

*С. В. Маловичко,
к. е. н., доцент кафедри маркетингу та менеджменту,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ДО ПИТАННЯ ПРО ДЕФІНІЦІЮ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

*S. Malovychko,
PhD in Economics, associate Professor of Department of marketing and management,
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhaylo Tugan-Baranovsky*

TO THE ISSUE ABOUT DEFINITION OF "ELECTRONIC BUSINESS"

У статті проведено дефініційний аналіз терміну "електронний бізнес". Узагальнено та виділено підходи до дослідження етимології та типології електронного бізнесу. Дано авторське визначення цього поняття. На основі гносеологічного підходу зведено класифікацію видів та моделей електронного бізнесу.

The analysis of definition of "e-business" was examined in the article. Approaches for research of etymology of e-business were generalized and typology were distinguished. Authorial definition to this concept was given. On the basis of gnosiological approach classification of e-business types and models was suggested.

Ключові слова: електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет, віртуалізація, електронна економіка, електронна торгівля.

Key words: e-business, e-commerce, Internet, virtualization, e-economy, e-trade.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасний стан розвитку суспільства характеризується активним впровадженням інформаційних технологій в різні сфери життя. В економіці превалює надання послуг, зменшення їх матеріальної основи та розвертання у бік віртуалізації. Бізнес-процеси як сукупність різного роду діяльностей активно розвиваються, поширюються та переносять свою експансію на електронний ринок. Статистичні підрахунки оприлюднюють стрімкий ріст Інтернет-аудиторії в світі, що впливає на формування зовсім нової "електронної культури" та ставить свій відбиток на способах ведення бізнесу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню здійснення бізнес-процесів за допомогою інтернет технологій присвячені наукові роботи таких вчених, як: Щедрин А.Н., Васильєва Н.Ф., Сидорова О.В., Винник Л., Грехов А.М., Висоцька В.А.,

Вінарік Л.С., Васильєва Н.Ф., Вильхівська О.В., Черновіанов А.П., Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В., Трубін І. О., Маєвська А. А., Кожевїна О.В., Трифонов П.В., Макарова М. В., Жучкова И., Конопльова А., Берко М.Ю., Мартовой А.В., Чекина К.В., Рижов М.В., Пушкарь А. И., Євтушенко Д.Д., Strauss J., Frost R., Брижко В., Новицький А., Цимбалюк В. Швець М., Успенський І., Пелехата О. Г., Смирнов Н., Красильникова Е.В., Зайцева Г.Е., Рябов В.А., Несвижський А.І., Богданов С., Федотов В.Х., Фаустова К.І., Безуглая Л.А. та інших. Однак не зовсім чітко викристалізовується розуміння самого терміну "електронний бізнес", що потребує подальших теоретичних опрацювань.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є пошук та виявлення найбільш точної та всеохоплюючої дефініції "електронного бізнесу", яка б відобразила всі особливості цього явища.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Основною причиною трансформації економіки є саме електронний бізнес [1, с. 14].

Нині існує два основні напрями використання Інтернету у бізнесі: 1) як засобу комунікації, джерела довідкової інформації, засоби реклами і маркетингу для ведення господарської діяльності поза електронними мережами; 2) в якості інструменту ведення електронного бізнесу, ґрунтованого на принципах мережевої економіки. Електронний бізнес розвивається в різних секторах економіки і в різних країнах з різною швидкістю [2, с. 52].

В економічній літературі можна виділити декілька підходів до дослідження етимології та типології електронного бізнесу.

