УДК 65.01:658

Скриньковський Руслан Миколайович
кандидат економічних наук, професор
Львівський університет бізнесу та права
Skrynkovskyy Ruslan
PhD in Economics, Professor
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-2180-8055

Семчук Жанна Віталіївна
доктор економічних наук, професор, ректор
Львівський університет бізнесу та права
Semchuk Zhanna
D.Sc. (Economics), Professor, Rector
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-7030-9877

Процевят Оксана Семенівна
провідний інженер відділу
Державна установа «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України»
Protseviat Oksana
Leading Engineer of the Department
State Institution "M.I. Dolishniy Institute of Regional Research of the NAS of Ukraine"
ORCID: 0000-0002-6713-2820

Цюх Святослав Ігорович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Tsyuh Svyatoslav
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0003-0179-1193

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-4-9803

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ Е-БІЗНЕСУ

INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM IN THE ACTIVITIES OF E-BUSINESS ENTITIES

Анотація. *В умовах цифровізації та глобалізації економіки змінюються підходи до здійснення господарської діяльності. Такі зміни зумовлюють розвиток нових видів ведення бізнесу, де сегмент е-бізнесу з кожним роком витісняє традиційні види та форми господарської діяльності. З огляду на такі тенденції, питання розвитку е-бізнесу, а саме в контексті управлінсько-інноваційного аспекту, зумовлюють актуальність цієї статті. Метою статті є дослідити формування системи управління інноваціями в контексті розвитку суб'єктів е-бізнесу. Враховуючи важливість розвитку е-бізнесу, розглянуто основні аспекти цього процесу та відзначено, що сьогодні е-бізнес постійно розвивається та адаптується у відповідь на мінливі потреби та очікування клієнтів, ринків і суспільства. У статті відзначено, що з появою новітніх технологій, таких як технології віртуальної/доповненої реальності, чат-боти, голосовий пошук, персоналізація на вебсайтах та інші передові інновації, індустрія е-бізнесу впевнено конкурує з традиційними формами бізнес-діяльності. Аналіз даних Statista показав, що російсько-українська війна справила величезний вплив на ринок е-бізнесу в Україні: у 2022 році дохід на ринку е-бізнесу скоротився майже у 8 разів у порівнянні з довоєнним 2021 роком, однак вже у 2023 році спостерігалося*

покращення ситуації на ринку е-бізнесу, про що свідчить ріст доходу у понад два рази до значення 955,5 млн. дол. США. У ході дослідження представлено ключових суб'єктів, що займають провідні позиції на ринку е-бізнесу в Україні. Констатовано, що системний підхід до управління інноваціями в діяльності суб'єктів е-бізнесу визнає, що для забезпечення успіху інновацій повинні існувати численні взаємопов'язані та скоординовані елементи або чинники, адже такий підхід має: стимулювати зростання та прибутковість, створювати нові можливості та конкурентні переваги, сприяти залученості та задоволеності співробітників та сприяти задоволеності клієнтів. У підсумку зазначено, що інновації в е-бізнесі стосуються не лише підвищення ефективності та зручності товарів та послуг, а й передбачають створення нових ціннісних пропозицій і бізнес-моделей, а також розширення можливостей споживчого ринку.

Ключові слова: *е-бізнес, інновації, система управління, господарська діяльність, технології, конкурентні переваги, споживчий ринок.*

