

СЕКЦІЯ 5

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 330.567.6-047.37.669

Хижняк О.С.
*аспірант кафедри економіки підприємства
Класичного приватного університету*

НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ І ШЛЯХИ ЇХ УСУНЕННЯ

Стисло розкрито поняття «електронної торгівлі» і напрями її діяльності. Наведено аналіз розвитку електронної торгівлі в зарубіжній і вітчизняній практиці порівняльним методом обсягів діяльності електронних торговельних майданчиків. Досліджено становлення електронних торговельних майданчиків промисловими підприємствами та їх недоліки. Встановлено, що одним з найбільш ефективних інструментів маркетингової діяльності компанії в ринковому середовищі є електронна торговельна платформа, створена для ділового співробітництва між бізнес-спільнотою в Інтернеті. На ряду з великою кількістю переваг електронна комерція має ряд істотних недоліків і не вирішених проблем, які в кінцевому підсумку стримують її подальший розвиток. До таких недоліків і проблем відносяться: проблема взаємовідносин зі споживачами, так як не всі контрагенти бажають спілкуватися тільки по комп'ютерній мережі; недостатня стандартизація технологій для доступу до електронного ринку; проблеми виконання замовлень у напружені періоди закупівель (наприклад, у форс-мажорних обставинах, у святкові дні); наявність необхідної продукції, яку неможливо купити в оперативному режимі у зв'язку з недосконалістю нормативної бази (наприклад, офісні меблі, спецодяг та спецвзуття, металопластикові вироби); вразливість компанії, що пов'язана з доступністю відомостей про неї та інформації про її продукцію на веб-сайті; не завжди достатня безпека операцій; можливість проникнення в систему комп'ютерних вірусів і хакерів; договірні та правові проблеми, обумовлені недосконалістю законодавчої бази. Визначені недоліки електронних майданчиків, у тому числі для замовників: обмеження можливості оцінки якості пропонованих товарів і послуг; використання для масових ринків тільки стандартних товарів; наявність особистої зацікавленості у бізнесі серед власних співробітників, що в підсумку призводить до «корупційної надбавки» до ціни товару, що купується; ризик омани та отримання недостовірної інформації від постачальника про якість товару або послуги. Для постачальників: необхідність безпосереднього спілкування з менеджерами покупців, що не виключає можливості корупції; обмеження можливості освоєння нових ринків збуту для нестандартних і немасових товарів і послуг; збереження традиційних бізнес-ризиків ведення підприємництва в Україні; додаткові трансфертні витрати на підключення до електронного торговельного майданчика, вірогідність окупності яких незначна.

Ключові слова: електронна торговельна площадка (майданчик), інтернет-ресурс, електронна комерція, корпоративна інформаційна система.

Хижняк Е.С. НЕДОСТАТКИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И ПУТИ ИХ ИСКЛЮЧЕНИЯ

