

УДК 339.372

Світлана Вікторівна МАЛОВИЧКО

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та менеджменту,
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського,
e-mail: svetlana.malovichko@mail.ru

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Маловичко, С. В. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України / Світлана Вікторівна Маловичко // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2015. – Вип. 3. – № 58. – С. 129–136.

Анотація. Спираючись на офіційні дані Державної служби статистики України, проведено аналіз поточного стану застосування інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України. У процесі дослідження використано методи аналізу та графічної візуалізації (для представлення статистичних даних), групування, індексний метод і метод порівняльних оцінок (для аналізу показників, що характеризують використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України; для аналізу українського ринку електронної комерції). Визначено особливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій підприємствами у розрізі основних видів економічної діяльності згідно з КВЕД-2010, що дозволить оптимізувати управління підприємствами, адже використання інформаційно-комунікаційних технологій за умов інтенсивного розвитку ринкових відносин є одним із найбільш важливих елементів ефективного управління. Отримані результати спрямовані на комплексне вирішення проблем у сфері управління електронною торгівлею і будуть сприяти забезпеченню її ефективності.

Ключові слова: інформація; інформаційне суспільство; інформаційна економіка; інформаційно-комунікаційні технології; електронна торгівля; електронна комерція; електронний обмін даними; веб-сайт.

Светлана Викторовна МАЛОВИЧКО

кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой маркетинга и менеджмента,
Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,
e-mail: svetlana.malovichko@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

Маловичко, С. В. Использование информационно-коммуникационных технологий на предприятиях Украины / Светлана Викторовна Маловичко // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов; под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. (ISSN 2313-4569). – Одесса: Одесский национальный экономический университет. – 2015. – Вып. 3. – № 58. – С. 129–136.

Аннотация. Опираясь на официальные данные Государственной службы статистики Украины, проведен анализ текущего состояния применения информационно-коммуникационных технологий на предприятиях Украины. В процессе исследования использованы методы анализа и графической визуализации (для представления статистических данных), группировки, индексный метод и метод сравнительных оценок (для анализа показателей, которые характеризуют использование информационно-коммуникационных технологий на предприятиях Украины; для анализа украинского рынка электронной коммерции). Определены особенности применения информационно-коммуникационных технологий предприятиями в разрезе основных видов экономической деятельности согласно КВЭД-2010, что позволит оптимизировать управление предприятиями, поскольку использование информационно-коммуникационных технологий при условиях интенсивного развития рыночных отношений является одним из наиболее важных элементов эффективного управления. Полученные результаты направлены на комплексное решение проблем в сфере управления электронной торговлей и будут способствовать обеспечению ее эффективности.

Ключевые слова: информация; информационное общество; информационная экономика; информационно-коммуникационные технологии; электронная торговля; электронная коммерция; электронный обмен данными; веб-сайт.

Svitlana MALOVYCHKO

*PhD in Economics, Associate Professor, Head of Marketing and Management Department,
Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky,
e-mail: svetlana.malovichko@mail.ru*

THE USE OF INFORMATIVE AND COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES AT ENTERPRISES OF UKRAINE

Malovychko, O. (2015), The use of informative and communicative technologies at enterprises of Ukraine. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Vykorystannia informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy na pidpriemstvakh Ukrainy; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, Issue 3, No. 58, pp. 129–136.

Abstract. *The analysis of current status of informative and communicative technologies application at enterprises of Ukraine, based on the official data of State Statistics Service of Ukraine, is conducted in the article. The study uses methods of analysis and graphic visualization (for the presentation of statistical data), methods of grouping, the index method and method for the comparative evaluation (for the analysis of indexes that characterize the use informative and communicative technologies at enterprises of Ukraine; for the Ukrainian market of electronic commerce analysis). The features of informative and communicative technologies application at enterprises by major economic activities, according to KTEA-2010, are identified, that will optimize management of the enterprises since the use of informative and communicative technologies in the conditions of intensive development of market relations is one of the most important elements of effective management. The results obtained are aimed at a comprehensive solution to the problems in the field of e-commerce management, and will contribute to ensuring its effectiveness.*

Keywords: *information; informative society; informative economy; informatively-communication technologies; electronic trade; e-commerce; EDI; web site.*

JEL classification: *L630, L810*

Постановка проблеми в загальному вигляді. Незважаючи на трансформаційні процеси, які відбуваються під впливом глобалізації, сьогодні все більш зрозумілим стає факт, що світ ніколи не стане одноманітним [1, с.192]; нові технології генерації та обробки інформації докорінно змінили світ. Сучасні економічні реалії характеризуються стрімким поширенням та застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій в господарській діяльності, інформація стає каталізатором розвитку науково-технічного прогресу.

