

Радіна А.В.

аспірантка кафедри міжнародного бізнесу
*Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Radina Anna

Postgraduate Student at the Department of International Business
*Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС»

Радіна А.В. Теоретичні засади дослідження поняття «електронний бізнес». Електронний бізнес як прогнозований наслідок розвитку мережевих технологій заслуговує на увагу всіх сучасних підприємств і національного, і міжнародного масштабу. У ринковому середовищі його можна вважати окремою конкурентною стратегією, що, безперечно, викликає інтерес у науковому економічному дискурсі. Інструменти та процеси електронного бізнесу є настільки мультифункціональними, що іноді складно віднести їх до тієї чи іншої галузі дослідження. З огляду на це актуальним питанням стає розвиток відповідної теоретико-методологічної бази. Стаття зосереджується на теоретичних аспектах поняття електронного бізнесу, аналізує різні його тлумачення та еволюцію цих визначень. Розглядаючи відповідність цього явища принципам, що покладені в основу різних течій економічної думки, здійснюємо аналіз їхньої сумісності. Для цього електронний бізнес досліджується з точки зору неокласичної та неінституціональної шкіл, окрема увага приділяється школі інтерналізації, концепції цифрової економіки, мережевій теорії. В роботі наведено різні підходи до вивчення поняття електронного бізнесу, визначено перспективні напрями його дослідження.

Ключові слова: теорія електронного бізнесу, електронна комерція, інформаційно-комунікаційні технології, цифрова економіка, мережеві технології.

Радина А.В. Теоретические основы исследования понятия «электронный бизнес». Электронный бизнес как прогнозируемый результат развития сетевых технологий заслуживает внимания всех современных предприятий и национального, и международного масштаба. В рыночной среде его можно считать отдельной конкурентной стратегией, что, бесспорно, вызывает интерес в научном экономическом дискурсе. Инструменты и процессы электронного бизнеса являются настолько мультифункциональными, что иногда сложно отнести их к той или иной области исследования. С учетом этого актуальным вопросом становится развитие соответствующей теоретико-методологической базы. Статья сосредотачивается на теоретических аспектах понятия электронного бизнеса, анализирует различные его толкования и эволюцию его определенных. Рассматривая соответствие этого явления принципам, которые положены в основу различных течений экономической мысли, осуществляем анализ их совместности. Для этого электронный бизнес исследуется с точки зрения неоклассической и неинституциональной школ, особое внимание уделяется школе интернализации, концепции цифровой экономики, сетевой теории. В работе приведены различные подходы к изучению понятия электронного бизнеса, определены перспективные направления его исследования.

Ключевые слова: теория электронного бизнеса, электронная коммерция, информационно-коммуникационные технологии, цифровая экономика, сетевые технологии.

Radina Anna. The theoretical basis for the research of “e-business” concept. E-business as direct consequence of the network technologies development attracts attention of all modern enterprises of both national and international scale. In a market environment it is leading to new opportunities and can be considered as a particular competitive strategy, which is undoubtedly of interest in scientific economic discourse. E-business tools and processes affect the decision making process and at the same time are so multifunctional that in some cases it is difficult to classify it in a particular area of research. Given the widespread use of these mechanisms and the fundamentally new ways of management it offers for the company growth, the development of its theoretical and methodological base becomes an urgent issue. This article focuses on the theoretical aspects of e-business concept, analyzes its various interpretations and evolution of these definitions. In this research e-business is considered first of all as system that includes a set of business processes, a mechanism for their integration, an information network for data collection and management decisions. Different approaches to the identification of this concept also provide a clearer view of possible e-business emergence causes and features of its application. The issues covered in the article include the relationship between the concepts of e-business and e-commerce, importance of information factor, the possibility of quantitative analysis of e-business and some perspectives on its impact on the market economy structure. Considering the compliance of this phenomenon with the principles underlying the various currents of economic

thought, the study provides an analysis of their compatibility. In the framework of this question, the assumption is made about the need to develop a separate theory of e-business and its belonging to a particular area in economics. To do this, e-business is studied in terms of neoclassical and neoinstitutional school, special attention is paid to the school of internalization, the concept of digital economy, network theory. The paper presents different approaches to the study of e-business concept, identifies promising areas for further research.

