний допуск до всіх ресурсів електронної економіки; розвиток «цифрової» грамотності, особливо в школах; прийняття правових актів регулювання електронного бізнесу; підтримка розвитку електронного бізнесу в країнах ЄС [1].

Таким чином, можна стверджувати, що останні 15 років у країнах Європи було створено підґрунтя для заснування, розвитку та функціонування підприємств електронного бізнесу. Це підтверджує той факт, що за результатами Доповіді про стан інформаційної економіки у 2015 р., підготовленої UNCTAD (конференція ООН з торгівлі та розвитку), до першої десятки країн-лідерів за рівнем розвитку електронного бізнесу входять 6 європейських країн (1-ше місце – Люксембург; 2-ге – Норвегія; 3-тє – Фінляндія; 5-тє – Швеція; 7-ме – Німеччина; 9-тє місце – Велика Британія). Відповідно до даного рейтингу, Україна знаходиться на 58-му місці з 130 [13].

Якщо розглядати обсяги товарообігу через мережу Інтернет у розрізі країн-лідерів, то у 2014 р. найбільший показник товарообігу підприємств елек-

тронного бізнесу, що припадає на Китай, дорівнював 538 млрд дол. США (1-ше місце в світі), США – 483 млрд дол. США (2-ге місце) та Велику Британію – 169 млрд дол. США (3-тє). Загальний обсяг товарообігу першої трійки країн-лідерів становив 61% від загального товарообігу підприємств електронного бізнесу у світі.

