

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

## THEORETICAL AND PRACTICAL PROBLEMS OF LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Научная статья  
УДК 658.7.01  
<https://doi.org/10.24143/2073-5537-2024-3-78-85>  
EDN RLYQTG

### Управление логистическими процессами в трансграничной электронной коммерции

*Чжао Цюян, Александр Викторович Парфенов*✉

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
Санкт-Петербург, Россия, parfenov@mail.ru*✉

**Аннотация.** В условиях глобализации экономики и развития трансграничной электронной коммерции возрастает важность трансграничной логистики, позволяющей обеспечивать эффективный процесс товародвижения. Обсуждаются вопросы организации транспортно-логистических процессов при доставке товаров в рамках функционирования трансграничной электронной коммерции. Исследованы основные аспекты развития логистики электронной коммерции и ее влияние на торговый бизнес. Проводится анализ рынка трансграничной электронной коммерции в России. Отмечено, что в настоящее время мировая логистическая индустрия находится в нестабильной среде. Рассмотрены основные направления и тенденции развития логистического обслуживания в современных условиях и исследована специфика адаптации процесса товародвижения в рамках трансграничной электронной коммерции к изменениям внешней среды. Исследованы отличительные черты логистики электронной коммерции в контексте ее влияния на торговый бизнес, что позволяет обеспечить повышение эффективности таких логистических процессов, как закупки, транспортировка, обработка заказов, управление запасами и складом, упаковка и маркировка. Доказано, что с развитием информационных технологий и телекоммуникационных сетей, а также повышением спроса в сфере онлайн-торговли потребность в эффективном логистическом сопровождении значительно возрастает, а скорость доставки становится все более важной для обеспечения качественного обслуживания потребителей. Обоснованы преимущества электронной коммерции с позиции субъектов торговой и логистической деятельности, к числу которых относится глобальный характер клиентского охвата и удобство межсубъектного взаимодействия, снижение операционных издержек торговой и логистической деятельности, расширенные возможности маркетинговой и рекламной поддержки, повышенный уровень автоматизации процессов управления логистикой электронной торговли.

**Ключевые слова:** логистика, трансграничная электронная коммерция, маркетплейсы, нестабильная экономическая среда, цифровые технологии

**Для цитирования:** Чжао Цюян, Парфенов А. В. Управление логистическими процессами в трансграничной электронной коммерции // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2024. № 3. С. 78–85. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2024-3-78-85>. EDN RLYQTG.

## Management of logistics processes in cross-border e-commerce

Zhao Qiuyang, Alexander V. Parfenov✉

Saint-Petersburg State Economic University,  
Saint Petersburg, Russia, parfenov@mail.ru✉

**Abstract.** In the context of the globalization of the economy and the development of cross-border e-commerce, the importance of cross-border logistics is increasing, allowing for an effective process of product distribution. The issues of organizing transport and logistics processes during the delivery of goods within the framework of the functioning of cross-border e-commerce are discussed. The main aspects of the development of e-commerce logistics and its impact on the trading business have been studied. An analysis of the cross-border e-commerce market in Russia is carried out. It is noted that currently the global logistics industry is in an unstable environment. The main directions and trends in the development of logistics services in modern conditions are considered and the specifics of adapting the process of goods distribution within the framework of cross-border e-commerce to changes in the external environment are investigated. The distinctive features of e-commerce logistics have been studied in the context of its impact on the trading business, which allows for increased efficiency of logistics processes such as procurement, transportation, order processing, inventory and warehouse management, packaging and labeling. It has been proven that with the development of information technology and telecommunication networks, as well as increasing demand in the field of online trading, the need for effective logistics support is significantly increasing, and delivery speed is becoming increasingly important to provide quality service to consumers. The advantages of e-commerce are substantiated from the perspective of subjects of trade and logistics activities, which include the global nature of customer coverage and the convenience of inter-subject interaction, reduction of operating costs of trade and logistics activities, expanded opportunities for marketing and advertising support, increased level of automation of e-commerce logistics management processes.

**Keywords:** logistics, cross-border e-commerce, marketplaces, unstable economic environment, digital technologies

**For citation:** Zhao Qiuyang, Parfenov A. V. Management of logistics processes in cross-border e-commerce. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics.* 2024;3:78-85. (In Russ.). <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2024-3-78-85>. EDN RLYQTG.