Кратко раскрыто понятие «электронная торговля» и направление ее деятельности. Приведен анализ развития электронной торговли в зарубежной и отечественной практике сравнительным методом объемов деятельности электронных торговых площадок. Исследовано становление электронных торговых площадок промышленных предприятий и их недостатки. Установлено, что одним из наиболее эффективных инструментов маркетинговой деятельности компании в рыночной среде является электронная торговая платформа, созданная для делового сотрудничества между бизнес-сообществом в Интернете. На ряду с большим количеством преимуществ электронная коммерция имеет ряд существенных недостатков и нерешенных проблем, которые в конечном итоге сдерживают ее дальнейшее развитие. К таким недостаткам и проблемам относятся: проблема взаимоотношений с потребителями, так как не все контрагенты желают общаться только по компьютерной сети; недостаточная стандартизация технологий для доступа к электронному рынку; проблемы с выполнением заказов в напряженные периоды закупок (например, в форс-мажорных обстоятельствах, в праздничные дни); наличие необходимой продукции, которую не возможно купить в оперативном режиме в связи с несовершенством нормативной базы (например, офисная мебель, спецодежда и спецобувь, металлопластиковые изделия); уязвимость компании, связанной с доступностью сведений о ней и информации о ее продукции на веб-сайте; не всегда достаточная безопасность операций; возможность проникновения в систему компьютерных вирусов и хакеров; договорные и правовые проблемы, обусловленные несовершенством законодательной базы. Установлены недостатки электронных площадок, в том числе для заказчиков: ограничение возможности оценки качества предлагаемых товаров и услуг; использование для массовых рынков только стандартных товаров; наличие личной заинтересованности в бизнесе среди собственных сотрудников, что в итоге приводит к «коррупционной надбавке» к цене покупаемого товара; риск заблуждения и получение недостоверной информации от поставщика о качестве товара либо услуги. Для поставщиков: необходимость непосредственного общения с менеджерами покупателей, чтобы исключить возможности коррупции; ограничение возможности освоения новых рынков сбыта для нестандартных и немассовых товаров и услуг; сохранение традиционных бизнес-рисков ведения предпринимательства в Украине; дополнительные трансфертные затраты на подключение к электронной торговой площадке, вероятность окупаемости которых не велика.

Ключевые слова: электронная торговая площадка, интернет-ресурс, электронная коммерция, корпоративная информационная система.

Hizhnyak E.S. DISADVANTAGES OF E-COMMERCE IN UKRAINE AND WAYS TO RESOLVE THEM

Briefly disclose the concept of «e-commerce» and the direction of its activities. The analysis of the development of e-commerce in Ukraine by comparing the volume of activity of electronic trading platforms. Investigated the emergence of electronic trading platforms industrial enterprises and their shortcomings. Found that one of the most effective tools for marketing activities in the market environment is an electronic trading platform, created for business cooperation between the business community on the Internet. Along with the many advantages of electronic commerce has a number of significant shortcomings and unresolved problems, which ultimately hinder its further development. These shortcomings and problems include the problem of relations with customers, as not everyone is willing to communicate only via a computer network; the lack of standardization of technologies for access to electronic markets; problems of

execution of orders in the intense periods of procurement (such as holidays); availability of the necessary products that are not possible to purchase on-line due to the imperfection of the regulatory framework (eg, office furniture, clothing and footwear, plastic products); the vulnerability of the company, related to the availability of information about it, and information about its products on the website; is not always sufficient safety of the operation; the ability to penetrate a system of computer viruses and hackers; contractual and legal problems caused by the imperfection of the legislative framework. Identified shortcomings of electronic platforms, including for customers: the restriction of the possibility of assessing the quality of products and services; use of mass-market products only standard; personal interest in the business among its own employees, which ultimately leads to the «corruption supplement» to the price of purchased goods; the risk of error and getting inaccurate information from the supplier about the quality of goods or services. For suppliers: the need for communication with the managers of the buyers, do not rule out the possibility of corruption; limiting the possibility of the development of new markets for non-standard and non-mass products and services; preservation of traditional business risks of doing business in Ukraine; additional costs for connection to the electronic trading platform with low payback.

Keywords: electronic trading platform, an online resource, e-commerce, enterprise information systems.

Тема електронної комерції в останній час стала найбільш обговорюваною в інвестиційних колах. Ця галузь активно розвивається і зростає, у той час як економіка країни переживає економічну кризу. Зараз інтернет-торгівля у всьому світі зростає швидкими темпами. Зростає також кількість і якість електронних торгових майданчиків (ЕТМ), результати яких представлені на рис. 1.

