

СТАН І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

©2023 КОЛУПАЄВА І. В., БЕЗСОНОВ С.

УДК 658.6

JEL Classification: F10; L86

Колупаєва І. В., Безсонов С.

Стан і напрями розвитку електронної комерції в Україні

Стрімкий розвиток інформаційних технологій змінює умови ведення бізнесу у всьому світі. Україна не є виключенням. Формування цифрової економіки стало базисом нової парадигми функціонування суб'єктів підприємницької діяльності. Доступність Інтернету та розвиток інформаційних технологій, які є головними акселераторами розвитку електронної комерції, сприяли значному попитові на онлайн-торгівлю (e-commerce) і в Україні. Сьогодні все більше компаній переходять на онлайн-платформи для продажу своєї продукції. В Україні онлайн-торгівля охоплює широкий спектр товарів і послуг, починаючи від продуктів харчування та побутової техніки до одягу, взуття та електроніки. Метою дослідження є аналіз тенденцій електронної комерції в Україні та шляхів подальшого розвитку в контексті сучасних викликів. У дослідженні визначено, що онлайн-торгівля в Україні є перспективним ринком з великим потенціалом для подальшого зростання та розвитку. Аналіз динаміки обсягів ринку електронної комерції в Україні показав, що до 2022 року Україна демонструвала значні успіхи на ринку електронної комерції. Найбільше зростання +48 % відповідно до попереднього періоду спостерігалось у 2020 році, що пов'язано також із пандемією COVID-19, яка стала акселератором розвитку цифровізації. У 2021 році український ринок електронної комерції значно зріс – на 27 %, порівняно зі світовим темпом зростання на 15 %. Незважаючи на те, що кількість придбаних товарів і послуг в Україні поступово зростає, все одно ці показники доволі низькі порівняно з середнім показником по країнах ЄС. Для визначення пріоритетів регуляторної політики щодо українського ринку електронної комерції на основі SWOT-аналізу визначено можливості подальшого розвитку та виклики, які потребують вирішення. Тільки за умов виваженої регуляторної політики щодо ринку e-commerce та ефективного вибору відповідних важелів регулювання можуть бути забезпечені економічне зростання та рівень добробуту населення, а також розвиток країни у цілому.

Ключові слова: торгівля, електронна торгівля, диджиталізація, e-commerce.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-74-80>

Рис.: 7. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 21.

Колупаєва Ірина Володимирівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою, Харківський національний університет радіоелектроніки (просп. Науки, 14, Харків, 61166, Україна)

E-mail: irina.kolupaieva@nure.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1256-0817>

Безсонов Станіслав – аспірант кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою, Харківський національний університет радіоелектроніки (просп. Науки, 14, Харків, 61166, Україна)

E-mail: stanislav.bezsonov1@nure.ua

UDC 658.6

JEL Classification: F10; L86

Kolupaieva I. V., Bezsonov S. The State and Directions of Development of e-Commerce in Ukraine

The rapid development of information technology changes the business environment around the world. Ukraine is no exception. The formation of the digital economy has become the basis of a new paradigm for the functioning of business entities. The availability of the Internet and the development of information technology, which are the main accelerators of the development of e-commerce, have contributed to a significant demand for online trade (e-commerce) in Ukraine. Nowadays, the number of companies that are switching to online platforms to sell their products is increasing. In Ukraine, online commerce covers a wide range of goods and services, ranging from food and household appliances to clothing, footwear and electronics. The aim of the study is to analyze e-commerce trends in Ukraine and ways of further development in the context of current challenges. The study defines that online commerce in Ukraine is a promising market with great potential for further growth and development. An analysis of the dynamics of the e-commerce market in Ukraine showed that by 2022 Ukraine demonstrated significant success in the e-commerce market. The largest increase of +48% compared to the previous period was observed in 2020 and was connected with the COVID-19 pandemic, which has become an accelerator of digitalization. In 2021, Ukrainian e-commerce market grew significantly – by 27%, compared to a global growth rate of 15%. Despite the fact that the number of purchased goods and services in Ukraine is gradually growing, these figures are still quite low compared to the average for EU countries. In order to determine the priorities of regulatory policy regarding the Ukrainian e-commerce market, based on the SWOT analysis, opportunities for further development and challenges that need to be addressed have been identified. Only with a balanced regulatory policy regarding the e-commerce market and the effective choice of appropriate regulatory levers can economic growth and the level of welfare of the population, the development of the country as a whole, be ensured.