### Введение

Электронная коммерция является одним из наиболее динамично развивающихся секторов в современной экономике. Она представляет собой процесс покупки и продажи товаров и услуг через интернет. Основными преимуществами электронной коммерции по отношению к традиционной (офлайн) предпринимательской деятельности являются быстрота и удобство использования, доступность и широкие географические границы рынка.

С развитием информационных технологий и интернета электронная коммерция (или электронный бизнес) стала неотъемлемой частью современной экономики. Электронная коммерция представляет собой использование цифровых технологий для осуществления коммерческих операций, включая продажу товаров и услуг, обмен информацией и взаимодействие с клиентами. Другими словами, электронная коммерция – это форма бизнеса, основанная на использовании электронных коммуникаций и интернета для проведения различных коммерческих операций, включающих в себя продажу товаров и услуг, электронный маркетинг, электронную доставку, электронную обработку платежей и другие связанные процессы.

С развитием технологий и изменением потре-

бительских предпочтений электронный бизнес стал сферой интенсивной конкуренции. Компании должны постоянно совершенствовать свои процессы, разрабатывать инновационные решения и адаптироваться к изменяющейся среде.

В настоящее время продолжает нарастать уровень проникновения цифровых технологий в различные области деятельности человека, в том числе в сферу торговли и логистики. Цифровая трансформация затрагивает и сферу коммерции, которая по общепринятому определению отождествляется с термином «торговля», однако является более широким понятием. Коммерция в широком смысле слова трактуется как любая предпринимательская деятельность, которая может включать не только торговлю, но и, например, сферу услуг, производство товаров, кредитно-финансовые операции и т. д. [1].

Использование в коммерции различных цифровых (электронных) технологий приводит к появлению отдельных направлений – электронной торговли и электронной коммерции. Следует отметить, что до настоящего времени единого, устоявшегося определения термину «электронная коммерция» не существует, и различные авторы трактуют данное понятие по-своему. При этом можно выделить три основных направления или подхода,

используемых авторами для трактовки: теоретический, этимологический и эмпирический [2].

Эмпирический подход предполагает для определения исследуемой предметной области использовать информацию о существующих системах электронной коммерции, что, безусловно, сужает рамки научного познания, ограничиваясь лишь описательными методами, что приводит к формированию определения электронной коммерции путем перечисления отдельных функциональных областей и видов операционной деятельности, включая проведение маркетинговых исследований, разработку коммерческих предложений, куплю-продажу, сдачу в аренду, лицензирование, поставку товарно-материальных ценностей, предоставление услуг, информационное сопровождение с использованием компьютерных сетей, в том числе интернета.

Еще одним подходом к исследованию предметной области электронной коммерции и выработке ее научного определения является этимологический подход, который основан на исследовании сущности понятий «электронная» и «коммерция». Используя данный подход, некоторые авторы определяют термин «электронная коммерция» как торговую деятельность с применением электронных или цифровых информационных систем и технологий [3].

Обобщая указанные выше трактовки понятия «электронная коммерция», можно сформировать теоретический подход к данному вопросу. Теоретический подход, исследующий сущность рассматриваемого термина, позволяет выработать достаточно законченное и непротиворечивое определение, в основу которого положено понимание электронной коммерции как совокупности экономических отношений, характеризующихся широким использованием электронных информационных технологий.

### **Движущие силы трансграничной электронной коммерции в России**

В том случае, когда электронная коммерция непосредственно связана с внешнеторговыми операциями, можно говорить о формировании трансграничной электронной коммерции. Однако в настоящее время в данном случае также существуют различия в толковании терминов «международная коммерция» и «трансграничная коммерция». В данном контексте следует подчеркнуть, что международная коммерция является понятием более широким и охватывает все процессы, связанные с международными товарно-денежными отношениями в области покупки и продажи товаров и оказания услуг, организованные между различными странами.

В свою очередь, трансграничная коммерция, являясь формой международной торговли, пред-

ставляет собой непосредственно куплю-продажу и доставку товаров от поставщиков к потребителям, которые находятся в разных странах. Так, например, с точки зрения пространства Евразийского экономического союза (ЕАЭС) трансграничная коммерция осуществляется с территории одного государства, входящего в структуру ЕАЭС, на территории другого государства, также входящего в ЕАЭС.

