

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ ТА ФУЛФІЛМЕНТ

Методичні вказівки
до організації та планування самостійної роботи
для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
денної та заочної форм здобуття освіти за
спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»

Електронний ресурс

Рецензенти:

В. І. Чобіток – д.екон.н., проф., професор кафедри маркетингу та торговельного підприємництва ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»;

Г. В. Обруч – д.екон.н., проф., професор кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту.

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 6 від 28 лютого 2025 року)*

Е 45 **Електронна** торгівля та фулфілмент : методичні вказівки до організації та планування самостійної роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня денної та заочної форм здобуття освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля [Електронний ресурс] / укладач М. М. Чуйко. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – (PDF 17 с.).

Методичні рекомендації складено відповідно до програми дисципліни «Електронна торгівля та фулфілмент». Мета видання – допомогти студентам закріпити знання з теоретичного курсу, набути навичок самостійної роботи. Навчально-методичне видання містить зміст питань за кожною темою дисципліни, тестування, запитання для самопідготовки.

Для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» освітньо-професійної програми «Митна справа».

УДК 339:004.738

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2025
© Чуйко М. М., уклад., 2025

ВСТУП

У сучасному світі електронна торгівля стрімко розвивається, пропонуючи як значні можливості для бізнесу, так і виклики, з якими важливо вміти ефективно справлятися. Електронна торгівля знижує торговельні бар'єри, дозволяючи навіть менш продуктивним підприємствам займатися експортом, при цьому інформація та дані стають важливим фактором виробництва, що потребує перегляду традиційних поглядів на роль капіталу та праці. Електронна торгівля надає значні можливості для розвитку бізнесу. Ключ до успіху полягає у вмінні адаптуватися до змінюваних умов ринку, використовуючи інноваційні технології та стратегії. З осмисленням цих аспектів українські компанії можуть ефективно конкурувати на глобальному рівні в епоху цифрової економіки. Сервіс фулфілменту в Україні також набуває все більшого значення в умовах зростання електронної комерції. Фулфілмент включає в себе низку послуг, пов'язаних зі зберіганням, пакуванням і доставкою товарів, що дозволяє інтернет-магазинам зосередитися на своїх основних бізнес-аспектах. Попит на послуги фулфілменту обумовлений зростанням онлайн-торгівлі в Україні, що вимагає ефективної логістики.

Метою викладання навчальної дисципліни «Електронна торгівля та фулфілмент» є формування загальних та професійних компетентностей щодо організації і технології роздрібної та оптової електронної торгівлі та фулфілменту та набуття навичок їх практичного вирішення суб'єктами підприємницької діяльності у сучасних умовах господарювання. Предметом вивчення навчальної дисципліни є методологія і методи побудови, аналізу систем електронної торгівлі та фулфілменту та технологій ведення бізнесу на основі використання інформаційно-комунікаційних можливостей мережі Internet.

Дані методичні вказівки складено відповідно до програми дисципліни «Електронна торгівля та фулфілмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» галузі знань 07 Управління та адміністрування освітньо-професійної програми «Митна справа». Мета видання полягає в тому, щоб допомогти здобувачам закріпити знання з теоретичного курсу, набути навичок самостійної роботи. Самостійна робота є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від нормованих навчальних занять, тобто лекційних і практичних занять (аудиторної роботи).

Для підготовки до поточного та підсумкового контролю здобувачам необхідно ознайомитись з рекомендованою літературою та, використовуючи методичні вказівки до організації та планування самостійної роботи, вивчити теоретичні питання за кожною темою дисципліни. Здобувачі можуть перевірити свою підготовленість шляхом відповідей на запитання, які надано для самопідготовки, а також проходження тестування.

При вивченні дисципліни «Електронна торгівля та фулфілмент» здобувач повинен ознайомитися з робочою програмою навчальної дисципліни, її структурою, формами й методами навчання, видами й методами контролю знань. Тематичний план дисципліни складається з двох розділів, які, в свою чергу, складаються із тем.