Keywords: trade, e-commerce, digitalization, e-commerce.

Fig.: 7. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 21.

Kolupaieva Irina V. – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security, Kharkiv National University of Radioelectronics (14 Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: irina.kolupaieva@nure.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1256-0817>

Bezsonov Stanislav – Postgraduate Student of the Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security, Kharkiv National University of Radioelectronics (14 Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: stanislav.bezsonov1@nure.ua

Вступ. Стрімкий розвиток інформаційних технологій змінює умови ведення бізнесу у всьому світі. Україна не є виключенням. Формування цифрової економіки стало базисом нової парадигми функціонування суб'єктів підприємницької діяльності. Доступність Інтернету та розвиток інформаційних технологій, які є головними акселераторами розвитку електронної комерції, сприяли значному попитові на онлайн-торгівлю (e-commerce) і в Україні. Сьогодні все більше компаній переходять на онлайн-платформи для продажу своєї продукції.

В Україні онлайн-торгівля охоплює широкий спектр товарів і послуг, починаючи від продуктів харчування та побутової техніки до одягу, взуття та електроніки. Зручність, доступність до товарів та послуг в онлайн-форматі, а також економія часу забезпечують успіх серед цільової аудиторії. Сфера електронної комерції є перспективною складовою національної економіки. Зазначене вище актуалізує необхідність дослідження стану електронної комерції як невід'ємної складової національної економіки. Враховуючи сучасні умови функціонування економіки, особливо цікавим є також питання визначення напрямів розвитку e-commerce в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретико-методичних і практичних аспектів організації електронної комерції та перспектив розвитку в Україні присвячено наукові праці широкого кола вчених. Теоретичні аспекти сутності електронної торгівлі та її змісту досліджуються такими вченими, як Пілевич Д. [1], Дубовик Т., Ортинська В. [2], Вербівська Л. [3]. Науковою школою таких учених, як Дубина М., Шеремет О. [4], Стойка В., Палош М. [5], Страхарчук В., Страхарчук А. [6], досліджуються питання розвитку фінансових послуг в системі електронного бізнесу. Концепції, запропоновані такими вченими, як: Марусей Т. [7], Кислюк Л. [8], Маловичко С. [9], являють собою дослідження стану електронної комерції та визначення трендів її подальшого розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Онлайн-торгівля в Україні наразі зіткнулася з великою кількістю невирішених проблем, які виникли через військову агресію на території країни. Усі прогнозовані значення у сфері e-commerce, сформовані до 24 лютого 2022 року, наразі стали неактуальними через велику кількість нових викликів, серед яких: втрата територій, відтік людського капіталу, зруйнована інфраструктура та багато інших. Враховуючи воєнний стан в Україні та умови невизначеності національної економіки, питання щодо стану електронної комерції як перспективної складової потребує дослідження. Визначення сучасних викликів та формування напрямів розвитку є важливим і забезпеченні майбутньої конкурентоздатності національної економіки.

Виходячи з актуальності цієї проблеми **метою** нашого дослідження є аналіз тенденцій електронної комерції

в Україні та визначення шляхів подальшого розвитку в контексті сучасних викликів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Диджиталізація національної економіки характеризується впровадженням цифрових технологій, які направлені на оптимізацію та автоматизацію бізнес-процесів, покращення комунікаційних зв'язків із споживачами та підвищення ефективності господарської діяльності суб'єктів господарювання. Використання інформаційних технологій стає умовою забезпечення конкурентоспроможності як окремих підприємств і організацій, так і країн у цілому. Якість товарів і послуг покращується, а собівартість зменшується, що призводить до збільшення конкуренції між компаніями, що, своєю чергою, призводить до перебудови виробничих та економічних процесів.

До того ж диджиталізація сприяє підвищенню рівня розвитку роздрібною торгівлі в Україні, збільшенню частки онлайн-продажів, зростанню прибутку суб'єктів господарювання, підвищенню рівня задоволеності покупців [10].

Аналіз динаміки обсягів ринку електронної комерції в Україні показав, що до 2022 року Україна демонструвала значні успіхи на ринку електронної комерції (рис. 1). Найбільше зростання +48 % відповідно до попереднього періоду спостерігалось у 2020 році, що пов'язано також із пандемією COVID-19, яка стала акселератором розвитку цифровізації. У 2021 році український ринок електронної комерції значно зріс – на 27 %, порівняно зі світовим темпом зростання на 15 % [11].