Key words: e-business theory, e-commerce, information and communication technologies, digital economy, network technologies.

Постановка проблеми. Сучасний міжнародний бізнес формується під потужним впливом інформаційних технологій, які в найбільш розвинутих організаціях є вбудованими майже у кожен бізнес-процес. Функції маркетингу, фінансового управління, управління ресурсами, комунікації з постачальниками та клієнтами вздовж усього ланцюга створення вартості в певному обсязі підтримуються інтернет-мережею та відповідним програмним забезпеченням. За рахунок розвитку технологій сьогодні сформувалися нові бізнес-моделі та навіть галузі, породжені можливостями, що надає електронний бізнес. З огляду на величезну кількість як позитивних, так і ризикових факторів, які це явище приносить світовій економіці, необхідно мати чітке та повне визначення самого поняття електронного бізнесу.

Нині здобутки у вивченні електронного бізнесу та його функціонування мають переважним чином практичний характер, а дослідження відбуваються насамперед у бізнес-середовищі. Сформованих економічних теорій, що розглядають його генезис та діяльність, нині немає, тому особливого значення набуває аналіз теоретично-методологічної основи цього поняття. Актуальним досі залишається дослідження етимології електронного бізнесу та визначення його теоретичної бази.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільша увага питанню електронного бізнесу приділяється у західноєвропейській науковій літературі. Переважно дослідження стосуються лише окремих його елементів та майже не включають аналіз теоретико-методологічної бази. Наприклад, найчастіше йдеться про електронну комерцію (Р.Т. Віганд, Дж. Галахер, Д. Белл), фінансові технології (Р. Альт, Р. Бек, М.Т. Сміт), хмарні технології (А. Бенліан, В.Дж. Кеттінгер, А. Сюняєв, Т.Дж. Вінклер). Особливого значення у вивченні електронного бізнесу набувають також дослідження міжнародних організацій та ТНК, такі як звіти Європейського парламенту стосовно законодавчої бази для електронної комерції, дослідження UNCTAD про інформаційну економіку, KPMG про фінтех, Deloitte про штучний інтелект, Ecommerce Europe про стан регіональної електронної комерції. Серед представників наукової спільноти країн СНД питанням електронної комерції приділяли увагу Л.А. Каргіна, С.Л. Лебедева, етапам розвитку електронного бізнесу – Є.С. Спіфанов, Н.З. Атаров, моделям електронного бізнесу – А.В. Трачук, Н.В. Ліндер, А.С. Назімов, С.Р. Лі, розвитку електронного бізнесу – Л.А. Безуглова, А.Ю. Родіонов.

Серед вітчизняних науковців явище електронного бізнесу досліджували В.І. Міщенко, І.Т. Балабанов, А.Я. Страхарчук, В.С. Страхарчук, Д.С. Пілевич, які вивчали засади електронного банківського бізнесу,

С.В. Маловичко, О.С. Мельничук, Я.С. Тетричний, які зосереджувалися на електронній торгівлі, О.П. Воробйова, яка розглядала електронний бізнес у державно-управлінському аспекті.

Формулювання завдання дослідження. Метою роботи є визначення сутності поняття електронного бізнесу, його місця в економічній системі, а також з'ясування того, наскільки його процеси можуть бути вбудовані в наявну економічну теоретичну базу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для базового розуміння сутності питання пропоную навести декілька найбільш відомих прикладів тлумачення поняття електронного бізнесу. Варто зазначити, що його механізми з часом розширювалися, як і їхнє сприйняття науковою та бізнес-спільнотою, базуючись на прогресі у поширенні інновацій та технологій. Історичний розвиток у цьому контексті стимулювався в свій час різними технологіями: від появи електронного обміну даних, автоматизованої системи вхідних замовлень до електронних магазинів, промислових мереж та маркетплейсів, хмарних технологій і штучного інтелекту.