Тема 1

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Сутність і об'єктивні передумови виникнення електронного бізнесу. Інтернет як середовище ведення підприємницької діяльності. Електронні ринки: їх сутність, структура, функції учасників.

Сутність електронного бізнесу. Переваги функціонування електронного бізнесу. Принципи функціонування електронного бізнесу. Специфіка ведення електронної торгівлі. Фактори, що впливають на розвиток технологій електронного бізнесу: загальноекономічні, правові, інфраструктурні, управлінські. Організаційно-технологічна база електронного бізнесу. Відмінні особливості і тенденції розвитку електронного бізнесу.

Співвідношення понять електронний бізнес, електронна комерція, електронна посередництво, електронна торгівля. Основні поняття електронної торгівлі. Структура ринку електронної торгівлі.

Самостійна підготовка за темою 1

Використовуючи запропоновану літературу, слід ознайомитися з теоретичним матеріалом з таких питань:

- поняття електронної торгівлі;
- історія розвитку електронного бізнесу;
- принципи функціонування електронного бізнесу та його види;
- сучасні види та моделі електронної торгівлі;
- порівняльний аналіз електронної торгівлі з традиційною торгівлею;
- переваги та недоліки функціонування електронної торгівлі;
- основні категорії та служби мережі Інтернет;
- структура URL-адреси веб-сайтів;
- поняття та класифікація веб-сайтів;
- базові технології електронної торгівлі;
- системи керування контентом, класифікація CMS-систем.

Питання для самопідготовки

1. Що представляє собою електронна торгівля та електронний ринок?
2. Назвіть етапи розвитку систем електронного бізнесу.
3. Які основні принципи функціонування електронної економіки?
4. Які існують основні моделі е-комерції?
5. Які переваги електронної торгівлі порівняно з традиційною торгівлею?
6. Що являє собою інтернет-магазин?
7. За якими ознаками і як класифікують веб-сайти?
8. Надайте характеристику веб-технологіям як базовим технологіям для організації електронної торгівлі.
9. Назвіть групи та типи CMS системи?
10. Які переваги і недоліки CMS-системи?

Тестування для самопідготовки за темою 1

1. Бум розвитку електронної комерції у світі розпочався у:

- 1) 1995-1996 роках
- 2) 1999-2000 роках
- 3) 2001-2003 роках
- 4) 2005-2006 роках.

2. Поняття «електронна комерція»:

- 1) охоплює Інтернет-бізнес
- 2) ширше, ніж Інтернет-комерція
- 3) тотожне поняттю “електронний бізнес”
- 4) включає всі види комерційної діяльності

3. Чим більше товарів у мережі, тим ціннішими вони стають – це принцип:

- 1) повноти електронної комерції
- 2) єдиного системного зв'язку
- 3) зростаючого ефекту
- 4) експоненти

4. Яка модель електронної комерції включає процес взаємодії компанії з кінцевим споживачем, що має на меті продаж товарів, послуг або інформації?

- 1) B2C
- 2) B2B
- 3) B2A
- 4) C2A

5. Які з інструментів і методів не характерні для електронної торгівлі?

- 1) телефонний зв'язок
- 2) реклама і ЗМІ
- 3) орієнтація на масового клієнта
- 4) усі відповіді вірні

6. До переваг електронної торгівлі не відносять:

- 1) глобальний доступ на глобальні ринки
- 2) поява нових бізнес-моделей
- 3) перехід конкуренції з локального рівня на глобальний
- 4) відсутність митних податків

7. Яка зі служб Інтернету представляє собою записи у вигляді тексту, зображення або мультимедіа, що регулярно додаються?

- 1) веб-сторінка
- 2) блог
- 3) веб-форум
- 4) вікіпроект

8. Як називається веб-ресурс, на якому наводиться уся інформація стосовно товарів або послуг?