Прогнозні статистичні дані, які аналізувались до 2022 року, свідчили про те, що ринок e-commerce в Україні повинен був продовжувати своє зростання у наступні роки [13]. Але всі ці прогнози стали неактуальними після 24 лютого 2022 року.

Одним із головних факторів розвитку електронної торгівлі є забезпечення інтернет-покриттям та організація суб'єктів торгівлі до його доступу. Проаналізуємо, який відсоток населення в Україні має доступ до Інтернету порівняно з країнами Європейського Союзу (рис. 2).

Згідно з Європейським звітом про електронну комерцію за 2022 рік [15, с. 9], Україна має найнижчий відсоток населення, що має доступ до Інтернету в Європі – всього 65 %. Після 2019 року спостерігається тенденція, яка свідчить про збільшення числа українців, які використовують Інтернет, але це збільшення відбувається дуже повільно. Вважаємо, що вирішення цього питання потребує державного втручання. Саме на державному рівні необхідно створити сприятливі умови для охоплення більш широкого кола населення мережею Інтернет, а також для розширення покриття швидкісним Інтернетом. Прикладом для України має стати європейський досвід з цього питання. Так, наприклад, Болгарія, яка за останні 10 років збільшила відсоток населення, що має доступ до Інтернету з 53,71 %

Млн дол. США

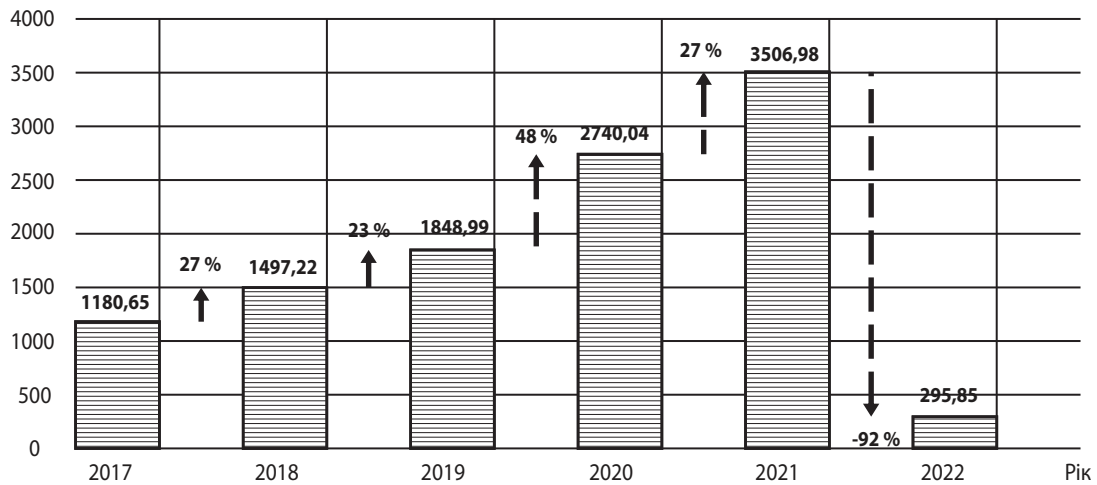


Рис. 1. Динаміка обсягів ринку електронної комерції в Україні за період 2017–2022 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [12]