Summary. *In the conditions of digitization and globalization of the economy, approaches to economic activity are changing. Such changes lead to the development of new types of business, where the e-business segment replaces traditional types and forms of economic activity every year. In view of such trends, issues of e-business development, namely in the context of the management-innovation aspect, determine the relevance of this article. The purpose of the article is to investigate the formation of the innovation management system in the context of the development of e-business entities. Considering the importance of e-business development, the main aspects of this process were considered and it was noted that today e-business is constantly developing and adapting in response to the changing needs and expectations of customers, markets and societies. The article noted that with the emergence of the latest technologies, such as virtual/augmented reality technologies, chatbots, voice search, personalization on websites and other advanced innovations, the e-business industry confidently competes with traditional forms of business activity. Analysis of Statista data showed that the russian-Ukrainian war had a huge impact on the e-business market in Ukraine: in 2022, the income in the e-business market decreased by almost 8 times compared to the pre-war year 2021, but already in 2023, there was an improvement in the situation in the e-business market, which is evidenced by the increase in income by more than two times to the value of 955.5 million dollars USA. In the course of the study, key subjects occupying leading positions in the e-business market in Ukraine are presented. It was established that a systematic approach to managing innovations in the activities of e-business entities recognizes that to ensure the success of innovations, there must be numerous interrelated and coordinated elements or factors, because such an approach should: stimulate growth and profitability, create new opportunities and competitive benefits, promote employee engagement and satisfaction, and promote customer satisfaction. In conclusion, it is stated that innovations in e-business relate not only to the improvement of efficiency and convenience of goods and services, but also involve the creation of new value propositions and business models, as well as the expansion of consumer market opportunities.*

Key words: *e-business, innovations, management system, economic activity, technologies, competitive advantages, consumer market.*

Постановка проблеми. У швидкозмінному, гнучкому та висококонкурентному бізнес-середовищі інновації вважаються важливою стратегією диференціації для досягнення бізнес-переваг. Еволюція розвитку бізнесу кардинально змінила способи здійснення діяльності завдяки новаторським інноваціям, які формують майбутнє е-бізнесу.

Вивчення е-бізнесу в контексті управління інноваціями в діяльності його суб'єктів є дуже важливим, адже насамперед е-бізнес є одним із секторів економіки, що найбільш динамічно розвивається, і розуміння тенденцій та напрямків його розвитку є важливим для учасників ринкових відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання діяльності суб'єктів е-бізнесу широко розглядаються як у закордонних, так і в українських наукових колах [1–9]. Зазначається, що досягнення передових технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей, технології блокчейн і машинне навчання, демонструють величезний потенціал для ланцюжка поставок в е-бізнесі [1].

Сьогодні е-бізнес включає різні форми ділових операцій, що здійснюються дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем і технологій, у результаті яких учасники відносин набувають права та обов'язки майнового характеру щодо проведення електронних процедур через мережу Інтернет або інші інформаційні мережі з метою реалізації операцій купівлі та продажу, виконання замовлень та загалом підтримання процесу створення попиту на продукцію в контексті зручного задоволення мінливих потреб як споживачів, так і виробників, а також покращення обміну інформацією між партнерами, всіма контрагентами та стейкхолдерами [2, с. 101]. Найпоширеніші форми е-бізнесу включають електронну комерцію, електронні консультації, послуги електронного навчання та електронне видавництво. Електронна комерція стосується всіх форм торгівлі товарами та послугами, що здійснюються в мережі Інтернет за допомогою електронних засобів та передбачає прямі продажі послуг і товарів, банківські послуги, розміщення реклами та інформації. Суть концепції е-бізнесу є ширшою за концепцію електронної комерції, адже така діяльність передбачає використання інтернет-сайтів, віртуальних

магазинів, систем управління бізнесом, а також електронну рекламу та маркетинг [3].

Як частина цифрової економіки, електронна комерція є рушійною силою прискорення глобального економічного розвитку та створення нових ринків. Це також відкриває нові можливості для інклюзивного та сталого інноваційного зростання. Стрімкий розвиток електронної комерції став можливим лише після того, як глобальна частка мережі Інтернет перевищила певний критичний рівень і стала доступною для широкої громадськості. Збільшення кількості нових користувачів в мережі Інтернет, поширення різноманітних соціальних мереж і швидке зростання Інтернету речей призвели до збільшення інформації та появи та поширення таких технологій, як великі дані. У сучасному суспільстві інтенсивний розвиток і поширення великих даних у всіх сферах життя призводить до активного використання інноваційних технологій в електронній комерції. Найпопулярнішими в електронній комерції є кредитний скоринг, сегментовані або персоналізовані послуги, управління ризиками, системи боротьби з шахрайством і використання технології блокчейн [4, с. 70].