Глобальні трансформації в суспільстві, спричинені інформаційно-технологічними передумовами, визначені вченими як «інформаційна революція» та позначаються сучасним етапом інформаційно-цивілізаційного розвитку.

«Інформаційна революція перш за все передбачає якісний стрибок в технології збору, зберігання та передачі інформації від суб'єкта до суб'єкта (комунікації)...» [2], отже, питання визначення основних каталізаторів розвитку економіки, використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України є досить актуальними.

Інновації і наукові розробки стають рушійними силами економіки, а рівень кваліфікації працівника, його вміння організувати самоосвіту, прагнення до самовдосконалення наділяють його унікальними конкурентними перевагами в умовах політичної невизначеності та економічного дисбалансу.

Ринкові умови господарювання вимагають принципово нових інноваційних підходів до здійснення підприємницької діяльності, ґрунтуючись на сучасних викликах суспільного простору та відкритості економіки. Згідно з цим повинна зростати увага керівників підприємств до прийняття стратегічних, тактичних та оперативних рішень у сфері управління електронною торгівлею як однієї з найбільш перспективних серед інших видів господарської діяльності в Україні.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання економіки та інформатизації суспільства було висвітлено в працях А. С. Гальчинського, А. П. Дуброва, С. А. Дятлова, М. Кастелса, І. В. Манахової, І. А. Матвєєва, С. В. Сисоєвої, І. В. Соколової, А. Тоффлера, І. Г. Ханіна та ін. Основні поняття та моделі електронного бізнесу

досліджувались В. А. Висоцькою, Л. С. Винарик, А. Н. Щедриним, Н. Ф. Васильєвою, М. С. Лебеденко, Л. Б. Фридкиним, К. В. Чекіною та іншими вітчизняними та зарубіжними науковцями. Наукові результати, опубліковані в працях зазначених вчених, дозволили визначити об'єктивну необхідність більш ретельного дослідження проблем застосування інформаційно-комунікаційними технологій в процесі ведення економічної діяльності.

Серед значної кількості дискусійних моментів, що розглядаються вказаними вітчизняними та зарубіжними науковцями, найактуальнішими є питання доцільності розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури підприємства, співвідношення витрат на її створення, утримання та удосконалення з об'єктивними можливостями і перевагами, що вона надає. Дослідження питань застосування сучасних інноваційних технологій комунікації та ведення господарської діяльності в ринкових умовах набувають принципового значення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Преважна більшість наукових розробок, пов'язаних з дослідженням інформаційно-комунікаційних технологій, сфокусована на вивченні загальних підходів і методів до їх застосування. Значна кількість наукових робіт розглядає аспекти актуалізації та практичного інструментарію інноваційних комп'ютерних технологій в бізнесі. Дослідження цих проблем не є узагальненими, мають фрагментальний характер та не дозволяють досягнути сучасний стан та особливості використання інформаційно-комунікаційних технологій вітчизняними підприємствами. Аналіз публікацій за визначеною проблемою довів, що деякі суттєві завдання в процесі використання електронних технологій бізнесу залишаються невирішеними. Зокрема, потребують підвищеної уваги питання аналізу застосування інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України в розрізі видів економічної діяльності, що дозволить детермінувати загальні тенденції в цій сфері, виявити «вузькі місця» в управлінні сучасними підприємствами, здійснити бенчмаркінговий аналіз загальних тенденцій на ринку.

