

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2026-356-44>

УДК 339.3

JEL classification: L21, L23, L81, F10

РУДА Тетяна

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0001-6934-6796>

e-mail: bulovich_2006@ukr.net

СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТА ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У статті наведено основні підходи до визначення сутності категорії «електронна комерція» та визначено її особливості як елемента торговельного бізнесу. Наведено порівняльну характеристику електронної комерції та електронної торгівлі, які досить часто ототожнюють в літературних джерелах. Окреслено змістовне наповнення дефініції «електронна комерція» з правової та економічної точок зору. Досліджено бачення провідних вітчизняних науковців та практиків щодо трактування поняття у літературних джерелах, на підставі чого визначено наступні підходи до формування цієї категорії. Зокрема, як виду здійснення господарської (економічної) діяльності, як форми ведення бізнесу за умов використання інтернет-ресурсів та як сукупності бізнес-процесів у сфері торгівлі, що реалізуються в онлайн бізнес-середовищі. Наведено характеристику основних концепцій трактування категорії «електронна комерція».

Також у статті визначено особливості електронної комерції як форми ведення торговельного бізнесу, до яких віднесено наступні: спрямованість на формування системи взаємозв'язків між учасниками торговельного процесу; вона є різновидом комерції, ефективність якої залежить від рівня діджиталізації як окремого підприємства, так і країни в цілому; вид економічної діяльності, що здійснюється без географічної приналежності до ринків збуту; різновид комерції, що передбачає застосування принципів електронного розрахунку; діяльність, що вимагає певних витрат з наступною їх підтримкою (автоматизація, дослідження ринку та ін.). А також визначено переваги та недоліки імплементації за сучасних умов господарювання. За результатами дослідження запропоновано авторське визначення дефініції «електронна комерція», яку пропонується розуміти як систему торговельних взаємовідносин, що реалізується через електронні інформаційні системи та діджитал-інструменти з метою забезпечення досяжності інтересів їх учасників.

Ключові слова: електронна комерція, електронний бізнес, електронна торгівля, торговельний бізнес, бізнес-процеси.

RUДА Tetyana

Khmelnytskyi National University

THE ESSENCE AND FEATURES OF E-COMMERCE AS AN ELEMENT OF TRADING BUSINESS

The article presents the main approaches to defining the essence of the category "e-commerce" and identifies its features as an element of the trading business. A comparative description is given of e-commerce and e-trade, which are often identified as the same in literary sources. The content of the definition of "e-commerce" from a legal and economic point of view is outlined. The vision of leading domestic scientists and practitioners regarding the interpretation of the concept in literary sources is studied, on the basis of which the following approaches to the formation of this category are determined. In particular, as a type of economic activity, as a form of doing business using Internet resources, and as a set of business processes in the field of trade, implemented in an online business environment. The main concepts of interpretation of the category "e-commerce" are described.

The article also identifies the features of e-commerce as a form of conducting a trading business, which include the following: a focus on the formation of a system of interconnections between participants in the trading process; it is a type of commerce, the effectiveness of which depends on the level of digitalisation of both an individual enterprise and the country as a whole; a type of economic activity that is carried out without geographical affiliation to sales markets; a type of commerce that involves the application of the principles of electronic payment; an activity that requires certain costs with their subsequent support (automation, market research, etc.). The advantages and disadvantages of implementation under modern economic conditions are also identified. Based on the results of the study, the author's definition of "e-commerce" is proposed, which is suggested to be understood as a system of trade relations implemented through electronic information systems and digital tools in order to ensure the achievement of the interests of their participants.

Keywords: e-commerce, e-business, electronic commerce, trading business, business processes.

Стаття надійшла до редакції / Received 07.07.2026

Прийнята до друку / Accepted 30.07.2026

Опубліковано / Published 27.08.2026



This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

© РУДА Тетяна

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

За сучасних умов бізнес-середовище характеризується досить різкими змінами у формуванні взаємовідносин між учасниками торговельних взаємовідносин, зокрема, особливої популярності набуває застосування інтернет-джерел та інших телекомунікаційних засобів, які створюють передумови для формування нових форм реалізації бізнес-ідей. Одним із сучасних напрямів ведення торговельного бізнесу й виступає електронна комерція. Її застосування дає змогу вибудувати ефективні взаємозв'язки між учасниками

торгівлі оптимізуючи логістичні канали та створюючи умови для скорочення витрат на здійснення торговельних операцій.