Згідно з першим підходом, автори трактують електронний бізнес як підприємницьку діяльність, що здійснюється із застосуванням лише мережі Інтернет. Так, наприклад, Винник А. вважає, що електронний бізнес — "...це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема, Internet, з метою отримання прибутку" [3]. Спільної думки Грехов А.М., який детермінує електронний бізнес як "...здійснення головних бізнес-процесів за допомогою інтернет технологій" [4, с. 7]. Висоцька В.А. пропонує розглядати термін "інтерактивний бізнес", визначаючи його "...як бізнес, побудований на спільних діях бізнес-процесу в особі бізнесмена і комп'ютера або іншого засобу зв'язку обміну інформацією" [5]. Вінарік А.С., Васильєва Н.Ф. вважають, що електронний бізнес "...це операції з продажу або споживання товарів і послуг, що здійснюються між комерційними суб'єктами господарювання, домашніми господарствами, приватними особами, органами влади і іншими організаціями з використанням Інтернету й інших мереж передачі даних" [6, с. 151]. Акцент на автоматизації бізнес-процесів робить Вільхівська О.В., зазначаючи, що електронний бізнес "це діяльність організації на основі інтернет-технологій, в якій все бізнес-процес автоматизовані..." [7, с. 262]. Найбільш спрощене визначення надає Черноіванов А.П., дотримуючись думки, що про те, що електронний бізнес — це "...бізнес-процеси, що здійснюються діловою організацією за допомогою мережі Інтернет" [8, с. 156]. Визначення електронного бізнесу як економічної діяльності компанії, що здійснюється через комп'ютерні мережі прослідковуються в роботах Тарадаскіної Т.М. [9, с. 24—25], Трубіна І.О. [10, с. 39], Маєвської А.А. [11, с. 27]; Кожевиної О.В., Трифонова П.В. [12, с. 2687].

Другий підхід, більш універсальний, поєднує погляди авторів на електронний бізнес як на сучасні бізнес-процеси, що здійснюються при використанні інформаційних та телекомунікаційних технологій. Так, Макарова М. В. зазначає, що "електронний бізнес — це ділова активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків компанії з метою створення прибутку" [13]. Європейський консорціум PACE (Public Administration and Electronic Commerce in Europe) інтерпретує електронний бізнес як "...більше ніж проста електронна купівля чи продаж товарів, ... бізнес, що залучає використання світових комунікаційних технологій для проведення широкого ряду дій на нижніх і верхніх ланках ланцюга отримання прибутку всередині та за межами організації" [14]. Берко М.Ю. в монографії "Системи електронної контент-комерції" зазначає, що електронний бізнес — "...це бізнес, ефективність на конкурентоздатність якого ґрунтується на використанні інформаційних та телекомунікаційних технологій" [15, с. 31]. На думку Мартового А.В. електронний бізнес — "...це

діяльність організації або індивіда, що орієнтована на отримання прибутку, в якій основні бізнес-процеси, а також зовнішні та внутрішні зв'язки здійснюються та забезпечуються засобами електронних технологій" [16, с. 149]. Жучкова І., Конопльова А. дотримуються подібних поглядів та вважають, що "...електронний бізнес залучає використання світових комунікаційних технологій для проведення широкого ряду дій на нижніх і верхніх ланках ланцюга отримання прибутку всередині та за межами організації" [14]. Чекіна К.В. наголошує, що електронний бізнес "...це підприємницька діяльність, заснована на використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій, що забезпечують взаємодію суб'єктів економічної діяльності у комп'ютерних мережах, з метою отримання прибутку" [17, с. 37]. Як зазначає Рижов М.В., електронний бізнес... "ґрунтується на використанні інформаційних технологій, включає усі комерційні процеси на підприємстві, а також взаємодія і проведення угод (транзакцій) з комерційними партнерами за допомогою електронних засобів комунікації і, особливо, Інтернет-технологій" [18, с. 7]. Розуміння електронного бізнесу Пушкарем А.І., Грабовським Є.М., Пономаренком Є.В. дещо звужує цей термін, адже трактує його як "...комерційну діяльність, яка реалізується за допомогою впровадження інформаційних технологій..." [19], не беручи до уваги його використання, розвиток, удосконалення тощо. Як вид підприємницької діяльності, який здійснюється на основі інформаційних технологій, розглядає електронний бізнес Євтушенко Д.Д. [20, с. 185].

Згідно з третім підходом автори вважали не акцентують увагу на засобах та технологіях ведення бізнесу. Так, наприклад, Strauss J., Frost R. у загальних рисах трактують електронний бізнес як "...сукупність електронної комерції, бізнес-аналітики, управління взаємодією зі споживачами, управління логістикою та збутом, а також інформаційної системи планування (ERP)" [21]. Успенський І., Брижко В., Новицький А., Цимбалюк В., Швець М. визначають електронний бізнес як "...будь-яку ділову активність, що заснована на можливостях глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків з метою створення прибутку" [22, с. 9; 23]. Схожої думки Балабанов І.Т., який визначає, що електронний бізнес "...як спільні дії бізнес-процеса в особі бізнесмена за допомогою автоматизованого засобу зв'язку по обміну інформацією" [24, с. 12].