Постановка завдання. Сьогоднішні реалії ведення бізнесу свідчать про те, що більшість вітчизняних підприємств застосовують дуже обмежений набір інструментів та технологій у сфері прикладної інформатики та електронної комунікації. Насамперед, це можна пояснити обмеженістю фінансових ресурсів підприємств, з іншого боку – низькою кваліфікацією персоналу, безкомпромісністю в питаннях фінансування інновацій, відсутністю бажання і потенціалу до швидкої адаптації до нових викликів економіки і суспільства. Метою статті є аналіз використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нова парадигма розвитку соціально-економічних відносин розкривається у становленні інформаційного суспільства та побудові електронної економіки, базисними платформами якої є сучасні інформаційно-комунікаційні технології, що генерують гнучкі системи електронної комунікації.

Важливою складовою формування інформаційного суспільства в Україні є використання можливостей сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для того, щоб створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, сприяючи сталому розвитку країни. Використання інформаційно-комунікаційних технологій за умов інтенсивного розвитку ринкових відносин є одним із найбільш важливих елементів ефективного управління [3, с.5].

За офіційними даними Державної служби статистики України частка підприємств, що мали доступ до Інтернету склала 97,4% (майже 40111 підприємств) від загальної кількості підприємств, що користувалися комп'ютерами; аналіз використання комп'ютерів підприємствами упродовж 2014 року в розрізі основних видів економічної діяльності згідно з КВЕД-2010 представлено на рис. 1 та 2.

Результат статистичних підрахунків свідчить про те, що найбільша кількість персональних комп'ютерів використовується підприємствами оптової та роздрібною торгівлі (24,5%) та переробної промисловості (24%).

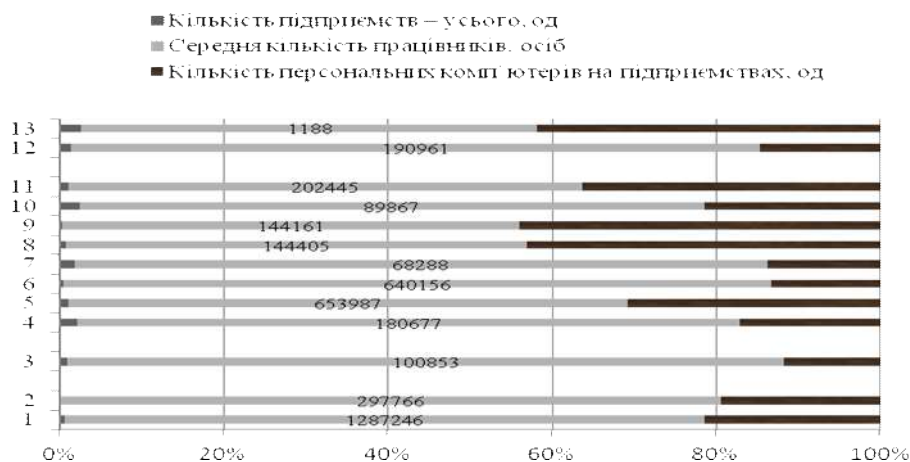


Рис. 1. Характеристика вітчизняних підприємств, що використовували комп'ютери впродовж 2014 року (складено автором за даними [3, с.7])

Примітка: 1 – переробна промисловість; 2 – постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря; 3 – водопостачання; каналізація, поводження з відходами; 4 – будівництво; 5 – оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; 6 – транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; 7 – тимчасове розміщування й організація харчування; 8 – інформація та телекомунікації; 9 – фінансова та страхова діяльність; 10 – операції з нерухомим майном; 11 – професійна, наукова та технічна діяльність; 12 – діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; 13 – надання інших видів послуг.