Якщо звертатися до першоджерел того бачення електронного бізнесу, яке є сьогодні, то варто згадати маркетингову кампанію IBM, яка рекламувала низку комп'ютеризованих процедур для автоматизації бізнес-процесів. Як відомо, в кінці 1997 року IT-консалтингова фірма опублікувала статтю у "Wall Street Journal" і використала цей термін для опису того, як корпоративні системи кардинально змінюватимуться в цифрову епоху. IBM розуміла тоді електронний бізнес як «переосмислення стратегічних бізнес-процесів і підхід до викликів нового ринку, заснованого на знаннях та характеризованого глобалізацією», тобто суб'єкти бізнес-середовища сприймали це явище в розрізі нового виклику підприємницької діяльності, до якого необхідно підлаштовувати бізнес-процеси та відносити зі стейкхолдерами. Таке визначення є вкрай загальним, тому є актуальним для сьогоденного етапу розвитку електронного бізнесу.

Електронний бізнес як процес адаптації схожим чином був представлений у тлумаченнях науковців. М. Ерл у 2000 році стверджував, що електронний бізнес – механізм реінжинірингу та перебудови бізнес-процесів задля відповідності очікуванням клієнтів в умовах нової економіки [1, с. 35]. І. Ель Кові у 2001 році зазначав, що електронний бізнес – переосмислення та перебудова бізнес-процесів на рівні виробничого ланцюгу та ланцюгу постачання для отримання переваг інтернет-зв'язку та нових шляхів створення вартості [2, с. 24].

Ще одна група економістів робила особливий акцент на інтернет-технологіях як на ключовій ознаці електронного бізнесу. М. Папазоглоу та П. Рібберс у

2006 році розглядали електронний бізнес як проведення автоматичних бізнес-транзакцій від початку до кінця за допомогою електронних комунікаційних мереж, а саме через Інтернет та/або можливо приватні мережі [3, с. 26]. У 2016 році І.Б. Федішин зазначив, що електронний бізнес – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі задля отримання прибутку [4, с. 6].

Інші науковці вбачали в цьому терміні інструмент підвищення ефективності окремих транзакцій або процесів. Наприклад, К. Лаудон та С. Тревер у 2008 році визначали електронний бізнес як поняття, що розглядається перш за все як цифрова підтримка транзакцій та процесів всередині фірми, включаючи інформаційну систему, підконтрольну фірмі. Згадані автори у 2011 році виділили також окремо електронну комерцію як використання мережі Інтернет для здійснення операцій з бізнесом, тобто як комерційні транзакції між організаціями та/або приватними особами, що підтримуються цифровим шляхом [5, с. 9].

Доцільно також згадати Кембриджський словник як найбільш загальновідомий результат тогочасних досліджень у цій сфері, що розділяє такі два способи тлумачення електронного бізнесу:

- купівля та продаж товарів і послуг в Інтернеті, або певна компанія, яка веде цю діяльність;
- бізнес, який працює через Інтернет.

Схожим чином явище електронного бізнесу описане у праці економіста І. Лі. Електронний бізнес – явище, що належить до розширеного поняття електронної комерції, не тільки продаж та купівля товарів та послуг, але й обслуговування клієнтів, співпраця з бізнес-партнерами та проведення електронних транзакцій всередині організації [6, с. 21]. Таке подвійне визначення усуває наявну в економічних дослідженнях неточність у розумінні понять «електронний бізнес» та «електронна комерція», що часто використовувались як синоніми, викликаючи певну колізію. Така проблема зберігається досі, тому варто чітко розмежувати ці поняття. Інколи термін електронної комерції вживається у сенсі електронного бізнесу. Спрощене, більш вузьке визначення електронної комерції обмежується суто купівлею та продажем товарів в Інтернеті. Отже, традиційне поняття електронного бізнесу є досить широким та здебільшого може містити електронну комерцію як один із процесів його реалізації. Окрім цього, електронний бізнес може включати електронний маркетинг, стимулювання продажів, управління запасами, пошукову оптимізацію, управління фінансами, персоналом тощо.