Крім того, варто зазначити, що застосування інтернет-технологій на сьогодні є невід'ємним елементом ведення сучасного бізнесу, який дозволяє без будь-яких географічних обмежень здійснювати вихід на міжнародні ринки, тим самим сприяючи розвитку зовнішньоекономічної діяльності країни. Активізація розвитку електронної комерції пояснюється її зручністю та доступністю для споживачів, які з мінімальними зусиллями можуть здійснювати придбання товарів або послуг на електронному ринку, отримуючи при цьому додаткові споживчі вигоди через високу конкуренцію виробників (продавців) на ринку.

В контексті виживання вітчизняної економіки в умовах війни, електронна комерція виступає тим економічним сектором, який створює додаткові економічні можливості для розвитку українського бізнесу, оскільки, здатна забезпечити високу ефективність за рахунок скорочення витрат та збільшення обсягів реалізації й виведення раніше невідомих товарних марок на міжнародні ринки. Поряд із цим виникає й досить складна ситуація щодо нормативного врегулювання питань здійснення електронного бізнесу, в тому числі й електронної комерції, що потребує доопрацювання на законодавчому рівні. Таким чином, дослідження сутнісного наповнення та особливостей електронної комерції є досить актуальним.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Електронна комерція та основні етапи її становлення, розвитку, а також форми та інструменти реалізації досліджуються у багатьох наукових працях, зокрема, Пілевич Д., Тардаскіної Т., Стрельчук Є., Терешко Ю., Патраманської Л., Борецької І., Марєєв С., Степової С., Легенчука С., Скакуна А., Юдіної О., Макарова М., Лавренюк Р., Соболева В., Бозуленко О., Жалби І., Шалева О., Желіховського В., Міщенко С., Науменкова С., Теницької Н., Чайкіної А., Балик У., Колісник М., Євтушенко Д., Гармідер Л., Орлової А., Ховрак І. [3-18] та ін.

Проте, доцільним є поглиблення аналізу сутності категорії «електронна комерція» та визначення її особливостей.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження сутності і особливостей електронної комерції як елемента торговельного бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБҐРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

За сучасних умов господарювання спостерігається стрімке зростання популярності та доступності інтернет-джерел та інших телекомунікаційних засобів, що створює передумови для формування нових напрямів та форм взаємозв'язків між учасниками економічних відносин. Однією із них є електронна комерція.

У європейській економічній літературі найчастіше для позначення сучасних форм економічної взаємодії між учасниками торговельних взаємовідносин використовують поняття «електронна комерція», а в американській – «електронна торгівля», які за своїм змістовним наповненням досить часто ототожнюють, проте, між цими категоріями існують суттєві відмінності.

Так, електронна комерція включає значно більшу кількість бізнес-процесів, ніж електронна торгівля. Зокрема, електронна комерція передбачає реалізацію усіх комерційних відносин за використання інтернет технології, а саме: організацію та реалізацію онлайн маркетингу, підтримку споживачів через чати, кол-центри, забезпечення електронного документообігу з партнерами та клієнтами, формування ефективних логістичних зв'язків, управління запасами, а також здійснення фінансових розрахунків та забезпечення безпеки платежів.

При тому, електронна торгівля безпосередньо пов'язана із організацією процесу купівлі та продажу товару або послуги й передбачає процес обміну коштів на товар або послугу і, як правило, завершується їх доставкою або наданням.

Аналізуючи сутність категорії «електронна комерція» слід зазначити, що більшість дослідників схилиються до її трактування з правової та економічної точок зору.

Так, відповідно до Закону України «Про електронну комерцію», електронна комерція – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [1].

З економічної точки зору, електронну комерцію прийнято розуміти як електронну економічну діяльність, що пов'язана з реалізацією і постачанням товарів (робіт, послуг), вибір та замовлення яких здійснюється із застосуванням комп'ютерних мереж, а розрахунки між покупцем та постачальником здійснюються за допомогою електронних засобів [2].

