

знань та компетенції підприємств вимагає докладніших досліджень, створення моделей управління ними і рекомендацій щодо їх практичного використання.

1. Caddy J., *Orphan knowledge: the new challenge for knowledge management*, "Journal of Intellectual Capital", 2001. – Vol.2, Nr.3. 2. Kuźnicki L., *W perspektywie roku 2010, Komitet Prognoz "Polska w XXI wieku" przy Prezydium PAN, Dom Wydawniczy Elipsa*. – Warszawa, 1995. 3. *Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / Під заг. ред. А.П. Гальчинського, С.В. Львовичкіна, В.П. Семиноженка*. – К., 2003. 4. *Економіка знань та її перспективи для України / За ред. В.М. Геєця*. – К.: Інститут економічного прогнозування НАН України, 2005. 5. Кузнець Л.Ф., Кучеров О.П. *Перманентний процес відтворення інформації у формі знань // Актуальні проблеми економіки*. – 2004. – № 9. – С. 68–74. 6. Федулова Л.І. *Проблеми розвитку економіки знань в контексті вступу України до ЄС // Актуальні проблеми економіки*. – 2005. – № 4. – С. 104–117. 7. Дробчак С.З. *Особливості управління капіталом підприємства у процесі інтеграції України в глобальну економіку знань // Актуальні проблеми економіки*. – 2005. – № 11. – С. 44–48. 8. Воронкова А.Е., Вечерковски Р. *Построение модели управления знаниями предприятия // Актуальні проблеми економіки*. – 2005. – № 1. – С. 147–154. 9. Чухно А. *Інтелектуальний капітал: сутність форми і закономірності розвитку // Економіка України*. – 2002. – № 11. – С. 48–55. 10. Чухно А. *Інтелектуальний капітал: сутність форми і закономірності розвитку // Економіка України*. – 2002. – № 12. – С. 61–67. 11. Геєць В. *Характер перехідних процесів до економіки знань // Економіка України*. – 2004. – №4. – С. 4–14. 12. Геєць В. *Характер перехідних процесів до економіки знань // Економіка України*. – 2004. – №5. – С. 4–13.

УДК 339.13

О.В. Іващук

Національний університет "Львівська політехніка"

## ЕВОЛЮЦІЯ ЕЛЕКТРОННИХ РИНКІВ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

© Іващук О.В., 2006

Досліджується проблематика електронних ринків. Розглянуто їх сутність, основні характеристики та сфери застосування. Проведено класифікацію електронних ринків згідно з різними критеріями. Розглянуто етапи їх розвитку та еволюцію в часі. Досліджено принципи та форми їх організації, а саме: товарні біржі, біржі послуг, аукціони, ярмарки і тендери. Розглянуто переваги і недоліки електронних ринків та ризики, пов'язані з їх функціонуванням порівняно з традиційними ринками. Вказано на перспективи розвитку електронних ринків і проблеми, які потребують подальших досліджень.

At article the problematics of the electronic markets is investigated. Their essence, the basic characteristics and spheres of application is considered. It is carried out classification of the electronic markets concerning different criteria. It is considered stages of their development and evolution in time. It is investigated principles and forms of their organization, commodity exchanges, stock exchanges of services, auctions, fairs and tenders. It is considered advantages and lacks of the electronic markets and the risk connected to their functioning, in comparison with the traditional markets. It is shown prospects of development of the electronic markets and problems which demand the further researches.

Постановка проблеми і її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Впровадження нових інформаційних технологій, передусім мережі Інтернет, стало причиною зміни погляду на ринок як на місце проведення трансакцій купівлі-продажу. Сьогодні ринок можна розуміти двояко: як традиційний ринок (marketplace) і так званий ринковий простір (marketspace) [1]. Розвиток

інформаційних технологій приводить до того, що традиційні ринки, які розуміють як фізичне місце, де проводяться торговельні операції, еволюють і змінюються у напрямку створення ринків у сенсі інформаційного простору. Специфіка останніх впливає на відносини між ринковими суб'єктами, адже у віртуальному ринковому просторі немає особистих контактів між продавцями та покупцями.

Поняття електронного ринку ще у 1991 році використав Й. Бакос, під яким він розумів систему інформації між організаціями, яка давала змогу її учасникам, тобто продавцям і покупцям, обмінюватися інформацією про запропоновані товари та їх ціни [2].

