



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Син Синьсинь

Выпускная квалификационная работа

*Влияние логистики на формирование коммуникаций с потребителями
в России и Китае: экономико-социологический анализ*

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

ВМ.5736.2019 «Социология в России и Китае»

Научный руководитель:
профессор кафедры экономической социологии,
доктор социологических наук А. В. Петров

Рецензент:
кандидат социологических наук, старший
преподаватель Хэбэйского педагогического
университета, исполнительный директор
Китайско-российского центра по изучению
Дальнего Востока Хэбэйского
педагогического университета, КНР
Ван Сюй

Санкт-Петербург, 2022

Оглавление:

Введение	3
Глава I. Теоретические исследования логистического бизнеса	12
1. Концепция логистического бизнеса	12
2. Экономико-социологическое исследование логистического бизнеса.....	16
3. Социальная история логистического бизнеса в России и Китае	19
4. Глава II. Влияние логистики на формирование коммуникации между Россией и Китаем: экономический и социологический анализ	26
1. Ситуация с развитием современного логистического бизнеса в России и Китае	26
2. Влияние IT-бизнеса на структуру логистических услуг и потребительский спрос	34
3. Влияние логистики на коммуникацию между Россией и Китаем: проблемы и тенденции развития	43
Глава III. Направления развития логистики в России и Китае: социологический анализ	56
1. Социально-экономические перспективы развития логистики.....	56
2. Цифровизация логистической инфраструктуры и её влияние на социально-экономические коммуникации с потребителями.....	71
Заключение	81
Список литературы	87

Введение

С быстрым развитием компьютерных сетевых технологий и популяризацией различных Интернет-приложений в последние годы быстро развивалась электронная коммерция. В частности, электронная коммерция B2C и C2C развивалась более быстрыми темпами и теперь занимает значительную долю в электронной коммерции. Транзакции электронной торговли требуют достаточно эффективной поддержки со стороны надежной логистической системы. Однако для двух типов электронной коммерции B2C («продавец-потребитель») и C2C прямая связь с потребителями требует разработки и соблюдения строгих требований к способам доставки, высоких требований к своевременности доставки и высокого спроса на персонализированную и дифференцированную доставку.

В последние годы, хотя быстрое развитие электронной коммерции привело к быстрому развитию индустрии логистики при поддержке служб экспресс-доставки, но она не смогла в должной мере удовлетворить потребности развития электронной коммерции по моделям B2C и C2C. В настоящее время одноранговое сопоставление и эффективная передача логистической информации электронной коммерции стали узким местом в её развитии. Как улучшить систему логистической поддержки, снизить затраты на сбыт и повысить удовлетворенность потребителей при одновременной защите интересов потребителей и эффективном общении с потребителями — стало, пожалуй, самой большой проблемой, стоящей перед компаниями электронной коммерции в России и Китае.

С быстрым развитием компьютерных технологий и популяризацией Интернета общение между людьми больше не ограничивается географическим положением, временем и пространством. Социальные сети помогли людям достичь общения и обмена информацией в любое время и в любом месте и имеют беспрецедентную динамику. С развитием и применением мобильного Интернета и «Интернет +» приложения социальных сетей полагаются на сервисы на основе определения местоположения (LBS), их интересы, адресную книгу и другие функциональные преимущества за счет сбора своевременных сообщений пользователей. Эти функции интегрированы для удовлетворения различных потребностей пользователей. Наступление эры цифровизации и Интернета не только привело к изменениям в общении и контактах, но и изменило способы совершения покупок людьми. Удобство, которое приносит электронная коммерция, которая преодолевает временные и пространственные ограничения транзакций, стало одним из самых важных изменений в повседневной жизни. Появление социальной электронной коммерции требует более высокого уровня коммуникации между логистикой и потребителями, а также оказывает возрастающее влияние на коммуникацию между Россией и Китаем в сфере потребления товаров и услуг. *Социальная электронная коммерция* — это новая тенденция развития электронной коммерции, имеющая огромные перспективы развития. Интеграция социальных сетей и традиционной электронной коммерции позволяет потребителям продвигать онлайн-транзакции с помощью социальных действий, таких как обмен в Интернете, рекомендации, оценка и взаимодействие на основе общих интересов. Например, Douyin Bilibili в прямом эфире транслирует товары, а блоггеры на YouTube рекомендуют делать покупки постоянным потребителям. Благодаря всестороннему развитию стратегий массового предпринимательства и инноваций и широкому применению таких технологий, как «большие данные» (big data), облачные вычисления и мобильный Интернет, произошли глубокие изменения в

функциях логистических услуг, объеме и масштабах логистических услуг, эффективности логистических услуг, и методах предоставления логистических услуг. Отрасль логистики продемонстрировала очевидную тенденцию к трансформации и обновлению с постоянным появлением новых бизнес-моделей, операционных форматов, методов распределения ресурсов и других новых бизнес-форматов.