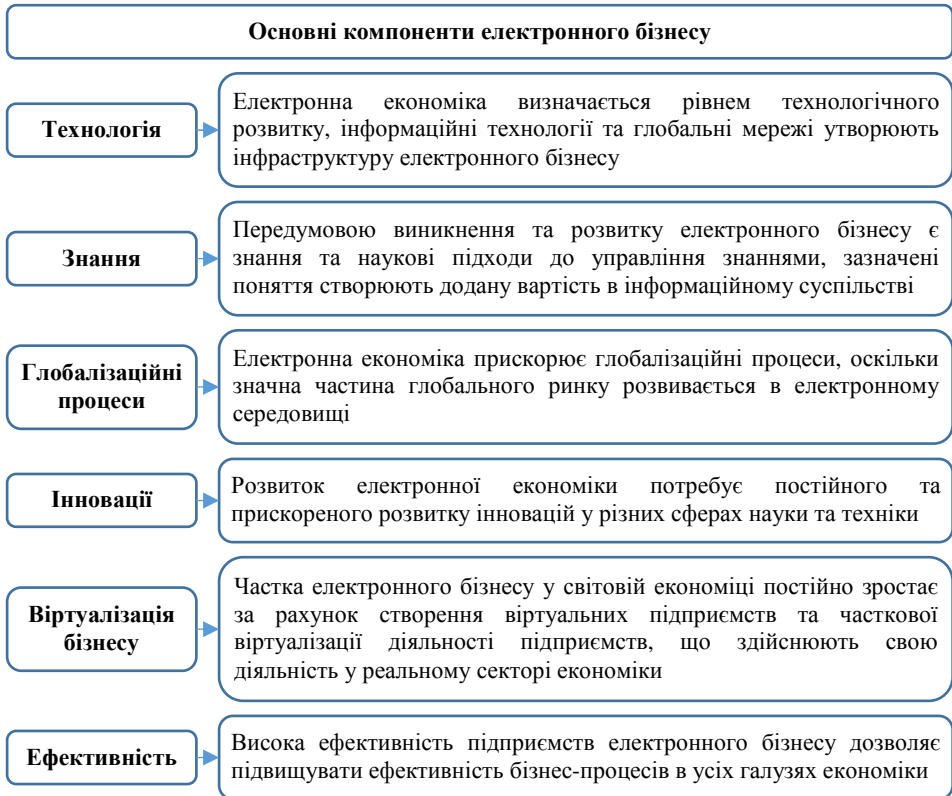


Рис. 1. Основні компоненти електронного бізнесу, авторська розробка

Обсяг онлайн-продажів в Україні у 2014 р. склав 2,3 млрд євро, що на 21,6% вище за аналогічний показник минулого року. Середні темпи зростання електронного бізнесу в Україні досить високі. Загальносвітовий рівень зростання електронного бізнесу дорівнює 24%, у той час як в Україні цей показник знаходиться на рівні 20%. Варто відмітити, що електронний бізнес в Україні розвивається швидшими темпами, ніж європейський, який вже є досить насиченим. У той же час вітчизняні темпи росту електронного бізнесу є значно нижчими за аналогічні показники країн Східної Європи, на 15,1%. За оцінками фахівців, частка товарообігу підприємств електронного бізнесу в Україні складає 1,6% від загального товарообігу, при чому 50% припадає на реалізацію товарів і 50% – на реалізацію послуг.

За даними останніх досліджень, аналітики констатують, що економіки, які розвиваються, поступово будуть збільшувати свою частку на світовому

ринку електронної комерції, і вже до 2018 р. 40% Інтернет-торгівлі відбуватиметься за межами розвинених країн. Особливо стрімко розвиваються країни зі значною кількістю населення, такі як Китай, Бразилія і Росія [13].

Українські споживачі також виявляють все більшу зацікавленість у придбанні товарів та послуг за кордоном. До переваг закордонних Інтернет-магазинів, за даними проведеного опитування, відносяться: 1) більш привабливі пропозиції щодо товарів та послуг; 2) кращі умови здійснення покупки; 3) ширший асортимент товарів; 4) вища якість товарів та послуги; 5) рекомендації знайомих. Зокрема, у 2014 р. наші співвітчизники придбали: а) одяг та взуття (46% від загальної кількості українських покупців, що здійснювали свої онлайн-покупки в закордонних магазинах); б) мобільні телефони (22%); в) косметику (21%); г) програмне забезпечення (18%); д) товари для дому та побуту (16%); е) побутову техніку (13%).

Проте існують певні стримуючі фактори, що зменшують кількість покупок українців у закордонних Інтернет-магазинах. До них відносяться: 1) 30% респондентів відповіли, що вітчизняні Інтернет-магазини задовольняють їх потреби; 2) 29% опитаних не влаштовують занадто тривалі терміни доставки із закордонних Інтернет-магазинів; 3) 27% респондентів вважають недостатньо задовільними умови повернення товарів; 4) 17% респондентів мають труднощі зі сприйняттям інформації іноземною мовою; 5) 14% опитаних ніколи не здійснювали покупки у закордонних Інтернет-магазинах.

Вказані фактори, на нашу думку, є потенційними напрямками розвитку підприємств електронного бізнесу в Україні. Зокрема, одна третина онлайн-покупців зазначила, що вітчизняні Інтернет-магазини повністю задовольняють їх потреби, що є досить високим показником та свідчить про конкурентоспроможність вітчизняних підприємств електронного бізнесу у даному секторі економіки. Крім того, враховуючи, труднощі окремих покупців, що виникають під час доставки, оплати та повернення товарів за кордон, окремі вітчизняні Інтернет-магазини відкривають нові напрями здійснення господарської діяльності.

Наприклад, "ModnaKasta" – Інтернет-магазин, що спеціалізується на продажу одягу, взуття, аксесуарів та товарів для побуту, відкрив новий напрям – "GlobalKasta". Ця послуга передбачає надання послуг українським покупцям із доставки покупок, здійснених на території США, в Україну. Цей напрям є надзвичайно прогресивним у діяльності вітчизняних Інтернет-магазинів та може забезпечити вищий рівень задоволення потреб українських споживачів.

Прогнози розвитку електронного бізнесу в Україні найближчими роками, за даними Української асоціації директ-маркетингу (УАДМ), досить оптимістичні (рис. 2).

Електронний бізнес в Україні розвивається у різних напрямках, найпопулярнішими видами електронного бізнесу є Інтернет-магазини, сервіси замовлення квитків та бронювання готелів, прайс-агрегатори тощо.

Російська компанія "Rambler.ru" на основі даних, отриманих від "SimilarWeb", підготувала рейтинг сайтів в сегменті електронного бізнесу, які відвідують українські Інтернет-користувачі. Найпопулярнішим, досить передбачувано, виявився сайт "Rozetka.ua" на другому місці – сервіс замов-

лення товарів з Китаю "Aliexpress", замикає трійку лідерів торговий майданчик "Prom.ua" [8].