Фахівці стверджують, що електронні ринки незабаром зроблять революцію у світовій торгівлі. А традиційні відносини з ринковими партнерами та потоки переміщень товарів кардинально зміняться.

Однак електронні ринки охоплюють не тільки сферу торгівлі. Банківська сфера теж проявляє велику зацікавленість проектами електронних ринків. Комерційні банки, які нагромаджують значні суми вільних грошових ресурсів, під час пошуку вигідних способів їх розміщення на фінансових ринках теж користають із послуг електронної мережі Інтернет. Окрім банків, різні фінансові інституції, корпорації, страхові компанії та інші суб'єкти господарської діяльності за посередництвом електронних ринків мають можливість здійснювати фінансові та торговельні операції набагато швидше і ефективніше.

Тому можна стверджувати, що проблематика електронних ринків ще не вичерпала себе і потребує подальших досліджень та розвитку. Її актуальність зростає ще й у зв'язку із розширенням меж Європейського Союзу, де інформатизація життя загалом і економіки зокрема, стоїть сьогодні на більш високому рівні, ніж в Україні. Розвиваючи зовнішньоекономічні зв'язки з країнами Євросоюзу, необхідно намагатися пристосуватися до нових вимог сучасної світової економіки.

**Аналіз останніх досліджень, в яких започатковано вирішення цієї проблеми,** показує, що настає ера розвитку різноманітних мережевих зв'язків між господарськими суб'єктами. Тобто можна стверджувати, що на наших очах формується цілком нова, багатостороння система під назвою “інфраструктура економіки XXI століття”.

Проблематика електронних ринків достатньо висвітлена у науковій літературі. Однак вона досліджується у різних площинах. Зокрема, Н. Меджибовська у [3] розглядає перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні, а саме – електронної комерції. Автором проведено порівняння електронного бізнесу з класичними методами його ведення. Досліджено переваги електронної комерції, вказано на недоліки і труднощі її впровадження на пострадянському просторі, зокрема в Україні. Запропоновано залучити банківську систему до електронного бізнесу як інституту-гаранта коректності та правомочності електронних угод. Зазначено, що Україна має великий потенціал у застосуванні систем електронної комерції B2B.

І.Б. Висоцький у [4] та Н.І. Хтей у [5] досліджують можливості використання мережі Інтернет як на світових фінансових ринках загалом, так і на вітчизняному, зокрема. У логістичному та маркетинговому аспекті електронні ринки розглядаються авторами у [6–8].

У [9] В. Кравець визначає сутність терміна “електронна комерція”. Автор зазначає, що “однією з головних відмінностей електронної торгівлі від звичайної є використання електронного документообігу”, а також описує переваги використання електронних грошей. Згідно з [9] “...основна перевага електронної торгівлі полягає в тому, що вона створює можливості для зниження витрат”. Окрім того, автором розглянуто основні проблеми, пов'язані з електронною комерцією, а саме: проблеми довіри, законодавства і безпеки.

В. Міщенко, А. Шаповалов, Г. Юрчук досліджують передумови та необхідність впровадження у банківську практику Інтернет-технологій [10]. У роботі також розглянуто сутність поняття “електронних”, або “цифрових” грошей, їх переваги, недоліки та перспективи використання.

Серед зарубіжних авторів питаннями електронних ринків у різних аспектах займалися Й. Райпорт і Й. Свіокла [1], Й. Бакос [2], Д. Пепперс і М. Роджерс [11], Е.П. Голубков [12], Е.П. Михайлова [13], Е. Попов і О. Ойнер [14].

Проте особливості електронних ринків, поява нових технологічних рішень та проблеми, пов'язані з функціонуванням цих ринків, потребують щоразу нових розробок і досліджень,

особливо у період глобалізації світової економіки. В перспективі майбутнє належить власне цим ринкам. Україні з метою втілення стратегії європейської інтеграції необхідно орієнтуватися на розвиток електронних ринків в усіх галузях економіки. Це дасть можливість підвищити конкурентоспроможність наших підприємств і виведе Україну на якісно вищий рівень існування.

**Цілі статті** полягають у тому, щоб дослідити еволюцію електронних ринків, розкрити їх сутність, види, форми, принципи організації, а також визначити переваги, недоліки та перспективи розвитку цих ринків. Це повинно допомогти зорієнтувати і переконати вітчизняні підприємства у доцільності розширення співпраці із клієнтами та партнерами за допомогою електронної мережі Інтернет, використовуючи досвід зарубіжних партнерів.