Зі свого боку, електронна комерція відіграє дедалі важливішу роль у цифровій економіці на різноманітних бізнес-платформах. Глобальні темпи електронної комерції стрімко зростають, що впливає на цифрову економіку, а також сильно відображається на мікроекономічній сфері. Систематичне дослідження впливу нових цифрових технологій та інновацій є важливим для підвищення та підтримки конкурентоспроможності компаній, що працюють у сфері електронної комерції [5]. Сучасна система управління е-бізнесом побудована на основі останніх інноваційних технологічних рішень, таких як ERP-системи, що дозволяє вирішувати різноманітні бізнес-завдання. Водночас інтегрований характер систем управління бізнесом у секторі е-бізнесу, побудованих на основі останніх інноваційних технологічних рішень, пропонує значні переваги, включаючи зменшення кількості помилок, високу швидкість та ефективність доступу до інформації, адже правильно налаштований доступ допомагає швидко орієнтуватися в мінливому бізнес-середовищі та покращує ефективність управлінських рішень завдяки швидкому отриманню інформації та точному визначенню проблем [6, с. 11].

У процесах е-бізнесу все частіше використовують співпрацю з суб'єктами зовнішнього середовища відповідно до моделей відкритих інновацій. Оскільки інновації в продуктах, упаковці, маркетингу та процесах мають значний вплив на фінансові показники та конкурентоспроможність е-бізнесу на ринку, то віртуалізація таких процесів, як замовлення, оплата, обслуговування клієнтів, комунікація чи електронний маркетинг, забезпечуватиме ефективнішу реалізацію поточних бізнес-цілей і змінить підхід суб'єктів е-бізнесу до нових моделей бізнес-діяльності [7, с. 1021].

Зауважується, що програми електронної комерції відіграють важливу роль для е-бізнесу, оскільки забезпечують надання необхідної інформації потенційним клієнтам. Розробка таких програм та ефективне їх застосування на практиці може забезпечити значну конкурентну перевагу е-бізнесу перед традиційними видами діяльності [8]. Водночас інновації в діяльності е-бізнесу варто поділяти на три види: інновації, які безпосередньо спрямовані на підвищення ефективності, інновації, які спрямовані на захист (зміцнення) досягнутих результатів, та інновації, які спрямовані на перехід до нового [9, с. 200–201].

Попри значні успіхи науковців у вивченні проблем розвитку е-бізнесу, додаткового дослідження потребують аспекти, які стосуються формування системи управління інноваціями в діяльності суб'єктів цього виду бізнесу, що, зі свого боку, зумовлює мету дослідження.

Мета статті. Метою статті є дослідити формування системи управління інноваціями в контексті розвитку суб'єктів е-бізнесу.

Виклад основних результатів дослідження. Е-бізнес все частіше стає ефективним напрямком розвитку підприємництва, оскільки сприяє ефективній взаємодії між суб'єктами підприємництва та клієнтами, зокрема потенційними. Сьогодні е-бізнес постійно розвивається та адаптується у відповідь на мінливі потреби та очікування клієнтів, ринків і суспільства. З розвитком технологій і появою нових можливостей суб'єкти е-бізнесу повинні бути гнучкими, щоб випереджати конкурентів і створювати цінність для своїх зацікавлених сторін.

В останні роки розвиток е-бізнесу відбувається під впливом інновацій. Згідно з останніми статистичними даними, очікується, що до 2026 року глобальні продажі е-бізнесу досягнуть 8,1 трлн. дол. США. Такі очікування дозволяють розширити напрямки та форми е-бізнесу і задовольняти постійно зростаючі вимоги зацікавлених сторін.

З появою новітніх технологій, таких як технології віртуальної/доповненої реальності, чат-боти, голосовий пошук, персоналізація на вебсайтах та інші передові інновації, індустрія е-бізнесу впевнено конкурує з традиційними формами бізнес-діяльності.

