

Дмитрієва Н.О.\*

## МІЖНАРОДНІ Й НАЦІОНАЛЬНІ ЦЕНТРИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ: ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ

*Аналізуються механізм і базові принципи діяльності провідних систем електронної торгівлі корпоративного типу на міждержавному та національному рівнях. Досліджуються питання ефективності їх функціонування, а також зарубіжний досвід у цій сфері, який має високу практичну цінність для України.*

*Анализируются механизм и базовые принципы ведущих систем электронной торговли корпоративного типа на межгосударственном и национальном уровнях. Исследуются вопросы эффективности их функционирования, а также зарубежный опыт в этой области, имеющий значительную ценность для Украины.*

*A mechanism and base principles of activity of the leading systems of international electronic trade of corporate type is analyzed on intergovernmental and national levels, and also problems of efficiency of their functioning taking into account foreign experience which has a practical value for Ukraine.*

**Постановка проблеми.** Постійне розповсюдження економічної та інформаційної глобалізації і, як наслідок, розвиток нових способів виробництва, заснованих на використанні мережі Інтернет, а також формування міжнародних і національних моделей інформаційного суспільства викликають гостру потребу в нових наукових і методологічних підходах до оцінки як функціонуючих, так і новостворених систем самоорганізації електронних торговельних відносин між країнами.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретико-методологічні й економіко-організаційні аспекти окремих систем та форм електронного бізнесу (комерція, торгівля), який базується на використанні нових цифрових інформаційних технологій, його класифікаційні ознаки, аналіз сучасних трансформацій та особливостей розвитку стали провідними темами досліджень українських науковців Б.П. Адамика [1], В.Г. Андрійчука [2], А.Ю. Берко [3], А.М. Берези [4], О.П. Копішинської [11], В.І. Міщенко [14], В.Л. Плєскач [17; 18], С. Поленок [19], О.М. Сохацької [22], І.І. Ярової [29], а також іноземних, зокрема, М. Зирянова [6], А.А. Іщенко [7], Л.С. Клімченя [8], Кобелева [9], Ю.А. Конюхова [10], М.А. Морозова [15], Ян. Тіме [23], А.А. Циганова [25] та А.В. Юрасова [28].

Утім, комплексне дослідження цієї актуальної та перспективної проблематики, зокрема, характеристик систем функціонування міжнародних і національних центрів електронної торгівлі, в Україні тільки розпочинається і залишається ще поза увагою більшості науковців.

**Мета дослідження** полягає в аналізі діяльності провідних систем електронної торгівлі корпоративного типу на міждержавному та національному рівнях, а також розгляді

\* аспірантка кафедри світового господарства і міжнародної економічної інтеграції УДУФМТ  
Науковий керівник: проф. Поліванов В. Є.

питань ефективності їх функціонування та перспектив розвитку з урахуванням зарубіжного досвіду.

**Виклад основного матеріалу.** *Теоретичні аспекти, напрямки діяльності та концепції функціонування окремих провідних міжнародних та національних центрів електронної торгівлі.* Основу характеристик та класифікаційних ознак провідних систем та форм електронної торгівлі становить міжнародна мережева (через Інтернет) взаємодія між її учасниками, важливими рисами якої є глобальність, екстериторіальність, інтерактивність, загальнодоступність, розподіленість, оперативність та динамізм бізнес-процесів [18, с.61].

Системи міжнародної електронної торгівлі можна класифікувати за:

- видами і сферами їх бізнесу;
- географічним охопленням;
- формами власності (трансграничний корпоративний або споживчий сектори; сектори електронної взаємодії фізичних і юридичних осіб; міждержавна ділова електронна взаємодія);
- стадіями життєвого циклу систем і форм (новий електронний торговельний бізнес; розвиток чи реорганізація існуючого трансграничного електронного торгового бізнесу тощо);
- основними різновидами електронної торгівлі. Наприклад, продаж електронно-інформаційних послуг (інтернет-страхування, трейдинг, банкінг; електронні послуги в міжнародному туризмі).