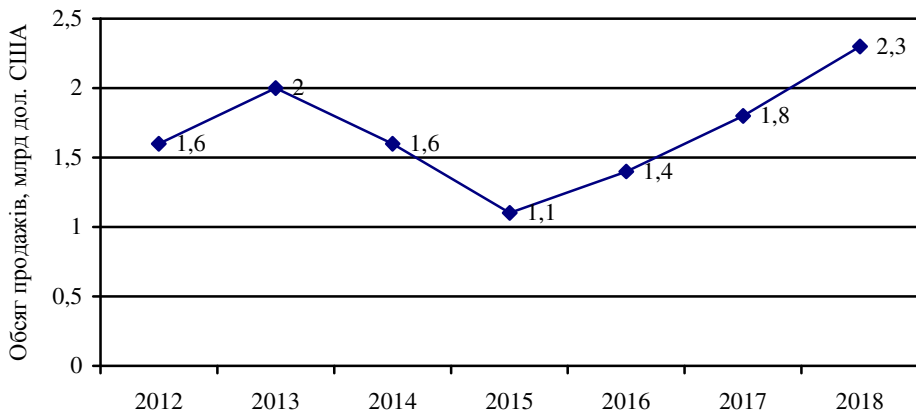


Рис. 2. Прогноз обсягів ринку підприємств електронного бізнесу в Україні на 2016–2018 рр. [10]

За даними "Factum Group", за 2014 р. безумовним лідером за кількістю відвідувачів залишається Інтернет-магазин "Rozetka" (31% онлайн-аудиторії України). До п'ятірки лідерів українських Інтернет-магазинів також увійшли "eldorado.com.ua", "bonprix.ua", "lamoda.ua" і "mobilluck.com.ua" [5].

За даними "Forbes", у 2014 р. трійка лідерів UAnet виглядає таким чином: на першому і другому місцях «Розетка» і «Алло», замикає трійку «Мобіллак» [3].

Виходячи з представлених рейтингів, можна зазначити, що в Україні в галузі електронного бізнесу більш успішними є вітчизняні компанії (Rozetka.ua, Prom.ua), у той же час особливості ведення електронного бізнесу передбачають наявність високого рівня конкуренції із зарубіжними компаніями (Aliexpress).

Враховуючи швидкий розвиток підприємств електронного бізнесу, можна із впевненістю говорити про наявність великої кількості сильних сторін досліджуваної бізнес-моделі.

Для повної реалізації усіх потенційних можливостей електронного бізнесу в Україні та світі повинні бути вирішені такі проблеми:

1) глобалізація робить доступнішими товари та послуги закордонних компаній, однак нормативного регулювання потребують питання, пов'язані з: визначенням реального місця походження підприємства та (або) пропонованих товарів і послуг; узгодження правил ведення бізнесу між різними країнами;

2) потребують узгодженості питання щодо правил нарахування та стягнення податків, а також використання платіжних засобів при укладанні електронної угоди;

3) проблема захисту прав інтелектуальної власності є доволі гострою в електронному середовищі, особливо це стосується товарів та послуг, що мають

електронну форму існування, оскільки вони легко піддаються копіюванню, а отримана копія є повністю ідентичною оригіналу;

4) ведення електронного бізнесу у відкритих мережах вимагає ефективних і надійних механізмів, що гарантують безпеку всіх її учасників;

5) повна реалізація потенціалу електронної комерції вимагає універсального доступу – будь-яка компанія і будь-який замовник повинні мати можливість доступу до всіх організацій, що пропонують продукти і послуги, незалежно від географічного розташування або особливостей інформаційних систем [6].