- 1) каталог продукції
- 2) промо-сайт
- 3) інтернет-магазин

4) сайт-візитка

9. За допомогою якої веб-технології можна дати короткий опис нової інформації, що з'явилась на сайті, і посилання на її повну версію?

1) AJAX

2) RSS

3) Mash-Up

4) CMS

10. Платні CMS-системи з відкритим кодом:

1) мають можливість вносити зміни через інтерфейс;

2) забезпечують безпеку та надійність системи

3) мають обмежену підтримку

4) усі відповіді вірні

Тема 2

БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Структурно-функціональні схеми бізнес-моделей систем електронної комерції. B2B (Business-to-Business) – міжкорпоративні бізнес-процеси в Інтернеті. Електронна комерція на споживчому ринку товарів і послуг: технології B2C (Business-to-Consumer). Електронна комерція в секторі C2C (Consumer-to-Consumer). Модель електронної комерції B2A (Business-to-Administration). Модель електронної комерції C2A (Consumer-to-Administration). Бізнес-модель електронної економічної діяльності E2E (Exchange-to-Exchange).

Взаємодія бізнесу і громадян з державою: B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-Government). B2P (Business-to-Partners) – електронна взаємодія онлайн-учасників з філіями й партнерами, створення спільних підприємств і співпраця постачальниками послуг. B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) – інтеграція систем класу B2B і B2C на єдиній платформі. D2C (Direct-to-Consumer) прямий продаж бренду кінцевому споживачеві. Взаємодія учасників у кожній з моделей електронної комерції.

Самостійна підготовка за темою 2

Використовуючи запропоновану літературу, слід ознайомитися з теоретичним матеріалом з таких питань:

- функціональні можливості електронної комерції;
- моделі відносин між учасниками процесу електронної комерції;
- характеристика засобів захисту інформації;
- технологія захисту інформації при роботі у мережі;
- види загроз безпеки інформаційної системи та методи захисту;
- шифрування та електронно-цифровий підпис;
- системи електронної комерції в секторі B2B;
- корпоративні представництва в Інтернеті;

- особливості діяльності віртуальних підприємств;
- інтернет-інкубатори;
- мобільна комерція.

Питання для самопідготовки

1. На які види поділяють електронну комерцію?
2. Назвіть моделі електронної комерції.
3. Які є підходи забезпечення безпеки системи у електронній комерції?
4. Які загрози безпеки інформаційної системи ви знаєте?
5. Які основні види алгоритмів шифрування існують?
6. Назвіть найпоширеніші системи, що використовуються в секторі B2B.
7. У чому полягає сутність CRM-системи?
8. Які варіанти створення сайту компанії ви знаєте?
9. Надайте рекомендації щодо використання різних типів сайтів.
10. Що являють собою віртуальні підприємства?

Тестування для самопідготовки за темою 2

1. Що не відноситься до внутрішньої безпеки інформаційної системи?
 - 1) забезпечення надійної і коректної роботи
 - 2) захист системи від проникнення зловмисників
 - 3) підтримка дисципліни доступу до системи
 - 4) створення механізмів регламентації діяльності всіх користувачів та обслуговуючого персоналу
2. Від яких чинників залежать ризики, що виникають унаслідок помилок у програмному забезпеченні?
 - 1) міра відкритості системи
 - 2) наявність помилок у операційній системі
 - 3) швидкості виправлення помилок у ОС
 - 4) усі відповіді вірні
3. Скільки рівнів інформаційної системи повинно враховуватися для побудови комплексної системи захисту?
 - 1) 8
 - 2) 4
 - 3) 3
 - 4) 6
4. При якому шифруванні використовуються два ключі?
 - 1) синхронне
 - 2) симетричне
 - 3) асиметричне
 - 4) асинхронне
5. До функціональних можливостей електронної комерції не відноситься:
 - 1) проведення онлайн платежів;
 - 2) продаж товарів через Інтернет;

- 3) самореєстрація користувачів;
- 4) замовлення зберігаються в різних базах даних.