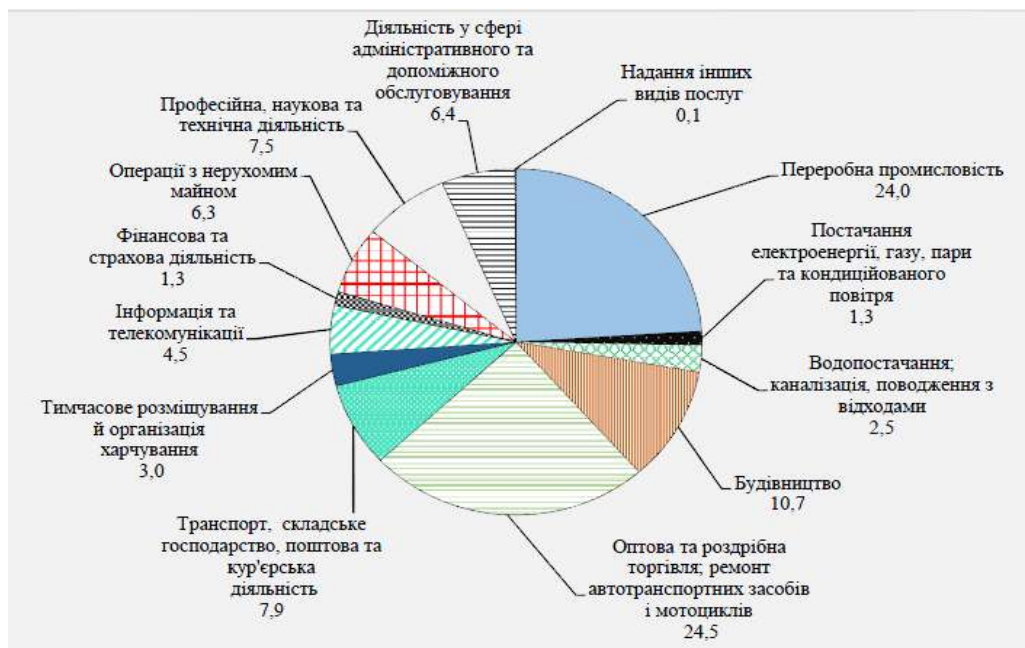


Рис. 2. Структура підприємств, які використовували комп'ютери упродовж року, за видами економічної діяльності [3, с.10]

Співвідношення середньої кількості працівників до кількості наявних на підприємстві комп'ютерів показало, що найбільш забезпечені цими технічними пристроями є такі галузі, як «інформація та телекомунікації» (1,3), фінансова та страхова діяльність (1,3), професійна, наукова та технічна діяльність (1,7). Найвищим цей показник є у сфері водопостачання; каналізація, поводження з відходами, де на 1 комп'ютер припадає майже 7 працівників; «транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» – 6,5 осіб; «тимчасове розміщування й організація харчування» – 6,1 працівника на один пристрій.

Статистичні дані свідчать, що третина підприємств, які мали доступ до Інтернету, мали веб-сайт, що функціонував у мережі Інтернет. Майже дві третини підприємств, які на веб-сайті розміщували каталоги продукції або прейскуранти, здійснювали діяльність у переробній промисловості; оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів

та мотоциклів. Кожне третє підприємство, використовуючи можливості веб-сайту (рис. 3), надавало пропозиції щодо можливості виготовляти продукцію згідно з вимогами клієнта або можливість для клієнтів самостійно розробляти дизайн продукції. Кожне п'яте підприємство розміщувало замовлення або бронювало в режимі он-лайн (функція «Додати в кошик»), розміщувало оголошення про відкриті вакансії або подання заяви на заміщення вакантних посад у режимі он-лайн. Кожне шосте підприємство здійснювало платежі он-лайн, кожне сьоме забезпечувало персоналізоване інформаційне наповнення в рамках веб-сайту для постійних повторних клієнтів [3, с.6]. Результати аналізу використання можливостей веб-сайту при використанні мережі Інтернет підприємствами оптової та роздрібною торгівлі у 2014 році свідчать, що кількість підприємств, які мали доступ до мережі, дорівнює 9900, але свій веб-сайт мали тільки 31% (3098). Найпоширеніша можливість, яку використовували підприємства – це розміщення в Інтернеті каталогів продукції або прейскурантів – цим скористалися 80% із них. Можливість здійснення платежів он-лайн є найменш застосовуваною (рис. 3).