За даними Statista, очікується, що дохід на ринку е-бізнесу в Україні у 2024 році досягне 1815,00 млн. дол. США, водночас річний темп зростання доходу в період 2024–2029 років складе 26,07%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 5779,00 млн. дол. США до 2029 року (рис. 1). Прогнозні дані Statista щодо доходу на ринку е-бізнесу в Україні базуються на поточних обмінних курсах, а також враховують вплив російсько-української війни на функціонування ринку е-бізнесу.

Війна росії проти України справила величезний вплив на ринок е-бізнесу в Україні, адже, як видно з рис. 1, у 2022 році дохід на ринку е-бізнесу скоротився майже у 8 разів у порівнянні з довоєнним 2021 роком. У 2023 році спостерігалося покращення ситуації на ринку е-бізнесу, про що свідчить ріст доходу у понад два рази до значення 955,5 млн. дол. США.

Під час російсько-української війни е-бізнес знайшов повне вираження в електронній комерції та комерційній свідомості компаній, їх управлінні відносинами зі споживачами та менеджменті, попри відсутність надійного підключення до мережі Інтернет. Такий системний характер е-бізнесу був інноваційним і забезпечував стабільність економічної системи, ефективність і передбачуваність проведення електронних операцій.

З огляду на такі тенденції розвитку е-бізнесу в Україні, необхідним є представлення ключових суб'єктів цієї діяльності, що займають провідні позиції на ринку е-бізнесу в Україні. Так, за дослідженнями Forbes і Saturday, значний сегмент ринку е-бізнесу в Україні за огляду на загальні обсяги продажів займають такі компанії, як Rozetka.ua, Comfy, AliExpress, Епіцентр К, Allo, Сільпо, Make Up, EVA, Фокстрот, АТБ, MauDau, Intertop, Kasta, Pethouse, Yakaboo (табл. 1).

У ході дослідження необхідно зауважити, що важливим документом, яким регулюється діяльність суб'єктів е-бізнесу в Україні є Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII (із змінами) [12]. Цей закон визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок здійснення електронних правочинів з використанням інформаційно-комунікаційних систем, визначає права та обов'язки учасників у сфері електронної комерції. У законі зазначено, що «суб'єкт електронної комерції — суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-комунікаційних систем, або особа, яка придбаває, замовляє, використовує зазначені товари, роботи, послуги шляхом вчинення електронного правочину» [12].

Управління інноваціями в діяльності суб'єктів е-бізнесу є важливою стратегією для всіх компаній, як для малих, так і для середніх та великих, які прагнуть забезпечити довгострокову конкурентну перевагу на стабільному ринку е-бізнесу.