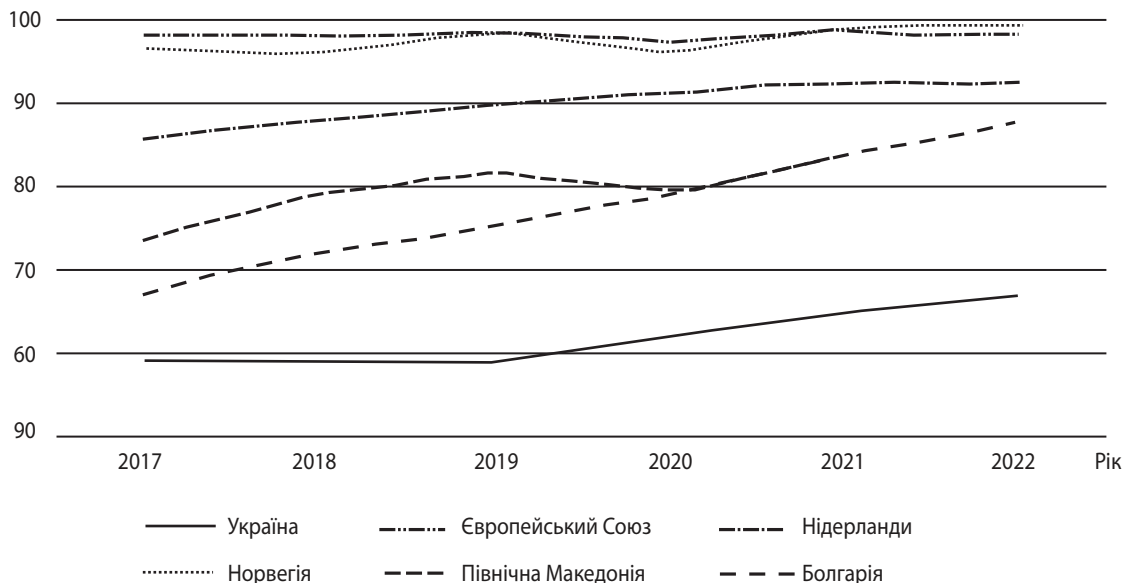
% населення,
що має доступ до Інтернету

Рис. 2. Відсоток населення, що має доступ до Інтернету в Україні та у країнах ЄС у 2017–2022 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [14; 15]

до 87,31 % [14]. У нагоді буде і досвід передових країн, таких як Норвегія та Нідерланди, які мають показники станом на 2022 рік 99 % та 98 % відповідно [14].

За даними рис. 3 Україна має відсоток покриття інтернетом 86 % населення, що близько до рівня інших Європейських держав.

Проте показник може значно знизитися через зруйновану інфраструктуру у країні. Підвищення потреби в цифровізації та її інтенсифікація привернули більшу увагу до цифрової нерівності як у всьому світі, так і в країнах ЄС. Наприклад, Мальта, Люксембург, Данія та Іспанія прак-

тично на 100 % забезпечують населення високошвидкісним інтернет-покриттям [17]. Тоді як на початок 2022 р. деякі країни (Кіпр 41 %, Греція 21 %) мають найменший рівень покриття [17].

Очевидно, що для забезпечення конкурентоспроможності української економіки пріоритетна ціль – врахувати європейський досвід і забезпечити показники покриття Інтернетом більші за середні. Тому вже зараз потрібно створювати стратегію відновлення територій та інфраструктури в Україні, які зазнали руйнувань від воєнних дій.

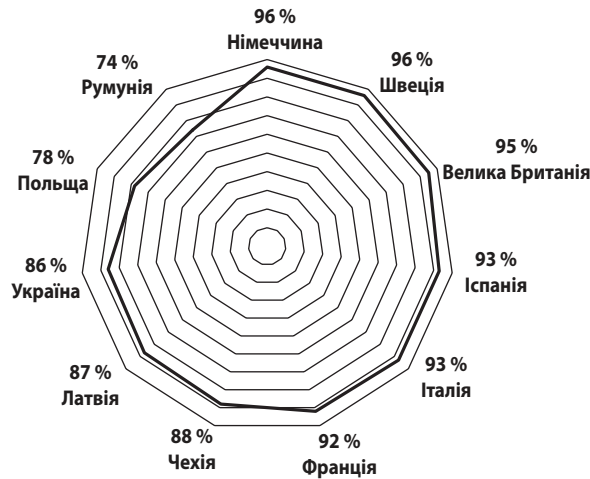


Рис. 3. Рівень покриття Інтернетом у Європі, 2021 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [16]