Узагальнюючи ідеї наведених праць, концепцію електронного бізнесу можемо описати як автоматизацію та, відповідно, оптимізацію внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів у комп'ютерній мережі, зокрема інноваційний IT-супровід діяльності компанії задля підвищення конкурентоспроможності, що створює додаткову цінність для клієнта через комп'ютерно опосередковану мережу та є в певних випадках критичною конкурентною стратегією.

Таким чином, виділити межі електронного бізнесу в системі національного господарства дуже складно, оскільки існує значна кількість його напрямів, які дуже тісно взаємопов'язані з іншими видами економічної діяльності. У зв'язку з цим автори більшості наявних

наукових праць намагаються виділити базові компоненти системи електронного бізнесу, виокремлення яких сприяє якіснішому дослідженню його особливостей та детермінантів розвитку [7, с. 69]. В контексті ідентифікації місця електронного бізнесу у теоретичній системі міжнародної економіки та міжнародного бізнесу доцільно зосередитися на його структурному взаємозв'язку з іншими елементами економічної системи.

У цьому питанні електронний бізнес як діяльність є підсистемою бізнесу загалом, як міжнародного, так і локального, тому логічним є припущення про релевантність використання теорій бізнесу для вивчення його електронних процесів. Інструменти електронного бізнесу надають низку переваг компаніям незалежно від кількості країн, у яких вона має відділення, існує багато прикладів різного масштабу підприємств, що ведуть електронну діяльність у межах однієї держави чи більше. Проте визначальною ознакою електронного бізнесу є майже повна відсутність кордонів між країнами у глобальній інформаційній мережі, отже, процеси електронного бізнесу насамперед є продуктом та частиною системи саме міжнародного, а не місцевого бізнесу.

Як відомо, базове поняття самої природи бізнесу вивчали ще класики економічної науки, відколи притаманні цьому явищу основні характеристики не зазнали істотних змін. Звичайно, найбільш видатні ідеї з історії економічних вчень, що представлені А. Смітом, Д. Рікардо, К. Марксом, А. Маршаллом та Д. Кейнсом, все ще залишаються актуальними для пояснення сучасних економічних процесів у формі неокласичної економічної теорії, неоінституціоналізму, неомарксизму тощо. Електронний бізнес як підсистема міжнародного бізнесу має розглядатися за допомогою синтезу наявних теорій у цій сфері, оскільки поле його впливу та можливості його імплементації охоплюють майже всі напрями діяльності компанії, а також змінюють специфіку регулювання ринку як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Як формування науки міжнародного бізнесу відбувалось на основі окремих течій загальної економічної теорії, зокрема зростання фірми, теорії інновацій, конкурентоспроможності, міжнародного руху капіталу, міжнародної торгівлі, стратегічного менеджменту, мережевої економіки [8, с. 35], так і теоретичні уявлення про електронний бізнес розвинулись більшою мірою завдяки окремим теоріям. Серед них слід назвати концепцію цифрової економіки, теорію нового росту, теорію транзакційних витрат, пов'язану з нею теорію зовнішніх ефектів у мережі та агентських витрат, модель інституційних змін, теорію дифузії технологій, технологічно-організаційного середовища, теорію систем, стратегічних мереж, тому застосування постулатів однієї школи економічної думки до вивчення електронного бізнесу є можливим, але недостатнім для повноти дослідження.