За даними авторитетної консалтингової агенції Forrester Research, 85% обігу електронної комерції припадає на корпоративний та міждержавний сектори [18, с.29]. Серед них існують:

- глобальна мережа центрів електронної торгівлі;
- національні центри електронної торгівлі;
- міждержавна мережа інформаційно-маркетингових центрів.

**Глобальна мережа центрів міжнародної електронної торгівлі.** На VIII сесії ЮНКТАД (Колумбія, м. Картахена; 1992 р.) була ініційована спеціальна Програма зі створення центрів з питань торгівлі («Trade Point»), а на Всесвітньому симпозіумі ООН з проблем ефективності торгівлі (США, Огайо, м. Колумбус; 1994 р.) було прийнято остаточне рішення про створення Всесвітньої мережі центрів з питань торгівлі (Global Trade Point Network), яка об'єднала через Інтернет торгові центри світу, що сприяло значному розвитку електронної торгівлі. Глобальна мережа таких центрів торгівлі **являє собою електронну мережу**, що зв'язує центральний Web-сайт Програми центрів з питань торгівлі (Швейцарія) і Web-сайти окремих національних центрів.

Сьогодні глобальна електронна мережа об'єднує 156 національних центрів з 92 країн світу і 33000 торгових компаній. Це цілодобово діючі торгові осередки, що об'єднують фізично чи віртуально компанії, які надають експортерам та імпортерам (насамперед малим і середнім підприємствам) інформацію з питань зовнішньоторговельних електронних угод, а також комплекс послуг (з використанням найсучасніших ІТ технологій) для полегшення доступу до електронних ринків [13].

За допомогою мережі Інтернет учасники таких центрів у багатьох країнах світу можуть:

- сприяти залученню до міжнародного розподілу праці нових суб'єктів міжнародної електронної торгівлі;
- отримати доступ до інформаційно-телекомунікаційних технологій та послуг світового рівня;

- забезпечувати поширення різноманітної інформації серед потенційних клієнтів у світовому електронному просторі;
- здійснювати інтерактивний пошук відповідної інформації в електронних базах даних потенційних ділових партнерів в інших країнах, щоб розширити участь національних торговельних підприємств у системах електронної торгівлі;
- здійснювати пошук іноземних партнерів для залучення інвестицій у різноманітні виробничі, будівельні, інформаційні, телекомунікаційні та інші проекти, особливо – для підприємств малого та середнього бізнесу;
- проводити громадську експертизу існуючих та створюваних у рамках програми ЮНКТАД регіональних центрів електронної комерції;
- спрощувати торгові процедури з використанням сучасних стандартів передачі даних, в т.ч. стандартів ООН ЕДІФАКТ (EDIFACT – Electronic Data Interchange For Administration, Commerce and Transport);
- використовувати електронний обмін даними для скорочення документообігу при укладанні міжнародних торговельних угод;
- отримати практичний досвід роботи з іноземними партнерами, а також інформацію, необхідну для аналізу ділового клімату і вимог, які висуваються до світових ринків щодо використання технологій електронної торгівлі.

**Глобальний центр інформаційних технологій (DHL)** є світовим лідером експрес-доставки і логістики, який пропонує учасникам міжнародної електронної торгівлі весь спектр відповідних послуг. Мережа DHL охоплює понад 220 країн і територій. ІТ-інфраструктура DHL консолідує роботу і розвиток трьох центрів даних, розташованих в Європі, Америці та Азії. У разі виходу з ладу одного з них, два інші візьмуть його навантаження на себе. Маючи значний досвід у сфері експрес-доставки, повітряних, наземних і морських перевезень на значних територіях, DHL глибоко знає місцеві електронні ринки і постійно підтримує функції визначення географічного положення вантажів. Близько 160 стратегічних центрів світового значення співпрацюють з DHL у процесах надання та обміну різноманітною інформацією. У Центрі широко використовується ряд електронних систем, що належать до класу інфраструктури обміну міжнародними повідомленнями. Це дозволяє учасникам електронної торгівлі в реальному часі отримувати повну інформацію про рух вантажів, яка постійно надходить зі сканерів штрих-кодів [6; 7, с.22-44].

**Національні центри електронної торгівлі.** Глобальна фінансово-економічна криза виразно показала, що сьогодні національним корпоративним торговельним секторам украї необхідно оптимізувати свої витрати, якісно змінюючи системи закупівель за допомогою переходу на електронну форму організації діяльності.