% користувачів Інтернету,
які купили товари або послуги онлайн

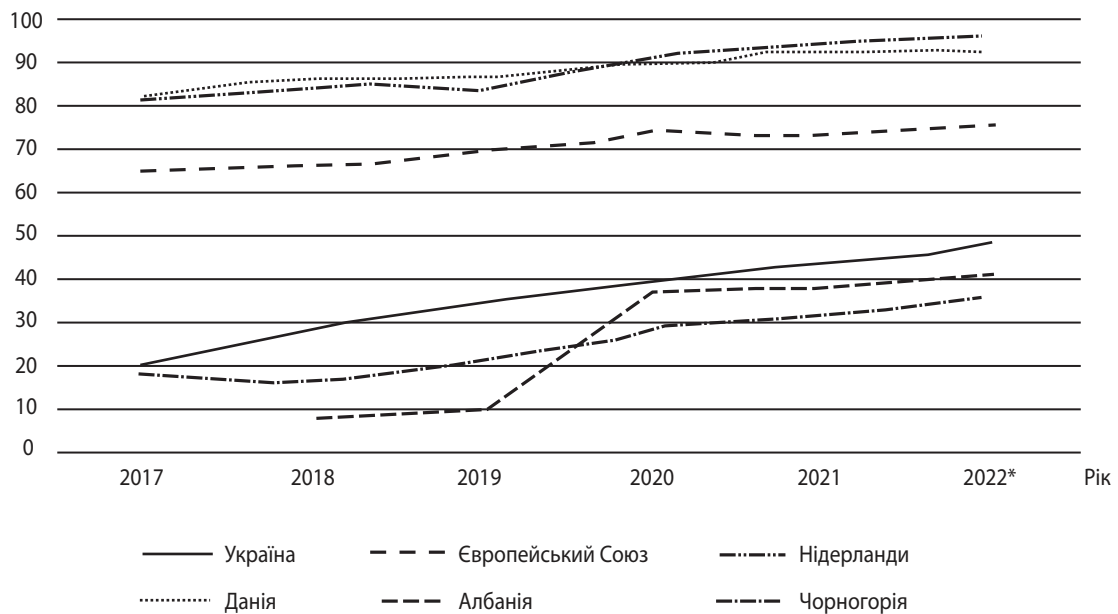


Рис. 4. Відсоток користувачів Інтернету, які купили товари або послуги онлайн у 2017–2021 рр., 2022 р. – прогнозне значення

Джерело: побудовано авторами на основі [15]

Як свідчать дані рис. 4, в Україні спостерігається тенденція на поступове збільшення відсотку користувачів, які придбали товари або послуги через Інтернет. Прогнозне значення, зроблене на 2022 р., – 48 %.

Незважаючи на те, що кількість придбаних товарів і послуг в Україні поступово зростає, все одно ці показники доволі низькі порівняно з середнім показником по країнам ЄС. Так, Данія та Нідерланди мають найкращі показники – 93 % та 95 % відповідно, а найгірші у Чорногорії – 36 % та Албанії – 41 %. Варто зауважити, що Албанія значно збільшила прорив у e-commerce за останні 5 років, у 2018 році вона мала показник лише 8 %. Отже, Україні потрібно врахувати досвід не тільки передових країн на да-

ний момент, але і тих країн, які досягли стрімкого розвитку у e-commerce.

Щодо структури ринку електронної комерції за товарами, то дані рис. 5 свідчать, що українці найчастіше купують товари в Інтернеті в категоріях «Електроніка» і «Іграшки та хобі» – по 27 %. Найменша частка припадає на категорію «Косметика, особистий догляд та продукти харчування» – 11 %.

Ще одним викликом для української електронної комерції є проблема міграції населення (рис. 6).

Як свідчать дані з табл. 1, майже 8 млн осіб залишаються за кордоном. Враховуючи, що станом на 1 лютого 2022 р. населення України складало 41,1 млн осіб [21], то

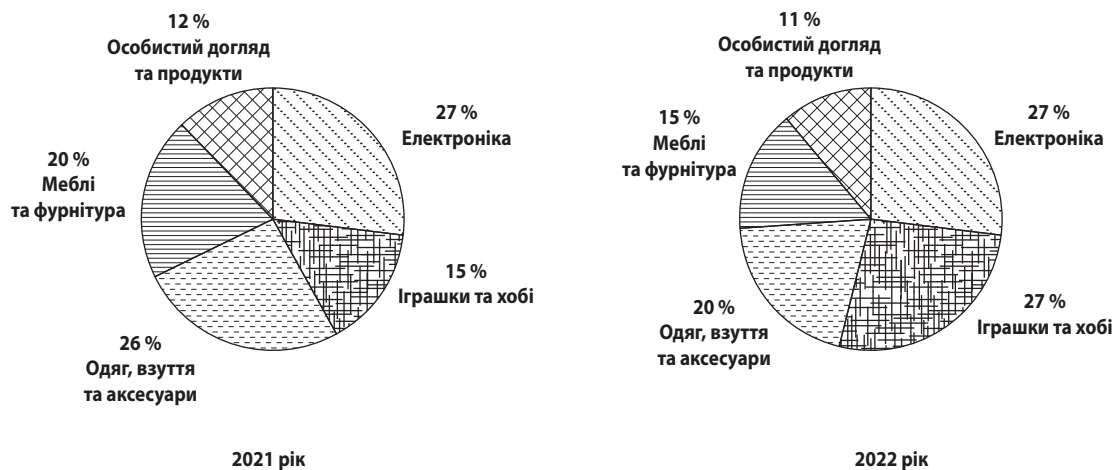


Рис. 5. Структура ринку електронної комерції в Україні, 2021–2022 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [18; 19]

