


DOI 10.36074/grail-of-science.15.09.2023.37

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА РІВЕНЬ ЗАДОВОЛЕНОСТІ КЛІЄНТІВ В ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Зарічук Олексій Геннадійович Старший керівник відділу розробки програмного забезпечення
Компанії SponsorUnited, США, Штат Вашингтон, Редмонд

Анотація. У статті розглянуто наукову проблему створення системного, структурованого методичного апарату для оцінювання впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах за певними напрямками та показниками, а також обґрунтування на цій базі стратегій покращення взаємодії між інтернет-магазином та споживачами його продукції (активними та потенційними). Охарактеризовано взаємозв'язок між реалізацією конкретних напрямків автоматизації обліку в інтернет-магазинах та рівнем задоволеності клієнтів цих магазинів. Показано формалізовані способи оцінювання впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах. Висвітлено роль ІТ компаній у забезпеченні взаємозв'язку між автоматизацією обліку в інтернет-магазинах та підвищенням рівня задоволеності клієнтів цих магазинів, окреслено специфіку роботи цих компаній у середовищі інтернет-торгівлі та в контексті вирішення проблем автоматизації у цьому середовищі.

Ключові слова: автоматизація, облік, онлайн-торгівля, ІТ-компанії, обслуговування клієнтів, інтернет-магазин, задоволеність клієнтів, оцінка задоволеності, показник.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасне комерційне середовище визначається надзвичайно швидкими змінами, активним впровадженням та поширенням інформаційних технологій, що використовуються в значній мірі для підвищення автоматизації процесів отримання, обробки, контролю та аналізу інформації. Інтернет-магазини, які стали важливою складовою сучасного бізнесу, на сьогоднішній день пропонують споживачам широкий асортимент товарів та послуг, взаємодіючи зі споживачами та обслуговуючи їх на різних етапах реалізації товарів (від розміщення інформації до доставки товару). Залежно від ефективності та якості такого обслуговування, інтернет-магазини досягають певного рівня задоволеності своїх клієнтів, що, зокрема, визначає й свій успіх даного магазину на ринку [1; 2].

Однією з найважливіших складових успішного функціонування інтернет-магазинів є система обліку, яка включає в себе ведення обліку замовлень, управління запасами, обробку оплати та відслідковування доставки [3]. Ці процеси стають центром уваги ІТ-автоматизації [4], яка, на перший погляд, може здаватися суто технічним аспектом бізнесу, але водночас суттєво впливає

на якість обслуговування клієнтів та рівень їх задоволеності. Важливо також відзначити, що в сучасному світі, де конкуренція постійно посилюється, недооцінка важливості впливу автоматизації обліку може призвести до втрати клієнтів та зниження прибутковості.

З огляду на це виникає проблема дослідження впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах, що вимагає серйозного наукового вивчення та опрацювання, адже задоволеність клієнтів є критичним фактором для забезпечення лояльності споживачів, збільшення товарообігу, прибутку, підтримання та покращення ринкової конкурентоспроможності інтернет-магазину. Вирішення даної проблеми може допомогти інтернет-магазинам отримати науково обґрунтовані засоби оцінювання ефективності та оптимізації процесів для досягнення максимального рівня задоволеності клієнтів та забезпечення власної стійкості у висококонкурентному середовищі онлайн-торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Автоматизація обліку в інтернет-магазинах стала важливим інструментом підвищення ефективності та забезпечення коректності та швидкості операцій. В роботах науковців за даною проблематикою досліджуються сучасні підходи до автоматизації обліку, що включають в себе використання різноманітних програмних рішень, технологій і практик, спрямованих, зокрема, на покращення обслуговування клієнтів [5; 6] та оптимізацію бізнес-процесів [3; 5; 7].

Аналіз наукових досліджень, присвячених окресленій у статті проблематиці показав, що на даний момент, попри наявні фундаментальні дослідження, присвячені проблемам використання автоматизації для покращення задоволеності клієнтів (роботи Ольшанського О. В. [8], Коненка В. В. [9], Гудзь О. Є., Федюніна С. А., Щербини В. В. [2] та інших), питання обґрунтування напрямків оцінювання впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах досліджені досить обмежено та мають науково-теоретичне та методичне підґрунтя, що потребує суттєвого доопрацювання та розвитку.