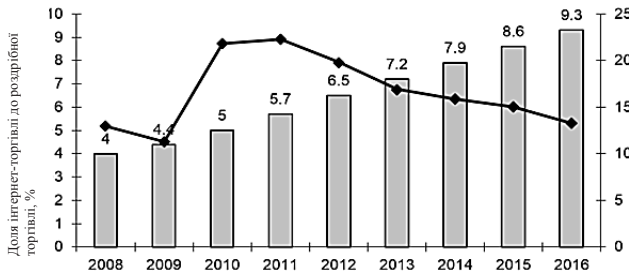


Рис. 1. Зростання обсягів електронної комерції у світі, % до років

Аналітики стверджують, що тенденція до бурхливого зростання збережеться протягом найближчих п'яти років. В економічно-розвинутих країнах темпи електронної комерції збільшуються майже у два рази щорічно. У розвиваючих країнах зростання інтернет-торгівлі набагато вище та інтенсивніше, ніж в країнах з розвинутою економікою. Так відбувається з двох причин: по-перше, незважаючи на великий рівень охоплення інтернетом у країнах, що розвиваються, він збільшується швидкими темпами; по-друге, в цих країнах економіка розвивається швидше, у тому числі, і роздрібна торгівля [2].

В Україні серед усіх економічних галузей національного господарства інтернет-торгівля розвивається найбільш швидкими темпами. Електронна комерція з'явилась в країні зовсім нещодавно, але вже швидко розповсюджується. Хоч у порівнянні з роздрібною торгівлею обсяги інтернет-торгівлі значно поступаються, (усього на 1,5-1,6% від загального обсягу) від інтернет-торгівлі у роздріб наприкінці 2012 року. Але вже на кінець 2015 року цей показник сягнув 4,5%, що складає приблизно 4,44 млрд. дол. Розповсюдження електронної комерції в найбільш

розвинутих країнах світу за 2008, 2012, 2016 роки представлено на рисунку 2.

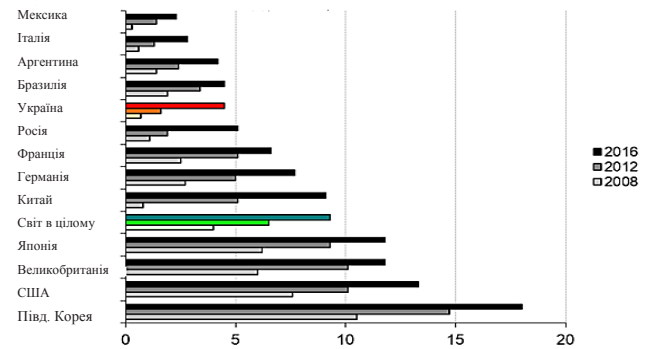


Рис. 2. Проникнення електронної комерції в світі, в % від роздрібно торгівлі

Зростання ринку електронної торгівлі в 2014 року для п'яти характерних країн наведено на рисунку 3.

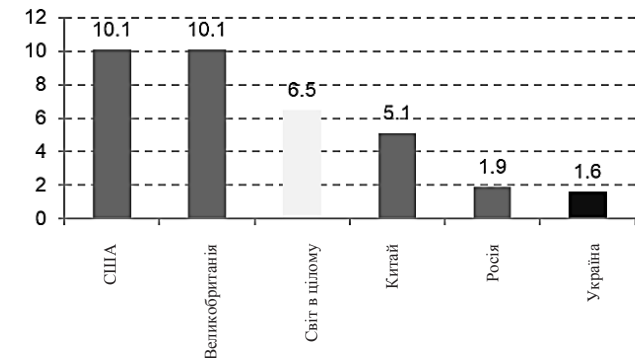


Рис. 3. Зростання ринку електронної торгівлі в 2014 року, в %

З вище наведених даних зрозуміло, що зростання ринку електронної торгівлі в 2014 року, як оцінили експерти, відбулося від 30 до 40 відсотків. Важко назвати більш точні цифри, так як в Україні інтернет-торгівля не відрізняється прозорістю. Це пояснюється великою кількістю дрібних інтернет-магазинів, діяльність яких практично неможливо порахувати. Дані показують, що в Україні рівень електронної