**Основний матеріал дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Електронні ринки забезпечують багато сфер діяльності, у тому числі торгівлю товарами і послугами, рекламну і комунікаційну діяльність, страхові, консалтингові та фінансові послуги тощо.

Переговори на електронних ринках проходять набагато швидше, легше і без участі посередників. Однак це не означає цілковитої дезінтермедіації, тобто ліквідації усіх посередників між виробниками і споживачами. Скоріше можна говорити про реінтермедіацію, тобто необхідність аналізу усіх попередніх систем дистрибуції і врахування нових варіантів у нових умовах оточення. Спеціалісти стверджують, що в межах електронної торгівлі між підприємствами у деяких ситуаціях з'являються нові шанси для фірм гуртової торгівлі, особливо під час експорту.

Основні характеристики електронного ринку:

- багатосторонність, в сенсі кількості покупців і продавців;
- широкий асортимент товарів;
- якнайповніше просторове і часове охоплення, тобто необмежений у часі доступ до ринку для кожного користувача, незалежно від частини світу, у якій він перебуває;
- легкість і швидкість доступу до інформації;
- низькі кошти трансакцій.

Електронні ринки і електронна торгівля є не зовсім новими поняттями. Електронні ринки функціонують принаймні від 70-х років минулого століття. Ще у ті часи деякі авіаційні компанії застосовували електронні системи резервування білетів, які значно спрощували їх продаж, і їхня робота була більш ефективною.

Вже наприкінці 80-х років ХХ ст. стало зрозуміло, що розвитку електронних ринків не вдасться уникнути і що вони будуть розвиватися неймовірно швидко. Однак головним поштовхом у розвитку цих ринків стала поява мережі Інтернет, яка дала можливість їм швидко охопити цілу світову торгівлю. Еволюцію торговельних трансакцій під впливом науково-технічного прогресу ілюструє таблиця [9].

#### **Еволюція торговельних трансакцій**

ФАЗА ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ	ПЕРЕДІНДУСТРІАЛЬНА ЕПОХА	ІНДУСТРІАЛЬНА ЕПОХА	ІНФОРМАЦІЙНА ЕПОХА
Характер трансакції	один – з одним	один – з багатьма	багато – з багатьма
Відносини продавець-покупець	особисті контакти	контакти за посередництвом засобів комунікації	електронні контакти, симуляція контактів один – з одним
Реакція ринкових суб'єктів	швидка, безпосередня	із запізненням, посередня	швидка, безпосередня
Охоплення трансакцій	обмежене	широке	широке
Обсяг ринку	локальний	загальнодержавний	глобальний
Джерела інформації для покупців	особисті	за посередництвом засобів комунікації та обмежені особисті	Інтернет-мережа, джерела неособисті і особисті
Відносини між покупцями	обмежені, особисті	немає або обмежені	неособисті

Як бачимо із цієї таблиці, еволюція торговельних трансакцій і відносин між ринковими суб'єктами є досить виразною і полягає у збільшенні масштабу ринкових операцій, зростанні значення неособистих контактів за посередництвом Інтернет-мережі, а також у розвитку багатосторонніх зв'язків. Слід також звернути увагу на той факт, що багатосторонні зв'язки реалізуються передусім на інституційно-організованих (формальних) ринках.

Підприємства, що діють на електронних ринках, шукають на них певних вигод для себе, насамперед покращання своєї конкурентної позиції в умовах посилення конкуренції, яка є наслідком глобалізації економічних процесів і дерегуляції економічної діяльності у міжнародному масштабі.

Які ж вигоди може принести проведення трансакцій на електронних ринках? Насамперед це нижчі ціни операцій купівлі-продажу, більша цінова еластичність покупців, а також менші різниці між найвищими і найнижчими цінами на ринку. Окрім того, електронна торгівля дає такі переваги:

- скорочення часу виконання операцій купівлі;
- зниження коштів таких операцій;
- розширення асортименту товарів для покупців;
- легкість порівняння цін;
- створення образу сучасної фірми для продавців;
- збільшення конкуренції;
- створення нових ринків;
- швидка реакція фірм на зміни потреб покупців;
- розширення каналів дистрибуції;
- збільшення оборотів для фірми-продавця;
- зниження коштів продажу;
- зниження собівартості товарів.