6. Можливості здійснювати комерційні дії електронним пристроєм у будь-який час – це:

- 1) T-commerce;
- 2) V-commerce;
- 3) U-commerce;
- 4) D-commerce.

7. Взаємодія користувачів для обміну комерційною інформацією, досвідом, аукціонною торгівлею між фізичними особами – це модель електронної комерції:

- 1) C2C
- 2) B2C
- 3) B2B
- 4) G2C

8. Яка система електронної торгівлі забезпечує повний цикл супроводу клієнтів?

- 1) CRM
- 2) SCM
- 3) ERP
- 4) MRP

9. Який тип сайту дозволяє здійснювати колективну роботу дистанційно віддалених підрозділів співробітників?

- 1) внутрішнє робоче середовище
- 2) корпоративний інформаційний портал
- 3) сайт інтернет-магазину
- 4) промо-сайт

10. Що не є особливістю віртуальних підприємств?

- 1) пріоритет вертикальних зв'язків
- 2) вузька спеціалізація учасників підприємства
- 3) відносна автономність
- 4) усі відповіді вірні

11. До якого сектору електронної торгівлі відносять електронний торговий майданчик?

- 1) C2C
- 2) B2C
- 3) B2B
- 4) G2C

12. Інтернет-вітрина – це:

- 1) інструмент залучення покупця;
- 2) інтерфейс для взаємодії з покупцем;
- 3) майданчик для проведення маркетингових заходів;
- 4) усі відповіді вірні.

13. Яка з систем ведення роздрібною електронною торгівлі є найбільш капіталомісткою?

- 1) електронний торговий ряд
- 2) інтернет-вітрина
- 3) інтернет-магазин, що не має власних складів
- 4) інтернет-магазин, що має власні складські запаси

ТЕМА 3

ЕЛЕКТРОННІ ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ ТА РОЗРАХУНКИ ЗА ТОВАРИ І ПОСЛУГИ

Сутність та функції електронних платіжних систем. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки. Кредитні електронні платіжні системи. Дебетові електронні платіжні системи.

Класифікація пластикових карт. Переваги та недоліки використання пластикових карток в електронній торгівлі. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті. Технологія кредитування в розрахунках за пластиковими картками.

Електронний банкінг. Передумови виникнення електронного банкіngu. Електронні гроші як інструмент електронної платіжної системи. Переваги використання електронних грошей. Недоліки електронних грошей. Здійснення розрахунків за допомогою електронних грошей.

Віртуальний (цифровий, електронний) гаманець. Типи електронних гаманців. Процедура вибору електронної платіжної системи. Взаєморозрахунки за товари та послуги з використанням мобільних засобів.

Самостійна підготовка за темою 3

Використовуючи запропоновану літературу, слід ознайомитися з теоретичним матеріалом з таких питань:

- пластикові картки та їх класифікація;
- основні поняття систем взаєморозрахунків пластиковими картками;
- механізм взаєморозрахунків пластиковими картками в Інтернеті.

Питання для самопідготовки

1. Яким видам персоналізації піддається пластикова картка до випуску?
2. У чому полягає технологія авторизації?
3. Що являє собою процесинговий центр?
4. Які існують варіанти організації транзакцій за пластиковими картками?

Тестування для самопідготовки за темою 3

1. Яка персоналізація передбачає кодування магнітної смуги платіжної картки?

- 1) фізична

- 2) електрична
- 3) графічна
- 4) ембосування

2. Як називається організація, що здійснює випуск пластикових карт?

- 1) емітент
- 2) еквайер
- 3) гарант
- 4) банк

3. Яка система забезпечує формування рахунків, їх відправлення одержувачам, а також збирання та зберігання даних про отримані та відправлені платежі?