Одним из ключевых аспектов трансграничной электронной коммерции является обеспечение безопасности торговых операций и поддержание высокого уровня доверия между участниками международных экономических процессов.

Трансграничная электронная коммерция представляет собой перспективный и быстроразвивающийся сегмент международной торговли. Анализ текущего состояния этой области позволяет определить основные вызовы и потенциальные пути решения проблем. Технологические инновации играют ключевую роль в развитии трансграничной электронной коммерции, особенно в области логистики. Использование автоматизированных систем складского хозяйства, систем управления запасами и отслеживания грузов позволяет компаниям значительно повысить эффективность своих логистических цепочек.

Трансграничная электронная коммерция имеет огромный потенциал для развития, однако успешное функционирование этого процесса требует преодоления множества вызовов, связанных с логистикой. Необходимо учитывать различные таможенные процедуры, налоги, правила импорта/экспорта, а также языковые и культурные различия.

Современные условия геополитической нестабильности не отразились негативно на результатах деятельности отрасли электронной коммерции. Более того, ведущие российские маркетплейсы смогли увеличить свой оборот за счет реализации остатков товарно-материальных ценностей тех иностранных предприятий, которые покинули отечественный рынок.

По данным аналитического агентства Moneypulse [4], именно в 2022 г. общее количество продавцов на электронных площадках Ozon и Wildberries увеличилось на 85 % и к марту 2023 г. достигло 541 тысяч. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), к середине 2023 г. в сфере электронного бизнеса функционировало в разных форматах более 1,2 млн предпринимательских структур, включая непосредственно продавцов на маркетплейсах, а также владельцев пунктов выдачи заказов (ПВЗ).

В последнее время, по информации Franchise.ru [5], наблюдается активное расширение сетей ПВЗ. Именно ПВЗ (среди прочих сегментов франчайзинга) показали довольно высокие результаты по итогам 2022 г., поскольку объем спроса на франшизу

данного вида бизнеса увеличился не менее чем на 22 %.

По данным информационного агентства Retail.ru, за первые 8 месяцев 2022 г., по сравнению с аналогичным периодом 2021 г., также зафиксирован значительный рост востребованности готовых ПВЗ как объекта инвестирования. Спрос на готовые ПВЗ в указанный период увеличился в 6 раз [6]. Однако в дальнейшем – к февралю 2023 г. – динамика открытия новых ПВЗ замедлилась, что свидетельствует о насыщении рынка.

Аналитическая компания Data Insight также констатирует, что в течение 2023 г. основу роста рынка электронной коммерции в Российской Федерации составляла деятельность крупных электронных площадок, таких как Ozon, Wildberries, валовые показатели которых в первом полугодии 2023 г. увеличились на 35 % [7].

К основным драйверам роста указанных компаний, по мнению экспертов, следует отнести, помимо прочего, разветвленную сеть ПВЗ, а также значительное число продавцов (селлеров), обеспечивающих широкий и стабильный ассортимент предлагаемых на маркетплейсах товаров. Согласно прогнозу Data Insight, по итогам 2023 г. общий объем продаж на рынке электронной коммерции увеличится не менее чем на 38 % по отношению к 2022 г. и составит 7,9 трлн руб., количество заказов при этом возрастет на 55 % – до 4,5 млрд руб.

#### **Факторы эффективности функционирования российских интернет-магазинов**

Электронная коммерция, или электронный бизнес, предоставляет продавцам интернет-магазинов множество преимуществ и возможностей для развития и расширения своего бизнеса. К основным достоинствам электронной коммерции с позиции продавца следует отнести:

1. Глобальный доступ к клиентам. Одним из главных достоинств электронной коммерции является возможность взаимодействовать с клиентами, находящимися в любой точке мира. Интернет, будучи глобальной сетью, позволяет продавцам преодолеть географические ограничения и предложить свои товары и услуги широкой аудитории в мировом масштабе, что открывает новые рынки

и возможности для роста бизнеса.

2. Снижение операционных издержек. Электронная коммерция позволяет сократить затраты на содержание или аренду физических магазинов, оплату персонала и другие операционные издержки. Субъекты электронной коммерции могут создать онлайн-магазин с минимальными затратами и эффективно управлять своим бизнесом. Это позволяет снизить стоимость товаров и предложить конкурентные цены, привлекая больше клиентов.