Загальносвітові тенденції розвитку електронного бізнесу характерні і для України, проте вітчизняні фахівці галузі визначають додаткові чинники, що впливатимуть на розвиток електронного бізнесу в Україні в найближчій перспективі:

- ріст продажів підприємств електронного бізнесу буде зумовлений як зовнішніми чинниками (стабілізація економіки, розвиток 3G і логістики), так і внутрішніми – в усіх провідних компаніях йде постійна модернізація процесів, покращення бізнес-моделі;

- окремим чинником, що може зумовити підвищення цін підприємствами електронного бізнесу, є впровадження обов'язкового використання реєстраторів розрахункових операцій. На думку фахівців, ця ініціатива держави може призвести в окремих сегментах до перерозподілу ринку і консолідації операторів ринку;

- недосконалість чинної нормативної бази вимагатиме спланованих дій провідних компаній, що працюють у сфері електронного бізнесу, щодо її покращення [8].

Основними драйверами електронного бізнесу в Україні фахівці називають:

1) розширення способів оплати при здійсненні онлайн-покупок, потребує додаткового нормативного регулювання використання електронних грошей;

2) використання кредитних коштів для придбання товарів та послуг в Інтернет дозволяє певною мірою підвищити купівельну спроможність покупців;

3) проникнення Інтернету в усі регіони країни, що збільшує кількість потенційних онлайн-покупців;

4) розширення мережі логістичних компаній, що дозволяє зменшити час доставки товару до покупця та збільшити його лояльність до конкретної торгової марки та (або) зменшити витрати підприємства-продавця, що надає додаткові можливості для оптимізації цінової політики [4].

До основних трендів електронного бізнесу в Україні провідні фахівці електронного бізнесу відносять:

1) "big data" – у світовій практиці це один з найперспективніших напрямків, за оцінкою компанії IDC, ринок технологій «великих» даних буде зростати у 6 разів швидше, ніж вся ІТ-галузь і в 2017 р. складе 35 млрд євро. "Big data" в українському електронному бізнесі використовується для аналізу даних користувачів онлайн-ресурсу, поліпшення клієнтського сервісу, оптимізації

пошуку, цільової реклами, сегментації користувачів, визначення життєвого циклу клієнта і розробки маркетингових програм;

2) персоналізація – це адаптація Інтернет-магазину, товарних пропозицій, цін та іншого контенту під конкретного користувача, який в даний момент зайшов на сайт;

3) email-маркетинг – це дієвий Інструмент збільшення продажів Інтернет-магазину, за деякими оцінками, в категорії «Одяг» розсилки можуть приносити до 50% покупок;

4) збільшення частки мобільних транзакцій. За оцінками "Prom.ua", з початку 2016 р. кількість покупок з мобільних пристроїв збільшилася в 2 рази в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Сьогодні кожен п'ятий онлайн-покупець використовує мобільний пристрій для вибору і замовлення товару, а за 2 роки кожен другий буде здійснювати покупки з мобільного;

5) замовлення послуг в Інтернеті. Свою унікальну нішу зайняв онлайн-сервіс пошуку виконавців послуг «Метнись кабанчиком», який допомагає замовникам і виконавцям швидко знайти один одного. Більшість замовлень виконуватися в категоріях «Доставка», «Клінінг», «Домашній майстер»;

6) електронні держзакупівлі – це новий ринок електронних послуг для державних структур, зародився в Україні буквально рік тому, сьогодні його обсяг – близько 250 млрд грн на рік. Вже діє пілотний проект – електронна система Prozorro, запущена разом державними структурами, громадськими організаціями і приватними компаніями. Всі торги і інші процедури «демонополізуються» і проходять через приватні торгові майданчики, такі як "e-tender.biz", "DZ.prom.ua", "smarttender";

7) перехід рітейлу в онлайн – на цей тренд активно реагують найбільші рітейл-мережі, які розвивають свої сайти, вибудовуючи нову комунікацію з покупцями онлайн. Найбільш активні в онлайн-мережі з продажу техніки і електроніки – «Ельдорадо», "Comfy" і «Фокстрот»;

8) онлайн-покупки товарів тижневого споживання. У цій ніші працюють "Zakaz.ua", "Gastronom.com.ua", "Royalmarket.com.ua", "Produktoff.com", "Ambar.ua" тощо, які пропонують весь асортимент супермаркетів і магазинів «біля будинку»;

9) омніканальність² – полягає у тому, що компанія повинна забезпечити єдину ціну, достовірну та актуальну інформацію про свої товари у всіх каналах продажів, надати покупцеві можливість вибрати найбільш зручний спосіб комунікації і забезпечити можливість завершити угоду, незалежно від каналу комунікації [3].