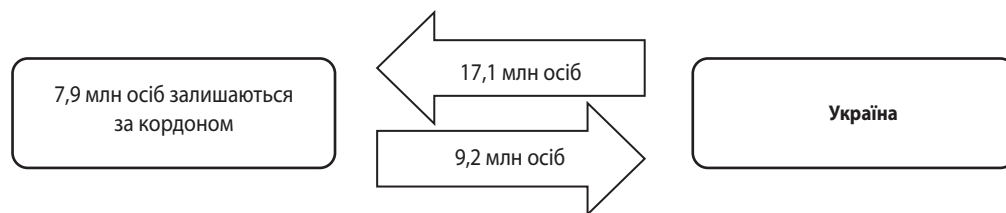


Рис. 6. Дані щодо міграції населення, станом на 03.01.2023 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [20]

це приблизно 20 %. Продовження воєнних дій на території України значно підвищує ризик щодо повернення із-за кордону українців, які виїхали. Цей факт негативно впливає на всі сфери економіки, у тому числі і онлайн-торгівлю в Україні. Для того щоб не втратити людський капітал і потенційних споживачів, державна регуляторна політика держави має бути направлена на створення сприятливих економічних і соціальних умов повернення мігрантів.

Щодо прогнозних значень рівня електронної комерції в Україні (рис. 7), то вони свідчать про те, що ринок електронної комерції поступово буде відновлюватися після 2022 року. Тільки у 2025 році показники перевищать довоєнні значення 2021 року.

Враховуючи умови невизначеності, внаслідок воєнних дій, які досі тривають на території України, складно оцінити наскільки прогнозні значення будуть реалістичними щодо електронної комерції. Проте для визначення пріоритетів регуляторної політики щодо українського електронного ринку доречним буде узагальнити його сучасний стан на основі SWOT-аналізу (табл. 1).

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки. Диджиталізація в онлайн-торгівлі є неминучим процесом, який надає компаніям нові можливості для залучення клієнтів та збільшення обсягу продажів. Незважаючи на труднощі щодо поширення та організації електронної комерції, онлайн-торгівля продовжуватиме зростати і розвиватися завдяки використанню інформаційних технологій та інноваційних підходів. Тільки ті компанії, які будуть відповідати цим

тенденціям і адаптуються до змін ринку, зможуть успішно конкурувати і зростати в цьому секторі, який дуже швидко розвивається.

Онлайн-торгівля в Україні є перспективним ринком з великим потенціалом для подальшого зростання та розвитку. Однак для того, щоб онлайн-торгівля в Україні досягла свого повного потенціалу, необхідно подолати певні виклики, такі як припинення військових дій на території держави, повернення біженців, відновлення зруйнованої інфраструктури.

Важливим також є необхідність забезпечення захисту персональних даних, рівня довіри споживачів до онлайн-торговельних платформ. Щодо напряму допомоги компаніям малого та середнього бізнесу з онлайн торгівлі, доречними стануть програми підтримки, у формі пільгових кредитів, субсидій, податкової пільги. Тільки за умов виваженої регуляторної політики держави та ефективного вибору відповідних важелів регулювання може бути забезпечено економічне зростання та рівень добробуту населення, а також розвиток країни у цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пілевич Д. С. Застосування системного підходу до розгляду сутності електронної комерції. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 109–114.
DOI: 10.32983/2222-4459-2019-2-109-114
2. Дубовик Т. В., Ортинська В. В. Система соціальної комерції. *Бізнес Інформ*. 2017. № 3. С. 325–330.