В Китае логистика достигла больших успехов, и у нее неограниченный потенциал развития в России. Это будет иметь огромное социально-экономическое значение. Данное исследование по заявленной теме направлено на сравнительный анализ преимуществ развития логистики в России и Китае с точки зрения социологии, а также новых тенденций и проблем, которые он приносит в общество.

Объект исследования — логистический бизнес в России и Китае.

Предмет исследования — влияние логистики на формирование коммуникаций с потребителями в России и Китае.

Цель — анализ развития логистики в эпоху цифровизации экономики на особенности формирования коммуникаций с потребителями в России и Китае

Задачи исследования:

1. Проанализировать различные теоретические подходы к исследованию социальной электронной коммерции и логистики;
2. Рассмотреть характеристики влияния логистики на построение коммуникаций с потребителями в России и Китае и выявить причины проблем этих коммуникаций;
3. Проанализировать особенности влияния логистики на формирование коммуникаций с потребителями в России и Китае;
4. Проанализировать проблемы, тенденции и перспективы развития логистической инфраструктуры в России и Китае в эпоху цифровизации социальных коммуникаций.

Теории, лежащие в основе исследования:

Поскольку интернет-бизнес является новой бизнес-моделью в 21-м веке, существует не много исследований по классической экономической теории в этой области. Но теоретическая поддержка может быть найдена и в работах социологов.

С точки зрения смежных теорий, следует обратить внимание прежде всего, на теории абсолютных преимуществ. Теория абсолютных преимуществ Адама Смита основана на анализе недостатков меркантилизма и обосновала теорию разделения труда: расширение разделения труда улучшает производительность труда и концентрацию общественного богатства. Адам Смит подчеркнул: «Все ресурсы можно правильно распределять и эффективно использовать, повышая производительность труда, сокращая издержки предприятий, увеличивая благосостояние страны и формируя разделение труда в обществе». Адам Смит назвал прямое сравнение стоимости одного и того же продукта в некоторых странах с разной стоимостью продукта «абсолютно низким абсолютным преимуществом».¹

Вторая - теория сравнительных преимуществ. Давид Рикардо предложил теорию сравнительных преимуществ. Эта теория происходит от теории международного разделения труда. Он считал, что стоимость производства в каждой стране разная, и страна может выборочно производить в соответствии с разницей в производственных затратах в своей собственной стране больше товаров, обладающих сравнительными преимуществами, тем самым повышая конкурентоспособность страны. Развитие этой теории основано на анализе сравнительной стоимости. Эта теория анализирует различия между двумя странами с точки зрения факторов производства (труд и капитал) и сравнительных

¹ 亚当·斯密,《国民财富的性质和原因的研究》上卷,商务印书馆,1972,第 80 页。

Адам Смит, «Исследование природы и причин национального благосостояния», том 1, The Commercial Press, 1974, стр. 80.

преимуществ.

Марк Грановеттер, один из представителей экономической социологии, считает, что: во-первых, экономическое действие - это, по сути, социальное действие. Независимо от условий и способа осуществления экономической деятельности, актер по-прежнему остается прежде всего социальным деятелем, и его действия также являются разновидностью социального действия. Поскольку это социальное действие, оно обязательно должно быть неотделимо от социальной культуры. Предпосылки; во-вторых, этот вид действий в основном является «экономически ориентированным» действием, предпринимаемым для удовлетворения стремления к благам при нехватке ресурсов; кроме того, эти действия будут зависеть от традиций и эмоций одновременно.² Следовательно, на экономические действия влияет социальная ситуация и её изменения.

Исследования Марка Грановеттера об экономическом поведении отличаются от традиционной теории социологии: он подверг критике методологию «сверхсоциализации» (oversocialized) социологии. В методологии «сверхсоциализации» субъект рассматривается как действующий полностью в соответствии с отведенной ему ролью. Другими словами, действия человека полностью регулируются социальными нормами и ценностями, которые он усваивает. И социологи считают, что социальный порядок может быть установлен через преобладание этой внутренней социальной силы. Помимо своей критики методологии «сверхсоциализации», он также не согласен с методологией утилитарной экономики, считая ее «неадекватной социализацией» (undersocialized). В методологии «неадекватной социализации» люди рассматриваются как атомизированные индивиды. Рациональный расчет собственных интересов для принятия решений и действий в соответствии с этим решением преобладает у таких

² «社会学»安东尼·吉登斯. 北京大学出版社,2005年.1103页.Гидденс Э. Социология. Пекин: Издательство Пекинского университета,2015-1103с

индивидов. Можно видеть, что самая большая разница между двумя методологиями заключается в том, что чрезмерная социализация учитывает личностное поведение.³ Соответственно, исследование социальных коммуникаций должно отталкиваться от изучения социальной мотивации индивидов, а с другой стороны учитывать социальную среду, социально-исторические условия деятельности этих индивидов (включая, к примеру, культуру).

Эмпирическая база исследования:

Данные статистики, собранные российскими и китайскими учеными и коммерческими компаниями. Кроме того, в работе использовался анализ документов правительств РФ и КНР, которые отражает влияние политики на рынок логистических услуг, на направление и перспективы социально-экономических реформ. Базой для исследования также являются данные авторского эмпирического социально-статистического исследования влияния логистического бизнеса на традиционный бизнес современного Китая. В ходе научно-исследовательской практики, было подготовлено и проведено сравнительное эмпирическое социально-статистическое исследование социальных особенностей влияния логистики на формирование коммуникаций с потребителями в России и Китае с точки зрения современной экономической социологии.

Научная новизна исследования состоит в комплексном сравнительном экономико-социологическом исследовании социальных аспектов развития влияния логистики на формирование коммуникаций с потребителями в России и Китае в эпоху цифровизации экономики и общества.

Основные результаты исследования:

1. Развитие социальной электронной коммерции в России и Китае в определенной степени способствовало созданию новых логистических услуг с

³ Baccattini G, 1991, The industrial district as a creative milieu, In industrial change and regional development, edited by Benko G and Dunford M, London: Belbavea, 102-114

добавленной стоимостью, повышению конкурентоспособности, способствовало развитию самой логистики, её инфраструктуры, прогрессу инновационных технологий и реализации эффективных логистических коммуникаций между нашими странами.

2. Логистический бизнес существенно вырос, а сотрудничество в сфере логистики между Китаем и Россией становится все более тесным, создавая множество новых рабочих мест и эффективно способствуя экономическому развитию двух стран.

3. Современная логистическая отрасль демонстрирует очевидную тенденцию к трансформации и модернизации, продолжают появляться новые бизнес-модели, методы распределения ресурсов и другие новые модели в логистической отрасли. С развитием рынка и популяризацией Интернет-приложений в следствие цифровизации российского и китайского обществ логистика перешла от ориентации на производителя к ориентации на потребителя. Изменен общий вектор развития логистической отрасли.

4. Связь между логистикой и потребителями, скорость передачи и обработки логистической информации повысили способность логистической деятельности к быстрому реагированию на изменение спроса на рынке, тем самым обеспечивая высокую эффективность современной цифровой экономики. Чтобы товароборот и товарные потоки отвечали потребностям потребителей в максимальной степени, необходимо обеспечить регулирование не только потоков товаров, но и потоков информации и прочную обратную связь с потребителями на основе использования современных цифровых технологий.

5. Стратегическая цифровая коммуникация - это решающее звено между социально-экономическими, политическими или другими субъектами, которое позволяет им достичь своих самых важных целей социально-экономического развития. Коммуникация по стратегии логистики позволяет компании достигать стратегических целей организации, способствовать стратегическому

и бизнес-планированию, регулировать потребительские решения и добиваться позитивного развития логистики.

6. В основе современной логистики лежат информационные технологии, обслуживающие социальное развитие. В контексте распространения *социальной электронной коммерции* интеграция социальных сетей, межличностного взаимодействия и деловых коммуникаций является важнейшей тенденцией социально-экономического развития России и Китая, определяющая и перспективы развития логистики тоже.

7. Отрасль логистики пострадала от COVID-19, исходная цепочка поставок и система логистики столкнулись с проблемами, но новая операционная модель открыла новые возможности для товарооборота и развития потребления. Отрасль логистики претерпела колоссальные изменения, ускорив развитие «интеллектуализации», «цифровизации» и «информатизации» китайского и российского обществ.

8. Современная тенденция развития логистики — цифровизация, основанная на социальных коммуникациях. Социальное разделение труда становится все более четким, а разделение труда между различными предприятиями становится все более очевидным. Но информатизация логистики на основе развития социальной электронной коммерции – это главный тренд современности.

Структура работы.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

Глава I. Теоретические исследования логистического бизнеса

1.1 Концепция логистического бизнеса

Что такое логистика? **Логистика** — совокупность организационно-управленческих и производственно-технологических процессов по эффективному обеспечению различных систем товарно-материальными ресурсами. Более широкое определение логистики трактует её как учение о планировании, управлении и контроле движения материальных, информационных и финансовых ресурсов в различных системах⁴. Логистика — выбор наиболее эффективного варианта обеспечения товаром нужного качества, нужного количества, в нужное время, в нужном месте с минимальными затратами⁵. Термин появился первоначально в интендантской службе вооружённых сил и происходит от др.-греч. λογιστική, что означает «счётное искусство». Впервые употребляется в трактатах по военному искусству византийского императора Льва VI (865—912). В Византийской империи при дворе императора были «логистики», в обязанности которых входило распределение продуктов питания.

Концепция логистики сформировалась ранее в США, возникла в 1930-х годах и изначально означала «распределение в натуральном выражении» или «доставку товаров». Появившееся в Японии в 1963 году, оно на японском означает «обращение вещей». После 1970-х годов термин «логистика» в Японии постепенно заменил «оборот вещей». Слово «логистика» в Китае - это иностранное слово, импортированное из японских материалов, которое

⁴ 物流和零售管理=物流和零售管理/编辑。J. Fern 和 Lee Sparks。-2号 -新西伯利亚: 西伯利亚大学出版社, 2007年。-第263页。Логистика и управление розничными продажами = Logistics and retail management / Под ред. Дж. Ферна и Ли Спаркса. — 2-е. — Новосибирск: Сибирское университетское изд-во, 2007. — С. 263.