Дослідивши тенденції розвитку електронного бізнесу в Україні, можна зробити висновок, що він став своєрідним «лакмусовим папірцем» для вітчизняної економіки в цілому, бізнесу та споживачів. Вивчивши загальносвітові тенденції електронного бізнесу та його особливості в Україні, варто відмітити, що він є драйвером як позитивних, так і негативних зрушень у вітчизняній економіці.

² омніканальність – це інструмент за допомогою якого здійснюється торговельна діяльність в електронному середовищі. Омніканальність передбачає надання потенційному покупцю декількох способів отримання інформації про товар чи послугу, можливостей її оплати та доставки, із яких він обирає найзручніший для себе спосіб придбання, оплати та доставки товару чи послуги у конкретній ситуації.

Позитивними наслідками розвитку електронного бізнесу в Україні є:

- 1) для населення: можливість повнішого задоволення потреб у товарах та послугах, що виробляються та надаються як вітчизняними, так і закордонними підприємствами; швидкий розвиток інфраструктури (служб доставки, Інтернет-провайдерів, диверсифікація засобів платежу);
- 2) для бізнесу: нові способи ведення бізнесу дозволяють значно мінімізувати витрати на проведення господарської діяльності; можливість використання зарубіжного досвіду ведення бізнесу; можливість виходу на зарубіжні ринки; можливість виступати посередниками між іноземними виробниками та вітчизняними споживачами; зростання попиту на супутні щодо основаного виду діяльності товари та послуги;
- 3) для держави: надходження до бюджету у вигляді податкових платежів; нові робочі місця; вищий рівень задоволення потреб населення у товарах народного вжитку, і, як наслідок, в цілому більше задоволення життям в країні та владою зокрема.

Разом із позитивними сторонами варто відзначити, що розвиток електронного бізнесу поглиблює окремі проблемні ситуації, що мають місце в Україні. Зокрема, розвиток електронного бізнесу в міжнародному масштабі значно посилює конкуренцію у вітчизняному бізнес-середовищі та зменшує шанси вітчизняних підприємств на ведення прибуткової господарської діяльності у зазначеній галузі. На державному рівні потребують детальної законодавчої регламентації особливості ведення господарської діяльності в електронному середовищі, проблеми передачі та захисту конфіденційної інформації, розрахунків різними видами грошових коштів; оподаткування.

Крім того, розвиток електронного бізнесу в Україні висвітлює низку проблем загальноекономічного характеру, що потребують рішучих дій з боку держави. До них відносяться: 1) зuboжіння населення; 2) низький рівень Інтернет-покриття та розвитку інфраструктури, особливо у районних центрах та селах; 3) комп'ютерна безграмотність значної частини населення України та відсутність елементарних знань англійської мови, необхідних для придбання товарів та послуг у зарубіжних компаніях.

З іншого боку, більшість негативних моментів можуть бути віднесені до потенційних напрямів розвитку або резервів електронного бізнесу в Україні та споріднених із ним видів господарської діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Безсумнівно, електронний бізнес в Україні розвивається швидкими темпами і у майбутньому, із значною вірогідністю, досягне середньосвітових показників. У межах цього дослідження визначено, що подальший розвиток електронного бізнесу в Україні потребує: 1) забезпечення доступу до Інтернет якомога більшої частини населення; 2) розбудови інфраструктури країни (каналів зв'язку, доріг); 3) удосконалення чинного законодавства (наприклад, щодо застосування електронних грошей; використання підприємствами електронного бізнесу реєстраторів розрахункових операцій; надання онлайн-покупцям потенційної можливості розраховуватися кредитними коштами тощо); 4) підвищення купівельної спроможності населення. На нашу думку, врахування національних особливостей ведення бізнесу є важливим при оцінюванні подальших тенденцій розвитку. У той же час, варто відмітити, що превалюючими в роз-