3. Удобство для клиентов. Возможности электронной коммерции предоставляют покупателям удобство обслуживания и доступность широкого ассортимента товаров, что позволяет клиентам интернет-магазинов совершать покупки в любое время и из любого места на земном шаре с помощью интернета. Продавцы могут предложить различные способы оплаты и доставки, чтобы удовлетворить потребности клиентов. Удобство покупок онлайн привлекает больше покупателей и способствует повышению объема продаж.

4. Маркетинг и реклама. Электронная коммерция предоставляет продавцам широкие возможности для маркетинга и рекламы. Они могут использовать целевую и таргетированную рекламу, электронную почту, социальные сети и другие каналы для привлечения новых клиентов и удержания существующих. Аналитика и инструменты отслеживания позволяют оценить эффективность маркетинговых кампаний и внести корректировки для достижения лучших результатов.

5. Повышение эффективности и автоматизация процессов. Электронная коммерция позволяет продавцам повысить эффективность своих бизнес-процессов. Автоматизация заказов, оплаты, управления складом и доставки сокращает время выполнения операций и уменьшает вероятность ошибок. Это позволяет сосредоточиться на стратегически важных задачах и повысить общую производительность.

По итогам 2023 г. практически все субъекты российского сегмента электронной коммерции, находящиеся на лидирующих позициях в рейтинге, ежегодно составляемом компанией Data Insight, показали достаточно высокий рост как по объемам продаж, так и по количеству заказов (таблица).

#### **Рейтинг ведущих российских интернет-магазинов\***

##### **Rating of the leading Russian online stores**

№	Маркетплейс	Сегмент	Объем продаж, млрд руб.	Изменение (+/-), %	Заказы, млн	Изменение (+/-), %	Средний чек, руб.	Изменение (+/-), %
1	wildberries.ru	Универсальные магазины	1 612,0	100	1 496,0	94	1 080	3
2	ozon.ru		785,5	83	446,1	106	1 760	-11
3	market.yandex.ru		236,4	93	49,0	65	4 820	17
4	dns-shop.ru	Электроника и техника	205,3	11	16,0	1	12 800	10
5	citilink.ru		147,6	-10	10,9	-17	13 500	9
6	mvideo.ru		109,0	-18	11,4	-12	9 560	-6

Окончание табл.

Ending of the table

№	Маркетплейс	Сегмент	Объем продаж, млрд руб.	Изменение (+/-), %	Заказы, млн	Изменение (+/-), %	Средний чек, руб.	Изменение (+/-), %
7	lamoda.ru	Одежда, обувь и аксессуары	98,6	38	16,9	20	5 830	15
8	vseinstrumenti.ru	Товары для дома	97,3	55	15,1	52	6 440	2
9	sbermarket.ru	FMCG	82,5	64	32,9	48	2 510	10
10	vkusvill.ru		82,1	83	64,8	84	1 270	-1

\* Составлено по [8].