Наприклад, дослідження неокласичної школи економічної думки має дещо інший фокус, довгий час воно було зосередженим на макрорівні, на торговельних та інвестиційних відносинах між країнами, а не на діяльності міжнародних компаній. Проте якщо розглядати середовище компаній електронного бізнесу та їхній вплив на ринок як систему, то неокласична школа

надає для цього певний фундамент. Як відомо, високий рівень відкритості інформації і гнучкості прийняття рішень породжує інтенсивну конкуренцію та передбачає нові вимоги до розвитку бізнесу. Завдяки появі електронного бізнесу ринок все більше наближається до моделі досконалої конкуренції з новими стандартами конкурентоспроможності, структурою витрат та прибутку виробників. В таких умовах неокласичні прагнення до обмеження регулювання ринку стали єдиним можливим варіантом розвитку подій, оскільки система електронного бізнесу вийшла за рамки традиційного законодавства. Значно зменшуються бар'єри між національними ринками, законодавчої бази для регулювання бізнесу в мережі Інтернет поки що майже немає, відносини на ринку визначаються більшою мірою саме попитом та пропозицією. Особливість електронного бізнесу полягає в тому, що в ролі товару виступають інформація та електронні комунікації, що багаторазово підвищують економічний ефект від проведення трансакцій. В таких умовах набуває визначальної актуальності економічно-математичне моделювання, що виступає стрижнем методології неокласичної школи, адже виникає потреба у контролі та аналізі величезної кількості інформації, що стала доступною для учасників бізнес-середовища. Однак неокласична теорія може бути застосованою лише частково з огляду на те, що низка базових передумов не відповідає дійсності електронного ринку, такі як заданість умов діяльності (досконалість/симетричність інформації, повна раціональність поведінки, стабільність цін), ігнорування особливостей внутрішньої організації (організаційної структури, внутрішньофірмового управління), відсутність альтернативності у виборі рішень.

Неоінституціоналізм виходить із того, що фірма є складною ієрархічною структурою, що діє в умовах ринкової невизначеності, а головне завдання аналізу пов'язане з поясненням поведінки фірми в системі витратної та неповної інформації. Він також припускає, що будь-яка економічна дія нерозривно пов'язана з невиробничими витратами, тому в умовах глобальної економіки конкуренція зміщується в невиробничу сферу, що ми спостерігаємо з розвитком механізмів електронного бізнесу. В результаті цього ринковий потенціал зниження трансакційних витрат істотно перевищує потенціал зниження виробничих витрат, а на перше місце виходить фактор інформації. Так, наприклад, Кеннет Ерроу зазначає, що «інформація – це економічна категорія, тобто товар, який має вартість», а «економічна роль інформації полягає в зниженні невизначеності та попередженні податкових збитків» [9, с. 610]. Незважаючи на відповідність низки теоретичних концепцій умовам існування електронного бізнесу, лише деякі з них мають згадку безпосередньо про нього. Здебільшого йдеться про фактор інформації, технології, інновації. Наприклад, теорія нового росту Пола Ромера [10, с. 71], що становить важливий доробок для розвитку сучасної теоретичної бази, акцентує увагу на технологіях як базі економічного зростання та їхній залежності від капіталовкладень у НДДКР. Таке бачення породжує питання про застосування кількісних методів до дослідження електронного бізнесу. Нині електронний бізнес не вимірюється як система, на практиці розрахунки, економетричний аналіз та прогнозування здійснюються лише на окремих його

інструментах, особливо в електронному маркетингу або платіжних системах. Як альтернатива використовуються показники продажів електронної комерції, які в певному сенсі можна вважати результатом діяльності електронної бізнес-екосистеми, але вони не завжди відображають ступінь її розвитку. Залежність поширеності та ефективності електронного бізнесу у певній країні від її інвестицій у НДДКР потребує подальшого дослідження задля розроблення ефективної державної стратегії зі стимулювання цифрового розвитку.

Електронний бізнес як сукупність способів та підходів, що використовуються для отримання переваг від впровадження інноваційних інформаційних технологій, в тому числі мережі Інтернет, варто більш детально розглянути з боку теорії трансакційних витрат. Теорія пояснює існування фірми прагненням уникати витрат зі здійснення операцій на ринку і стверджує, що фірма буде розширюватися доти, поки граничні витрати на трансакцію всередині фірми не будуть дорівнювати витратам на здійснення тієї ж трансакції на відкритому ринку. З огляду на вражаючу швидкість розвитку технологій тенденція координувати діяльність електронними засобами буде тривати. В такому разі доцільно визначити електронний бізнес як управлінську структуру, побудовану за допомогою послідовності контрактних відносин між стейкхолдерами та спрямовану на постійне забезпечення створення доданої вартості, відповідно, й переваг для цих стейкхолдерів.