Таблиця 1

Розвиток електронної комерції в Україні

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Обсяг інтернет-торгівлі в Україні, млрд. дол.	0,40	0,60	0,55	0,73	1,10	1,59	2,37	3,24	4,44
Зростання, рік до року, %		50	-8	34	50	45	49	37	37
Проникнення інтернет-торгівлі в Україні, %	0,6	0,7	1,0	1,1	1,3	1,6	2,3	2,9	3,8
Обсяг роздрібно торгівлі в Україні, млрд. грн.	319	449	443	530	675	804	902	1067	1225
Обсяг роздрібно торгівлі в Україні, млрд. дол.	63,2	85,2	56,9	66,8	84,7	99,5	105,5	137,6	55,8

комерції відстає від подібного показника європейських країн на декілька років. Але у 2015 році український ринок електронної комерції збільшився на 37% в порівнянні з 2014 роком. В цей же час, з урахуванням стрімкої інфляції у 2015 році, обсяг роздрібною торгівлі в доларовому еквіваленті знизився більш ніж вдвічі. Інформація про розвиток електронної комерції в Україні з 2007-2015 рр. представлена в табл. 1 [3].

Заслуговує увагу обсяг роздрібною торгівлі в Україні в коштовному вимірі, тобто, в млрд. дол., та в млрд. грн. Обсяг роздрібною електронної комерції в Україні з 2007 р. в гривневому вимірі щорічно зростає і в 2015 р. зріс в 3,84 рази. В цей же час, коливання обсягу роздрібною електронної комерції в доларовому вимірі змінюється незначно і з позитивними та негативними коливаннями. Це пов'язане з курсом валют, а саме є: 2008 р. – 5,27, 2009 р. – 7,78, 2010 р. – 7,93, 2011 р. – 7,97, 2012 р. – 8 08, 2013 р. – 8,55, 2014 р. – 7,75, 2015 р. – 21,95. Тобто реальну ситуацію щодо обсягу роздрібною електронної торгівлі в Україні, треба оцінювати в доларовому вимірі.

Як було відзначено раніше, наша країна на кілька років відстає від провідних країн за темпами впровадження електронних торговельних майданчиків. Виною тому є як «відкати» і корупція, так і об'єктивні причини – політичні події 2014, 2015 років, зниження купівельної спроможності на Сході України, а також проблеми співробітництва з АР Крим. Окрім того, треба зауважити, що електронні торговельні майданчики підходять далеко не для всіх підприємств. І все ж, в сегменті масових стандартних товарів майданчики чекає велике майбутнє.

Корупція – одна з найбільш тем в Україні, у тому числі в електронній комерції. Найбільш ефективним способом боротьби з нею вважається переведення торгів і закупівель через інтернет. Основні порушення відбуваються на етапі закупівель в одного виконавця або недопуску «чужих» компаній до участі в тендері [6]. Однак ринок держзакупівель України є загальновизнаною «enfant terrible» (з англ. «нестерпна дитина»). Разом з тим, в нашій же країні існує цілий ряд ринків, на яких ринок електронної торгівлі невблаганно розвивається. Наприклад, це ринок масових дешевих товарів. На ньому, за словами очевидців, можливо застосовувати електронні торгові майданчики. На них угоди можуть відбуватися між незнайомими перш сторонами, а численні ризики і незручності компенсуються за рахунок детально прописаної процедури. По суті, це біржові системи, спрощені до рівня, доступного кожному підприємству. В Україну дані технології прийшли у вже готовому вигляді. Електронні торгові майданчики почали запускатися в інтернеті з 2009 року. Вони декларували, що впроваджують сервіси нового покоління, які дозволяють проводити прозору торгово-закупівельну діяльність в інтернеті. До нас встигли зайти кілька російських гравців – B2B-Center, Fabrikant, ТендерПро. Поряд з ними, власними майданчиками обзавелися локальні компанії України, такі як: «Торгові системи», «Універсальні електронні торгові системи», «Українська електронна торгова площа». Технології в основі своїй подібні, зате затребуваність їх в Україні все ще дуже низька. За оцінками експертів, український ринок електронних торгів відстає від закордонного на кілька років. Хоча це, звичайно, не вирок. Ще десять років тому і у сусідніх країнах теж мало хто знав термін «електронні торгові майданчики». Сьогодні ЕТМ у європейських країнах впроваджені