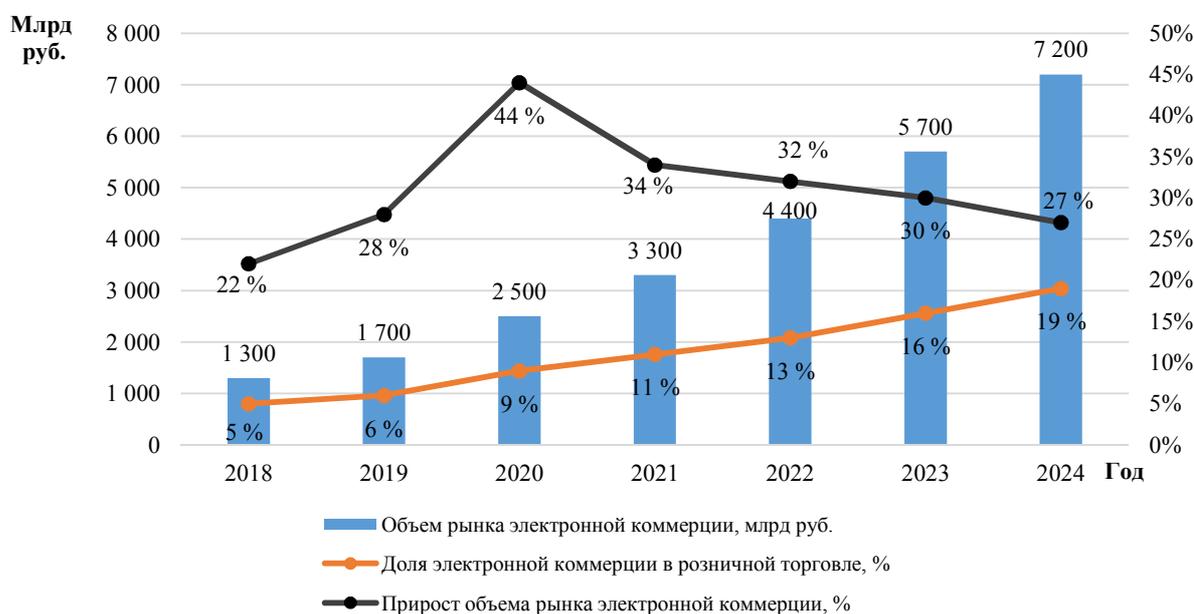
По мнению аналитиков Data Insight, наибольший прирост заказов в перспективе обеспечат такие ведущие маркетплейсы, как Wildberries, Ozon, Lamoda, «Яндекс.Маркет», «Сбермаркет», «Всеинструменты». По совокупности объемов продаж на долю перечисленных выше компаний придется более 50 % российского рынка.

#### Анализ рынка трансграничной электронной коммерции в России

Следует отметить, что развитие трансграничной электронной коммерции, в том числе рост объемов торговли товарами посредством маркетплейсов,

приводит к усилению конкуренции с классическим ритейлом. В последние годы доля e-commerce в общей структуре розничной торговли неуклонно растет (рисунок). Возникает вопрос, в чем преимущество маркетплейсов по отношению к офлайн-рознице и приведет ли постепенное увеличение доли e-commerce к уходу с рынка классических торговых форматов?

Эксперты Data Insight отмечают, что российский рынок электронной коммерции показывает довольно высокие темпы роста. Это связано с рядом факторов, прежде всего клиентскими предпочтениями [9].



Динамика рынка электронной коммерции с прогнозом на 2024 г. [4]

Dynamics of the electronic commerce market with a forecast for 2024 [4]

Для потенциальных и действующих потребителей довольно высокую важность имеет ряд критериев, по которым они могут оценить качество работы интернет-магазинов:

– безопасность;

- удобство;
- ответственность;
- репутация;
- клиентоориентированность;
- степень удовлетворения потребностей;

- наличие возможных рисков;
- эмоциональные впечатления.

Развивая омниканальность своей деятельности, торговые предприятия комбинируют онлайн- и офлайн-форматы: получают заказы посредством веб-формы на сайте, а выдают заказы в обычном магазине.

Более того, развитие маркетплейсов в тех или иных регионах приводит к созданию и расширению региональной логистической инфраструктуры, в том числе крупных логистических центров, формирующих десятки тысяч новых рабочих мест [10].

Например, в июне 2023 г. в микрорайоне Десна Новых Ватутинок (г. Москва) компания Ozon за счет собственных средств начала строительство инновационного логистического комплекса, который будет размещаться на территории Троицкого и Новомосковского административных округов. Проект предусматривает создание высокотехнологичного логистического хаба общей площадью 141 тыс. м<sup>2</sup>, где будет сформировано не менее 7 тыс. рабочих мест.

Также необходимо принимать во внимание значение пользовательских отзывов, которые в последнее время становятся одним из определяющих факторов при принятии решения о совершении покупки товара.

Согласно проведенному специалистами Data Insight анкетированию, отзывам, оставленным другими потребителями, доверяют 67 % респондентов; 82 % опрошенных при выборе товара в интернет-магазине обращают внимание на общее число отзывов; 71 % принявших участие в опросе считают, что чем больше оставленных отзывов, тем вероятность выбора потребителем товара для совершения покупки в интернет-магазине выше. Результаты опроса в целом свидетельствуют о том, что приоритеты потребителей все больше склоняются в сторону сферы электронной коммерции [11].