За такого підходу технології електронного бізнесу, з одного боку, зменшують витрати на організацію внутрішньофірмової взаємодії, що дає змогу пропонувати більш конкурентоздатний товар або послугу, з іншого боку, полегшують собі вихід на замовлення товарів та послуг (або їх продаж) ззовні, на ринку. Стимулюється робота як ТНК, так і малого та середнього бізнесу, оскільки бар'єри виходу на ринок та доступу до ключових стейкхолдерів стають більш низькими. Особливо помітний вплив це явище матиме на електронні ринкові платформи, що, на відміну від одноосібних взаємодій, дають змогу значно спростити вибір та зменшити асиметрію інформації для його учасників. Внаслідок заощадження або усунення витрат тотально трансформуються роль посередників між постачальником та клієнтом. В умовах існування великих онлайн-платформ з прозорими цінами та можливістю порівняння хоча б заявлених характеристик товарів та послуг кількість необхідних для функціонування ринку оптових продавців та ритейлерів значно зменшується, їх ринок набуває характеристик олігополії. Нині в середньому дві-три онлайн-платформи можуть забезпечити більшу частину роботи в конкретній галузі виробництва однієї чи кількох країн.

За підходу теорії трансакційних витрат також можна пояснити особливо вигідні позиції окремих напрямів бізнесу, перенесених частково або повністю в мережу Інтернет. Наприклад, за рахунок зменшення витрат на пошук виконавця, узгодження умов договору та інші організаційні питання посилилась привабливість аутсорсингу.

З точки зору школи інтерналізації, як розвиток ідей Р. Коуза, явище електронного бізнесу може, окрім іншого, вважатися результатом модифікації організаційно-управлінських форм великих компаній, зокрема багатонаціональних підприємств, як інструмент та

одночасно наслідок глобальної експансії сучасного бізнесу. Так, концепція глобальної фабрики Пітера Баклі, вивчаючи причини утворення мереж, аргументує цей процес вирішення протиріччя між обмеженими можливостями традиційних організаційних структур БНП та потребами швидкої реакції на зміни умов ринку [8, с. 130]. П. Баклі також окремо виділяє питання формування відповідної економічної політики країн, для чого наголошує на необхідності визначення детермінантів розташування мереж БНП, як приклад наводячи особливості культурного середовища. Такий підхід може бути успішно доповнений використанням концепції культурних вимірів Г. Хофстеде, що передбачає більш детальний розгляд культур. У разі електронного бізнесу вагомий вплив може мати рівень індивідуалізму та схильності до ризику.

Електронний бізнес як складова частина цифрової економіки підпорядковується її принципам та особливостям, тому до теоретичних основ його дослідження неможливо не віднести праці Мануеля Кастельса, Кевіна Келлі, Карла Шапіро про економіку, засновану на інформації та цифрових технологіях [11–13]. У багатьох аспектах вони є близькими до мережевої теорії Барлгета та Гошала, яка зосереджується на ефектах мережевих взаємозалежностей та синергії, а також їхнього впливу на організаційну структуру внутрішніх відносин [14, с. 95].

Теорія мережевих ефектів (екстерналій) дає змогу виділити певні стимули до використання технологій електронного бізнесу, отже, глибше зрозуміти природу поширення механізмів електронного бізнесу та його переваг порівняно з традиційним. Розглядаючи явище електронного бізнесу через призму ідеї мережевих ефектів, можемо виділити ефект розміру ринку, кризи координації, ефекти наслідування, різноманітності на ринку, ефект підкріплення [13, с. 13]. В результаті цих ефектів цінність технологій, наприклад, електронної комерції в будь-який момент часу є залежною від кількості прийнятих електронних продажів та електронних закупівель. Споживачі товару базують своє рішення про купівлю на очікуваному розмірі мережі, а фірми враховують не тільки поточну, але й майбутню кількість її користувачів, поведінку інших агентів у своїй конкурентній системі.