Дослідження теоретичних аспектів електронної комерції дало змогу систематизувати основні підходи до визначення її сутності, які в узагальненому вигляді наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Трактування категорії «електронна комерція»

Автор	Визначення
Пілевич Д.	Електронна комерція – вид господарської діяльності, при якому відбувається взаємодія між двома економічними суб'єктами з приводу продажу товарів та послуг за допомогою використання інформаційних мережевих технологій і у результаті чого відбувається задоволення потреб одних учасників таких відносин та формується дохід у інших [3, с. 119].
Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., ТерешкоЮ. В.	Електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій [4, с. 24].
Патраманська Л. Ю.	Електронна комерція – будь-який вид ділової активності суб'єктів господарювання, що провадиться з використанням сучасних інформаційних технологій, систем та комунікаційних засобів з метою отримання прибутку та задоволення потреб споживачів [5].
Борецька І. Ю., Марсєв С. В., Степова С. В.	Електронна комерція – це ведення бізнесу в онлайн-режимі, яке на сьогодні присутнє в чотирьох таких сферах: прямі продажі товарів і послуг; банківська справа та фактурування (платіжні системи); безпечне розміщення інформації; корпоративні закупівлі [6].
Легенчук С. Ф., Скакун А. С.	Електронна економічна діяльність – реалізація і постачання товарів (робіт, послуг), вибір та замовлення яких здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем та постачальником здійснюються за допомогою електронних засобів [7, с. 22].
Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М.	Електронна комерція – ділова активність з купівлі-продажу товарів і послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційних мереж (без безпосереднього фізичного контакту) [8, с. 12].
Соболев В. О.	Електронна комерція – це електронна економічна діяльність, яка забезпечує повний цикл бізнес-процесів, ділових операцій та угод, які містять в собі замовлення товарів/послуг, проведення платежів, доставку товарів/послуг та інші угоди, які передбачають використання передових інформаційних технологій і комунікаційних середовищ з метою забезпечення найбільш високої економічної ефективності, порівнюючи традиційними видами комерції [9].
Бозуленко О., Жалба І.	Електронна комерція – це не тільки продаж і купівля товарів і послуг через Інтернет для отримання прибутку, але й створення попиту на товари і послуги, після продажна підтримка та обслуговування споживачів, полегшення взаємодії з партнерами [10, с. 364].
Шалева О. І.	Електронна комерція – комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм) [11, с. 9].
Желіховський В. М.	Електронна комерція – система взаємовідносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Інтернет [12, с. 9].
Міщенко С. В., Науменкова С. В.	Електронна комерція – частина електронного бізнесу, обмежена, власне, маркетингом і процесами продажу. Її розглядають як купівлю та продаж інформації, продукції та послуг через комп'ютерні мережі [13, с.162].
Теницька Н., Чайкіна А.	Електронна комерція (E-commerce) – це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, що проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій [14, с.177].
Балик У., Колісник М.	Електронна комерція – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг [15, с. 12]»
Євтушенко Д.	Електронна комерція – сукупність всіх операцій між підприємством і всіма контрагентами, здійснених за допомогою інформаційних технологій з метою автоматизації бізнес-процесів для оптимізації витрат і збільшення економічної ефективності бізнесу» [16, с.186-187].
Гармідер Л., Орлова А.	Електронна комерція – форма постачання продукції (товарів і послуг), при якій вибір або замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником відбуваються з використанням електронних документів і/або засобів платежу» [17, с.59]
Ховрак І.	Електронну комерцію можна розглядати як одну із сучасних форм організації і здійснення господарської діяльності, відмінною рисою якої є використання загальнодоступних інформаційних систем та комп'ютерних мереж, об'єднаних Інтернет» [18, с.16].

Джерело: узагальнено на основі [3-18].

Узагальнюючи основні підходи до визначення сутності категорії «електронна комерція» варто виділити наступні напрями її трактування:

1. Електронна комерція як вид здійснення господарської (економічної) діяльності.
2. Електронна комерція як форма ведення бізнесу за умов використання інтернет-ресурсів.
3. Електронна комерція як сукупність бізнес-процесів у сфері торгівлі, що реалізуються в онлайн бізнес-середовищі.