- 1) білінгова
- 2) процесингова
- 3) еквайєрингова
- 4) правильна відповідь відсутня

4. За наявною схемою платежів електронні платіжні системи поділяються на:

- 1) готівкові і безготівкові
- 2) чекові та грошові
- 3) дебетові і кредитові
- 4) ідентифікаційні та звичайні

5. Процес авторизації – це:

1) ідентифікація особи, яка бажає отримати інтерактивний доступ до інформації, послуг, здійснити операцію

2) процес привласнення ідентифікаторів (імені, паролю користувача) суб'єктам і об'єктам платіжних систем

3) процес привласнення ідентифікаторів (імені, паролю користувача) суб'єктам і об'єктам платіжних систем

4) одержання дозволу від банку емітента банківської платіжної картки на здійснення операцій з її використанням

6. Процес, протягом якого перевіряється дійсність користувача та законність його роботи, – це:

- 1) авторизація
- 2) конфіденційність
- 3) автентифікація
- 4) апробація

7. Процесинговий центр платіжної системи – це:

1) сервер електронної комерції, на якому створено і підтримуються каталоги товарів та послуг та приймаються замовлення клієнтів на купівлю

2) установа, що забезпечує інформаційну та технологічну взаємодію між учасниками традиційної платіжної системи

3) комплекс фінансових та технологічних засобів для обслуговування банківських карток певного типу

4) сховище цифрових сертифікатів для реалізації електронного підпису при використанні електронних чеків

8. З кредитними картками працюють:

- 1) готівкові системи платежів
- 2) кредитні системи платежів
- 3) безготівкові системи платежів
- 4) дебетові системи платежів

9. Електронні чеки належать до систем, що базуються на:

- 1) механізмі управління рахунком
- 2) механізмі управління рахунком на основі електронних сертифікатів
- 3) основі електронних сертифікатів
- 4) немає правильної відповіді

10. Картка з інтегральною схемою і мікропроцесором, що здатний виконувати розрахунки, системою вводу-виводу інформації про кошти на рахунку клієнта та їх рух – це:

- 1) кредитна картка
- 2) багатоцільова картка
- 3) дебетова картка
- 4) смарт картка

Тема 4

ФУЛФІЛМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Поняття та складові фулфілменту. Історія виникнення фулфілменту. Можливості фулфілмент-оператора.

Основні схеми та моделі фулфілменту, методи роботи. Фулфілмент-оператори в Україні. Переваги та недоліки фулфілменту. Підбір фулфілмент-оператора.

Самостійна підготовка за темою 4

Використовуючи запропоновану літературу, слід ознайомитися з теоретичним матеріалом з таких питань:

- поняття фулфілменту;
- основні схеми та моделі фулфілменту;
- фулфілмент-оператори в Україні;
- переваги та недоліки фулфілменту;
- міжнародні фулфілмент-оператори.

Питання для самопідготовки

1. З яких операцій складається процес фулфілменту?
2. Які послуги надають фулфілмент-оператори?
3. Які методи роботи застосовують оператори фулфілменту?
4. Назвіть існуючі моделі фулфілменту.
5. У чому полягає сутність крос-докінгу?
6. Назвіть вітчизняних фулфілмент-операторів?

7. Які основні переваги та недоліки фулфілменту?

Тестування для самопідготовки за темою 4

1. Що не входить до операцій фулфілменту?

- 1) страхування товару
- 2) зберігання товару
- 3) прийняття оплати від клієнтів
- 4) виробництво товару

2. Яка модель фулфілменту виключає зберігання товару на складі?

- 1) крос-докінг
- 2) дропшипінг
- 3) 3PL
- 4) in-house

3. Інтернет-магазинам з яким товарообігом вигідно користуватися послугами фулфілменту?

- 1) невеликим
- 2) великим
- 3) середнім
- 4) будь-яким

4. Фулфілмент – це:

1) комплекс операцій, через які проходить замовлення після оформлення і до моменту отримання його покупцем

2) сервіс, який дозволяє магазину доручити процеси управління товарним, фінансовим та інформаційним потоком іншому оператору

- 3) операція з дистрибуції
- 4) усі відповіді вірні

5. Яка модель фулфілменту передбачає передавання виконання фулфілмент задач сторонній компанії?