Дослідження та опитування показали, що за оптимальної діяльності на електронних ринках ці вигоди можна оцінити в такий спосіб:

- можливість зниження собівартості продукції на 30–40 %;
- шанси зниження цін товарів залежно від їх категорій – 5–10 %;
- скорочення трансакційного циклу при купівлі товарів з 7–30 днів до 2–3 днів.

Зрозуміло, що ці величини можуть коливатися залежно від галузі економіки, конкретної фірми та умов, в яких вона функціонує. Однак на основі цих даних можна виробити свою думку щодо масштабу позитивних ефектів електронної торгівлі.

Водночас варто пам'ятати, що проведення трансакцій на електронних ринках не тільки приносить користь, але й може бути пов'язане з додатковим ризиком. Це може бути ризик:

- залежності від фірм, які керують електронними ринками;
- залежності від технологій, пов'язаних з цими ринками;
- втрати кількості покупців у разі, якщо інші фірми є більш конкурентоспроможними;
- конфліктів у каналах дистрибуції;
- зниження прибутку внаслідок підвищеної цінової еластичності попиту.

Однак користь від використання електронних ринків покриває еventуальні втрати від ризику.

Електронні ринки, як і традиційні, можна класифікувати за різними критеріями. З огляду на доступ до таких ринків і можливість участі у них, розрізняють ринки:

- відкриті, до яких доступ необмежений і усі зацікавлені суб'єкти можуть проводити на них операції;
- закриті, тобто такі, на яких операції можуть здійснювати тільки деякі суб'єкти.

Прикладом закритих ринків є віртуальні платформи, створені виробниками для співпраці зі своїми постачальниками. Інколи їх називають приватними ринками (private markets).

Враховуючи територіальне охоплення, можна виділити ринки:

- регіональні, на яких здійснюють трансакції тільки суб'єкти з обмеженого регіону;
- надрегіональні, які мають, наприклад, міжнародний або глобальний (світовий) масштаб.

Враховуючи міру їх організації, виділяють:

- ринки формальні (формально організовані, інституційно організовані);
- ринки неформальні (формально неорганізовані).

Трансакції на інституційних ринках проводяться у заздалегідь відомому (віртуальному) місці, безперервно і згідно з прийнятими нормами та правилами. На таких ринках виступає велика кількість суб'єктів як з боку попиту, так і з боку пропозиції. Інституційні ринки, завдяки Інтернету, функціонують цілодобово.

Неформальний ринок формують окремі учасники, причому торговельні контакти між ними можуть бути як постійними, так і випадковими.

Загальний поділ електронних ринків вирізняє ринки:

- горизонтальні, тобто такі, на яких продаються товари широкого асортименту;
- вертикальні, на яких продаються спеціалізовані товари, тобто їх асортимент обмежений, але глибокий.

Слід зазначити, що формальні електронні ринки можуть мати форму:

- біржі;
- аукціону;
- ярмарки;
- тендеру тощо.

Товарна біржа є чисто формальним ринком. Вона характеризується тим, що, як з боку попиту, так і пропозиції виступає велика кількість суб'єктів, тобто – це інституційний ринок типу “багато-з-багатьма”.

Основними ознаками, які роблять біржу ідеальним інституційно-організованим ринком, є:

- продаж однорідних стандартизованих товарів;
- чітко визначені правила торгівлі і способи здійснення трансакцій;
- цілодобове функціонування.

Більшість електронних бірж сконцентровано у Сполучених Штатах Америки. Їх частка у загальній кількості сягає 85 %. Решта знаходиться у Європі та інших частинах світу. Першою розпочала свою діяльність у середині 2001 року електронна біржа сталі StalPortal, яка, окрім традиційної торговельної діяльності, надавала додаткові послуги, пов'язані з посередництвом, консультуванням, фінансуванням та страхуванням трансакцій.

Наступним продуктом, який став предметом продажу на Інтернет-біржах, була електрична енергія. У Європі вже протягом деякого часу функціонує Європейська біржа енергії EEX (European Energy Exchange) з офісом у Франкфурті-на-Майні. У Німеччині також діє Лейпцігська біржа енергії LPX (Leipzig Power Exchange). Аналогічні біржі організовано також і в інших країнах та регіонах світу.

Електронні ринки функціонують також у сфері транспорту, перевезень і логістики. У цій сфері в Європі виникло два види електронних бірж, а саме:

- фрахтові біржі;
- біржі вільних перевезень.