Також варто зазначити, що Циброва А. В. у своїй праці [19] виділяє п'ять основних концепцій трактування категорії «електронна комерція», що у узагальненому вигляді наведено на рис. 1.



Рис. 1. Концепції сутності «електронна комерція»

Джерело: складено автором на основі [19].

Наведемо характеристику кожної з концепцій.

1. Функціональна концепція є однією із найбільш використовуваних в економічній літературі й визначення змістовного наповнення категорії через онтологічне сприйняття кожного з видів комерції, що дає змогу визначати їх особливості.

2. Інтерактивна – концепція передбачає розгляд електронної комерції у якості системи торгівельних взаємовідносин.

3. Структурна – полягає у визначенні електронної комерції як одного з елементів більш складної системи, що дає змогу характеризувати особливості й функціональне наповнення цього різновиду комерції.

4. Компонентна – передбачає трактування електронної комерції, як сукупності методів, інструментів, дій та бізнес-процесів.

5. Статична – визначає електронну комерцію як статичний об'єкт, що є частиною сучасного бізнес-середовища й виражає його віртуальну складову [19].

Окрім того, варто зазначити, що електронна комерція є цілісною системою, що включає наступні елементи (рис. 2).

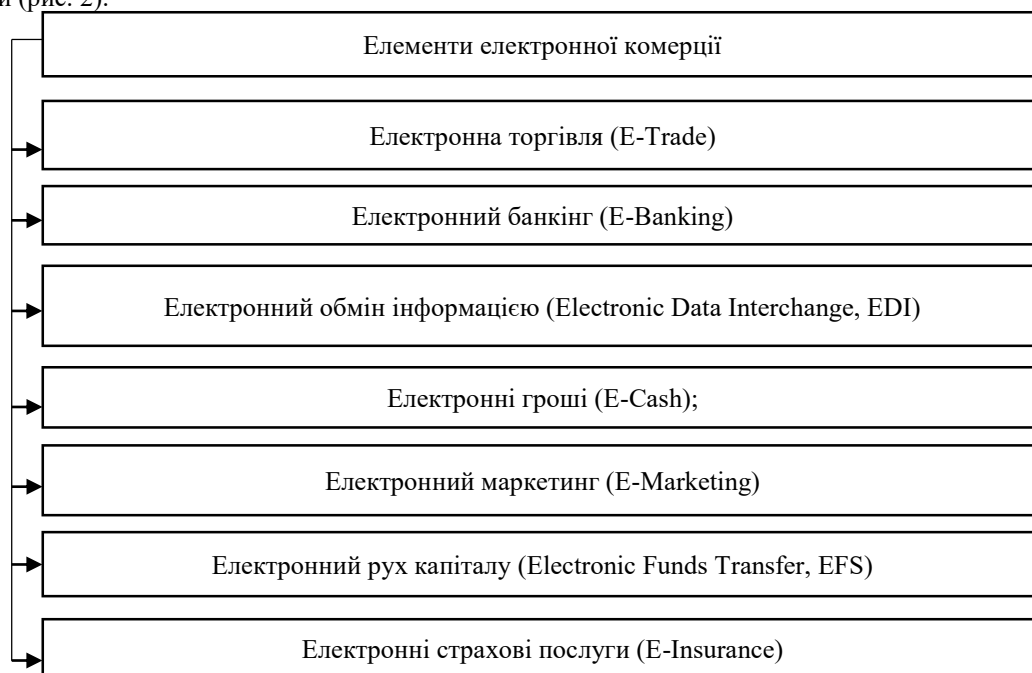


Рис. 2. Складові елементи електронної комерції

Джерело: складено на основі [20].

При цьому, за результатами проведеного аналізу, можна виділити особливості електронної комерції, як форми ведення торговельного бізнесу, а саме:

- формування системи взаємозв'язків між учасниками торговельного процесу;
- вона є різновидом комерції, ефективність якої залежить від рівня діджиталізації як окремого підприємства, так і країни в цілому;
- вид економічної діяльності, що здійснюється без географічної приналежності до ринків збуту;
- різновид комерції, що передбачає застосування принципів електронного розрахунку;
- діяльність, що вимагає певних витрат з наступною їх підтримкою (автоматизація, дослідження ринку та ін.).