З нашої точки зору, Інтернет-технології та інновації в електронному бізнесі не є першорядними його складовими, лише основоутворюючими.

Під "електронним бізнесом" пропонуємо розуміти особливе економічне явище, вид підприємницької діяльності, пов'язаний із здійсненням будь-яких транзакцій із застосуванням інформаційно-комунікаційних телекомунікацій з метою отримання прибутку та для досягнення поставлених цілей.

Підводячи підсумки аналізу наукових праць відносно детермінації поняття "електронний бізнес", підкреслюючи їх практичну та методологічну значущість, відмітимо, що в широкому розумінні "електронний бізнес" авторами диференціюється в залежності від розуміння терміну "електронне середовище", тобто частина з них під цим поняттям розуміють лише простір Інтернет, інша частина — додає ще й приватні мережі та EDI — Electronic Data Interchange. Інтенсивний розвиток телекомунікацій наприкінці 80-х рр. XX ст. зумовив створення систем EDI (електронного обміну даними), ідея яких полягає в стандартизації документів і надання їх у зручній для комп'ютерної обробки формі [25, с. 224—225]; "EDI — одна з технологій автоматизації, що покликана замінити паперовий документообіг між організаціями..." [26].

Таблиця 1. Класифікація видів та моделей електронного бізнесу (електронної комерції)