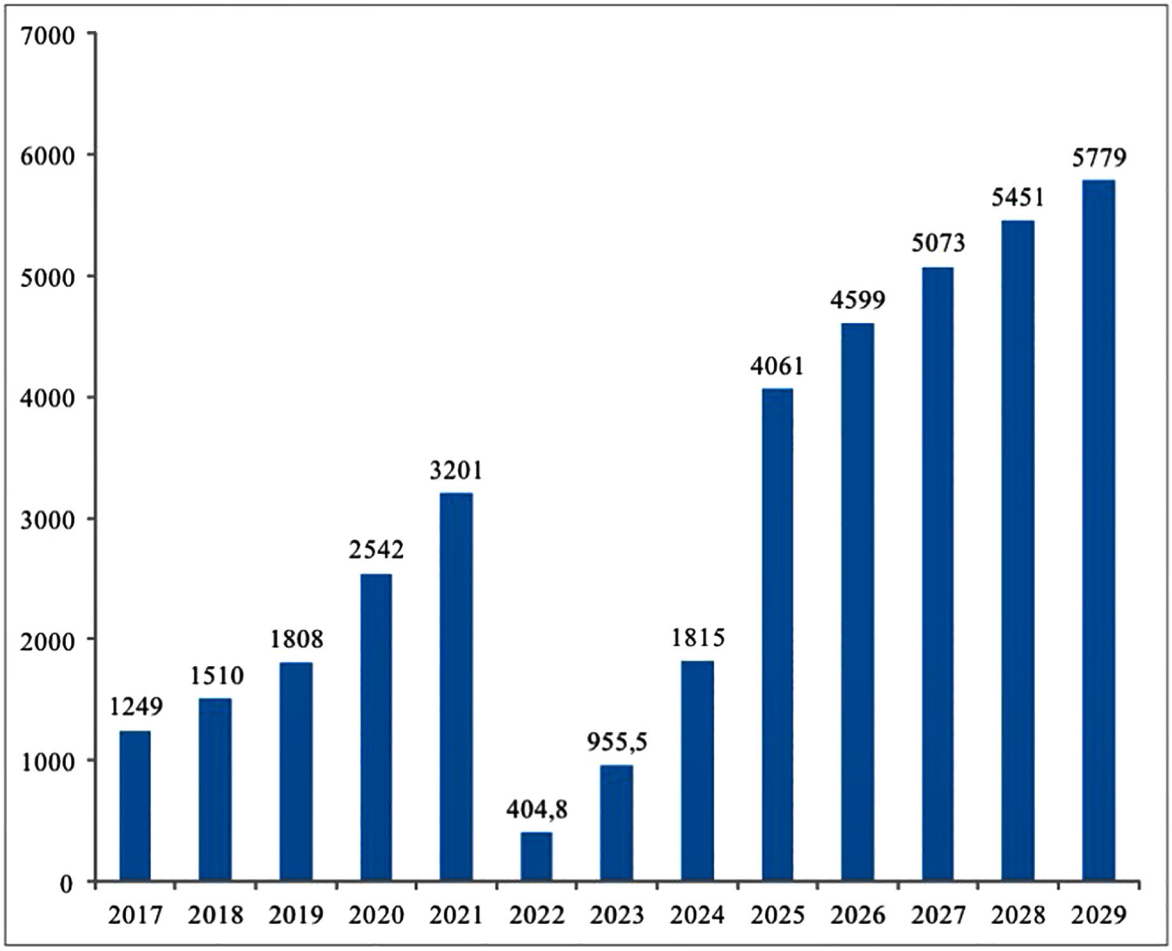

Рис. 1. Дохід від е-бізнесу в Україні, *млн. дол. США*

Джерело: сформовано авторами на основі [10]

Таблиця 1

Лідери ринку е-бізнесу в Україні (за даними за 2023 рік)

Місце	Бренд	Виторг	Спеціалізація	Трафік
1	Rozetka.ua	45 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	398,5 млн. відвідувань
2	Comfy	9,7 млрд. грн.	Інтернет-магазин	80,9 млн. відвідувань
3	AliExpress	7,5–11 млрд. грн.	Маркетплейс	96,7 млн. відвідувань
4	Епіцентр К	7,9 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	206,1 млн. відвідувань
5	Allo	5,7 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	85,6 млн. відвідувань
6	Сільпо	3,6–4,3 млрд. грн.	Інтернет-магазин	33,4 млн. відвідувань
7	Make Up	3,2–3,9 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	115,5 млн. відвідувань
8	EVA	2,4 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	86,9 млн. відвідувань
9	Фокстрот	2,1 млрд. грн.	Інтернет-магазин	40,5 млн. відвідувань
10	АТБ	1,7–1,9 млрд. грн.	Інтернет-магазин	27,6 млн. відвідувань
11	MauDau	1,2–1,4 млрд. грн.	Маркетплейс	16,8 млн. відвідувань
12	Intertop	1–1,2 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	38,3 млн. відвідувань
13	Kasta	0,7–1 млрд. грн.	Інтернет-магазин та маркетплейс	даних немає
14	Pethouse	0,7–0,8 млрд. грн.	Інтернет-магазин	5,9 млн. відвідувань
15	Yakaboo	0,49 млрд. грн.	Інтернет-магазин	даних немає

Джерело: [11]

Переваги інновацій поширюються на всі бізнес-моделі та дозволяють компаніям виділитися за допомогою унікальних продуктів. Розуміючи потреби клієнтів і розвиваючи культуру постійних інновацій, компанії можуть залучати нових клієнтів і поглиблювати відносини з наявними клієнтами. Інновації стимулюють зростання, створюючи нові можливості та диверсифікуючи джерела доходу.