- 1) крос-докінг
- 2) дропшипінг
- 3) 3PL
- 4) in-house

6. Що являє собою крос-докінг?

1) модель, за якої товар перебуває на складі мінімум часу

2) практика, яка передбачає перевантаження вантажів з одних транспортних засобів на інші без процесу зберігання на складі

3) доставка продукції від виробника чи посередника до отримувача без затримки

- 4) усі відповіді вірні

Теми рефератів

1. Електронна звітність. Цифровий підпис в електронній торгівлі.
2. Електронний маркетинг. Основні інструменти маркетингової діяльності в електронному бізнесі.
3. Розробка бізнес-моделей в електронній торгівлі.
4. Електронний PR-менеджмент.
5. Оптимізація продажів за рахунок інструментів електронної торгівлі.
6. Ризики та безпека в електронній торгівлі.
7. Розвиток електронної торгівлі в Україні.
8. Правове регулювання електронного бізнесу в Україні.
9. Товарна політика в Інтернеті. Бізнес-моделі сайтів. Етапи створення.
10. Принципи первісного залучення відвідувачів на веб-сайт та їх утримання.
11. Аналіз роботи та оцінка економічної ефективності Веб-сайту.
12. Інтелектуальна власність у електронній торгівлі.
21. Страхування електронного бізнесу та сертифікація його учасників.
22. Електронні платіжні системи.
24. Методи визначення ефективності електронної торгівлі.
25. Системи електронного документообігу в електронній торгівлі.
26. Організація надання послуг в електронній торгівлі.
27. Еволюція бізнесу в Інтернет.
28. Електронний бізнес та державні структури: взаємозв'язок та взаємодія.
29. Особливості конкуренції на електронному ринку.
30. Розвиток фулфілменту в Україні.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
2. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: навчальний посібник. За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея_НВ». 2015. 264 с.
3. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. та ін. Електронна комерція: навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2012. – 326 с.
4. Пономаренко В.С., Золотарьова І.О., Бутова Р.К. та ін. Інформаційні системи в сучасному бізнесі: навчальний посібник. Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. 484 с.
5. Про електронну комерцію: Закон України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

Додаткова література

6. Плескач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція: підручник. К: Знання, 2007. 535 с.
7. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
8. Шалева О.І. Електронна комерція. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
9. Chaffey D. Digital Business and E-commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice / Chaffey D., 2015. – 714 p. – (6th Revised Edition).
10. Про електронні довірчі послуги: Закон України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19>
11. Про захист прав споживачів: Закон України. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
12. Портал топ-менеджерів оптової та роздрібної торгівлі. – Режим доступу: <https://trademaster.ua/>
13. Роздрібна торгівля України та світу. – Режим доступу: <http://allretail.ua>
14. Статистичні дані в галузі електронної комерції. – Режим доступу: <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>
15. Перше глобальне співтовариство в галузі електронної комерції. – Режим доступу: <https://www.ecommerce-nation.com/>
16. Режим доступу: <https://e-commerce.com.ua/> – все про електронну комерцію
17. Режим доступу: <https://ecommerce-platforms.com/> – електронна торгівля у світі

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Тема 1. Сутність та зміст електронної торгівлі.....	5
Тема 2. Бізнес-моделі електронної торгівлі.....	7
Тема 3. Електронні платіжні системи та розрахунки за товари і послуги	10
Тема 4. Фулфілмент як складова електронної комерції.....	12
Теми рефератів.....	14
МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	15

Електронне навчальне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимі

Чуйко Марина Миколаївна

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ ТА ФУЛФІЛМЕНТ

Методичні вказівки
до організації та планування самостійної роботи
для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
денної та заочної форм здобуття освіти за
спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»

В авторській редакції

Підписано до розміщення 28.02.2025. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 0,6. Обсяг 0,361 Мб. Зам. № 75/25.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна