

М.Л. Калужский

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ:
МАРКЕТИНГОВЫЕ СЕТИ
И ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА**

Монография

Москва



ЭКОНОМИКА
2014

УДК [330+339]:004.738.5
ББК 65.290с51
К17

Рецензенты:

В.В. Карпов, доктор экономических наук, профессор
А.И. Ковалёв, доктор экономических наук, профессор

Калужский, Михаил Леонидович.

К17 Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М.Л. Калужский ; ОмГТУ. – Москва : Экономика, 2014. – 328 с. : ил.
ISBN 978-5-282-03365-6

Монография посвящена исследованию процессов, связанных со становлением электронной коммерции в условиях глобальной сетевой экономики. Автор анализирует тенденции институционализации виртуальных продаж через призму совершенствования маркетинговых механизмов и институтов глобального рынка. Особое внимание уделяется вопросам государственного регулирования электронной коммерции и использованию ее в качестве одного из инструментов формирования единого евразийского экономического пространства.

Адресована научным работникам, аспирантам, студентам экономических специальностей, руководителям и специалистам предприятий.

УДК [330+339]:004.738.5
ББК 65.290с51

*Печатается по решению научно-технического совета
Омского государственного технического университета.
Протокол № 2 от 20.02.2014 г.*

ISBN 978-5-282-03365-6

© ОмГТУ, 2014
© Калужский М.Л., 2014
© Оформление, оригинал-макет
ЗАО «Издательство «Экономика», 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
ВВЕДЕНИЕ	10
ГЛАВА I. ПРОИСХОЖДЕНИЕ И СУЩНОСТЬ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ	14
§ 1. Цикличность в интерпретации экономической динамики.....	15
§ 2. Системообразование в развитии экономических институтов	37
§ 3. Каузальность системной природы сетевой экономики	62
ГЛАВА II. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ	88
§ 1. Электронная коммерция в системе сетевой экономики	89
§ 2. Инновационные формы продаж в электронной коммерции.....	111
§ 3. Трансформация маркетинга в электронной коммерции	135
ГЛАВА III. СТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	159
§ 1. Трансформации цепей поставок в электронной коммерции	160
§ 2. Трансформация посредников в электронной коммерции	183
§ 3. Дропшипинг как базовая форма электронной коммерции	208
ГЛАВА IV. ИНФРАСТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	234
§ 1. Платёжная среда электронной коммерции.....	234
§ 2. Распределительная среда электронной коммерции.....	258
§ 3. Государственное регулирование электронной коммерции.....	282
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	307
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	311