Сьогодні Росію в Глобальній світовій мережі центрів торгівлі представляє **Російський інформаційний центр з питань зовнішньої торгівлі** (РЦЗТ; створений 1995 р.), який діє в системі Міністерства економічного розвитку і торгівлі РФ. Центр акредитований в ООН/ЮНКТАД як національна організація і є членом Всесвітньої федерації центрів з питань торгівлі (WTPF – World Trade Point Federation).

Проект РЦЗТ забезпечив:

- створення мережі інформаційно-процесингових центрів міжнародної електронної комерції в суб'єктах РФ, що дозволило забезпечити внутрішню і зовнішню кооперацію учасників торгівлі в рамках єдиного електронного інформаційного простору;
- децентралізацію інформаційного обміну, зниження витрат, а також поліпшення умов функціонування систем електронної торгівлі шляхом створення сприятливого інформаційного середовища з використанням сучасних телекомунікаційних технологій у форматі стандартів електронного обміну даними EDI (Electronic Data Interchange);

- проведення роботи в рамках Федеральної цільової програми «Електронна Росія на 2002-2010 роки» та спеціальної Програми з підвищення ефективності торгівлі (Special Programme for Trade Efficiency) ООН/ЮНКТАД.

Основні напрямки діяльності РЦЗТ:

- здійснення постійних контактів з ЮНКТАД та її робочими органами, відповідальними за реалізацію Програми ЦЗТ;

- сприяння здійсненню російськими ЦЗТ єдиної інформаційно-технічної та методичної політики відповідно до рекомендацій ЮНКТАД, всесвітніх і регіональних конференцій;

- співпраця з ЮНКТАД із питань сертифікації і присвоєння статусу «Trade Point» новостворюваним ЦЗТ;

- підтримка електронних представництв компаній в Інтернет через участь у проекті створення інформаційного простору між країнами СНД і Балтії у сфері розвитку електронної торгівлі, що здійснюється під егідою Міжнародного торгового центру (International Trade Centre UNCTAD/WTO);

- участь РЦЗТ і членів ЦЗТ-Асоціації в реалізації російських і міжнародних програм у сферах функціонування електронної торгівлі;

- сприяння та участь у розробці стандартів, норм і юридичної бази у сфері електронного обміну даними з поетапним впровадженням елементів електронної торгівлі;

- проектування, створення і постійна підтримка інформаційних обчислювальних систем, мереж та їх організаційно-технічної інфраструктури;

- представлення та захист інтересів інших російських ЦЗТ в російських органах управління та міжнародних організаціях, фондах, на конференціях, нарадах;

- інформаційно-консультаційне обслуговування російських та іноземних учасників ЗЕД за запитами, надання різноманітних інформаційно-довідкових матеріалів;

- обмін економічною, комерційною, нормативно-правовою та довідковою інформацією з Міністерством торгівлі США – BISNIS (Business Information Service for the Newly Independent States);

- розміщення комерційних пропозицій у Всесвітній мережі центрів з питань торгівлі (GTPNet), просування інформації про товари та послуги із залученням російських регіональних і торгових представництв за кордоном;

- моніторинг експорту й імпорту товарів та послуг, включаючи кон'юнктуру цін та відомості про експортерів й імпортерів;

- консультації та професійне сприяння на всіх етапах підготовки зовнішньоторговельних електронних угод;

- проведення маркетингових досліджень, підготовка аналітичних оглядів з різних аспектів ЗЕД;

- організація та здійснення навчання, підвищення кваліфікації персоналу РЦЗТ і членів ЦЗТ-Асоціації в Росії та за кордоном;

- збір, узагальнення, аналіз і поширення досвіду діяльності російських і зарубіжних центрів з питань торгівлі.

Цей проект входить у Федеральну програму щодо підтримки малого та середнього бізнесу і забезпечує зовнішньоторговельну інформаційно-електронну підтримку в рамках Системи інформаційного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності та Системи інформаційного забезпечення малого підприємництва РФ [10; 13; 16].