⁵ Panasenko E.V.物流: 人员, 技术, 实践。-1号 -M.:基础工程, 2011.-S. 224
Панасенко Е. В. Логистика: персонал, технологии, практика. — 1-е. — М.: Инфра-Инженерия, 2011. — С. 224.

произошло от перевода слова «Logistics» в японских материалах, «логистика»⁶. В китайском стандарте терминологии логистики логистика определяется как: логистика - это физический поток товаров от места поставки к месту получения. В соответствии с фактическими потребностями, функции транспортировки, хранения, погрузки, разгрузки, упаковки, обработки обращения, распределения и информации. обработки органично объединены для достижения процесса, требуемого пользователем. Логистика, английское название: logistics. Определение: Часть деятельности цепочки поставок - это процесс планирования, реализации и контроля эффективного и недорогого потока и хранения потребляемых товаров и услуг и соответствующей информации от места производства до места потребления для удовлетворения потребностей⁷. клиентов. Логистика: сосредоточение внимания на складировании, продвижение продукции, чтобы идти в ногу с рынком.

В 1986 году Американская ассоциация управления логистику следующим образом : под логистикой понимается реализация сырья, полуфабрикатов, готовой продукции или связанной с ней информации с наименьшими затратами с помощью методов транспортировки, хранения и распределения для удовлетворения потребностей клиентов. Потребности - весь процесс планирования, реализации и управления от места производства товара до места потребления товара.

Испанский юрист и экономист XVI века Хуан Поло де Ондегардо в 1572 году сообщал о том, что в Империи инков чиновниками кипукамайоками велся учёт по текущим необходимым

⁶ 杨洋, 李晓晖. 日本电子商务物流的发展经验及对中国的启示 [J]. 中国流通经济, 2014, 28(04): 34~39

Ян Ян, Ли Сяохуэй Опыт развития логистики электронной коммерции в Японии и его значение для Китая [J] Экономика обращения в Китае , 2014, 28 (04): 34-39

⁷ 物流/ Ed. B. A. Anikina, T. A. Rodkina. -2号 -M.: 前景, 2010年. --S. 406 .-

огистика / Под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. — 2-е. — М.: Проспект, 2010. — С. 406.

продуктам для инкского двора, при этом учитывались место отправки, доставляемая продукция, срок доставки, и, возможно, расстояние.⁸

В русский язык термин «логистика» ввёл в начале XIX века французский военный специалист Антуан Жомини. В советское время в условиях плановой экономики он был заменён термином «снабжение». На предприятиях существовали отделы снабжения, задачей которых было не столько найти нужный ресурс, сколько обеспечить его поставку через решения министерств и ведомств. Яркий пример «снабженцев» показан в кинокомедии Леонида Гайдая «Опасно для жизни!». В общем, логистика - это деятельность, которая включает в себя основные функции, такие как транспортировка, обработка, хранение, упаковка, погрузка и разгрузка, обработка обращения и обработка логистической информации. Это деятельность, которая проходит от места поставки к месту получения, чтобы удовлетворение социальных потребностей Экономическая деятельность. Логистическая модель прошла путь от самостоятельной работы на стороне спроса и предложения (1PL, 2PL), логистики третьей стороны (3PL) до логистики четвертой стороны (4PL). В настоящее время ведется больше дискуссий, и более спорной является логистика четвертой стороны и ее отношения с логистикой третьей стороны⁹. Так называемая сторонняя логистика относится к способу, которым третья сторона, отличная от стороны спроса и предложения, использует преимущества собственных ресурсов для интеграции других социальных ресурсов для предоставления клиентам аутсорсинга логистических услуг. Логистика четвертой стороны была впервые предложена Accenture Consulting в США в 1998 году. Она обеспечивает планирование

⁸ Логистика / Под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. — 2-е. — М.: Проспект, 2010. — С. 406.

⁹ Прокофьева, Т. А. Логистический аутсорсинг и основные направления развития комплексного логистического бизнеса в России / Т. А. Прокофьева, Н. Г. Покарева // РИСК: Ресурсы, Снабжение, Информация, Конкуренция. - 2013. - № 2. - С. 34-40.

логистики, консультирование, информационные системы логистики, управление цепочкой поставок и другие виды деятельности для первой, второй и третьих сторон¹⁰. Четвертая сторона фактически не занимается конкретными логистическими операциями. В центре внимания спора, существует ли так называемая логистика четвертой стороны. С точки зрения логистических операций сторонние логистические компании и некоторые исследователи полагают, что в логистической цепочке, помимо спроса и предложения сторон и независимо от двух сторон. Нет четвертой стороны, кроме третьей стороны, которая предоставляет логистические услуги.¹¹ Другие точки зрения исследования полагают, что сторонняя логистика имеет больше преимуществ, чем сторонняя логистика, и может предоставлять все более и более продвинутые услуги логистического аутсорсинга, чем сторонняя логистика. Но это не выявляет существенной разницы и связи между сторонней и сторонней логистикой.