Млн дол. США

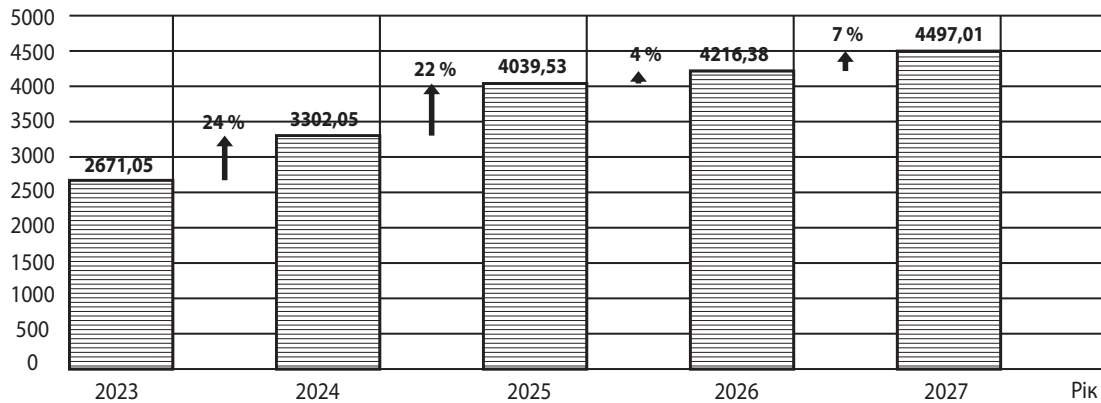


Рис. 7. Прогноз динаміки обсягів ринку електронної комерції в Україні за період 2023–2027 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними [12]

Таблиця 1

SWOT-аналіз стану електронної комерції в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
Високий ступінь покриття Інтернетом по країні	Низький відсоток користувачів, які мають доступ до Інтернету
Якість інтернет-ресурсів	Зруйнована інфраструктура
Вартість послуг з надання Інтернету	Недовіра споживачів до окремих сайтів
Можливості	Загрози
Європейська інтеграція	Продовження воєнних дій на території країни
Розвиток сучасних форм ведення бізнесу	Втрата частини територій
Розвиток торгівлі і забезпечення зростання економіки	Втрата населення через міграцію (проблема біженців) та війну (військові втрати)

Джерело: узагальнено авторами

3. Вербівська Л. Концептуальні засади обґрунтування сутності електронного бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 2. С. 57–64.

DOI: 10.25140/2411-5215-2021-2(26)-57-64

4. Дубина М., Шеремет О. Розвиток e-banking: світовий та вітчизняний досвід. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2. С. 154–162.

DOI: 10.25140/2411-5215-2019-2(18)-154-162

5. Стойка В. С., Палош М. І. Розвиток фінансових послуг в системі електронного бізнесу. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. № 12. С. 128–132.

6. Страхарчук В., Страхарчук А. Концептуальні засади електронного банківського бізнесу. *Молодь і ринок*. 2012. № 4. С. 59–64.

7. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 1011–1015. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/144.pdf

8. Кислюк Л. В. Аналіз електронної агроторгівлі в Україні. *Молодий вчений. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 11 (38). С. 606–610.

9. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. *Проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 71–77.

10. Жегус О. В., Афанасьєва О. П., Парцирна Т. М. Особливості розвитку роздрібною торгівлі України в умовах діджи-

талізації. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2018. Вип. 1 (27). С. 209–220.

11. Електронна торгівля. Українська та світова практика правового регулювання. URL: https://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA016163

12. eCommerce-Ukraine. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/ukraine>

13. Велике дослідження ринку e-commerce в Україні. URL: <https://ain.ua/ru/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine/>

14. Households – level of internet access. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_CI_IN_H/default/table?lang=en&category=isoc.isoc_i.isoc_ici

15. European e-commerce report 2022. URL: https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2022/06/CMI2022_FullVersion_LIGHT_v2.pdf

16. Дослідження newage. 2022: digital-ринок України. URL: <https://newage.agency/uk/blog-uk/doslidzhennya-newage-2022-digital-rinok-ukraini>

17. 70 % of homes in the EU have high-speed internet – but a digital divide persists. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/eu-high-speed-internet-digital-divide>

18. Ecommerce in Ukraine. URL: <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/ecommerce-in-ukraine/>

19. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі ритейлерів протягом I півріччя 2022 року. URL: <https://rau.ua/ru/news/onlajn-prodazhi-2022-goda/>

20. ООН: кількість українських біженців, що прибули до Європи, наближається до 8 млн. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5758124>

21. Демографічна та соціальна статистика / Населення та міграція // Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>

REFERENCES

"70 % of homes in the EU have high-speed internet - but a digital divide persists". <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/eu-high-speed-internet-digital-divide>

"Demografichna ta sotsialna statystyka / Naselennia ta mihratsiia" [Demographic and Social Statistics / Population and Migration]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <https://ukrstat.gov.ua/>

"Doslidzhennia newage. 2022: digital-rynok Ukrainy" [New-age Research. 2022: Digital Market of Ukraine]. <https://newage.agency/uk/blog-uk/doslidzhennya-newage-2022-digital-rynok-ukraini>

Dubovyk, T. V., and Ortynska, V. V. "Systema sotsialnoi komertsii" [The Social Commerce System]. *Biznes Inform*, no. 3 (2017): 325-330.