З постійним впровадженням інновацій ринок е-бізнесу вступає в період швидких змін, адже інновації не тільки змінюють спосіб ведення діяльності, але й докорінно змінюють потреби споживчого ринку. Одним із ключових трендів є використання штучного інтелекту та машинного навчання для персоналізації покупок та підвищення ефективності обслуговування клієнтів. Ці технології дозволяють аналізувати великі обсяги даних, щоб зрозуміти вподобання та потреби клієнтів і оптимізувати логістику та управління запасами.

Ще одним важливим нововведенням є розвиток технології блокчейн, яка забезпечує безпеку та прозорість транзакцій. Це відкриває нові можливості для встановлення довіри між суб'єктами е-бізнесу та споживчим ринком. Водночас використання технологій доповненої реальності та віртуальної реальності стає також важливим питання в діяльності суб'єктів е-бізнесу, адже ці технології забезпечують більш поглиблене інтерактивне представлення діяльності суб'єктів е-бізнесу споживчому ринку.

Впровадження системи управління інноваціями в діяльності суб'єктів е-бізнесу вимагає індивідуального підходу до цього процесу. Так, при запровадженні системи управління інноваціями не всі сфери структури управління інноваціями повинні бути використані однаково, оскільки повинні бути взяті до уваги лише конкретні цілі та стратегії.

У цьому контексті система управління інноваціями дозволила б кожному суб'єкту е-бізнесу візуалізувати елементи, що підлягають аналізу, і продемонструвати майбутні розробки в процесі постійного вдосконалення, що дозволить виділити чітке стратегічне бачення інноваційних цілей і викликів та оптимізувати деякі з них, зосередившись на основних бізнес-процесах і проєктах і поєднавши наявні інструменти та методи управління інноваціями.

Системний підхід до управління інноваціями в діяльності суб'єктів е-бізнесу визнає, що для забезпечення успіху інновацій повинні існувати численні взаємопов'язані та скоординовані елементи або чинники, адже такий підхід має:

1) стимулювати зростання та прибутковість, оскільки інновації дозволять суб'єктам е-бізнесу виходити на нові ринки, залучати нових клієнтів і збільшувати прибуток;
2) створювати нові можливості та конкурентні переваги, адже інновації сприяють відкриттю нових ринків, сегментів, каналів та бізнес-ніш, крім того, вони допомагають виділятися серед конкурентів і отримувати нові конкурентні переваги;
3) сприяти залученості та задоволеності співробітників, оскільки інновації мотивуватимуть їх до продуктивнішої діяльності, що сприятиме позитивним змінам і технологічному прогресу в діяльності суб'єктів е-бізнесу;
4) сприяти задоволеності клієнтів, оскільки інновації призводитимуть до створення нових продуктів, послуг або процесів, які розв'язуватимуть проблеми споживчого ринку.

Інновації в е-бізнесі є не лише джерелом конкурентних переваг для компаній, а й рушійною силою зміни поведінки та очікувань споживчого ринку. Оскільки онлайн-платформи пропонують більшу зручність, різноманітність, персоналізацію та соціальну взаємодію, споживачі стають більш досвідченими, краще поінформованими та більш впевненими.

Таким чином, інновації е-бізнесу — це процес створення нових або покращених наявних способів надання цінності клієнтам, постачальникам і партнерам через онлайн-платформи та канали. Він є потужним рушієм розвитку економіки, оскільки кидає виклик чинним бізнес-моделям, ринкам і галузям і створює нові можливості для підприємців. Однак інновації е-бізнесу також приносять значні виклики: технологічні, нормативні, етичні та конкурентні виклики, які підприємці повинні подолати, щоб досягти успіху.