Попри те, що в багатьох роботах уточнено базові проблеми та актуалізовано взаємозв'язок між розвитком ІТ-технологій, орієнтованих на покращення автоматизації діяльності та показниками задоволеності клієнтів [10; 11; 12], наукова проблема створення системного, структурованого методичного апарату для оцінювання впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах за певними напрямками та показниками, а також обґрунтування на цій базі стратегій покращення взаємодії між інтернет-магазином та споживачами його продукції (активними та потенційними) все ще залишається недостатньо опрацьованою. Загальна актуальність даної проблематики також обумовлена стрімким розвитком технологій та зростаючою конкуренцією в онлайн-торгівлі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної наукової статті є проведення детального дослідження впливу автоматизації обліку на

рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах та формування рекомендації щодо оцінювання даного рівня.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Специфіка роботи в інтернет-торгівлі включає в себе наступні важливі аспекти[9; 13; 14]:

1. Висока конкуренція: інтернет-торгівля є дуже конкурентним ринковим сегментом, кожен інтернет-магазин має за мету залучення і утримання клієнтів, тому ефективні інструменти персоналізації, аналізу та автоматизації мають вирішальне значення для створення конкурентних переваг.

2. Очікування покупців, що постійно змінюються: споживачі стають все більш вимогливими та очікують персоналізованих пропозицій, швидких відповідей та зручних методів оплати та доставки.

3. Зростаючий обсяг даних: інтернет-магазини накопичують великі обсяги даних про клієнтів та їхню активність, обробка та аналіз яких вимагає потужних інструментів та технологій.

4. Забезпечення безпеки даних: з огляду на чутливість особистих даних та платіжної інформації, захист від кібератак та інших загроз є пріоритетом для інтернет-магазинів.

5. Поширене використання споживачами мобільних пристроїв: зростає популярність мобільних пристроїв для шопінгу, з огляду на це ІТ компанії повинні забезпечити оптимізований дизайн інтерфейсів для мобільних платформ.

6. Швидка реакція на зміни: світ інтернет-торгівлі динамічний, і інтернет-магазини повинні бути готові швидко адаптуватися до нових тенденцій, змін в попиті та конкурентному середовищі.

Сучасні підходи до автоматизації обліку в інтернет-магазинах, дієвість та конфігурація яких значною мірою обумовлена специфічністю онлайн-торгівлі як динамічного ринкового сегменту сучасної економіки, включають в себе використання спеціалізованих програмних рішень, систем обробки платежів, інтелектуальних алгоритмів, чат-ботів тощо [1; 8; 9]. Ці інструменти дозволяють підвищити ефективність бізнес-процесів та забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів. Дослідження впливу цих підходів на задоволеність клієнтів може стати інформаційною базою для формування та реалізації стратегії покращення обслуговування та забезпечення конкурентоспроможності на ринку інтернет-торгівлі. Для цього необхідно визначити, як автоматизація процесів обліку впливає на якість обслуговування, швидкість обробки замовлень та точність доставки, і як це в цілому впливає на задоволеність клієнтів.

Один із ключових аспектів автоматизації обліку в інтернет-магазинах – використання спеціалізованих програмних продуктів для управління замовленнями та запасами. Такі системи дозволяють автоматизувати ведення обліку товарів, взаємодію з постачальниками та управління запасами в режимі реального часу. Прикладом може бути використання системи управління запасами, яка автоматично формує замовлення для поповнення запасів товарів на складі, коли вони зменшуються до певного рівня[8]. Це допомагає запобігти нестачам товарів та забезпечує неперервну наявність товарів для клієнтів.

Ще однією важливою частиною автоматизації є системи обробки платежів і відстеження оплат клієнтів. Системи онлайн-оплати дозволяють клієнтам зручно та безпечно робити оплату за товари та послуги. Наприклад, використання платіжних шлюзів, таких як *PayPal* або *Stripe*, дозволяє швидко обробляти платежі та запобігати затримкам у виконанні замовлень. При цьому автоматичне відстеження оплат дозволяє зменшити ризик шахрайства та забезпечує відповідність оплати замовленим товарам[10].