В іншому національному ІТ-центрі РФ – *Єдиній системі електронної торгівлі B2B-Center* – до кінця 2009 р. кількість учасників становила 37 800 компаній. Приріст клієнтської бази системи тільки за 2009 р. становив 43% (11300 нових компаній). За даними Центру розвитку економіки (B2B-Center), щомісячний приріст учасників становив близько

1 тис. компаній. Основний обсяг торгів (понад 90%) припадає на конкурси. За 2009 р. у системі B2B-Center проведено 7520 торгових процедур. Сукупний обсяг торгів, проведених в Єдиній системі електронної торгівлі B2B-Center у 2009 р., перевищив 507,4 млрд. руб. Тільки в корпоративному секторі (B2B) обсяг торгів становив 480 млрд. руб., а в секторі закупівель для державних і муніципальних потреб (B2G) – 27,4 млрд. руб. Усього в системі на поточний момент укладено 70 тис. угод.

У 2009-2010 рр. B2B-Center проводив активну роботу щодо розширення сфери додаткових послуг, зокрема, інтегруючи банківські послуги в практичну діяльність Центру. З кінця 2009 р. учасники Єдиної системи електронної торгівлі при проведенні електронних торговельних операцій мають можливість отримувати повний пакет банківських послуг у власному банку – ТОВ КБ «Бізнес для бізнесу» (B2B-Банк). У пакет продуктів і послуг банку входять усі види кредитування для юридичних осіб, фінансування торгових операцій та етапів будівельно-монтажних робіт, видача банківських гарантій (на участь у тендері, гарантії виконання контракту та повернення авансового платежу), а також послуг факторингу, лізингу, овердрафту й індивідуальні програми фінансування підприємств та організацій. У своїй роботі банк широко використовує електронні фінансові сервіси, в основі яких – застосування електронного цифрового підпису, що значно скорочує час на обслуговування учасників торгівлі. Крім того, банк має електронні торгові історії на своїх клієнтів, що дозволяє оперативніше приймати рішення щодо надання кредитів.

Наприкінці 2009-го стратегічним партнером B2B-Center став «Газпромбанк». Завдяки цьому клієнти Центру можуть отримати повний пакет банківських послуг, включаючи оформлення електронної банківської гарантії всього за 1-2 дні. Результати закупівель 2009 р., наприклад, Міністерства оборони РФ на електронному торговому майданчику B2B-Center (на поставку харчових продуктів та канцелярського приладдя) у формі відкритих аукціонів (на майданчику «B2G-Держзакупівлі») свідчать про високу ефективність таких торгів. Завдяки відкритій конкуренції і прозорості торгів відомство заощадило на закупівлях майже третину бюджету [5; 12; 24].

**Міждержавний інформаційно-маркетинговий центр (МІМЦ)** держав-учасників СНД. Формування масового ринку електронних сервісів та задоволення великого попиту на послуги електронної торгівлі, а також функціонування соціальних комунікацій та різноманітних електронних прикладних програм (дистанційне навчання, телемедицина, електронний контент у сфері підприємництва, культури, мистецтва) у державах СНД давно стало назрілою проблемою.

Згідно з рішенням Ради глав урядів СНД від 24 листопада 2006 р. затверджені Стратегія співробітництва держав-учасниць СНД у сфері інформатизації (далі – Стратегія) та План дій щодо її реалізації на період до 2010 р. (далі – План), які визначають перспективи взаємовигідної співпраці у сфері розвитку ІКТ та побудови міждержавного інформаційного суспільства.

У реалізації Стратегії та Плану, а також створенні мережі Міждержавних інформаційно-маркетингових центрів (МІМЦ), сьогодні беруть участь сім держав-учасниць (окрім Азербайджану, Туркменістану, Узбекистану та України), які щорічно розглядають хід виконання Стратегії та Плану на засіданнях Координаційної ради країн з прийняттям відповідних рішень.

Сьогодні між країнами СНД розгорнута мережа МІМЦ, яка надає учасникам торгівлі електронні сервіси під торговою маркою «ContentNet» ТМ для просування товарів і послуг на ці ринки. В інформаційному просторі «ContentNet» може зареєструватися будь-хто – міністерства та відомства, підприємницькі структури, фізичні особи СНД.