Джерело	Вивчення	Ознака
[27, с. 58]	<p>Е.В. Красильнікова</p> <ul style="list-style-type: none"> - послуги сервіс-провайдерів (надання доступу до мережі, постачання хостингу, доменів); - електронні торгові (інтернет-магазини, інтернет-біржі, аукціони); - інтернет-реклама (корпоративні інформаційні портали, банери і контент-реклама); - фінансові послуги (онлайніві платіжні системи, інтернет-банкінг, інтернет-трейдинг, інтернет-страхування); - інформаційні, консалтингові, маркетингові послуги (електронні видання, довідники, рейтинги, просування сайту в пошукових системах); - організація спілкування (чатів) інтернет-співтовариства і інтернет-знайомства); - WEB-мастерінг (створення сайтів, веб-програмування, веб-дизайн, розкручування сайтів); - MLM або мережевий маркетинг (форма ведення позаміжбанківської торгівлі і надання фінансових послуг); - розробка програмного забезпечення і цифрових товарів; - освітні послуги (дистанційне навчання, мережеві бібліотеки); - ігровий бізнес в мережі (віртуальні казино, букмекерські контори, тоталізатори, лотереї); - електронні біржові праці (інтернет-рекрутинг, агентство по працевлаштуванню); - інтернет-франчайзінг; - інтернет-лізинг. 	Види електронного бізнесу
[8, с. 156]	<p>А.П. Червонованов</p> <p>- електронний бізнес, пов'язаний з обслуговуванням цифрового потоку продукції. В даному випадку повний цикл комерційної угоди (включючи доставку) може бути проведений через мережу Інтернет; - електронний бізнес, пов'язаний з обслуговуванням матеріального потоку продукції. В даному випадку мається на увазі продукція, яку неможливо представити в іншому виді, ніж вона представлена і в традиційному бізнесі, наприклад, автомобілі, вертольоти, продукти харчування, косметика і т. д. Проте, замовлення і оплата таких товарів, незважаючи на їх матеріальну форму, можуть робитися за допомогою мережі Інтернет. При цьому особливості цього виду електронного бізнесу є те, що споживач отримує що продукцію через курс'єра поштової служби</p>	Види електронного бізнесу
[8, с. 156]	<p>А.П. Червонованов</p> <p>електронна комерція (e-commerce); електронні приватні закупівлі (e-procurement); електронні державні закупівлі (e-care for customers); електронне обслуговування ділових партнерів (e-care for Business Partners); електронне обслуговування службовців (e-care for employees); електронне обслуговування впливових осіб (e-care for influencers)</p>	Структура електронного бізнесу
[28, с. 14; 29]	<p>М. Раппа</p> <p>Посередницька модель (BrokerageModel); Рекламна модель (AdvertisingModel); Модель інформаційного посередника (InformationModel); Модель промислова (Manufacturer Model); Партнерська модель (AffiliateModel); Модель співтовариства (CommunityModel); Модель підписки (SubscriptionModel); Практична модель (UtilityModel)</p>	Бізнес-моделі в Інтернеті
[28, с. 14; 29]	<p>Л. Епплагейт</p> <p>Спеціалізовані дистрибуторські моделі (FocusedDistributorModels); Моделі порталу (PortalModels); Моделі постачальника (ProducerModels); Моделі постачальників інфраструктури</p>	Нові моделі для менеджменту
[28, с. 14; 29]	<p>П. Уейл і М. Вітгейл</p> <p>Контент-провайдер (ContentProvider); Безпосередня робота з клієнтом (DirectSalesman); Постачальник набору послуг (Full Service Provider); Посередник (Intermediary); Загальна інфраструктура (Shared Infrastructure); Інтегратор ціннісної мережі (ValueNetIntegrator); Віртуальне співтовариство (VirtualCommunity) Ціле підприємство (Whole of Enterprise)</p>	Атомарні бізнес-моделі:
[28, с. 14; 29]	<p>А. Харгеман, Д. Сіфроніс</p> <p>Електронна вітрина (EBusiness Storefront); Інфо-посередник (InfoMediary); Довірчий посередник (TrustIntermediary); Постачальник інфраструктури/ Комерційні співтовариства (Infrastructure Providers/Communities of Commerce)</p>	Розширені бізнес-моделі в інтернет-економіці