навіть на ринку держзакупівель. У багатьох випадках там покупець не бачить назв фірм, які подали свої заявки на участь у тендері. На даний момент там функціонує близько 150 ЕТМ. На державному рівні розвивається ринок електронної торгівлі і в Білорусії. Деякі українські компанії вважали за краще торгувати на білоруських майданчиках. Не відстає від Білорусі і Казахстан. Головна відмінність українського ринку електронних торгів від білоруського чи казахстанського полягає в тому, що ініціатива щодо переведення торгів і закупівель в інтернет не підтримується державою. У нашій країні законодавством передбачена можливість здійснення закупівель за допомогою електронних реверсивних аукціонів. Але на практиці ця система не працює.

Тінювий сектор і «відкати» при закупівлях приватних компаній – це інший випадок, коли прозорість і здешевлення не потрібні. Крім того, є величезна кількість досить чесних бізнесів, для яких використання ЕТМ не підходить за технологією.

Але все одно ринок, який потенційно можуть охопити електронні системи, дуже великий. Власники тисяч підприємств зацікавлені впроваджувати збут за допомогою ЕТМ. Продавцям перехід на електронні схеми може дати різкий приріст оборотів, і в кінцевому рахунку збільшення капіталізації своїх компаній. Покупцям же електронні торги дають максимальну економію, якщо вони реально мають змогу знати, який саме товар або послугу придбають.

Процес залучення бізнесу до ЕТМ відбувається за тими ж законами, що й у всьому світі. Передові менеджери вже почали використовувати електронні торги. Вони розуміють, наскільки цей інструмент зручний для управління процесом закупівель на підприємстві [4].

Отже переваги використання електронних майданчиків для замовників:

- Сприяють підвищенню прозорості та відкритості закупівель;
- Підвищують ефективність закупівель і економію бюджетів закупівель;
- Знижують тимчасові, фінансові та трудові витрати на організацію і проведення торгово-закупівельної діяльності;
- Об'єднують в єдиному інформаційному просторі всіх закупівельників і постачальників / підрядників;
- Дозволяють проводити оперативний контроль в режимі online, без необхідності виїзних ревізійних заходів;
- Дозволяють збільшити капіталізацію компанії і створити позитивний публічний образ компанії для інвесторів [5].

Середній показник економії закупівель товарів становить, за різними оцінками, 15-20%, а в деяких випадках і 30%. При закупівлі послуг з наведеними механізмами економія може досягати 20-50%.

Переваги використання електронних майданчиків для постачальників:

- Величезний ринок платоспроможних замовників – можливість взяти участь у торгах будь-якого замовника;
- Поставки товарів і послуг підприємствам різних галузей промисловості;
- Широкі можливості для реклами своєї компанії і своєї продукції;
- Переваги сучасних інтернет-технологій (електронний документообіг, оперативний зв'язок, висока швидкість обміну інформацією);
- Оперативна інформація про проведені торгових процедурах і проходженні торгів;

- Мінімізація фінансових, трудових і тимчасових витрат на участь у торгах;
- Відкритість і прозорість торгів.

Перевагою використання ЕТМ є простота роботи цієї системи. Для роботи на багатьох майданчиках не вимагається спеціальне обладнання або програмне забезпечення, необхідний лише доступ в інтернет [5].