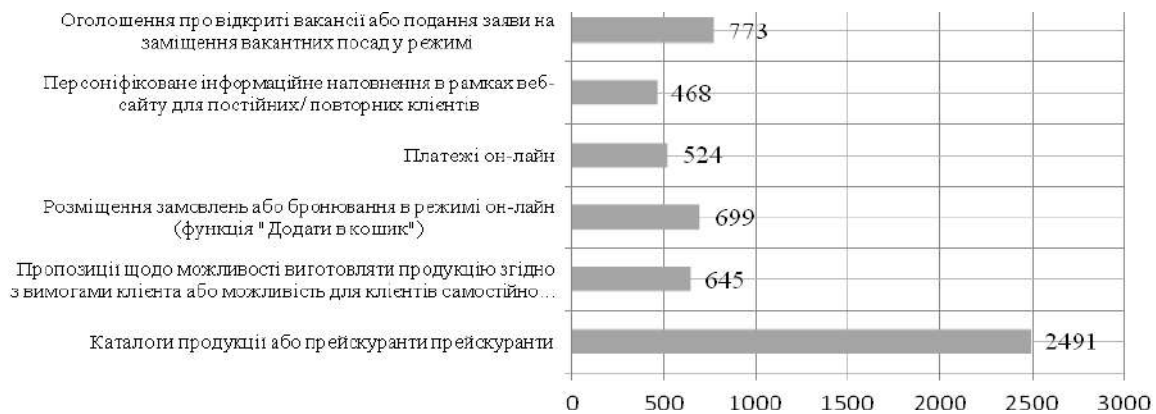


Рис. 3. Аналіз використання можливостей веб-сайту при використанні мережі Інтернет підприємствами оптової та роздрібною торгівлі (складено автором на основі [3])

Інтенсивний розвиток телекомунікацій наприкінці 80-х рр. ХХ ст. зумовив створення систем EDI (електронного обміну даними), ідея яких полягає в стандартизації документів і надання їх у зручній для комп'ютерної обробки формі [4, с.224–225]; «EDI – одна із технологій автоматизації, що покликана замінити паперовий документообіг між організаціями...» [5]. За офіційними даними кількість підприємств, які використовували комп'ютери упродовж року, найбільша серед представників оптової та роздрібною торгівлі, підприємств з ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – 10096, серед них майже 87% здійснювали електронний обмін даними (рис. 4).

Також можна простежити загальну тенденцію щодо здійснення електронного обміну даними, про що свідчить коефіцієнт використання EDI, розрахований як співвідношення кількості підприємств, які здійснювали електронний обмін даними до загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери упродовж року. У розрізі видів діяльності він варіює в межах від 0,76 до 0,87, що вказує на високий рівень застосування цих технологій.

У 2014 році доступ до Інтернету мали 96,9% малих підприємств, 98,8% – середніх та 99,6% – великих. Підприємства, які використовували у своїй роботі комп'ютери, активно здійснювали електронний обмін даними (відправляли/отримували дані для органів державної влади, транспортну документацію, платіжні доручення фінансовим установам, електронні рахунки-фактури, замовлення постачальникам, відправляли/отримували інформацію про продукцію, отримували замовлення від клієнтів тощо) [3, с.6]. Аналіз цілей здійснення електронного обміну даними вітчизняних підприємств у 2014 році за видами економічної діяльності наведено на рис. 5 та 6.