[146, с. 14; 29]	<p>Компанія «Microsoft»</p> <p>Торговий майданчик в Інтернеті; Ліцензування (покупць придбав ліцензу перед тим, як почати використовувати продукт); Підписка (продаж періодичних послуг); FreeShip (базові послуги безкоштовно, додатковий-платно); Моделі, побудовані на рекламі; Онлайн-аукціони; Повертування бізнесу існує на добровільній повертування користувачів); Споживачи (клієнт платить за кількість спожитої послуги); Прямі продажі (без посередників)</p>	Класифікація за технологічним підприємством
[28, с. 14; 29]	<p>П.Тіммерс</p> <p>електронний магазин (eshop); електронне постачання (e-procurement); електронний аукціон (e-auction); електронний торговий центр (e-mail); ринок третьої сторони (thirdpartymarketplace); віртуальне співтовариство (VirtualCommunity); постачальник послуг ланцюжка створення вартості (valuechainintegrator); інтегратор ланцюжка створення вартості (valuechainintegrator); платформа співпраці (collaborationplatform); інформаційне посередництво (informationbrokerage); служби якості (trustservices).</p>	Бізнес-моделі для електронних ринків
[28, с. 14; 29]	<p>Д. Віланда</p> <p>Додатки: віртуальний роздрібний торговель (virtualretailer); розподілена вітрина (distributedstorefront); ціноутворення покупця (buyersedpricing)</p>	Нові бізнес-моделі для електронної комерції
[28, с. 14; 29]	<p>К. Людон, К.Трейнер</p> <p>B2B (електронний дистрибутор/еінтернет); електронне постачання/ e-procurement, біржі/exchanges, галузеві консорціуми/industry consortia, мережі однієї компанії/single - firm networks, галузеві мережі/industry - wide networks); B2C (портал/portal, веб-торговель/ e-tailer, контент провайдер/content provider; платіжний посередник/payment broker; творець ринку /market creator; поставальник послуг/service provider; провайдер співтовариства/community provider); C2C (пиринг/peer-to-peer, мобільна комерція/mobile commerce)</p>	Моделі за способом електронної комерції
[2, с. 52]	<p>О.В. Спіророва</p> <p>1) як засоби комунікації, джерела довідкової інформації, засоби реклами і маркетингу для ведення господарської діяльності поза електронними мережами; 2) в якості інструменту ведення електронного бізнесу, групуваного на різних мережевої економіки</p>	Основні напрями використання Інтернет в бізнесі
[30, с. 46]	<p>С. Болданов</p> <p>1) вертикальні; 2) горизонтальні; 3) змішані; 4) інфраструктурні (включаючи програмне забезпечення для B2B); 5) рекламні та маркетингові; 6) інші (продаж товарів корпоративним користувачам, послуги з підбору персоналу, голтові послуги, інші напрями)</p>	Види бізнес-моделей, що реалізуються нині
[12, с. 2687]	<p>О. В. Коженина, П.В. Трифонов</p> <p>Бізнес-процеси віртуального і реального формату або відповідно "online" і "offline" форматів</p>	Формати електронного бізнесу
[31]	<p>В. Х. Феловіч</p> <p>1) використання "чужого" бізнесу; 2) організація "свого" бізнесу; 3) просування нової технології (австрійського продукту). Технології: участь в онлайнових, розміщення реклами, партнерські програми, розробка сайтів, електронні магазини, продаж програм, пошук інформації, підключення до мережі, інтернет-телефонія, інтернет-провайдинг, інтернет-трейдинг, інтернет-маркетинг, інтернет-консалтинг, інтернет-освіта, інтернет-шахрайство</p>	Типи електронної комерції/ Технології
[32, с. 81—82]	<p>К.І. Фраустова</p> <p>Електронний обмін даними (Electronic Data Interchange, EDI); Електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS); . Електронна торгівля (e-trade); Електронний маркетинг (e-marketing); Електронний банкінг (e-banking); Електронні гроші (e-cash)</p>	Види електронної комерції
[33, с. 71—72]	<p>Безуглая Л.А.</p> <p>любильний електронний маркетинг; в т.ч. просування традиційних товарів і послуг; електронна торгівля "невключними" товарами, які можуть передаватися в цифровій формі; послуги, пов'язані з консультаціями, юридичною і бухгалтерською підтримкою, які можуть виявлятися на відстані; дисципліна самозайнятості у сфері нематеріального виробництва</p>	Основні елементи інституціональної структури електронної комерції