Быстрое развитие логистики и стремительный прогресс науки породили в последние годы термин «современная логистика». Так что же такое современная логистика? Так называемая современная логистика в основном относится ко всему процессу эффективного потока сырья и готовой продукции от начальной точки до конечной точки и соответствующей информации по сравнению с традиционной логистикой. Органическое сочетание аспектов формирует полную цепочку поставок, предоставление пользователям многофункциональных и интегрированных комплексных услуг. В современной логистике информация играет очень важную роль. Поток товаров должен точно и быстро удовлетворять потребительский спрос без потока информации, а своевременный возврат средств также неотделим от обратной связи с соответствующей информацией. Благодаря быстрому, точному потоку информации в системе логистики в режиме

¹⁰ Левин С.Б. Операционная интеграция в логистических центрах // Транспорт: наука, техника, управление, 2015. № 5. С. 26-29.

¹¹ Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. М., 2010.

реального времени предприятия могут быстро и своевременно реагировать на рынок, тем самым создавая эффективный круг деловых потоков, информационных потоков и потоков капитала.¹² Современная логистика - это комплекс сложных и изощренных видов деятельности, планирование, организация, контроль и координация этой деятельности неотделимы от поддержки информационных технологий.

Традиционная логистика, рынок, ориентированный на производителей, и логистика, ориентированная на складирование, способствуют синхронизации производства и рынка. По мере развития рынка популяризация приложений информатизации смещается от ориентированных на производителей к ориентированным на потребителя. Конкуренция на рынке становится все более жесткой. Каждое звено логистики начало становиться независимым. Логистические компании относятся к каждому звену (транспорт, складирование, закупка, упаковка, погрузка и разгрузка и т. д.) разделение труда и усовершенствованная эксплуатация и управление. Это актуальная тенденция развития логистики. Сервисная концепция логистики стала необходимым условием¹³. Суть логистики заключается в интеграции ресурсов, экономии затрат и эффективном предоставлении клиентам транспортных решений, решений для хранения и упаковки. Процесс физического потока от места поставки к месту получения органично объединяет основные функции, такие как транспортировка и хранение. Я считаю, что логистика - это своего рода менеджмент, это человеческая воля. *Physical Distribution* - это распределение вещей, которое

¹² Клименко, В. В. Взаимодействие государства и бизнеса при формировании объектов логистической инфраструктуры / В. В. Клименко // Логистика сегодня. - 2012. - № 1. - С. 22-28

¹³ 汤浅和夫, 门峰. 图解现代物流, IT 物流[M]. 上海: 文汇出版社, 2002, 52~53

Юаса Кадзуо, Монфэн. Иллюстрация современной логистики, ИТ-логистика [М]. Шанхай: Wenhui Publishing House, 2002, 52 ~ 53

является частью логистики. Логистика реализует преимущества, изменяя время и пространство товаров. Логистика призвана служить людям и существует благодаря менеджменту.

1.2 Экономико-социологические исследование логистического бизнеса

Экономическое действие - это разновидность социального действия, из которого рождается экономическая социология. Как междисциплинарный предмет, он строго наблюдает за экономическими явлениями с точки зрения социологии и получил много ценных результатов, которые в значительной степени обогатили наше понимание повседневной экономической жизни. Конечно, как особая междисциплинарная дисциплина, экономическая социология отличается от общей социологии - она может изучать только экономические явления, но они основаны на основных теориях общей социологии. С момента зарождения экономической социологии в конце века и в начале века теоретическая основа экономической социологии для изучения экономических явлений в основном основана на такой предпосылке, независимо от того, какой вид экономической деятельности используется. при каких условиях сами активисты остаются первыми социальными людьми. Его действие также является сначала своего рода социальным действием, и в этом виде экономического социального действия постепенно выстраиваются соответствующая экономическая система и экономическая система, и, наконец, создается сложная социально-экономическая жизнь¹⁴. Экономисты и социологи соглашаются, что экономические действия связаны с приобретением и использованием ограниченных ресурсов. Однако между экономистами и социологами существуют большие различия в отношении мотивов действий

¹⁴ 斯威德格伯. 经济社会学原理 [M]. 周长城, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2005.

Швед Гербер. Принципы экономики и социологии [M.]. Чжоу Чанчэн, перевод. Пекин: Жэньминьский университет китайской прессы, 2005.

экономических субъектов и влияния других на действия. Экономические социологи считают, что личная психология и мотивация не являются полностью эндогенными, однородными или закрытыми, но являются продуктом влияния социальной среды. Социальные факторы в значительной степени повлияют на максимизацию личности. Даже среди экономических субъектов экономические субъекты преследуют социализированную экономическую цель с социальной психологией и действием¹⁵. В этом смысле любое экономическое действие - это всего лишь разновидность социального действия. Экономическое действие логистики - это социальное поведение. С социальной точки зрения, экономический феномен логистического бизнеса строго соблюдается и анализируется, чтобы обогатить социально-экономическое понимание нашей повседневной жизни. Изучите влияние логистической коммуникации на потребителей на основе общих базовых социологических теорий.