Також важливим аспектом автоматизації обліку в інтернет-магазинах є використання інтелектуальних алгоритмів для персоналізації обслуговування клієнтів. Сучасні системи можуть аналізувати покупкову історію клієнтів та рекомендувати їм товари, які можуть їх зацікавити. Наприклад, *Amazon* використовує алгоритми машинного навчання для рекомендаційних систем, які допомагають клієнтам знайти товари, які вони шукають, а також додаткові товари, які можуть їх цікавити[9; 15].

Поширеною практикою сучасних ефективних інтернет-магазинів є використання чат-ботів та віртуальних асистентів для взаємодії з клієнтами. Ці автоматизовані системи можуть відповідати на питання клієнтів, надавати інформацію про товари та послуги, а також допомагати в процесі замовлення. Наприклад, чат-боти можуть надавати клієнтам інформацію про стан їх замовлень та допомагати вирішувати проблеми.

Для вивчення впливу різних підходів до автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах розкриємо зміст наступних складових та визначаємо формули для їхньої оцінки для кожного з підходів, що використовуються для автоматизації обліку в інтернет-торгівлі.

1. Системи управління замовленнями.

Ці системи дозволяють ефективно обробляти та відстежувати замовлення, спрощуючи процес оформлення замовлень для клієнтів. Дослідження впливу даного підходу до автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах включає аналіз швидкості обробки замовлень та точності їх виконання. Для оцінки впливу цього підходу на задоволеність клієнтів, проводяться опитування, спрямовані на визначення комфорту та задоволеності клієнтів з процесу замовлення.

Формула для оцінки задоволеності клієнтів внаслідок реалізації даного підходу (ZK_{CZ}):

$$ZK_{CZ} = \frac{S}{A} \times 100\%; \quad (1)$$

де:

- S – швидкість обробки замовлень: середній час від прийняття замовлення до його виконання;
- A – точність виконання замовлень: відсоток замовлень, які виконані без помилок.

2. Системи обробки платежів.

Точність та швидкість оплати є важливими аспектами сприйняття сервісів інтернет-магазину для клієнтів цих магазинів. Дослідження впливу даного підходу до автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах включає аналіз часу обробки платежів та наявності системи

захисту від шахрайства. Клієнти оцінюють зручність і надійність системи оплати через опитування та відгуки.

Формула для оцінки задоволеності клієнтів внаслідок реалізації даного підходу ($ZK_{\text{соп}}$):

$$ZK_{\text{соп}} = T \times (1 - F); \quad (2)$$

де:

- T – час обробки платежів: середній час, необхідний для обробки платежу.
- F – наявність системи захисту від шахрайства: була система захисту встановлена (0), не була встановлена (1).

3. Персоналізація та рекомендації.

Оцінюється використання інтелектуальних алгоритмів для персоналізації обслуговування та надання рекомендацій клієнтам. Аналізується ефективність алгоритмів у відображенні релевантних товарів та послуг клієнтам. Вимірюються показники, такі як конверсія та середній чек замовлення, для визначення впливу на задоволеність клієнтів.

Формула для оцінки задоволеності клієнтів внаслідок реалізації даного підходу ($ZK_{\text{пр}}$):

$$ZK_{\text{пр}} = C \times AC \times 100\%; \quad (3)$$

де:

- C – конверсія: відсоток клієнтів, які зробили покупку після персоналізованих рекомендацій;
- AC – середній чек: середній обсяг покупок одного клієнта після персоналізованих рекомендацій.

4. Використання чат-ботів та віртуальних асистентів

Дослідження включає аналіз ефективності чат-ботів стосовно відповіді на запити клієнтів та їхню здатність надавати інформацію та розв'язувати проблеми. Оцінюється рівень комфорту та задоволеності клієнтів під час спілкування з чат-ботами.

Формула для оцінки задоволеності клієнтів внаслідок реалізації даного підходу ($ZK_{\text{чба}}$):

$$ZK_{\text{чба}} = E \times CR; \quad (4)$$

де:

- E – ефективність чат-бота: середній час відповіді та точність відповідей чат-бота;
- CR – рівень комфорту: клієнтський рейтинг комфорту під час спілкування з чат-ботом (від 1 до 5).

5. Аналіз відгуків та рейтингів.

Збір відгуків та їх аналіз допомагають визначити слабкі та сильні сторони обслуговування клієнтів.