Джерело: [27, с.58; 8, с. 156; 28, с. 14; 29; 2, с. 52; 30, с.46; 31; 32, с. 81-82; 33, с. 71—72]

Швидке зростання інформаційної системи Інтернет пояснюється її децентралізованою природою. Жоден з господарюючих суб'єктів не є власником Інтернету і не може контролювати його. Децентралізована побудова і фінансування телекомунікаційної інфраструктури диверсифікує ряд інвестиційних ризиків і істотно відрізняється від традиційних централізованих систем телекомунікаційного бізнесу, які належать зазвичай великим телефонним компаніям [2, с. 51].

Важливим методологічним завданням є визначення моделей електронного бізнесу. На основі гносеологічного підходу можна виділити такі види — таблиця 1.

ВИСНОВКИ

В умовах бурхливого науково-технічного прогресу в сфері інформаційно-комунікаційних технологій та активного розповсюдження Інтернет сучасний бізнес набуває віртуальних ознак. Технічні можливості Всесвітньої мережі дають змогу підприємствам здійснювати ініціативну економічну діяльність, що з урахуванням зменшення витрат та мінімізації часу на здійснення угод, в коротко- та довгостроковій перспективі можуть приносити значні прибутки.

Література.

1. Винарик Л.С., Щедрин А.Н., Васильева Н.Ф. Онлайновый электронный бизнес: Монография / Л.С. Винарик, А.Н. Щедрин, Н.Ф. Васильева. — НАН України. — Ин-т економіки пром-ти. — Донецьк, 2007. — 370 с.
2. Сидорова О.В. Электронный бизнес в современной экономике [Электронный ресурс] / О.В. Сидорова // Проблемы перехода к инновационной экономике, 2010. — № 2. — 51—54. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyu-biznes-v-sovremennoy-ekonomike>
3. Винник Л. Основні поняття електронного бізнесу [Електронний ресурс] / Л. Винник // Сучасні тенденції веб-комунікацій. — 2014. — Режим доступа: <http://webstyletalk.net/node/960>
4. Грехов А.М. Электронный бизнес (Е-комерція). — К.: Кондор, 2011. — 302 с.
5. Висоцька В.А. Особливості проектування та впровадження систем електронної комерції / А.Ю. Висоцька // Вісник національного університету "Львівська Політехніка". Комп'ютерні науки та інформаційні технології. — 2008. — № 629. — С. 34—45.
6. Винарик Л.С., Васильева Н.Ф. Механізм забезпечення онлайн-бізнесу електронного бізнесу / Л.С. Винарик, Н.Ф. Васильева // Економіка пром.-ті. — 2010. — № 2. — С. 151—156.
7. Вильхивская О.В. Сущность понятия "Электронный бизнес" и этапы его развития / О.В. Вильхивская // БІЗНЕСІНФОРМ, 2012. — № 8. — С. 255—262.
8. Черноиванов А.П. Электронный бизнес и перспективы его развития в России / А.П. Черноиванов // Социально-экономические явления и процессы. — 2011. — № 8 (030). — С. 155—161.
9. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: навчальний посібник / Т.М. Тардаскіна, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко. — Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. — 244 с.
10. Трубін І.О. Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції: монографія / І.О. Трубін. — К.: Алерта, 2013. — 136 с.
11. Електронна комерція і право / Укладач А.А. Маєвська. — Х., 2010. — 256 с.
12. Кожевина О.В., Трифонов П.В. Анализ факторов, влияющих на стратегию развития сегмента В2В в электронном бизнесе России / О.В. Кожевина, П.В. Трифонов // Fundamental research. — № 11, 2014. — С. 2686—2691.
13. Макарова М. В. Електронна комерція: Посібник для студентів вищих навчальних закладів. — К.: Видавничий центр "Академія", 2002. — 272 с.
14. Жучкова И., Коноплева А. Электронная подпись в Украине: первые шаги // Економіка. Фінанси. Право. — 2004. — № 1. — С. 17—20.
15. Берко М.Ю. Системи електронної контент-комерції: Монографія / А.Ю. Берко, В.А. Висоцька, В.В. Пасічник. — Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2009. — 612 с.
16. Мартовой А.В. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного интернет-магазина / А.В. Мартовой // Культура народов Причерноморья. — 2004. — № 56. Т. 1. — С. 146—152.
17. Чекина К.В. Интернет та сучасні способи ведення електронного бізнесу / К.В. Чекина, О.В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології: студ. наук. конф., 20 квітня 2015 р.: матер. конф. — Одеса, ОНБУ. — С. 36—39.
18. Рыжов М.В. Интернет у всех на устах. Электронный бизнес [Электронный ресурс] / М.В. Рыжов // Научный журнал КубГАУ, 2008. — № 40 (6). — С. 1—10. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-u-vseh-na-ustah-elektronnyu-biznes>
19. Пушкарь А.И. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы) / А.И. Пушкарь, Е.Н. Грабовский, Е.В. Пономаренко. — Харьков: ХНЭУ, 2005. — 487 с.
20. Євтушенко Д.Д. Электронный бизнес, электронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять / Д.Д. Євтушенко // БІЗНЕСІНФОРМ. — 2014. — № 8. — С. 184—188.
21. Strauss J., Frost R. E-marketing (6th Edition). — Pearson Education International. — New Jersey, 2011. — 619 p.
22. Брижко В., Новицький А., Цимбалюк В., Швець М. Електронна комерція: правові засади та заходи удосконалення: Монографія; За редакцією члена-кореспондента АПРН України М. Швеця (заг. ред.) А. Москаленко, к. ф.-м. наук О. Гладковської. — К.: НДЦП АПРН України, 2008. — 149 с.
23. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса / И. Успенский. — СПб.; М.; Х.; Минск: Питер, 2001. — 432 с.
24. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
25. Пелехата О.Г. Технології електронного обміну даними в Інтернеті [Електронний ресурс] / О.Г. Пелехата // Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — Вип. 37. — С. 224—231. — Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2012_37_25.pdf
26. Смирнов Н. Альтернатива бумаге / Н. Смирнов // Директор информационной службы. — 2010. — № 10. — С. 62.
27. Красильникова Е.В. Формы электронного бизнеса в российской экономике [Электронный ресурс] / Е.В. Красильникова // Известия Саратовского ун-та. Нов. сер., 2012. — № 4 (12). — 57—61. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/formy-elektronnogobiznesa-v-rossiyskoj-ekonomike>
28. Зайцева Г.Е. Тенденции развития современного рынка электронной коммерции [Электронный ресурс] / Г.Е. Зайцева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. — № 48 (12), 2012. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-sovremennogo-rynka-elektronnoy-kommertsii>
29. Рябов В.А., Несвижский А.И. Современные веб-технологии. — М.: ИНТУИТ, 2010. — 475 с.
30. Богданов С. Модель бизнеса для бизнеса // Финансист. — 2000. — № 2. — С. 45.