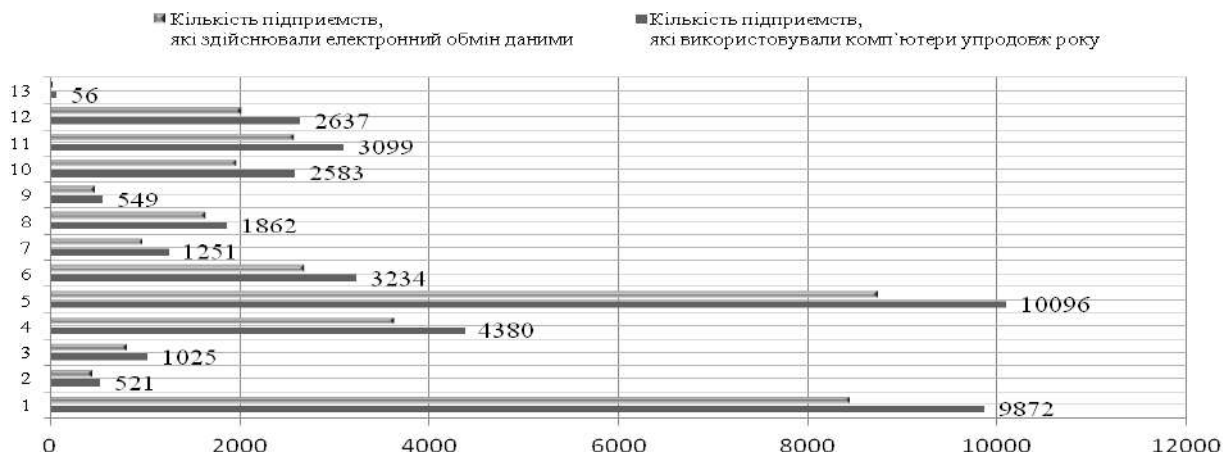


Рис. 4. Аналіз здійснення електронного обміну даними на підприємствах України за 2014 р. (складено автором на основі [3])

Примітка: 1 – переробна промисловість; 2 – постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря; 3 – водопостачання; каналізація, поводження з відходами; 4 – будівництво; 5 – оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; 6 – транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; 7 – тимчасове розміщування й організація харчування; 8 – інформація та телекомунікації; 9 – фінансова та страхова діяльність; 10 – операції з нерухомим майном; 11 – професійна, наукова та технічна діяльність; 12 – діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; 13 – надання інших видів послуг.

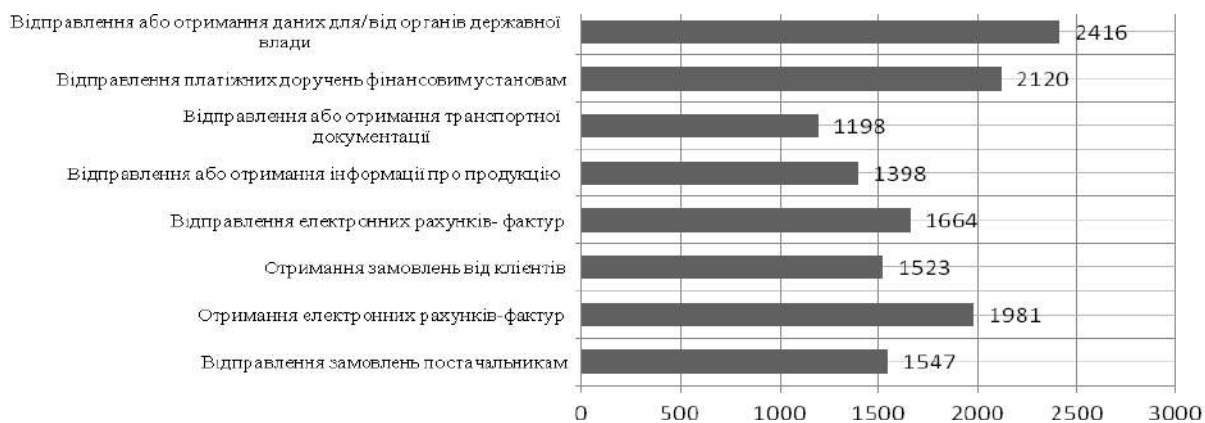


Рис. 5. Цілі здійснення електронного обміну даними (складено автором на основі [3])