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, враховуючи вище наведене, під електронною комерцією пропонується розуміти систему торговельних взаємовідносин, що реалізується через електронні інформаційні системи та діджитал-інструменти з метою забезпечення досяжності інтересів їх учасників. Також варто відмітити, що електронна комерція є цілісною системою, що дозволяє створювати прототипи торговельного бізнесу на електронному ринку й таким чином робить цей сектор доступнішим та перспективнішим для розвитку вітчизняної економіки.

Література

1. Закон України Про електронну комерцію: від 03.09.2015 No 675-VIII. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print.4>.
2. Лукачина С. С. Концептуальні засади управління підприємствами електронної комерції. URL : <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/278441>.
3. Пілевич Д. Науково-концептуальні засади визначення сутності електронної комерції. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2018. № 4(16). С. 114-121.
4. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
5. Патраманська, Л. Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. С.84-86.
6. Борецька І. Ю. Марєєв С.В., Степова С.В. Електронна комерція як складова частина електронного бізнесу. URL : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Informatica/67272.doc.htm.
7. Легенчук С. Ф., Скакун А.С. Сутність електронної комерції: обліковий вимір. *Вісник ЖДТУ*. 2011. № 4(58). С.59-65.
8. Юдін О. М., Макарова М.В., Лавренюк Р.М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.
9. Соболев В. О. Сутність основних понять Інтернет-торгівлі. URL :http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33645.doc.htm.
10. Бозуленко О., Жалба І. Застосування маркетингу в електронній комерції. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип.13. С. 363-367.
11. Шалева, О.І. Електронна комерція: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
12. Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес, фінансове право, інформаційне право». Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 22 с.
13. Міщенко С. В., Науменкова С.В. Банківська енциклопедія. Київ : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання, 2011. 504с.
14. Теницька Н., Чайкіна А. Стан та перспективи розвитку системи збуту товарів через електронні мережі в сучасних умовах господарювання. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 3; Т. 3. С. 176-179.
15. Балик У. О., Колісник М.В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 8 (11): Логістика. С. 11-19.
16. Євтушенко, Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С.184-188.
17. Гармідер Л. Д., Орлова А.В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2015. №1 (18). С. 58-65.
18. Ховрак І. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. *Економіка, фінанси, право*. 2013. № 4. С. 16-20
19. Циброва А.В. Теоретичне обґрунтування сутності електронної комерції. *Науковий вісник Полісся*. № 2 (21), 2020. С. 170-177.
20. Симаков В. С. Зміст управління підприємствами електронної комерції як суб'єктами інноваційного підприємництва. URL : https://www.researchgate.net/profile/SvitlanaFedulova/publication/345096700_METHODOLOGICAL_BASIS_OF_FORMATION_AND_ASSESSMENT_OF_THE_TERRITORY%27S_ATTRACTIVENESS/links/5ff623f2a6fdccdc83721b7/METHODOLOGICAL-BASIS-OF-FORMATION-AND-ASSESSMENT-OF-THE-TERRITORYS-ATTRACTIVENESS.pdf#page=6

References

1. Zakon Ukrainy Pro elektronnu komertsiiu: vid 03.09.2015 No 675-VIII. Ofitsiyni sait Verkhovnoi Rady Ukrainy. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print.4>.
2. Lukachyna S. S. Kontseptualni zasady upravlinnia pidpriemstvamy elektronnoi komertsii. URL : <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/278441>.