31. Федотов В.Х. Информационные системы электронной коммерции. состояние и перспективы [Электронный ресурс] / В.Х. Федотов // Вестник чувашского университета. — № 1. — 2008. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-sistemy-elektronnoy-kommertsii-sostoyanie-i-perspektivy>

32. Фаустова К.И. Электронная коммерция — новое направление экономической деятельности / К.И. Фаустова // Территория науки. — № 6. — 2014. — 79—84.

33. Безуглая Л.А. Электронная коммерция как базовый институт информационной экономики [Электронный ресурс] / Л. А. Безуглая // Вопросы регулирования экономики. — 2013. — № 1. — Т. 4. — С. 70—79. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-biznes-kak-bazovyy-institut-informatsionnoy-ekonomiki>

References:

1. Vinarik, L.S. Shchedrin, A.N. and Vasil'eva, N.F. (2007), Onlajnovyj jelektronnyj biznes: Monografija [Online E-business: Monography], NAN Ukrainy Institut ekonomiki promyshlennosti, Donetsk, Ukraine.

2. Sidorova, O.V. (2010), "E-business in a modern economy", Problemy perehoda k innovacionnoj jekonomike, vol. 2, pp. 51—54, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-biznes-v-sovremennoy-ekonomike> (Accessed 27 Nov 2015).

3. Vynnyk, L. (2014), Basic terms of E-Business, Suchasni tendentsii veb-komunikatsij, available at: <http://webstyletalk.net/node/960> (Accessed 27 Nov 2015).

4. Hrehhov, A.M. (2011), Elektronnyj biznes (E-komertsii) [Electronic business (E-Commerce)], Kondor, Kyiv, Ukraine.

5. Vysots'ka, V.A. (2008), Specific features of projecting and applying of E-Commerce systems, Visnyk natsional'noho universytetu "L'vivs'ka Politehnika". Komp'juterni nauky ta informatsijni tekhnologii, vol. 629, pp. 34—45.

6. Vinarik, L.S. and Vasyli'eva, N.F. (2010), "The mechanism of maintenance of on-line E-Business", Ekonomika promyslovosti, vol. 2, pp. 151—156.

7. Vil'hivskaja, O.V. (2012), "The essence of the term 'E-Business' and stages of its development", Biznesinform, vol. 8, pp. 255—262.

8. Chernoi'vanov, A.P. (2011), "E-business and the prospects of its development in Russia", Social'no-jekonomicheskie javlenija i processy, vol. 8 (030), pp. 155—161.

9. Tardaskina, T. M. Strel'chuk and Ye. M. Tereshko, Yu. V. (2011), Elektronna komertsii: navchal'nyj posibnyk [E-Commerce: textbook], ONAZ im. O. S. Popova, Odesa, Ukraine.

10. Trubin, I. O. (2013), Pravovi zasady funktsionuvannia elektronnykh hroshej u sferi elektronnoi komertsii: monografiia [Rightful principles for e-money in e-commerce: monograf], Alerta, Kyiv, Ukraine.

11. Maievs'ka, A. A. (2010), Elektronna komertsii a pravo [E-commerce and law], Khar'kiv, Ukraine.

12. Kozhevina, O.V. and Trifonov, P.V. (2014), "The analysis of factors which have an impact on development of B2B in Russian E-Business", Fundamental research, vol. 11, pp. 2686—2691.

13. Makarova, M. V. (2002), Elektronna komertsii: posibnyk dlia studentiv vyschykh navchal'nykh zakladiv [E-commerce: textbook for students of Higher Education Institution], Vydavnychyj tsentr "Akademiia", Kyiv, Ukraine.

14. Zhuchkova, I. and Konopleva A. (2004), "Electronic signature in Ukraine: first steps", Ekonomika. Finansy. Pravo, vol. 1, pp.17—20.

15. Berko, M.Yu. Vysots'ka, V.A. Pasichnyk, V.V. (2009), Systemy elektronnoi kontent-komertsii: Monografiia [Systems of electronic content commerce: Monograph], Vydavnytstvo Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politehnika", L'viv, Ukraine.