### **Логистический подход к организации трансграничной электронной коммерции**

Логистика играет ключевую роль в процессе формирования и развития трансграничной электронной коммерции. Она оптимизирует поставки, управляет запасами, обеспечивает выполнение таможенных процедур, обрабатывает возвраты и улучшает качество доставки. Эффективная логистика позволяет продавцам и покупателям осуществлять трансграничные покупки с уверенностью и удовлетворением. Компании, занимающиеся трансграничной электронной коммерцией, должны уделять должное внимание логистике, чтобы обеспечить надежную и эффективную доставку товаров своим клиентам.

Необходимо отметить, что логистика электронной коммерции играет ключевую роль в успешной операционной деятельности онлайн-магазинов. С развитием интернета и повышением спроса на

онлайн-покупки эффективная логистика становится все более важной для обеспечения быстрой и надежной доставки товаров потребителям. Ниже представлены основные аспекты развития логистики электронной коммерции и ее влияние на торговый бизнес.

1. Закупка и управление запасами. Одним из ключевых аспектов логистики электронной коммерции является эффективное управление запасами. Онлайн-магазины должны точно прогнозировать спрос на товары, чтобы избежать нехватки или излишков запасов. Автоматизированные системы учета и управления запасами позволяют оптимизировать процесс закупки и сократить затраты.

2. Упаковка и маркировка. Правильная упаковка товаров является неотъемлемой частью логистики электронной коммерции. Товары должны быть упакованы таким образом, чтобы минимизировать риск повреждений во время транспортировки. Кроме того, маркировка товаров играет важную роль в их идентификации и отслеживании на всех этапах доставки.

3. Обработка заказов и управление складом. Эффективная обработка заказов и управление складом являются ключевыми компонентами логистики электронной коммерции. Системы управления складом позволяют отслеживать товары, определять их местоположение на складе и осуществлять оперативную обработку заказов. Использование автоматизированных систем помогает снизить время обработки заказов и повысить точность доставки.

4. Транспортировка и доставка. Выбор правильных методов транспортировки и доставки является важным аспектом логистики электронной коммерции. Онлайн-магазины должны выбирать оптимальные способы доставки, учитывая скорость, надежность и стоимость. Сотрудничество с надежными поставщиками логистических услуг позволяет обеспечить своевременную доставку товаров потребителям.

5. Обратная логистика. Обратная логистика включает в себя процессы возврата товаров, обмена и обработки рекламаций. Онлайн-магазины должны иметь эффективные процедуры для обработки возвратов и удовлетворения требований клиентов. Это помогает улучшить уровень обслуживания и сохранить доверие потребителей.

### **Заключение**

Таким образом, трансграничная электронная коммерция стала неотъемлемой частью современного мирового рынка. Она позволяет покупателям получать доступ к широкому ассортименту товаров из разных стран, а продавцам – расширить свою клиентскую базу. Логистика играет важную роль в этом процессе, обеспечивая эффективную доставку товаров от продавца к покупателю.

Управление логистическими процессами в трансграничной электронной коммерции является неотъемлемой частью успешной операционной деятельности онлайн-магазинов. Оптимизация процессов закупки, управления запасами, упаковки, обработки заказов, транспортировки и обратной логистики позволяет повысить эффективность бизнеса и удовлетворить потребности клиентов. Развитие технологий и использование автоматизированных систем способствуют совершенствованию логистических процессов в электронной коммерции [12].

Логистика позволяет оптимизировать процесс поставок в трансграничной электронной коммерции. Она обеспечивает планирование и координацию всех этапов доставки, включая сбор и упаковку товаров, транспортировку, таможенные процедуры и доставку конечному потребителю [13].

Оптимизация поставок позволяет сократить

время доставки и улучшить общий опыт покупателей. Использование логистического подхода также играет важную роль при управлении запасами в трансграничной электронной коммерции, помогая продавцам оптимизировать запасы товаров, чтобы избежать нехватки или переизбытка товаров на складе. Это обуславливает снижение затрат на хранение и улучшение процесса обслуживания клиентов [14].

Современные тенденции развития трансграничной электронной коммерции позволяют сделать вывод о том, что говорить о полном уходе с рынка офлайн-розницы пока нельзя, т. к., во-первых, в настоящее время она еще удерживает порядка 80 % доли рынка, а во-вторых, существуют сегменты и категории товаров, которые удобнее приобретать в классическом торговом формате.