Щоб забезпечити конкурентоспроможність е-бізнесу, важливо активно просувати інновації. Стратегічним напрямком інновацій є автоматизація замовлення, закупівель та управління запасами. Тому автоматизація бізнес-процесів суб'єктів е-бізнесу допоможе оптимізувати час та ресурси для подальшого розвитку бізнесу.

Крім того, варто зауважити, що у висококонкурентному, інноваційному та підприємницькому бізнес-середовищі одним із найважливіших кроків для підвищення ефективності діяльності суб'єктів е-бізнесу є впровадження автоматизованої системи керування бізнес-процесами. Це дозволить попереджати та запобігати ризикам, адже будь-яка господарська діяльність є ризиковою, не виключення тут є і діяльність суб'єктів е-бізнесу.

Управління інноваціями має величезний потенціал для трансформації суб'єктів е-бізнесу будь-якого розміру та сфер діяльності. Розвиваючи культуру інновацій, суб'єкти е-бізнесу можуть розкрити свій справжній потенціал, подолати виклики та залишатися конкурентоспроможними на ринку, що постійно розвивається.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи, необхідно відзначити, що ринок е-бізнесу постійно розвивається, і постійно з'являються нові та водночас інноваційні рішення, які поступово витісняють попит на традиційні види діяльності. Одним із ключових чинників успіху е-бізнесу є можливість надавати клієнтам персоналізовані та індивідуальні продукти та послуги. Клієнти очікують, що суб'єкти е-бізнесу розумітимуть їхні вподобання, потреби та поведінку та нададуть індивідуальні відповідні рішення. Для успіху діяльності суб'єкти е-бізнесу використовують аналітику даних, штучний інтелект і машинне навчання, щоб створювати персоналізовані рекомендації, пропозиції та контент, а також дозволяти клієнтам налаштовувати власні продукти та послуги.

Таким чином, е-бізнес — це динамічний і конкурентоспроможний простір, який вимагає безперервних інновацій і адаптації для задоволення мінливих потреб і вподобань споживчого ринку. Оскільки світ стає все більш цифровим, е-бізнес швидко розвивається та створює нові можливості та виклики як для компаній, так і для споживчого ринку. Інновації в е-бізнесі стосуються не лише підвищення ефективності та зручності товарів та послуг, а й передбачають створення нових ціннісних пропозицій і бізнес-моделей, а також розширення можливостей споживчого ринку.

З огляду на зазначені аспекти розвитку е-бізнесу, вивчення основних форм та видів діяльності суб'єктів е-бізнесу в Україні становить подальший науковий інтерес та виступатиме перспективою подальших досліджень.

Література

1. Sulova S. A Conceptual Framework for the Technological Advancement of E-Commerce Applications // *Businesses*. 2023. Vol. 3, Issue 1. P. 220–230. doi: https://doi.org/10.3390/businesses3010015.

2. Волощук К.Б., Волощук Ю.О., Волощук В.Р., Богачик С.В. Електронна комерція в Україні та основні інноваційні тренди її розвитку // *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. Економічні науки*. 2019. Вип. 31. С. 98–109. doi: https://doi.org/10.37406/2706-9052-2019-2-12.

3. Слав'юк Р.А. Інноваційне значення е-бізнесу в Україні в умовах зростання внутрішніх та зовнішніх ризиків // *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. doi: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-171.

4. Nikiforova L. Use of innovative information technology in e-commerce and digital economy // *Innovation and Sustainability*. 2022. № 1. P. 65–71. doi: https://doi.org/10.31649/ins.2022.1.65.71.

5. Skare M., Gavurova B., Rigelsky M. Innovation activity and the outcomes of B2C, B2B, and B2G E-Commerce in EU countries // *Journal of Business Research*. 2023. Vol. 163. 113874. doi: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113874.

6. Симаков В.С. Зміст управління підприємствами електронної комерції як суб'єктами інноваційного підприємництва // *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 3(114), Ч. 2 С. 6–14. doi: https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-3-26.