16. Martovoj, A.V. (2004), "The essence and main characteristics of E-Business, E-Trade and E-shop", Kul'tura narodov Prichernomor'ja, vol. 56, b. 1, pp. 146—152.

17. Chekina, K.V. and Orlyk, O.V. (2015) "Internet and contemporary ways of doing E-Business", Materialy konferentsii "Informatyka ta informatsijni tekhnologii: students'ka naukova konferentsiia" [Proceedings of students scientific conference "Informatics and information technologies"], Odesa National University of Economics, Odesa, Ukraine, pp. 36—39.

18. Ryzhov, M.V. (2008), "Internet on everyone's lips. E-Business", Nauchnyj zhurnal KubGAU, vol. 40, pp. 1—10, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-u-vseh-na-ustah-elektronnyy-biznes> (Accessed 02 Nov 2015)

19. Pushkar', A. I. Grabovskij, E. N. and Ponomarenko, E. V. (2005), Strategicheskoe upravlenie razvitiem jelektrobnogo biznesa i informacionnyh resursov predprijatija (modeli, strategii, mehanizmy) [Strategic management for development of E-Business and information resources of an enterprise (models, strategies, mechanisms)], HNJeU, Har'kiv, Ukraine.

20. Yevtushenko, D.D. (2014), "E-Business, E-Commerce, E-Trade: the essence and interconnection of the terms", Biznesinform, vol. 8, pp. 184—188.

21. Strauss J. and Frost R. (2011), E-marketing, 6th ed., Pearson Education International, New Jersey, USA.

22. Bryzhko, V. Novyts'kyj, A. Tsymbaliuk, V and Shvets', M. (2008), Elektronna komertsii: pravovi zasady ta zakhody udoskonalennia: Monografiia [E-commerce: rightful principles and ways to improve], NDTsPI APRN Ukrainy, Kyiv, Ukraine.

23. Uspenskij, I. (2001), Jenciklopedija Internet-biznesa [Encyclopedia of Internet business], Piter, Saint-Petersburg, Russia.

24. Balabanov, I.T. (2001), Jelektrobnaja komercija [E-commerce], Piter, Saint-Petersburg, Russia.

25. Pelekhata, O. H. (2012), "Technologies of electronic data exchange in the Internet", Visnyk Kharkivs'koi derzhavnoi akademii kul'tury, vol. 37, pp. 224—231, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2012_37_25.pdf (Accessed 15 Nov 2015).

26. Smirnov, N. (2010), "The alternative to paper", Direktor informacionnoj sluzhby, vol. 10, pp. 62—69.

27. Krasil'nikova, E.V. (2012), "Forms of E-Business in economy of Russia", Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija, vol. 4 (12), pp. 57—61, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/formy-elektronnoy-biznesa-v-rossijskoj-ekonomike> (accessed at 30 Nov 2015).

28. Zajceva, G.E. (2012), "The tendencies of development of modern E-commerce market", Upravlenie jekonomicheskimi sistemami: jelektrobnnyj nauchnyj zhurnal, vol. 48 (12), available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-sovremennogo-rynka-elektronnoy-kommertsii> (Accessed 21 Nov 2015).

29. Rjabov, V.A. and Nesvizhskij, A.I. (2010), Sovremennye veb-tehnologii [Contemporary web technologies], INTUIT, Moscow, Russia.

30. Bogdanov, S. (2000), "Model of business for business", Finansist, vol. 2, p. 45—53.

31. Fedotov, V.H. (2008), "Information systems of E-commerce. Current state and prospects", Vestnik chuvashskogo universiteta, vol.1, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-sistemy-elektronnoy-kommertsii-sostoyanie-i-perspektivy> (Accessed 9 Dec 2015).

32. Faustova, K.I. (2014), "E-commerce — new direction of economic activity", Territorija nauki, vol. 6, pp. 79—84.

33. Bezuglaja, L.A. (2013), "E-commerce as a basic institution of information economy", Voprosy regulirovanija jekonomik, vol. 1, book 4, pp. 70—79, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-biznes-kak-bazovyy-institut-informatsionnoy-ekonomiki> (Accessed 2 Dec 2015).

Стаття надійшла до редакції 20.01.2016 р.