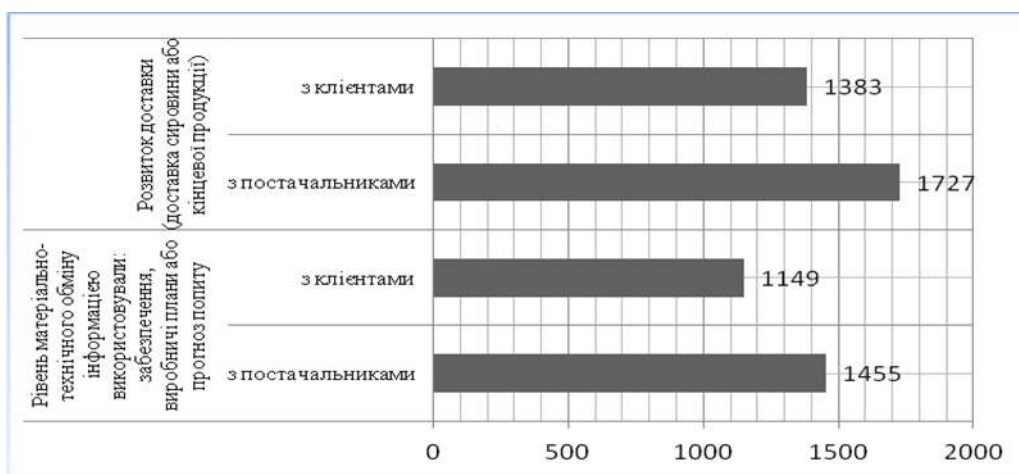


Рис. 6. Напрями здійснення електронного обміну даними (складено автором на основі [3])

Вищенаведені результати досліджень дозволяють виділити такі особливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України у 2014 році: – доступ до Інтернету серед тих, хто користувався комп'ютерами, мали 97,4% підприємств;

- найбільша кількість персональних комп'ютерів використовується підприємствами оптової та роздрібною торгівлі (24,5%) та переробної промисловості (24%);
- саме підприємства оптової та роздрібною торгівлі використовували найбільші та найширші можливості веб-сайту при використанні мережі Інтернет;
- кількість підприємств, які використовували комп'ютери упродовж року найбільша серед представників оптової та роздрібною торгівлі;
- серед підприємств оптової та роздрібною торгівлі майже 87% здійснювали електронний обмін даними.

Погоджуючись з Є. А. Алексеєнко, зазначимо, що «...віртуалізація магазинів в Інтернеті є однією з небагатьох форм діяльності, на підставі якої в стані світової економічної кризи виникають і розвиваються продукти і послуги» [6, с.88].

За даними Української асоціації директ-маркетингу обсяг українського ринку електронної комерції в 2014 році в доларовому еквіваленті скоротився на 20% і склав \$1,6 млрд. (до сукупності включені тільки B2C – продажі нових товарів), водночас гривневе зростання ринку склало 19% [7]. За підсумками 2015 року експерти Української асоціації директ-маркетингу прогнозують падіння ринку електронної комерції на 45% в доларовому еквіваленті і зростання 25% в гривні, «...за умови стабілізації ситуації ми чекаємо, що на рівень 2013 року ринок вийде в середині 2018 року...» [8].

Згідно з дослідженнями, минулого року скоротилися продажі усіх груп товарів, незначне зростання показали тільки сегменти товарів для авто, косметика і парфумерія. Найбільшим сегментом залишається сегмент електроніки та побутової техніки: за підсумками року його обсяг склав \$750 млн., скоротившись на 25% в доларах і збільшившись на 11,3% у гривні. До трійки лідерів за обсягом ринку в сегменті електроніки і побутової техніки увійшли інтернет-магазин Rozetka.ua (частка 39,7%), «Алло» (частка 10,6%) та Fotos (частка 6,6%). Обсяг сегменту Fashion (одяг і взуття) минулого року склав \$131 млн., скоротившись в доларах на 13% і збільшившись на 9,6% у гривні. Лідером у цьому сегменті став магазин Bon Prix (частка 25,7%). На другому і третьому місці інтернет-магазини LeBoutique і ModnaKasta, частки яких складають 22,5% і 18,6% відповідно. Основною тенденцією 2014 року став перехід споживачів від купівлі дорогих брендів до дешевших. За прогнозами цей тренд збережеться в Україні поки не розпочнеться економічне зростання та збільшення прибутків населення пропорційно цінам на товари [4].