7. Jelonek D. The Role of Open Innovations in the Development of e-Entrepreneurship // *Procedia Computer Science*. 2015. Vol. 65. P. 1013–1022. doi: https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.058.

8. Feng L., Jin M. Platform vs. Manufacturer: Who should implement innovation in e-commerce supply chains? // *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 2022. Vol. 166. 102858. doi: https://doi.org/10.1016/j.tre.2022.102858.

9. Skrynkovskyy R., Pavlenchyk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchyk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. Vol. 8, No. 4. P. 188–214. doi: https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09.

10. eCommerce — Ukraine // *Statista*. 2024. URL: https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/ukraine (дата звернення: 25.03.2024).

11. Топ-15 найбільших ритейлерів в українському e-commerce — рейтинг // *Матеріали Української Ради Торгових Центрів*. 08.03.2024. URL: https://www.ucsc.org.ua/top-15-najbilshyh-rytejleriv-v-ukrayinskomu-e-commerce-rejtyng/ (дата звернення: 25.03.2024).

12. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (із змінами). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text (дата звернення: 25.03.2024).

References

1. Sulova S.A. Conceptual Framework for the Technological Advancement of E-Commerce Applications // *Businesses*. 2023. Vol. 3, Issue 1. P. 220–230. doi: https://doi.org/10.3390/businesses3010015.

2. Voloshchuk K.B., Voloshchuk Y.O., Voloshchuk V.R., Bohachyk S.V. Elektronna komertsiia v Ukraini ta osnovni innovatsiini trendy yii rozvytku // *Podilskyi visnyk: silske hospodarstvo, tekhnika, ekonomika. Ekonomichni nauky*. 2019. Vyp. 31. S. 98–109. doi: https://doi.org/10.37406/2706-9052-2019-2-12.

3. Slaviuk R.A. Innovatsiine znachennia e-biznesu v Ukraini v umovakh zrostannia vnutrishnikh ta zovnishnikh ryzykiv // *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. Vyp. 59. doi: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-171.

4. Nikiforova L. Use of innovative information technology in e-commerce and digital economy // *Innovation and Sustainability*. 2022. № 1. P. 65–71. doi: https://doi.org/10.31649/ins.2022.1.65.71.

5. Skare M., Gavurova B., Rigelsky M. Inovation activity and the outcomes of B2C, B2B, and B2G E-Commerce in EU countries // *Journal of Business Research*. 2023. Vol. 163. 113874. doi: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113874.

6. Symakov V.S. Zmist upravlinnia pidpryiemstvamy elektronnoi komertsii yak subiektamy innovatsiinoho pidpryiemnytstva // *Derzhava ta rehiony. Seriia: Ekonomika ta pidpryiemnytstvo*. 2020. № 3(114), Ch. 2 S. 6–14. doi: https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-3-26.

7. Jelonek D. The Role of Open Innovations in the Development of e-Entrepreneurship // *Procedia Computer Science*. 2015. Vol. 65. P. 1013–1022. doi: https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.058.

8. Feng L., Jin M. Platform vs. Manufacturer: Who should implement innovation in e-commerce supply chains? // *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 2022. Vol. 166. 102858. doi: https://doi.org/10.1016/j.tre.2022.102858.

9. Skrynkovskyy R., Pavlenchyk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchyk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. Vol. 8, No. 4. P. 188–214. doi: https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09.

10. eCommerce — Ukraine // *Statista*. 2024. URL: https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/ukraine (date of access: 25.03.2024).

11. Top-15 naibilshykh ryteileriv v ukrainskomu e-commerce — reitynh // *Materialy Ukrainskoi Rady Torhovykh Tsentriv*. 08.03.2024. URL: https://www.ucsc.org.ua/top-15-najbilshyh-rytejleriv-v-ukrayinskomu-e-commerce-rejtyng/ (date of access: 25.03.2024).

12. Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 03.09.2015 r. № 675-VIII (iz zminamy). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675–19#Text (date of access: 25.03.2024).