Основними напрямками реалізації Стратегії є:

- національні стратегії, програми та проекти інформатизації, а також міжнаціональні програми і проекти, що здійснюються на двох- і багатосторонній основі у складі Плану щодо забезпечення сприятливих умов для розвитку торговельно-економічних зв'язків та електронної торгівлі;

- формування і розвиток інфраструктури ринків товарів і послуг держав-учасниць, при якому забезпечується рівноправний, і з мінімальною кількістю посередників, доступ на ці ринки учасників електронної торгівлі, наприклад, розміщення реклами та участь у рейтингах продажів, сприяння розвитку коопераційних зв'язків між країнами та ін.;

- координація діяльності МІМЦ як сполучних ланок між виробниками і споживачами товарів, усунення інформаційних бар'єрів між учасниками міжнародної торгівлі, формування та оперативне надання інформації про кон'юнктуру і потенційні можливості товарних електронних ринків;

- залучення в процес приєднання до «цифрових можливостей» широкого кола національних та іноземних користувачів: державних установ, підприємств, організацій і населення; створення нових електронних ринків послуг, пов'язаних з електронними сервісами (маркетинговими, фінансовими, страховими, логістичними тощо) та глобальними системами обміну інформацією, знаннями й інноваціями.

Для вирішення цих завдань широко використовуються комунікаційні можливості Інтернет і сучасні ІКТ. Система МІМЦ представлена мережею інтегрованих інтернет-порталів, які поширюють серед користувачів торгіву і маркетингову інформацію про продукцію і виробників країн СНД, аналітичні дані про стан ринків і послуги міжнародної логістики, технічну підтримку щодо забезпечення виконання електронних угод.

При цьому найбільшу увагу в МІМЦ привертають дві технологічні складові: уніфікована система обміну інформацією (економічною, комерційною, фінансовою), а також можливість розгортання будь-яких Web-сервісів на базі електронного реєстру. Система обміну інформацією забезпечує ефективне впровадження найрізноманітніших прикладних заходів (електронного документообігу, електронної звітності, онлайн-аналізу даних та ін.).

2010 р. Російська Федерація разом із секретаріатом Комісії Митного союзу приступила до змістовного коригування планів створення міждержавної мережі МІМЦ з урахуванням першочергових рішень, які приймаються у рамках підготовки і підписання Угоди про застосування інформаційних технологій при обміні електронними документами в системах електронної торгівлі на єдиній митній території Митного союзу в рамках Євразійського економічного співтовариства.

У ряді держав-учасниць СНД на національному рівні мережі МІМЦ вже реально працюють з виходом як на учасників національної торгівлі, так і на інші країни. Позитивні результати отримані в Білорусі, Росії та Україні. Зокрема, в Україні завершуються технологічні роботи щодо створення мережі МІМЦ. Вона ефективно і з мінімальними затратами забезпечуватиме розміщення інформації, перенесення бізнесових і суспільних процесів в Інтернет, що незабаром сприятиме остаточному вирішенню завдань інтеграції мереж МІМЦ серед країн СНД.

У Білорусі основою побудови інформаційної інфраструктури електронної торгівлі є Центр електронної торгівлі, який:

- здійснює моніторинг розвитку електронної торгівлі загалом, включаючи сферу державних закупівель;

- упроваджує системи обміну даними про вироблені товари і послуги та ціноутворення на них;

- налагоджує контакти між суб'єктами підприємницької електронної діяльності;

- сприяє скороченню витрат на оформлення угод, просування товарів і послуг на національному та міжнародних ринках.

Вихід до міжнародної мережі такого Центру забезпечується завдяки сполученню з МІМЦ країн СНД.

Зауважимо, що строк реалізації Програми створення МІМЦ закінчився ще 2008 р. Тому триває робота зі створення цієї мережі відповідно до нових проектів – Угоди про співробітництво держав-учасниць СНД у створенні, використанні та розвитку міждержавної мережі МІМЦ для просування товарів і послуг на національні ринки та Положення про Робочі групи високого рівня з розвитку міждержавної мережі МІМЦ та електронної торгівлі для просування товарів і послуг на національні ринки держав-учасниць СНД. Ці документи були розглянуті і прийняті главами урядів семи країн СНД 21 травня 2010 р.