Процедура проведення торгів повністю прозора, і гарантує безпеку процесу. Крім цього, використання електронних торговельних майданчиків дозволяє розширювати ринки збуту, брати участь у торгах великих замовників на умовах недискримінаційного доступу. Також можливе працювати з надійними контрагентами – великі ЕТМ проводять перевірку всіх учасників системи, і гарантують добросовісність своїх клієнтів.

Чим більше площа, тим ширше можливості, які вона забезпечує. Це на руку тим підприємствам, які хочуть максимально наростити доходи за рахунок збільшення числа залучених партнерів.

Використовуючи джерела ЕТМ, організатор закупівель може знайти куди більшу кількість учасників за меншу кількість часу, тим самим визначивши для себе вигіднішу пропозицію, витрачаючи на це менше ресурсів. Представники різних систем кажуть, що вони гарантують повну прозорість як процедур, так і репутації компаній, що важливо для інвесторів, особливо закордонних. Відсутність корупційної складової, прозорість процедур і рішень забезпечують максимально ефективне використання коштів в рамках виділених бюджетів. Щоб зрозуміти, приєднуватись до ЕТМ чи ні, потрібно тверезо оцінити свої можливості. Вартість підключення до ЕТМ коливається від 300 грн. і вище. Все залежить від обраного тарифу: одноразової закупівлі та повноцінного безлімітного пакета. Якщо для великого бізнесу це дрібниці, то приватним підприємцям і малим компаніям подібні суми можуть бути тягарем. Що стосується безпеки, використовувана технологія подвійного ключа дозволяє шифрувати дані на шляху клієнт-сервер, захищаючи тим самим критичну інформацію (паролі, цінові пропозиції, конкурентні листи). Така ж система застосовується в інтернет-банкінгу. Для додаткового захисту використовують фільтрацію IP-адрес [8].

Гравці ринку ЕТМ очікують, що уряд дасть старт програмі електронних закупівель на державних торгах.

Нагадаю, що з теперішнього року набуває чинності закон «Про електронну комерцію», який поки що не працює. Але в перспективі дасть відчутний поштовх цивілізованому розвитку декількох галузей, в тому числі, пов'язаних з реалізацією товарів та послуг кінцевому користувачу.

Зараз електронна комерція регулюється лише законами «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронний цифровий підпис», але викладені там норми використовуються зазвичай для звітності до податкових служб [1].

У зв'язку з тим, що електронна система закупівель мінімізує можливість людського (чиновницького) впливу на визначення переможця, дуже складно спрогнозувати строки, коли в нашій країні будуть проводити прозорі та ефективні електронні державні закупівлі.

За думкою представників ЕТМ, масове впровадження їх здатне зробити процес держзакупівель більш прозорим, і привести на ринок більш незалежних постачальників. А це вже прямий шлях до зменшення корупції.

Однак ЕТМ в Україні має ряд недоліків. Всього 20% підприємств в Україні дійсно проводять тендер

за всіма правилами. Ще менша кількість компаній користується тендерними торгами за для зменшення ціни. Інколи це працює. Усі інші ставляться до цього процесу формально, і розуміють у кого і за якими цінами будуть купувати ресурси.

ЕТМ це пасивний інструмент продажу. Це інструмент пошуку недосвідченого покупця. Він може бути корисний для залучення нового клієнта. Але досвідчені компанії вже знають ринок, і уявляють собі де и в кого можна купувати. Особливо, якщо ці компанії працюють на ринку стабільно довго [2].

В теорії та практиці електронних форумів знаходимо ще один суттєвий недолік ЕТМ: вони не дозволяють покупцю оцінити якість ресурсу, який купують. Або, дуже часто, система працює на визначення переможця за ціновим фактором.