Формула для оцінки задоволеності клієнтів внаслідок реалізації даного підходу ($ZK_{\text{авр}}$):

$$ZK_{\text{авр}} = \frac{ПВ - НВ}{ПВ + НВ} \times 100\%; \quad (5)$$

де:

- PB – кількість позитивних відгуків: загальна кількість позитивних відгуків від клієнтів;
- NB – кількість негативних відгуків: загальна кількість негативних відгуків від клієнтів.

Представлений формалізований методичний апарат показує, що для оцінки впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах можна використовувати різні критерії та формули, в залежності від конкретного підходу до автоматизації, що застосовується на аналізованому підприємстві (інтернет-магазині).

Системи управління замовленнями вимірюються швидкістю обробки замовлень та точністю виконання. Це дозволяє зрозуміти, наскільки ефективно обробляються замовлення і як це впливає на задоволеність клієнтів. Системи обробки платежів визначаються часом обробки платежів та наявністю системи захисту від шахрайства. Швидкість обробки та безпека транзакцій можуть значно впливати на враження клієнтів від роботи з сервісами. Персоналізація та рекомендації визначаються конверсією та середнім чеком. Це дозволяє зрозуміти, наскільки добре система рекомендацій відповідає індивідуальним потребам клієнтів і як це впливає на їхню задоволеність. Використання чат-ботів та віртуальних асистентів оцінюється за їхньою ефективністю та комфортом користувача під час спілкування. Це дає змогу визначити, наскільки чат-боти полегшують комунікацію та підвищують задоволеність клієнтів. Аналіз відгуків та рейтингів вимірюється кількістю позитивних та негативних відгуків. Це дозволяє оцінити загальну задоволеність клієнтів та їхній відношення до інтернет-магазину.

Враховуючи різноманітність підходів до автоматизації обліку в інтернет-магазинах, можна визначити, що вплив на задоволеність клієнтів може бути вимірний та оцінений різними способами. Залежно від конкретних цілей та специфіки інтернет-магазину, варто обирати найбільш відповідний критерій та формулу для оцінки, щоб покращити обслуговування клієнтів та забезпечити їхню задоволеність, що є ключовим фактором успіху в електронній комерції.

Водночас інтеграція різних підходів в певну систему оцінки може допомогти більш комплексно оцінити взаємодію між магазином та споживачем, й на основі цього сформувані управлінські рішення, спрямовані на максимізацію задоволеності клієнтів та забезпечити цим підвищення конкурентоспроможності магазину. Зокрема, системи управління замовленнями та обробки платежів допомагають сформувані ефективний і надійний процес замовлення та оплати, що є одним з важливих факторів конкурентоспроможності сучасного торговельного підприємства.

Персоналізація та рекомендації на основі інтелектуальних алгоритмів, систем штучного інтелекту та машинного навчання, допомагають інтернет-магазинам пропонувати клієнтам товари та послуги, які відповідають їхнім індивідуальним потребам, що веде до збільшення конверсії та середнього чеку. Чат-боти та віртуальні асистенти полегшують комунікацію з клієнтами та допомагають вирішувати питання в реальному часі, підвищуючи зручність

обслуговування. Збір відгуків та аналіз рейтингів є не менш важливим аспектом для визначення задоволеності клієнтів. Позитивні відгуки та високі рейтинги свідчать про якість обслуговування та задоволеність клієнтів. Однак негативні відгуки також є цінною інформацією, яка дозволяє інтернет-магазинам вдосконалювати свої послуги та виправляти недоліки.

Вибір найбільш ефективного підходу до автоматизації обліку в інтернет-магазинах з точки зору його впливу на задоволеність клієнтів та потенціалу розвитку цього підходу як пріоритетного для покращення взаємодії зі споживачами може бути складним, оскільки ефективність такої взаємодії може залежати від конкретного контексту, виду продуктів чи послуг, цільової аудиторії та інших факторів. Проте, можна виділити кілька загальних висновків.

Так, з попереднього аналізу можна визначити, що ефективність кожного підходу залежить від того, наскільки він відповідає конкретним потребам та очікуванням клієнтів, наприклад:

1. Системи управління замовленнями. Цей підхід може бути ефективним для інтернет-магазинів, які ставлять перед собою завдання забезпечити швидку та точну обробку замовлень. Проте він може бути менш важливим для інтернет-магазинів, де точність виконання замовлення менш критична.