Висновки і перспективи подальших розробок. В умовах нестабільності маркетингового середовища, політичної та економічної нестійкості та споживчої невизначеності, застосування інформаційно-комунікаційних технологій в бізнесі сприятиме зниженню витрат унаслідок економії на операційних витратах, набуттю стійких конкурентних переваг та отриманню нових можливостей для здійснення господарської діяльності з мінімальними втратами за умови реалізації песимістичних сценаріїв розвитку ситуації у бізнес-просторі.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є аналіз та класифікація проблем, з якими стикаються вітчизняні підприємства, здійснюючи електронну торгівлю; моніторинг факторів, що впливають на розвиток та ефективність електронної торгівлі; дослідження маркетингових аспектів здійснення електронного бізнесу.

Література

1. Чернега О. Б. Моніторинг складових конкурентоспроможності України / О. Б. Чернега, Ю. Г. Бочарова // *Торгівля і ринок: тематичний зб. наук. праць.* – Донецьк: ДонНУЕТ. – 2012. – Вип. 33. – С. 192–203.
2. Ханін І. Г. Інформаційно-технологічні передумови формування постіндустріального суспільства як концепції нової глобальної цивілізації [Електронний ресурс] / І. Г. Ханін // *Ефективна економіка.* – 2012. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1765>.

3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України: статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publinform_u.htm.
4. 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 доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2012_37_25.pdf.
5. Смирнов Н. Альтернатива бумаге / Н. Смирнов // Директор информационной службы. – 2010. – № 10. – С. 62.
6. Алексеенко Е. А. Особенности совершения покупок и коммуникации в онлайн-пространстве [Электронный ресурс] / Е. А. Алексеенко // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 5. – С. 88–91. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-elektronnoy-torgovli-v-sotsialnyh-setyah>.
7. Объем рынка электронной коммерции в Украине сократился на 20% (исследование). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.finance.ua/ru/news/-/351547/obem-rynka-elektronnoj-kommertsii-v-ukraine-sokratilsya-na-20-issledovanie>.
8. Что произошло с рынком e-commerce Украины за 2014 г. и чего ждать к концу 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uadm.com.ua/e-commerce-market-in-ukraine-2014>.

References

1. Cherneha, O. B., Bocharova, Yu. H. (2012), «Monitoring of components of Ukraine's competitiveness» [Monitorynh skladovykh konkurentospromozhnosti Ukrainy], Trade and market, Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky, issue 33, pp.192–203 (ukr)
2. Khanin, I. H. (2012), «Information and technological pre-conditions of forming of post-industrial society as a concept of a new global civilization» [Informatsiino-tekhnologichni peredumovy formuvannia postindustrialnoho suspilstva yak kontseptsii novoi hlobalnoi tsyvilizatsii], Effective economy, No. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1765> (ukr)
3. «Application of information and communication technologies by Ukrainian enterprises: statistical bulletin» [Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii na pidpriemstvakh Ukrainy: statystychnyi biuletyn], available at: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publinform_u.htm (ukr)
4. Pelekhata, O. H. (2012), «The technologies of e-data exchange in the Internet» [Tekhnolohii elektronnoho obminu danymy v Interneti], Bulletin of the Kharkiv State Academy of Culture, issue 37, pp. 224–231, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2012_37_25.pdf (ukr)
5. Smirnov, N. (2010), «The alternative to paper» [Alternativa bumage], Director of information department, No. 10, p. 62 (rus)
6. Alekseenko, E. A. (2013), «Distinctive features of shopping and communication on-line» [Osobennosti soversheniia pokupok i kommunikatsii v onlaynovom prostranstve], Theory and Practice of Public Development, No. 5, pp. 88–91, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-elektronnoy-torgovli-v-sotsialnyh-setyah> (rus)
7. «Ukrainian market capacity of e-commerce fell by 20% (research)» [Obem rynku elektronnoy kommertsii v Ukraine sokratilsya na 20% (issledovanie)], available at: <http://news.finance.ua/ru/news/-/351547/obem-rynka-elektronnoj-kommertsii-v-ukraine-sokratilsya-na-20-issledovanie> (rus)
8. «What happened to the e-commerce market of Ukraine for the year of 2014 and what to wait for by the end of 2015» [Chto proizoshlo s rynkom e-commerce Ukrainy za 2014 g. i chogo zhdet k kontsu 2015 g.], available at: <http://www.uadm.com.ua/e-commerce-market-in-ukraine-2014/> (rus)