### Список источников

1. Дмитриев А. В. Цифровизация транспортно-логистических услуг в цепях поставок // Логистика и управление цепями поставок: сб. науч. тр. / под ред. В. В. Щербакова, Е. А. Смирновой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. Вып. 2 (15). С. 65–76.
2. Евтодиева Т. Е., Полуботко А. А., Аكوпова Е. С. Логистические инновации как инструмент обеспечения устойчивого развития // Устойчивое развитие сферы товарного обращения и услуг в условиях санкционных ограничений: материалы Междунар. науч.-практ. конф. проф.-преподават. состава, студентов и молодых ученых (Ростов-на-Дону, 27 мая 2022 г.). Ростов н/Д.: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2022. С. 67–71.
3. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М.: Инфра-М, 1999. 479 с.
4. Сервис аналитики маркетплейсов. URL: <https://moneypulse.io/> (дата обращения: 20.02.2024).
5. Консалтинговая компания Franshiza.ru. URL: <https://franshiza.ru/> (дата обращения: 20.02.2024).
6. Спрос на готовые ПВЗ подскочил в 6 раз. URL: <https://www.retail.ru/news/spros-na-gotovye-pvz-podskochil-v-6-raz-24-sentyabrya-2022-220703/> (дата обращения: 20.02.2024).
7. Аналитическая компания Data Insight. URL: <https://datainsight.ru/> (дата обращения: 20.02.2024).
8. Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских ин-

тернет-магазинов. URL: <https://top100.datainsight.ru/> (дата обращения: 20.02.2024).

9. Дмитриев А. В. Диджитализация транспортной логистики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. 161 с.

10. Дмитриев А. В. Формирование цифровой среды транспортной логистики // Логистика – евразийский мост: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Красноярск, 25–29 апреля 2018 г.). Красноярск: Изд-во КраСГАУ, 2018. Т. 1. С. 88–92.

11. Парфенов А. В., Дмитриев А. В., Чжао Ц. Развитие методов логистики в трансграничной электронной торговле // Инновационные логистические решения в условиях экономики трансформации: технологический суверенитет, импортозамещение, цифровое равенство: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Ростов-на-Дону, 09–10 ноября 2023 г.). Ростов н/Д.: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2023. С. 455–460.

12. Дмитриев А. В. Методологические основы управления логистикой транспортно-складских центров // Изв. Санкт-Петербург. ун-та экономики и финансов. 2012. № 6 (78). С. 76–81.

13. Стефанова Н. А., Юрасов А. В. Формирование понятия «интернет-маркетинг на рынке высшего образования» // Креатив. экономика. 2012. № 11 (71). С. 75–82.

14. Козье Д. Электронная коммерция / пер. с англ. М.: Рус. ред., 1999. 288 с.

### References

1. Dmitriev A. V. Tsifrovizatsiia transportno-logisticheskikh uslug v tsepiakh postavok [Digitalization of transport and logistics services in supply chains]. *Logistika i upravlenie tsepiami postavok: sbornik nauchnykh trudov*. Pod redaktsiei V. V. Shcherbakova, E. A. Smirnovoi. Saint Petersburg, Izd-vo SPbGEU, 2018. Iss. 2 (15). Pp. 65-76.
2. Evtodieva T. E., Polubotko A. A., Akopova E. S. Logisticheskie innovatsii kak instrument obespecheniia ustoichivogo razvitiia. Ustoichivoe razvitie sfery tovarnogo obrashcheniia i uslug v usloviiah sanktsionnykh ograniichenii [Logistics innovations as a tool for ensuring sustaina-

ble development. Sustainable development of the sphere of commodity circulation and services in the context of sanctions restrictions]. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii professorsko-prepodavatel'skogo sostava, studentov i molodykh uchenykh (Rostov-na-Donu, 27 maia 2022 g.)*. Rostov-na-Donu, Izd-vo RGEU (RINKh), 2022. Pp. 67-71.

3. Raizberg B. A., Lozovskii L. Sh., Starodubtseva E. B. *Sovremennyi ekonomicheskii slovar'* [Modern Economic Dictionary]. Moscow, Infra-M Publ., 1999. 479 p.