2. Системи обробки платежів. Важливі для забезпечення безпеки та надійності оплати. Якщо клієнти відчують, що їхні платежі обробляються надійно, це може позитивно вплинути на їхню задоволеність.

3. Персоналізація та рекомендації. Підхід може бути дуже ефективним, оскільки він допомагає клієнтам знайти товари або послуги, які їм дійсно цікаві. Якщо рекомендації точні та релевантні, це може підвищити конверсію та середній чек замовлення.

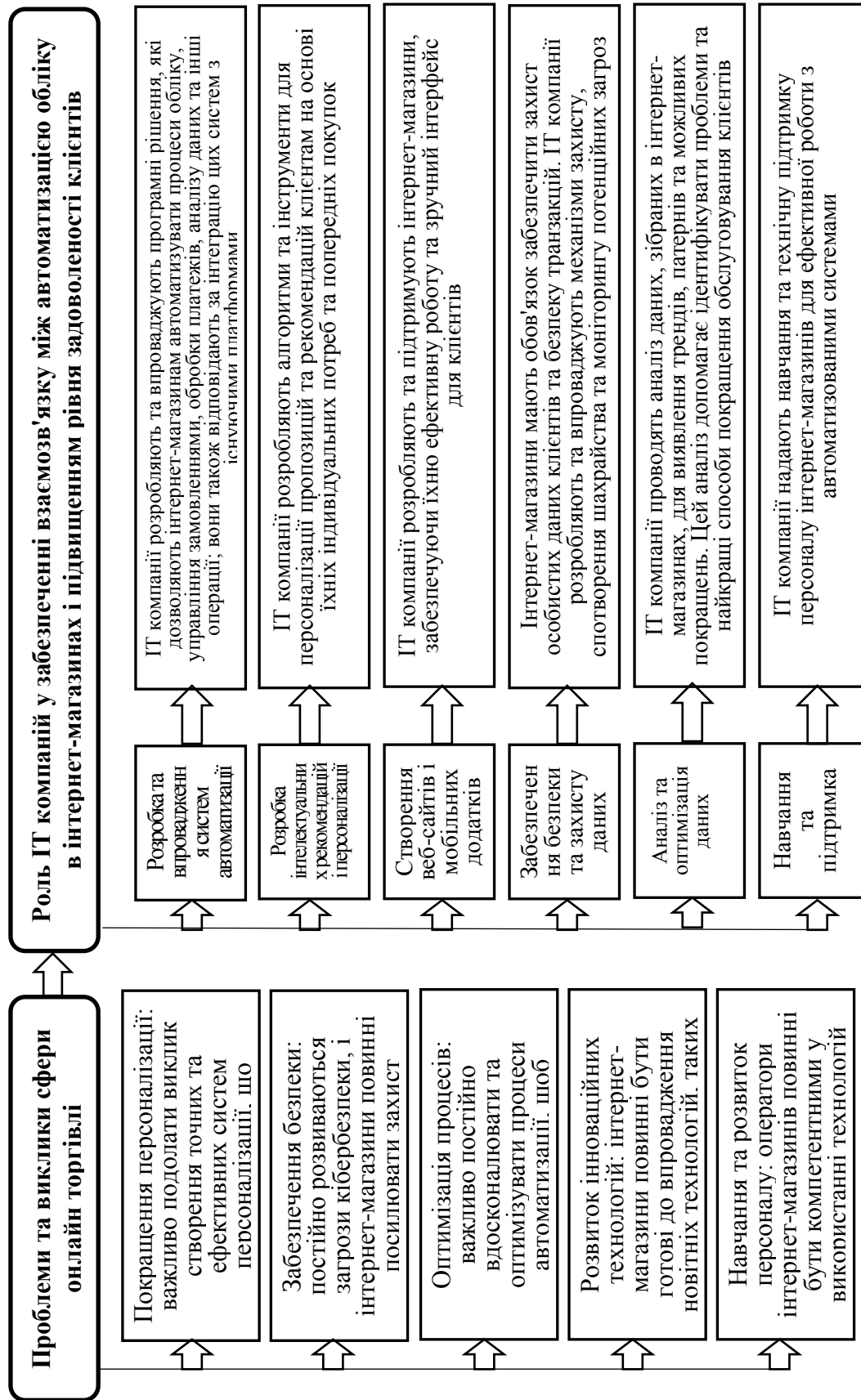
4. Використання чат-ботів та віртуальних асистентів може покращити комунікацію з клієнтами та вирішення їхніх питань в реальному часі, що може позитивно вплинути на задоволеність.