Прикладом власне такої біржі є Teleroute, яка є найбільшою у Європі системою електронних трансакцій у сфері вантажів і транспорту. У своїй традиційній версії вона була створена у 1988 році у Франції, а сьогодні вона має електронну версію і є доступною для клієнтів з 16 європейських країн.

Серед міжнародних транспортних бірж на особливу увагу заслуговують: DAT Services, Find Truck, Freightwatcher, NTE (National Transportation Exchange). Вітрина інформаційної системи APEX дає можливість швидкого знаходження сторінок з пропозиціями послуг різноманітних транспортних бірж.

Другим інституційним ринком, який функціонує в мережі Інтернет, є аукціон. На аукціоні продавець пропонує деяку партію/одиницю товару, що буде проданий одному із конкуруючих між собою потенційних покупців. Товари, які продаються на аукціонах, є неоднорідними, на відміну від біржових товарів, тобто мають свої характерні особливості.

Робота Інтернет-аукціонів організовується на тих самих засадах, що й робота традиційних аукціонів. Найчастіше товари продаються тим покупцям, які запропонують найвищу ціну. Однак деякі аукціони, як, наприклад портал Onet-Onet, діє за голландською системою, тобто від найвищої ціни до найнижчої.

Першою фірмою, яка організувала електронну торгівлю у формі аукціонів, була американська фірма eBay, вітрину якої відвідує щоденно близько 1,8 млн. осіб. І на сьогоднішній день саме її найчастіше відвідують користувачі Інтернету. Статистичні дані показують, що, наприклад, у 2003 році близько 30 млн. осіб купувало і продавало за посередництвом цієї фірми товари загальною вартістю понад 20 млрд. доларів США.

Серед найбільших фірм, які займаються такою діяльністю, варто відзначити: Ricardo, QXL, Mondus, Atrada, Priceline.com, Terra.

Оскільки домінуючою є думка, що саме аукціони найкраще використовують можливості Інтернету, то найближчим часом можна сподіватися на збільшення кількості таких трансакцій та на розширення асортименту товарів на електронних аукціонах.

Розглядаючи інституційні форми ринків в Інтернеті, не можна оминати увагою ярмарки.

Розрізняють два види ярмарків, пов'язаних з мережею www:

- віртуальні ярмарки;
- електронні вітрини традиційних ярмарків.

У першому випадку – це вітрина www, на якій розміщено перелік галузей та груп товарів, якими проводиться торгівля на ярмарку. Перебуваючи у віртуальному просторі вибраної галузі, можна перейти до вітрин конкретних підприємств, які виставляють свої товари на цьому віртуальному ярмарку.

Окрім віртуальних ярмарків, в мережі www розміщені вітрини традиційних ярмаркових організацій. Усі найбільші фірми, які організують ярмарки, а також їх спілки мають свої вітрини www, на яких представлені програми ярмарків, плани розміщення павільйонів, ставки оренди експозицій та інша істотна інформація.

Інтернет можуть також використовувати підприємства, які беруть участь у тендерах. В мережі Інтернет існують сервіси, які полегшують отримання інформації щодо тендерів і можливості участі в них on-line. В рамках такої системи функціонує щоденно актуалізована база даних, у якій розміщується інформація про усі оголошені тендери на певній території.

**Висновки.** На електронних ринках співіснують корпоративні сайти, електронні магазини, комерційні банки, фінансові інституції, консалтингові фірми, торговельні платформи і вітрини, комунікаційні фірми, страхові компанії, ігровий бізнес, рекламні і телевізійні компанії тощо. Електронна сфера є дуже динамічною і охоплює незліченну кількість взаємозв'язків.

До цього часу електронні ринки розвивалися швидко. Однак експерти передбачають, що протягом найближчих років їх кількість зменшиться, що є наслідком великої конкуренції між ними. Як приклад невдалої спроби організації електронного ринку, можна навести фірму EFDEX, першу в Європі віртуальну біржу сільськогосподарської продукції, яка виникла у 1994 році у Великобританії. У цю біржу було заінвестовано 65 млн. євро, однак цього не вистачило для забезпечення їй такої інфраструктури, яка б відповідала ринковим вимогам.