Електронна торгівля також характеризується деякими технологічними обмеженнями, яким притаманне обмежувати кількість клієнтів, що користуються цією системою. Одним із суттєвих недоліків електронної торгівлі є те, що інтернет все ще не торкнувся життєдіяльності більшості приватних та особливо державних підприємств. Велика кількість споживачів не використовують інтернет для будь яких фінансових операцій. Деякі підприємства побоюються вимог щодо до розкриття приватної інформації з метою безпеки, а також багато разів законність і достовірність різних гравців торговельних майданчиків піддавалися сумніву.

Таким чином, за оцінкою недоліків та переваг електронної комерції можна дійти висновків, що перевагою електронної комерції є потенціал, який перевищує будь-які недоліки. Для вирішення технічних питань, добра стратегія і створення довіри системних клієнтів може змінити теперішній сценарій і допомогти електронній комерції адаптуватись к потребам України, що постійно змінюються [7]. Отже, приведемо шляхи удосконалення діяльності ЕТМ для промислових підприємств.

1. Для зниження корупції серед власних співробітників підприємствам-покупцям можна, як вихід, передати повноваження по збору передтендерної інформації незацікавленій службі підприємства (службі безпеки, службі автоматизованої системи управління). Це дасть змогу уникнути втручання и коригування інформації в момент її надходження до комерційної служби. Або проводити збір передтендерної інформації на окремому сервері без права доступу будь-яким співробітникам компанії. По завершенні строку надання комерційних пропозицій конкурсна таблиця може бути сформована тільки головою тендерного комітету, чи уповноваженої комісії, яка приймає рішення про оголошення переможця торгів.

2. З метою можливості якісної оцінки якості продукції необхідно заручитись референц-листами від інших покупців товару чи послуг, яким довіряє підприємство-покупець. Також треба в розділі обов'язкових умов щодо прийняття участі в тендері включити додаткові застереження: надання гарантійних зобов'язань, пред'явлення штрафів, відповідність ДСТУ та ін.

3. В умовах виключення ризику відмови постачальникам альтернативного ресурсу, покупцям необхідно викласти до вимог відбору інформацію про конкретні технічні якості ресурсу (тип, марка, хімічний склад, стійкість металів, тощо), місце застосування ресурсу (послуги) і очікувань щодо результатів від використання того чи іншого

ресурсу (послуги). Чим більше в запиті на закупку буде інформації про технічні якості ресурсу, де і як його будуть використовувати, тим більше постачальників альтернативного ресурсу зможуть ідентифікувати свій ресурс. Та ж сама картина може вплинути на освоєння нових ринків збуту для нестандартних і немасових ресурсів чи послуг з боку постачальників.

4. Що ж стосується витрат на під'єднання к ЕТМ, то для підприємств прибуток яких перевищує 500 тис. грн. на рік, це не може привести до зниження витрат на комерційну діяльність в декілька разів. Це, як правило, стосується середник і великих підприємств.

5. Також можна казати про перспективу зростання ЕТМ на базі соціальних мереж. Інтернет-торгівля дає безліч переваг у здешевленні маркетингових витрат на рекламу і просування свого продукту на базі ЕТМ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України № 675-VIII «Про електронну комерцію» від 25.09.2015 р.
2. E-commerce: Плюсы и минусы закона об электронной коммерции. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://biz.liga.net/all/it/stati/3103363-e-commerce-plyusy-i-minusy-zakona-ob-elektronnoy-kommertsii.htm>
3. Закон о e-commerce принят. У налоговой растут аппетиты? – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2015/09>
4. Дениел Еймор. Електронний бізнес: (Р)еволюція. ISBN 5-8459-0178-2. М. 2012. – 732 с.
5. Смірнов С.Н. Електронний бізнес. М.: ДМК Пресс. – 2008. – 240 с.
6. Електронний бізнес і комерція. Т.Ф. Старовойтова: учебный посібник, М. 2009. – 137 с.
7. За счет чего рос оборот интернет-магазинов в 2015 году? – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2015/12>
8. Потери и достижения e-commerce за 2014 год. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/2014/12>