5. Аналіз відгуків та рейтингів може надати цінну інформацію для покращення обслуговування та забезпечення задоволеності клієнтів. Позитивні відгуки можуть збільшити довіру клієнтів, а негативні можуть спонукати до вдосконалення сервісу.

Водночас у забезпеченні взаємозв'язку між автоматизацією обліку в інтернет-магазинах і підвищенням рівня задоволеності клієнтів надзвичайно важливою і ключовою є роль ІТ компаній, що відіграють кілька основних ролей у цьому контексті (рис. 1).

Загалом, вибір найбільш ефективного підходу та порядку впровадження автоматизації повинен базуватися на ретельному аналізі умов та потреб конкретного інтернет-магазину з боку ІТ компаній. Найкращий результат може бути досягнутий за допомогою комплексного підходу, який об'єднує різні аспекти автоматизації для підвищення загальної задоволеності клієнтів.

Щодо впливу автоматизації на задоволеність клієнтів, він може реалізовуватись як через прямий, так і через опосередкований ефект. Прямий ефект може полягати в поліпшенні швидкості обслуговування, точності, комфорту та якості обслуговування завдяки автоматизації.



СЕКЦІЯ XV. КОМП'ЮТЕРНА ТА ПРОГРАМНА ІНЖЕНЕРІЯ

Рис. 1. Роль ІТ компаній у забезпеченні взаємозв'язку між автоматизацією обліку в інтернет-магазинах і підвищенням рівня задоволеності клієнтів

Джерело: розробка автора

Опосередкований ефект може бути пов'язаний зі збором та аналізом даних, які допомагають вирішувати проблеми та покращувати процеси, що в результаті призводить до підвищення задоволеності клієнтів. Такий ефект реалізується через наступні етапи:

1. Збір даних: збір інформації про клієнтів, їхні покупки, відгуки і поведінку.
2. Аналіз даних: обробка та аналіз даних для виявлення патернів та трендів.
3. Прийняття рішень: на основі аналізу приймаються важливі рішення, такі як покращення процедур, оптимізація процесів обробки замовлень тощо.
4. Впровадження автоматизації: реалізація рішень та автоматизації процесів.
5. Моніторинг та оцінка: постійний моніторинг результатів впроваджених змін та їх впливу на задоволеність клієнтів.
6. Зворотній зв'язок: залучення клієнтів до процесу, відгуки та рейтинги допомагають надати інформацію для подальшого аналізу та вдосконалення системи.

Важливо враховувати, що вплив автоматизації може бути динамічним та залежати від змін в самих системах автоматизації, а також від реакції клієнтів на ці зміни. Це означає, що вирішення проблем та покращення можуть бути постійним ітеративним процесом. Важливо також зважати на те, що цей процес є ітеративним і вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змін в сучасному бізнес-середовищі.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У даній науковій статті було проведено дослідження впливу автоматизації обліку на рівень задоволеності клієнтів в інтернет-магазинах. Результати цього дослідження свідчать про те, що автоматизація обліку є важливим чинником у покращенні якості обслуговування та задоволеності клієнтів у сучасних інтернет-магазинах, водночас важливо враховувати, що ефективність автоматизації може залежати від конкретного підходу до автоматизації та специфіки діяльності як окремого онлайн-магазину, так і інтернет-торгівлі в цілому, яку розкрито в даній статті.

Дослідження показало, що вплив автоматизації обліку на задоволеність клієнтів в інтернет-магазинах характеризується досить складними та взаємопов'язаними характеристиками, які доцільно системно оцінювати, контролювати та аналізувати. Різні підходи до такого оцінювання мають свої переваги та обмеження, а їх комбінування може допомогти досягти кращих результатів у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств електронної комерції. Розуміння специфіки та способів оцінювання кожного з цих підходів дозволяє інтернет-магазинам покращити обслуговування клієнтів та збільшити їх задоволеність, що є ключовим чинником успіху в сучасному конкурентному світі електронної комерції.

Результати аналізу сучасних підходів до автоматизації обліку показали, що інтернет-магазини можуть використовувати різні інструменти та технології для поліпшення роботи своїх систем. Системи управління замовленнями, системи обробки платежів, персоналізація та рекомендації, використання чат-ботів та віртуальних асистентів, а також аналіз відгуків та рейтингів - інструменти, які можуть бути використані для покращення задоволеності клієнтів.