Аналіз розвитку інституційних ринків в Інтернеті показує, що їх розвиток переходить у наступну фазу, тобто після швидкого зростання кількості таких ринків настає якісна фаза, що означає створення нових концепцій їхнього функціонування. Тут ми маємо ситуацію, подібну до тієї, що виступає на традиційних ринках в умовах зростаючої конкуренції. Слабші ринки, з нечітко визначеним профілем діяльності, припиняють своє існування, інші більше концентруються на вибраній галузі діяльності, а деякі об'єднуються з метою втриматися і покращити свою конкурентну позицію.

**Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку.** За оцінками спеціалістів частка електронної торгівлі у 2005 році становила близько 10 %. В подальшому вона може зрости. І не обов'язково за рахунок збільшення кількості електронних ринків, а завдяки розширенню кола покупців

і продавців та асортименту предметів трансакцій на таких ринках. Однак, окрім переваг, які характеризують вищезгадані ринки, є ряд проблем, з ними пов'язаних, які потребують вирішення.

По-перше, у багатьох галузях відсутній один домінуючий електронний ринок, а існуючі способи постачання за допомогою Інтернету створені окремими підприємствами. Це призводить до того, що постачальник, який має намір перенести значну частину свого продажу на електронні ринки, був би змушений зв'язатися з декількома такими ринками одночасно і відповідно інтегрувати свої системи та процеси з ними. А це, своєю чергою, пов'язано з додатковими витратами.

По-друге, технологія виявляється більш складною, ніж припускалося спочатку, а це стає причиною ускладнень у функціонуванні електронних ринків.

По-третє, недооцінка витрат, пов'язаних із інформаційною інфраструктурою, може ускладнити забезпечення сучасності технологічних систем.

Окрім того, з'явилася проблема, пов'язана з обслуговуванням електронних ринків, оскільки працівники, окрім знань з області електроніки та інформатики, повинні ще володіти знаннями з області товарознавства, технології торгівлі, маркетингу, фінансів, реклами тощо.

Потребують окремих досліджень також і каталоги товарів та послуг електронного ринку. Це пов'язано з недостатньою в існуючих каталогах кількістю параметрів, якими можна характеризувати цей продукт, що обмежує можливість зазначення специфічних якостей продукту цього постачальника. Каталоги є дуже важливою складовою електронної торгівлі, оскільки саме в них можна дістати необхідну інформацію про товар, який не можна дослідити фізично.

Отже, розвиток електронних ринків ставить перед науковцями та практиками щоразу нові проблеми, які потребують розв'язання.

1. Rayport J., Sviokla J. *Managing in the Marketspace*, Harvard Business Review, November-December, 1994. 2. Bakos Y. A *Strategic Analysis of Electronic Marketplaces*, MIS Quarterly, September, 1991. 3. Меджибовська Н. *Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні* // *Економіка України*. – 2003. – № 6. – С. 36–42. 4. Висоцький І.Б. *Новітні технології електронної торгівлі на світових фінансових ринках* // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”*. – 2002. – №446. – С. 131–134. 5. Хтей Н.І. *Деякі аспекти впровадження регіональної електронної торгової системи на фондовому ринку України* // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”*. – 2002. – №446. – С. 406–410. 6. Мамчин М.М., Терлецький П.Б., Жишко Р.Р. *Використання Інтернет-технологій в механізмі функціонування товарного ринку* // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”*. – 2000. – №390. – С. 182–186. 7. Журавльова І.В., Огурцов В.В. *Інвестиції в електронну комерцію як складову частину маркетингової стратегії підприємства* // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”*. – 2001. – №424. – С. 153–158. 8. Амелін Б.В. *Використання мережі Internet у маркетинговій і логістичній діяльності фірми* // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”*. – 2003. – №479. – С. 203–210. 9. Кравець В. *Інтернет-комерція в Україні* // *Вісник НБУ*, 2004. – №3. – С. 9–12. 10. Міщенко В., Шаповалов А., Юрчук Г. *Особливості та перспективи розвитку електронної комерції (е-комерції) в банківському бізнесі* // *Банківська справа*. – 2001. – №4. – С. 18–27. 11. Peppers D., Rogers M. *The One to One Future: Building Relationship One Consumer at a Time*. – New York, 1993. 12. Голубков Е.П. *Использование Интернета в маркетинге* // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2002. – №3. – С. 85–113. 13. Михайлова Е.П. *Проблемы и перспективы взаиморазвития Интернета и международного маркетинга* // *Маркетинг*. – 2001. – №5. – С. 75–89. 14. Попов Е., Ойнер О. *Виртуальный маркетинг* // *Маркетинг*. – 2000. – №3. – С. 56–60.