Новая экономическая социология считает, что экономические действия имеют социальную позицию, и это не означает, что экономические субъекты полностью пассивны в условиях ограничений социальных сетей. Ее основная точка зрения отражается в смысле методологии, то есть в анализе экономических действий. не могут быть основаны исключительно на действиях. Целевая функция субъекта должна быть основана на структуре социальной сети, в которой он находится, а взаимодействие и отношения ограничений между субъектом и другими членами сети должны быть проанализированы во время действия. Именно в этом смысле сетевой анализ и структурный анализ стали методами и парадигмами исследования, часто используемыми в новой экономической социологии. Экономическое действие

¹⁵ «网络社会学建构» 夏学銮. 北京大学学报 (哲学社会科学版). 2004 年第 1 期. 33-36 页

Ся Сюэлюань, Построение сетевой социологии // Журнал Пекинского университета (Философия и социальные науки). № 1, 2004. С. 33– 36.

анализа логистики должно начинаться с социальной сетевой структуры акторов. Анализ экономической деятельности логистики следует начинать с социальной сетевой структуры участников¹⁶. в контексте электронной торговли электронной коммерции рассматривается влияние логистики и коммуникации с потребителями, от сетевого анализа и структурного анализа до проведения новых исследований в области экономической социологии.

Взгляд Маркса на логистическую деятельность упоминается в «Das Kapital»: Логистическая деятельность в основном включает четыре звена: производство, распределение, обмен и потребление. Производственное звено включает в себя хранение и транспортировку производственных материалов и т. Д. также является процессом постоянного увеличения стоимости капитала. В этом звене обращения также будут возникать соответствующие затраты. Эти связи также указывают на то, что логистическая деятельность и экономическое развитие имеют более тесную взаимосвязь. Чем чаще логистические операции, тем быстрее экономическая скорость развития и капитал Чем выше значение¹⁷.

Теория Вебера о промышленном размещении относится к самым ранним из известных времен. В этой теории в основном анализируется взаимосвязь между масштабом развития и эффективностью логистической системы распределения, а также объясняется важная роль этого показателя в системе распределения. Однако у этой теории есть некоторые проблемы, потому что

¹⁶ 罗家德. 从格兰诺维特理论重新认识中国[C] // 格兰诺维特. 镶嵌: 社会网与经济行动. 罗家德, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2015

Lo Jiaode. Новое понимание Китая с помощью теории грановита [C] // Granovite. Mosaic: Social Networks and Economic Action. Luo Jiade, Trans. Beijing: Social Science Literature Press, 2015

¹⁷ 马克思, 《资本论》第1卷, 《马克思恩格斯全集》第23卷, 人民出版社, 1972, 第391页。

Маркс, «Капитал», том 1, «Полное собрание сочинений Маркса и Энгельса», том 23, Народное издательство, 1972, стр. 391

она анализирует только взаимосвязь между затратами на транспортировку и распространение и затратами на продукцию и игнорирует взаимосвязь между логистикой и экономическим развитием¹⁸. После 1950-х годов академические исследования начали сосредотачиваться на связи между логистической системой распределения и социально-экономическими выгодами. Экономических и социологических исследований по логистике и коммуникации с потребителями мало.

Что касается исследований логистической отрасли, то в соответствующей зарубежной литературе основное внимание уделяется взаимосвязи между логистикой и увеличением стоимости капитала и товаров, взаимосвязи между логистической инфраструктурой и экономикой, взаимосвязью между средствами логистики и экономическим ростом, а также взаимосвязью между логистическими расходами и увеличением национального богатства и др. Исследование с точки зрения перспективы. Вообще говоря, эти исследования сосредоточены на изучении интерактивных отношений, которые могут служить справочным материалом для исследования скоординированного развития логистической отрасли и экономики. Однако в существующем исследовании также есть определенная пустая область, а именно отсутствие экономических и социологических исследований взаимодействия между логистикой и потребителями, что дает место для исследования данной статьи.

1.3 Социальная история логистического бизнеса в России и Китае

Логистическая деятельность сосуществует с материальной жизнью и производством человека и имеет долгую историю. Можно сказать, что

¹⁸ «经济社会学手册» (第二版) 斯梅尔瑟, 斯威德伯格/罗教讲, 张永宏译. 北京: 华夏出版社. 2009. 830 页.