Dubyna, M., and Sheremet, O. "Rozvytok e-banking: svitovyi ta vitchyzniani dosvid" [Development of E-banking: Global and Domestic Experience]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 2 (2019): 154-162.

DOI: 10.25140/2411-5215-2019-2(18)-154-162

"eCommerce-Ukraine". <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/ukraine>

"Ecommerce in Ukraine". <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/ecommerce-in-ukraine/>

"Elektronna torhivlia. Ukrainka ta svitova praktyka pravovoho rehuliuвання" [Electronic Trade. Ukrainian and Global Practice of Legal Regulation]. https://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA016163

"European e-commerce report 2022". https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2022/06/CMI2022_FullVersion_LIGHT_v2.pdf

"Households - level of internet access". https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_CI_IN_H/default/table?lang=en&category=isoc_i.isoc_i.isoc_ici

Kysliuk, L. V. "Analiz elektronnoi ahrotorhivli v Ukraini" [Analysis of Electronic Agricultural Trade in Ukraine]. *Molodyi vchenyi. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 11(38) (2016): 606-610.

Malovychko, S. V. "Analiz suchasnykh tendentsii ta dynamiky rozvytku elektronnoi torhivli na pidpriemstvakh Ukrainy" [The Analysis of the Current Trends and Dynamics in the Development of E-Commerce at Enterprises of Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, no. 2 (2015): 71-77.

Marusei, T. V. "Osnovni tendentsii rozvytku rynku elektronnoi komertsii v Ukraini" [The Main Trends in the Development of the E-commerce Market in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*. 2018. https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/144.pdf

"OON: kilkist ukrainskykh bizhentsiv, shcho prybuli do Yevropy, nablyzhaietsia do 8 mln" [UN: The Number of Ukrainian Refugees Who Have Arrived in Europe is Approaching 8 Million]. <https://www.kommersant.ru/doc/5758124>

Pilevych, D. S. "Zastosuvannia systemnoho pidkhodu do rozhlidu сутності електронної комерсії" [Applying a Systemic Approach to Consideration of the Essence of E-Commerce]. *Biznes Inform*, no. 2 (2019): 109-114.

DOI: 10.32983/2222-4459-2019-2-109-114

Stoika, V. S., and Palosh, M. I. "Rozvytok finansovykh posluh v systemi elektronnoho biznesu" [Development of Financial Services in the Electronic Business System]. *Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 12 (2015): 128-132.

Strakharchuk, V., and Strakharchuk, A. "Kontseptualni zasady elektronnoho bankivskoho biznesu" [Conceptual Principles of Electronic Banking Business]. *Molod i rynek*, no. 4 (2012): 59-64.

"Velyke doslidzhennia rynku e-commerce v Ukraini" [A Large Study of the E-commerce Market in Ukraine]. <https://ain.ua/ru/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine/>

"Vplyv viiny na internet-torhivliu: yak zminiuvatsia onlain-prodazhi riteileriv protiahom I pivrichchia 2022 roku" [The Impact of the War on Online Trade: How Online Sales of Retailers Changed during the First Half of 2022]. <https://rau.ua/ru/news/onlajn-prodazhi-2022-goda/>

Verbivska, L. "Kontseptualni zasady obgruntuvannia сутності електронного бізнесу" [Conceptual Principles of Substantiation of the Essence of Electronic Business]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 2 (2021): 57-64.

DOI: 10.25140/2411-5215-2021-2(26)-57-64

Zhehus, O. V., Afanasieva, O. P., and Partsyra, T. M. "Osoblyvosti rozvytku rozdrubnoi torhivli Ukrainy v umovakh didzhytalizatsii" [Peculiarities of the Development of Retail Trade in Ukraine in Conditions of Digitalization]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, no. 1(27) (2018): 209-220.

Стаття надійшла до редакції 14.05.2023 р.