4. *Servis analitiki marketpleisov* [Marketplace analytics

service]. Available at: <https://moneyplace.io/> (accessed: 20.02.2024).

5. *Konsaltingovaia kompaniia Franshiza.ru* [Consulting company Franshiza.ru]. Available at: <https://franshiza.ru/> (accessed: 20.02.2024).

6. *Spros na gotovye PVZ podskochil v 6 raz* [Demand for ready-made OPP jumped 6 times]. Available at: <https://www.retail.ru/news/spros-na-gotovye-pvz-podskochil-v-6-raz-24-sentyabrya-2022-220703/> (accessed: 20.02.2024).

7. *Analiticheskaia kompaniia Data Insight* [Data Insight Analytical Company]. Available at: <https://datainsight.ru/> (accessed: 20.02.2024).

8. *Reiting TOP-100 krupneishikh rossiiskikh internet-magazinov* [Rating of the TOP 100 largest Russian online stores]. Available at: <https://top100.datainsight.ru/> (accessed: 20.02.2024).

9. Dmitriev A. V. *Didzhitalizatsiia transportnoi logistiki* [Digitalization of transport logistics]. Saint Petersburg, Izd-vo SPbGEU, 2018. 161 p.

10. Dmitriev A. V. Formirovanie tsifrovoi sredy transportnoi logistiki. Logistika – evraziiskii most [Formation of the digital environment of transport logistics. Logistics – Eurasian Bridge]. *Materialy XIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (Krasnoiarsk, 25–29 apreliia 2018 g.)*. Krasnoiarsk, Izd-vo Kras-GAU, 2018. Vol. 1. Pp. 88-92.

11. Parfenov A. V., Dmitriev A. V., Chzhao Ts. Razvitie metodov logistiki v transgranichnoi elektronnoi trgovle. Innovatsionnye logisticheskie resheniia v usloviakh ekonomiki transformatsii: tekhnologicheskii suverenitet, importozamещение, tsifrovoe ravenstvo [Development of logistics methods in cross-border electronic commerce. Innovative logistics solutions in the context of the transformation economy: technological sovereignty, import substitution, digital cooperation]. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (Rostov-na-Donu, 09–10 noiabria 2023 g.)*. Rostov-na-Donu, Izd-vo RGEU (RINKh), 2023. Pp. 455-460.

12. Dmitriev A. V. Metodologicheskie osnovy upravleniia logistikoi transportno-skladskikh tsentrov [Methodological foundations of logistics management of transport and warehouse centers]. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov*, 2012, no. 6 (78), pp. 76-81.

13. Stefanova N. A., Iurasov A. V. Formirovanie poniatii «internet-marketing na rynke vysshego obrazovaniia» [Formation of the concept of “internet marketing in the higher education market”]. *Kreativnaia ekonomika*, 2012, no. 11 (71), pp. 75-82.

14. Kosiur D. R. *Understanding electronic commerce: How online transactions can grow your business*. Redmond, WA, Microsoft Press, 1997. 287 p. (Koz'e D. Elektronnaia komertsiiia / per. s angl. M.: Russkaia redaktsiia, 1999. 288 s.).

Статья поступила в редакцию 05.03.2024; одобрена после рецензирования 22.04.2024; принята к публикации 23.09.2024  
The article was submitted 05.03.2024; approved after reviewing 22.04.2024; accepted for publication 23.09.2024

### Информация об авторах / Information about the authors

**Чжао Цюян** – аспирант; Санкт-Петербургский государственный экономический университет; [zhaoqiuyang1568@163.com](mailto:zhaoqiuyang1568@163.com)

**Zhao Qiuyang** – Postgraduate Student; Saint-Petersburg State Economic University; [zhaoqiuyang1568@163.com](mailto:zhaoqiuyang1568@163.com)

**Александр Викторович Парфенов** – доктор экономических наук, профессор; профессор кафедры логистики и управления цепями поставок; Санкт-Петербургский государственный экономический университет; [parfenof@mail.ru](mailto:parfenof@mail.ru)

**Alexander V. Parfenov** – Doctor of Economic Sciences, Professor; Professor of the Department of Logistics and Supply Chain Management; Saint-Petersburg State Economic University; [parfenof@mail.ru](mailto:parfenof@mail.ru)