На думку експертів, створення в перспективі оптимальної інфраструктури МІМЦ дозволить лише на рівні державного сектора підвищити ефективність використання бюджетних коштів на 15-20% з держзакупівель та на 35-40% знизити витрати промислових підприємств на організацію збуту своєї продукції [16; 19; 21; 27].

**Висновки.** У перспективі головним результатом удосконалення і роботи мережі МІМЦ країн СНД, на нашу думку, має стати створення сучасної інфраструктури торговельно-логістичних та електронно-інформаційних систем країн СНД. Вони дозволять:

- створити необхідні передумови для функціонування міжнародного самоорганізаційного, інтелектуального та економічного середовища на основі Електронної технологічної платформи для поступового переходу до *міждержавного інформаційного суспільства*;

- підвищити рівень довіри учасників електронної торгівлі до державних органів країн СНД шляхом впровадження практики обміну інформацією в уніфікованих форматах і забезпечення каталогізації електронно-інформаційних ресурсів за різними критеріями;

- широко використовувати електронно-інформаційні системи про товари та послуги (у тому числі іноземного походження), що дозволить оперативно визначати їхню реальну ринкову (митну) вартість та, відповідно, скоротити потребу в послугах різних представництв, фахівців з маркетингу, логістики, обслуговування товарних потоків;

- підвищити рівень економічної й інформаційної безпеки з одночасним спрощенням митних процедур і запровадити системи електронних багатовалютних платежів і страхування договорів, що укладаються в електронному вигляді;

- забезпечити можливість укладання консигнаційних договорів в електронному вигляді для товарів, не випущених в обіг, що дозволить істотно збільшити обсяги, в тому числі й електронних, торговельних операцій, одночасно спростити процедуру митних очисток, здійснювати контроль за кількісними показниками щодо обігу національних та іноземних товарів;

- зменшити негативні наслідки різноманітних глобальних ринкових трансформацій, які зв'язані з розвитком нових інформаційних технологій, через застосування глобальних моделей ведення міждержавної електронної торговельно-економічної взаємодії.

МІМЦ відкриває серйозні можливості для ліквідації проблеми «цифрового розриву», властиву країнам СНД, та для подальшого розвитку різноманітних прикладних ІТ - розробок – електронного бізнесу, комерції, торгівлі, дистанційного навчання, телемедицини, паспортно-візових документів нового покоління, електронного урядування, інформаційної безпеки та розвитку інших ІКТ), а також сприятиме розвитку нових видів соціально-економічних та комунікаційних відносин між країнами на базі глобальних інформаційних мереж.