Нейл Смелзер, Ричард Сведберг. Справочник по экономической социологии (Второе издание) / Перевод Ло Цзяоцзянь, Чжан Йонгхонь. Пекин: Издательский Дом Хуа Ся. 2009. – 830с

непрерывная логистическая деятельность является гарантией человеческой жизни, артериальной системы экономики и общества, а также предпосылкой для непрерывного процесса общественного производства и материальной и технологической базой для экономического и социального развития. Однако логистика - это новая дисциплина, потому что ее история насчитывает более 60 лет. Появление и развитие логистики позволило капиталистическим странам реализовать третий источник прибыли в дополнение к ресурсам и рабочей силе в процессе экономического развития, который называется третьим источником прибыли.

До появления слова «логистика» логистическая деятельность в Китае существовала всегда, но не существовало концепции логистики, не было мысли и механизма для систематического управления логистической деятельностью. Каждый элемент выполнялся как отдельная деятельность. После основания Нового Китая была внедрена высокоцентрализованная система экономического планирования. Государство организует работу народного хозяйства и производство большинства продуктов, при этом особое внимание уделяется увеличению количества продуктов для обеспечения основных потребностей людей. В конце 1970-х годов оборотные компании начали формировать складские и транспортные компании, которые были отделены от организаций по управлению товарами. Мы называем этот период временем хранения и транспортировки.

После этого только в 1979 году моя страна начала использовать термин «логистика». В июне 1979 года делегация китайских материально-технических работников отправилась в Японию для участия в Третьей Международной конференции по логистике. После возвращения в Китай термин «логистика» был впервые процитирован и использован в отчете об инспекции и представил развитие логистики в Японии. . Китай также начал проводить теоретические исследования в области логистики, уделяя особое внимание деятельности в области обращения производственных материалов, но редко в других областях

логистики.

В середине 1990-х годов современная логистика в Китае по-настоящему выросла. Появление Guangzhou Baosu в 1994 году ознаменовало рождение первой сторонней логистической компании в Китае и открыло прелюдию к современной логистической организации¹⁹. Кроме того, Гонконг и Hutchison Whampoa начали инвестировать в строительство и эксплуатацию портов в районе дельты реки Чжуцзян. В то же время некоторые правительства начали формулировать местные логистические планы, вводили политику и меры по развитию логистики, увеличивали инвестиции в логистическую инфраструктуру и поощряли предприятия к интеграции логистических ресурсов, внедрению и развитию логистических технологий²⁰. Создание Китайской федерации логистики и закупок в 2001 году можно назвать скачком в историческом развитии логистической отрасли Китая. Его создание показывает, что логистика в Китае как отрасль вошла в стадию истории, а логистическая отрасль состоит из логистических компаний, представляющих собой консорциум логистических компаний. Появление логистических компаний добавило новых членов в китайскую корпоративную семью и изменило Китай. Корпоративный ландшафт.

В августе 2004 года с одобрения Государственного совета девять департаментов, включая Национальную комиссию по развитию и реформам, совместно опубликовали «Заключения о содействии развитию современной логистической индустрии моей страны». В феврале 2005 года с одобрения Государственного совета и под руководством Национальной комиссии по развитию и реформе была учреждена «Национальная межведомственная

¹⁹ Third Party Logistics Services // Views from the Customers. - Electronic text data. - Mode of access: <http://www.accenture.com/Services/Supply Chain Management/ News & Information>. - Title from screen.

²⁰ 武晓钊. 农村电子商务与物流配送运营服务体系构建[J]. 中国流通经济, 2016, 30(08): 99~104

У Сяочжао. Построение сельской системы услуг по распределению электронной коммерции и логистики [J]. Экономика обращения в Китае, 2016, 30(08): 99 ~ 104

конференция по современной логистической работе». В 2010 году общий ВВП превысил Японию и стал второй по величине экономикой мира. В 2012 году объем промышленного производства превысил Соединенные Штаты, Германию, Японию и другие страны, став глобальным производственным центром, и большинство из 500 крупнейших компаний мира вышли в Китай. В 2014 году Государственный совет издал «Среднесрочный и долгосрочный план развития логистической отрасли» (2014–2020 годы), который поднял индустриальный статус логистической отрасли на фундаментальный и стратегический уровень. В 2015 году пятое пленарное заседание 18-го Центрального комитета выдвинуло пять новых концепций развития: «инновации, координация, экологичность, открытость и совместное использование». В том же году Госсовет включил эффективную логистику «Интернет +» в одно из ключевых направлений деятельности «Интернет +»²¹.

В 2016 году Главное управление Государственного совета и соответствующие правительственные ведомства последовательно внедрили политику и меры по поддержке развития логистической отрасли, в основе которых лежало сокращение затрат и повышение эффективности. Отчет 19-го Национального конгресса Коммунистической партии Китая в 2017 году предложили укрепить логистическую инфраструктуру и сетевые стратегии и сформировать новые точки роста. Формирование новой кинетической энергии указывает направление логистики в новую эру. В 2018 году главный инспектор Госсовета по логистической отрасли создал условия для реформирования логистической отрасли со стороны предложения за счет снижения затрат и повышения эффективности. В этот период характерной чертой является полный привод капитала и технологий. С начала 2013 года, когда направление «Интернет + логистика» становилось все более зрелым, логистика вступила в