витку е-бізнесу є всесвітні тенденції, характерні для Китаю, США, Великої Британії. Тому в найближчій перспективі вітчизняним підприємствам та органам державної влади, зацікавленим у розвитку е-бізнесу, варто звернути увагу на: 1) розробку мобільних версій сайтів електронної комерції та надання покупцям можливості покупки товарів за допомогою мобільних телефонів; 2) розробку швидких і надійних систем мобільних платежів; 3) безперервний розвиток багатоканального маркетингу; 4) розширення кількості та видів торговельних майданчиків; 5) автоматизацію маркетингових процесів (автоматизованого аналізу, тестування сторінок, публікації); 6) розробку маркетингового контенту (статті, пости в блогах); 7) підвищення рівня персоналізації при взаємодії з клієнтами, у т.ч. персоналізації інтерфейсу при використанні "big data"; 8) створення та розширення мережі демонстраційних залів тощо.

1. Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку: Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради від 08.06.2000 № 2000/31/ЄС // zakon.rada.gov.ua.

Pro deiaiki pravovi aspekty informatsiinykh posluh, zokrema, elektronnoi komertsii, na vnutrishnomu rynku: Dyrektyva 2000/31/IeS Yevropeiskoho parlamentu ta Rady vid 08.06.2000 № 2000/31/IeS // zakon.rada.gov.ua.

2. 10 трендов e-commerce Украины в 2015 году // mmr.ua.
10 trendov e-commerce Ukrainy v 2015 godu // mmr.ua.
3. 20 крупнейших компаний Уанета // forbes.net.ua.
20 krupneishikh kompanii Uaneta // forbes.net.ua.
4. Дубенская О. E-commerce в Украине: развитие, несмотря на кризис // www.epravda.com.ua.
Dubenskaia O. E-commerce v Ukraine: razvitie, nesmotria na krizis // www.epravda.com.ua.
5. Курпа И. Итоги рынка электронной коммерции Украины в 2014 году // igate.com.ua.
Kirpa I. Itogi rynku elektronnoi komertsii Ukrainy v 2014 godu // igate.com.ua.
6. Родигин Л.А., Наймарк К.В. Экономическая эффективность Интернет-проектов в туризме, 2015 // www.xn--c1abmbzbn.xn--plai.
Rodigin L.A., Naimark K.V. Ekonomicheskaia effektivnost Internet-proektov v turizme, 2015 // www.xn--c1abmbzbn.xn--plai.

7. Тардаскіна Т.М., Стрельчук С.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: Навч. посібник. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.

Tardashkina T.M., Strelchuk Ye.M., Tereshko Yu.V. Elektronna komertsia: Navch. posibnyk. – Odessa: ONAZ im. O.S. Popova, 2011. – 244 s.

8. Топ-30 самых посещаемых украинцами e-commerce-сайтов по версии Rambler.ru // minfin.com.ua.

Top-30 samykh poseshchaemykh ukraintcami e-commerce-saitov po versii Rambler.ru // minfin.com.ua.

9. Юдін О.М., Макарова М.В., Лавренюк Р.М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: Монографія. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.

Iudin O.M., Makarova M.V., Lavreniuk R.M. Systemy elektronnoi komertsii: stvorennia, prosunennia i rozvytok: Monohrafiia. – Poltava: RVV PUET, 2011. – 201 s.

10. Ярова М. «Кризисный» рейтинг украинских интернет-магазинов по сегментам – итоговое исследование УАДМ за 2014 год // ain.ua.

Iarovaia M. «Krizisnyi» reiting ukrainskikh internet-magazinov po segmentam – itogovoe issledovanie UADM za 2014 god // ain.ua.

11. European B2C E-commerce Report 2015: Facts, Figures, Infographics & Trends of 2014 and the 2015 Forecast of the European B2C E-commerce Market of Goods and Services // www.ecommerce-europe.eu.

12. Global B2C E-commerce Report 2014: Facts, Figures, Infographics & Trends of 2014 and the 2015 Forecasts of the Global B2C E-commerce Market of Goods and Services // www.ecommerce-europe.eu.

13. Information Economy Report 2015 // unctad.org.

14. Svirskas, A. Architectures and Techniques for modern E-business Systems // www.mif.vu.lt.