ІТ компанії відіграють важливу роль у забезпеченні взаємозв'язку між автоматизацією обліку та задоволеністю клієнтів в інтернет-магазинах, розробляючи та впроваджуючи інтелектуальні алгоритми, забезпечують безпеку та надійність, створюють зручний інтерфейс та надають навчання та підтримку. Враховуючи динаміку інтернет-торгівлі, існує необхідність постійного вдосконалення в сфері ІТ, оскільки нові технології та підходи відкривають нові можливості для покращення обслуговування клієнтів.

Зазначене дослідження дозволяє сформулювати обґрунтоване твердження про те, що автоматизація обліку в інтернет-магазинах є необхідною та ефективною стратегією підвищення рівня задоволеності клієнтів, що визначає практичну цінність даної статті. Успішна імплементація такої стратегії на практиці вимагає ретельного аналізу, вибору правильних інструментів та постійного вдосконалення. Перспективи розвитку даного дослідження полягають у подальшому аналізі ролі штучного інтелекту, машинного навчання та блокчейн-технологій як більш вузькоспеціалізованих та технологічно складних та ефективних інструментів автоматизації обліку та покращення задоволеності клієнтів. Також, важливим напрямком дослідження може стати вивчення впливу автоматизації на рівень конкурентоспроможності інтернет-магазинів та їхню прибутковість.

Список використаних джерел:

- [1] Виноградова, О. В. Євтушенко, Н. О. & Крючок, І. С. (2020). Електронна комерція в епоху диджиталізації. *Причорноморські економічні студії*, (1), 55-60.
- [2] Гудзь, О. Є., Федюнін С. А. & Щербина В. В. (2019). Диджиталізація, як конкурентна перевага підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, (3 (29)), 12-19.
- [3] Ольшанський, О. В. (2018). Особливості управління бізнес-процесами підприємств торгівлі та методи їх удосконалення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*, (22. Ч. 3), 22-26.
- [4] Ткачук, В. О. (2021). Електронний бізнес: переваги та ризики в період цифрової трансформації. *Економіка, управління та адміністрування*, (1), 28-36.
- [5] Похилько, С. В. & Єременко А. Ю. (2023). Бізнес-модельне проектування електронної комерції: ефективність дропшипінгу та його трансформація. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*, (№ 1 (65)), 69-77.
- [6] The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying. McKinsey & Company (2022). Вилучено з: <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
- [7] Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Вилучено з: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85053808612&origin=resultslist&zone=contextBox>.
- [8] Ольшанський, О. В. (2019). Аналіз методів удосконалення бізнес-процесів підприємств торгівлі. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*, (2 (107)), 104-110.
- [9] Коненко, В. В. (2022). Реалізація маркетингової стратегії інтернет-торгівлі в умовах пандемії covid-2019. *Ефективна економіка*, (2). Вилучено з: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10047>
- [10] Біла, С. О. (2021). *Цифрові технології в бізнесі та управлінні: світовий досвід. Теоретичні та практичні аспекти розвитку Інтернет-економіки*. За науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І. Л., к.е.н., доц. Квасній Л. Г. Дрогобич: ПОСВІТ.

- [11] DeReuver, M. (2018). Thedigitalplatform: A researchagenda / M. DeReuver, C. Sørensen, R.C. Basole. *JournalofInformationTechnology*. Вилучено з:<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1057/s41265-016-0033-3>.
- [12] Täuscher, K. &Laudien, S.M. (2018). Understandingplatformbusinessmodels: A mixedmethodsstudyofmarketplaces. *EuropeanManagementJournal*. Вилучено з:<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85021167455&origin=resultslist&zone=context> Vox.
- [13] Ховрак, І. В. (2022). Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. *Економіка. Фінанси. Право*, (4), 16-20.
- [14] TheeCommercemarketinUkraine.Вилучено з:<https://ecommercedb.com/en/markets/ua/all>.
- [15] Куприяновский, В. П., Добрынин, А. П.&Синягов С. А. (2017).Целостная модель трансформации в цифровойэкономике – как стать цифровымилидерами. *InternationalJournalofOpenInformation Technologies*,(1. Т. 5), 26-32.