Перспективним напрямом для розвитку теоретичної бази електронного бізнесу є ресурсний підхід до вивчення економіки. Він використовується, щоби пояснити, як фірми створюють вартість з інформаційно-технологічних активів, наскільки стабільність залежить скоріше від доступних навичок до використання інформаційних технологій, ніж від самих цих технологій. Такі інформаційні технології приносять кращий результат, коли співпрацюють з іншими ІТ-ресурсами, досягаючи синергії. Теорія розглядає їх як можливість створення сталих конкурентних переваг.

Незважаючи на те, що сьогодні дуже поширеними є заяви, що електронна комерція та бізнес загалом трансформують глобальну економіку, помітний вплив вони мають лише для кількох країн, і це переважно США,

частини ЄС та КНР. Низькі темпи розвитку в інших регіонах поки що не є достатньо обґрунтованими з боку економічної науки. Окрім цього, деякі економіки, що розвиваються, такі як ОАЕ, Сінгапур, Бахрейн, досягли значно більших результатів, ніж інші, в електронізації їхнього бізнесу та економіки загалом. Ресурсний підхід може встановити причинно-наслідковий зв'язок між контекстуальними факторами, використанням електронного бізнесу та ефективністю підприємства. Особливо поширеними нині є підходи до поєднання ресурсного підходу з теорією технологічно-організаційного середовища, яка базує аналіз предмета на виділенні технологічного, організаційного та екологічного факторів [15, с. 2].

Висновки. Основні результати проведеного дослідження можна об'єднати у такі тези:

1. Нині в економічній літературі існує велика різноманітність підходів до дослідження поняття електронного бізнесу, кожен з яких зосереджений на окремій його властивості. Електронний бізнес може розглядатися як сукупність бізнес-процесів, механізм інтеграції внутрішньофірмових функцій, а також зв'язків зі стейкхолдерами, всесвітня мережа, що надає доступ до замовників, постачальників, конкурентів та платіжних послуг, система ресурсів та технологій тощо. Всі згадані підходи наявні у сучасній економічній системі та висвітлюють одну зі сторін досліджуваного явища. Зазначені у статті концепції та теорії, а також їх різноманітність переконають у тому, що електронний бізнес, як і інформаційно-комунікаційні технології загалом, має безліч сфер використання та може набувати різного вигляду.

2. Аналізуючи еволюцію підходів до ідентифікації цього поняття, простежуємо насамперед зміну масштабу впливу – від звичайної купівлі-продажу у мережі Інтернет до присутності електронної складової частини у всіх бізнес-процесах. Якщо перші спроби визначення вбачали в електронному бізнесі лише спосіб отримання прибутку через вебсайт, то сьогодні, з огляду на зазначені аспекти його функціонування, доцільно сформулювати це поняття таким чином: підтримка та впорядкування бізнес-діяльності за допомогою методів використання інформаційно-комунікаційних технологій, які забезпечують підвищення ефективності компанії загалом та синергетичний ефект зокрема за рахунок інтеграції бізнес-процесів у єдину цифрову економічну систему.

3. З точки зору теоретичної основи дослідження, електронний бізнес найбільш доречно розглядати з позиції послідовників неоінституціональної школи економічної думки, а саме мережевої теорії, школи інтерналізації, теорії трансакційних витрат, теорії нового росту. Окрім цього, фундамент теорії електронного бізнесу можна сформулювати з огляду на концепцію цифрової економіки, теорії дифузії інновацій, технологічно-організаційного середовища. Великий потенціал для майбутніх досліджень представляє ресурсний підхід, зокрема для аналізу детермінант розвитку електронного бізнесу в різних країнах світу.

Список використаних джерел:

1. Earl M. Evolving the e-business. *Business Strategy Review*. 2000. Vol. 11. № 2. P. 33–38.
2. El Sawy O. *Redesigning Enterprise Processes for e-Business*. McGraw-Hill, Boston, 2001.