### Література

1. Адамик Б.П. Банківські електронні послуги : навч. пос. / Б.П Адамик. – Тернопіль : Карт-бланш, 2005. – 94 с.
2. Андрійчук В.Г. Електронні державні закупівлі за кордоном та стан їх розвитку в Україні / В.Г. Андрійчук, В. В. Смирчинський // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2005. – №2-3. – С. 100-108.
3. Системи електронної контент-комерції : монографія / А.Ю. Берко, В.А. Висоцька, В.В. Пасічник. – Львів : Вид-во Нац. унів. «Львівська політехніка», 2009. – 612 с.
4. Електронна комерція : Навч.-метод. пос. / А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Левченко, В.М. Гужва, В.С. Трохименко. – К. : КНЕУ, 2004. – 108 с.
5. B2B-Center: сукупний об'єм електронних торгов преувисил 507 млрд. руб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [pda.cnews.ru/news/index.shtml?line/2010/01/11/375682](http://pda.cnews.ru/news/index.shtml?line/2010/01/11/375682).
6. ИТ в DHL: Стивен Макгакин, директор Глобального центра информационных технологий DHL, рассказывает об ИТ-стратегии компании, ее ИТ-инфраструктуре и планах развития ИТ-услуг [Електронний ресурс] / подгот. М. Зырянов. – Режим доступу: [osp.ru/cio/2003/09/172838/\\_p2.html](http://osp.ru/cio/2003/09/172838/_p2.html).
7. Ищенко А.А. Современные тенденции управления межорганизационным электронным бизнесом в России : монография / А.А. Ищенко. – М. : ВИНТИ РАН, 2004. – 224 с.
8. Климченя Л.С. Электронная коммерция : уч. пос. / Л.С. Климченя. – Минск : Вышэйшая школа, 2004. – 191 с.
9. Кобелев О.А. Электронная коммерция : уч. пос. / О.А. Кобелев под [ред. С.В. Пирогова]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2006. – 684 с.
10. Конюхова Ю.А. Направления повышения эффективности электронной торговли / Ю.А. Конюхова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – С. 10–24.
11. Перспективи впровадження технологій електронної комерції в аграрному секторі економіки України / О.П. Копішинська, А.В.Калініченко, В.М. Калініченко // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. – 2008. – №7(34). – С.9–13.
12. Минобороны России сэкономил треть бюджетных средств на закупках в системе B2B-Center [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [pda.cnews.ru/news/index.shtml?line/2009/07/14/353930](http://pda.cnews.ru/news/index.shtml?line/2009/07/14/353930).
13. Мировая сеть центров международной торговли [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [rusimpex.ru/Content/Register/gtnet.htm#ВОТТОМ](http://rusimpex.ru/Content/Register/gtnet.htm#ВОТТОМ).
14. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг / В.І. Міщенко, А.В. Шаповалов, Г.В. Юрчук. – К. : Знання, 2003. – 278 с.
15. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника : Учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – 2-е изд., стереотип. – М. : Академия, 2004. – 240 с.
16. О ходе реализации Межгосударственной программы создания сети информационно-маркетинговых центров для продвижения товаров и услуг на национальные рынки государств-участников [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [gcc.org.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=606&Itemid=1485](http://gcc.org.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=606&Itemid=1485).
17. Плєскач В.Л. Інтернет-трейдинг та особливості надання інформаційних послуг на фінансових ринках / В.Л. Плєскач // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2006. – №12. – С. 77–81.
18. Електронна комерція: підруч./В.Л. Плєскач, Т.Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535с.
19. Поленок С. Електронний ринок стає реальністю [Електронний ресурс] / С. Поленок. – Режим доступу: [content.net.ua/thesaurus/methodology/model/elec\\_market.html](http://content.net.ua/thesaurus/methodology/model/elec_market.html).



20. Світовий та вітчизняний досвід розвитку ринків збуту промислової продукції на регіональному рівні : Тези доповідей «круглого столу» 8.12.2005. – К. : УкрІНТЕІ, 2006. – С. 64– 68.
21. Cognitive Technologies: Создание Межгосударственного информационно-маркетингового центра (МИМЦ) государств-участников СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [cnews.ru/reviews/free/gov2005/case/pro2.shtml?print](http://cnews.ru/reviews/free/gov2005/case/pro2.shtml?print).
22. Сохацька О.М. Біржова справа : підручн. / О.М. Сохацька. – 2-ге вид., зі змін. й доп. – Тернопіль : Карт-бланш; К. : Кондор, 2008. – С. 340-341.
23. Тиме Ян. Дистанционная торговля / пер. с нем. Л.А. Болховитиной ; научн. ред.: А.В. Иванов. – М. : Вершина, 2006. – 384 с.
24. У участников Единой системы электронной торговли В2В-Center появился свой банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [bankir.ru/news/article/2189465](http://bankir.ru/news/article/2189465).
25. Основы организации страхования в Интернете. / А.А. Цыганов, А.В. Быстров. – М. : Анкил, 2005. – 168 с.
26. Экономическая информатика. Введение в экономический анализ информационных систем : учебн. / М. Лугачев, Е. Анно, М. Коголовский [и др.]. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 958.
27. Электронная торговля в СНГ и восточноевропейских странах : Материалы VII международного науч. конф. 9.11.2005, Минск / отв. ред. Б.Н. Паньшин. – Минск : БГУ, 2006. – 98 с.
28. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции : учебн. / А.В. Юрасов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2008. – 480 с.
29. Ярова І.І. Електронні бізнес-моделі просування продукції промислових підприємств / І.І. Ярова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №10. – С. 240–246.