3. Pilevych D. Naukovo-kontseptualni zasady vyznachennia sutnosti elektronnoi komertsii. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia. 2018. № 4(16). S. 114-121.
4. Tardaskina T. M., Strelchuk Ye. M., Tereshko Yu. V. Elektronna komertsii: navch. posib. Odesa: ONAZ im. O.S. Popova, 2011. 244 s.
5. Patramanska, L. Yu. Elektronna komertsii: perevahy ta nedoliky. Efektyvna ekonomika. 2015. № 11. S.84-86.
6. Boretska I. Yu. Marieiev S.V., Stepova S.V. Elektronna komertsii yak skladova chastyna elektronnoho biznesu. URL : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Informatica/67272.doc.htm.
7. Lehenchuk S. F., Skakun A.S. Sutnist elektronnoi komertsii: oblikovyi vymir. Visnyk ZhDTU. 2011. № 4(58). S.59-65.
8. Yudin O. M., Makarova M.V., Lavreniuk R.M. Systemy elektronnoi komertsii: stvorennia, prosunennia i rozvytok : monohrafiia. Poltava: RVV PUET, 2011. 201 s.
9. Soboliev V. O. Sutnist osnovnykh poniat Internet-torhivli. URL : http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33645.doc.htm.
10. Bozulenko O., Zhalba I. Zastosuvannia marketynhu v elektronni komertsii. Ekonomika i suspilstvo. 2017. Vyp.13. S. 363-367.
11. Shaleva, O.I. Elektronna komertsii: navch. posib. Kyiv : Tsent uchbovoi literatury, 2011. 216 s.
12. Zhelikhovskiy V. M. Pravovi zasady elektronnoi komertsii v Ukraini: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 12.00.07 «Administratyvne pravo i protses, finansove pravo, informatsiine pravo». Kyivskiy natsionalnyi universytet vnutrishnikh sprav. Kyiv, 2007. 22 s.
13. Mishchenko S. V., Naumenkova S.V. Bankivska entsyklopediia. Kyiv : Tsentr naukovykh doslidzhen Natsionalnoho banku Ukrainy : Znannia, 2011. 504s.
14. Tenytska N., Chaikina A. Stan ta perspektyvy rozvytku systemy zbutu tovariv cherez elektronni merezhi v suchasnykh umovakh hospodariuvannia. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2011. № 3; T. 3. S. 176-179.
15. Balyk U. O., Kolisnyk M.V. Elektronna komertsii yak element systemy svitovoho hospodarstva. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». 2014. № 8 (11): Lohistyka. S. 11-19.
16. Yevtushenko, D. D. Elektronnyi biznes, elektronna komertsii, internet-torhivlia: sutnist ta vzaimozviazok poniat. Biznes Inform. 2014. № 8. S.184-188.
17. Harmider L. D., Orlova A.V. Osoblyvosti rozvytku vitchyzniano elektronnoi komertsii. Yevropeiskyi vektor ekonomichnoho rozvytku. 2015. №1 (18). S. 58-65.
18. Khovrak I. Elektronna komertsii v Ukraini: perevahy ta nedoliky. Ekonomika, finansy, pravo. 2013. № 4. S. 16-20
19. Tsybrova A.V. Teoretychne obgruntuvannia sutnosti elektronnoi komertsii. Naukovyi visnyk Polissia. № 2 (21), 2020. S. 170-177.
20. Symakov V. S. Zmist upravlinnia pidpriemstvamy elektronnoi komertsii yak subiektamy innovatsiinoho pidpriemnytstva. URL : [https://www.researchgate.net/profile/SvitlanaFedulova/publication/345096700_METHODOLOGICAL_BASIS_OF_FORMATION_AND_ASSESSMENT_OF_TH](https://www.researchgate.net/profile/SvitlanaFedulova/publication/345096700_METHODOLOGICAL_BASIS_OF_FORMATION_AND_ASSESSMENT_OF_THE_TERRITORY%27S_ATTRACTIVENESS/links/5ff623f2a6fdccdb83721b7/METHODOLOGICAL-BASIS-OF-FORMATION-AND-ASSESSMENT-OF-THE-TERRITORYS-ATTRACTIVENESS.pdf#page=6)
[E_TERRITORY%27S_ATTRACTIVENESS/links/5ff623f2a6fdccdb83721b7/METHODOLOGICAL-BASIS-](https://www.researchgate.net/profile/SvitlanaFedulova/publication/345096700_METHODOLOGICAL_BASIS_OF_FORMATION_AND_ASSESSMENT_OF_TH)
[OFFORMATION-AND-ASSESSMENT-OF-THE-TERRITORYS-ATTRACTIVENESS.pdf#page=6](https://www.researchgate.net/profile/SvitlanaFedulova/publication/345096700_METHODOLOGICAL_BASIS_OF_FORMATION_AND_ASSESSMENT_OF_TH).