3. Papazoglou M., Ribbers P. E-Business: Organizational and Technical Foundations. John Wiley & Sons. Chichester, 2006.
4. Фецишин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція. Тернопіль, 2016. 97 с.
5. Laudon K., Traver C. E-Commerce 2011. Business. Technology. Society, 7th European ed., Pearson Education Limited, Harlow, 2011.
6. Lee In. Electronic Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications – IGI Global, 2008.
7. Пілевич Д.С. Теоретичне підґрунтя розвитку електронного бізнесу. *Бізнес-Інформ. Економіка. Інформаційні технології в економіці*. 2019. № 5. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-5_0-pages-67_72.pdf (дата звернення: 18.07.2021). DOI: 10.32983/2222-4459-2019-5-67-72.
8. Рогач О.В. Теорії міжнародного бізнесу : підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. 687 с.
9. Arrow K.J. Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, NBER Chapters. *The Rate and Direction of Inventive Activity*. National Bureau of Economic Research Inc., 1962. P. 609–626.
10. Romer P.M. Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. No. 5. 71 p.
11. Castells M. The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford : Oxford University Press, 2001.
12. Kelly K. New Rules for the New Economy. Ten Radical Strategies for a Connected World. N.Y., 1998.
13. Shapiro C. Information rules: a strategic guide to the network economy. Varian, Hal R. Boston, Mass. : Harvard Business School Press, 1999.
14. Bartlett Ch., Ghoshal S. Managing across borders: The transnational solution. Boston, MA : Harvard Business School, 1989. 328 p.
15. Hadi Putra P.O., Santoso H.B. Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). 2020. № 6 (3). DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e03568.

References:

1. Earl M. (2000) Evolving the e-business. *Business Strategy Review*, vol. 11, No. 2, pp. 33–38.
2. El Sawy O. (2001) Redesigning Enterprise Processes for e-Business, McGraw-Hill, Boston.
3. Papazoglou M., Ribbers P. (2006) E-Business: Organizational and Technical Foundations, John Wiley & Sons, Chichester.
4. Fedyshyn I.B. (2016) Elektronnyj biznes ta elektronna komercija .Ternopil, p. 97.
5. Laudon K., Traver C. (2011) E-Commerce 2011. Business. Technology. Society, 7th European ed., Pearson Education Limited, Harlow.
6. Lee In. (2008) Electronic Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications – IGI Global.
7. Pilevych D.S. (2019) Teoretychne pidgruntja rozvytku elektronnoho biznesu. *BiznesInform Ekonomika. Informacijni tekhnologhiji v ekonomici*. № 5. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-5_0-pages-67_72.pdf (accessed 18.07.2021) DOI: 10.32983/2222-4459-2019-5-67-72.
8. Roghach O.V. (2018) Teoriji mizhnarodnoho biznesu: pidruchnyk dlja studentiv ekonomichnykh specialjnostej vyshhykh navchaljnykh zakladiv. Kyiv: Kyiv university, p. 687.
9. Arrow K.J. (1962) Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, NBER Chapters, in: *The Rate and Direction of Inventive Activity*, pp. 609–626, National Bureau of Economic Research, Inc.
10. Romer P.M. (1990) Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, vol. 98, no. 5, pp. 71–102.
11. Castells M. (2001) *The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford, Oxford University Press.
12. Kelly K. (1998) *New Rules for the New Economy. Ten Radical Strategies for a Connected World*. N.Y.
13. Shapiro C. (1999) *Information rules: a strategic guide to the network economy*. Varian, Hal R. Boston, Mass.: Harvard Business School Press.
14. Bartlett Ch., Ghoshal S. (1989) *Managing across borders: The transnational solution*. Boston, MA: Harvard Business School, 328 p.
15. Hadi Putra P.O., Santoso H.B. (2020) Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). № 6 (3). Available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32211544> (accessed 18.07.2021). DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e03568.