²¹ 梁海红. “互联网+”时代物流配送中心选址优化模型构建[J]. 统计与决策, 2016, (22): 51~53

Лян Хайхун. Построение модели оптимизации для выбора местоположения логистического распределительного центра в эпоху «Интернет +» [J]. Статистика и решения, 2016, (22): 51 ~ 53

период быстрого роста от зрелости. В 2017 году логистические компании ускорили выход на рынок капитала. В течение года 8 компаний прошли листинг на основной площадке внутри страны, а 5 компаний торговали ценными бумагами за рубежом²². 45 компаний котируются на «Новом внебиржевом рынке» в Китае. Листинг, финансирование, слияния, реорганизация и трансграничная интеграция, логистические предприятия значительно улучшили свои технологические инновационные возможности, и Интернет вещей, большие данные, облачные вычисления и искусственный интеллект были эффективно применены. Текущие новые модели автомобилей -бесплатные перевозки и перевозки на трейлерах открыли новый этап²³. В 2010 году спрос на логистику в контексте экономического и социального развития увеличился. После стабилизации и восстановления в 2009 году логистические операции моей страны вернулись к каналу быстрого развития. Быстрое развитие логистической отрасли до 2021 года сыграло фундаментальную и поддерживающую роль в обеспечении скоординированного, стабильного и относительно быстрого развития национальной экономики. С другой стороны, это также стало механизмом корректировки структуры промышленности. преобразование режима экономического развития и открытие новых точек экономического роста.

Зарождение логистики в России уходит в далёкое прошлое. В русский язык термин «логистика» ввёл в начале XIX века французский военный специалист Антуан Жомини. В советское время в условиях плановой экономики он был заменён термином «снабжение». На предприятиях существовали отделы

²² 王娟娟. 电子商务时代的物流发展分析[J]. 中国流通经济, 2014, 28(03): 54~59

Ван Цзюаньцзюань, Анализ развития логистики в эпоху электронной коммерции [J]. China Circulation Economy, 2014, 28(03): 54 ~ 59

²³ 安立仁, 李旭东. 跨境电商物流企业综合服务体系及其实证研究[J]. 中国流通经济, 2015(11): 94-95.

Ань Лижэнь, Ли Сюйдун. Интегрированная система услуг логистического предприятия трансграничной электронной коммерции и ее эмпирическое исследование [J]. China Circulation Economy, 2015(11): 94-95.

снабжения, задачей которых было не столько найти нужный ресурс, сколько обеспечить его поставку через решения министерств и ведомств. На первых этапах становления наука применялась в военной сфере, позднее перейдя в экономическую сферу. Так, истории известен факт, согласно которому военный теоретик Жомини написал книгу по логистике. Впоследствии её изучал сам Александр II. В те времена под логистикой понималась тактика управления войсками в разрезе дислокации военных подразделений, снабжения и армейского транспортного обслуживания²⁴. Во времена СССР, в начале II Мировой войны был реализован грандиозный логистический проект по демонтажу и переносу огромного числа предприятий вглубь страны. К сожалению, развитие логистики в стране до 90-ых годов шло медленно. Логистическая деятельность (например, сбыт и транспортная логистика в России) долгое время недооценивались, а сфера производства всегда была на шаг впереди сферы обращения товаров. Результатом этого являлись медленная доставка товаров до пункта назначения и низкое качество обслуживания потребителей. Необходимость в применении методов логистики появилась в переходный период.

Несмотря на медленное развитие логистики в России в 90е годы, в данный момент ситуация стабилизируется. Увеличивается объём логистических услуг, передаваемых на аутсорсинг 3PL операторам. И ожидается, что такая тенденция ведения бизнеса будет в дальнейшем только набирать обороты. Осознавая огромный вклад логистики в увеличении рентабельности бизнес процессов, владельцам предприятий чаще приходится обращаться к экспертам в области логистики. Это свидетельствует о хороших перспективах развития логистики. В последние годы активно растёт строительство высокотехнологичных складских комплексов полного цикла, наводится порядок в транспортной сфере на законодательном уровне, выпускаются программы по автоматизации и

²⁴ Overview Of Logistics in Russia / Work Service. - Electronic text data. - Mode of access: <http://www.ciltuk.org.uk/Portals/0/Documents/Regions/SE/Sussex/sg033eventreport.pdf>. - Title from screen.

оптимизации логистических процессов.

В период традиционной логистики период традиционной логистики относится к периоду с 1949 по 1980 год. В этот период отрасль логистики была серьезно ограничена плановой экономической системой в производстве традиционных складских, транспортных, складских и транспортных отраслей. В 1963 году было внедрено единое управление товарными и перевалочными складами, и логистическая деятельность в основном распределялась между всеми уровнями отдела складирования и транспортировки материалов, а также коммерческими складскими и транспортными компаниями. Отрасль логистики Китая сейчас находится на стадии рынка продавца. Производственные предприятия Китая и России в основном расположены в нескольких относительно крупных городах. Производственные услуги, складирование и транспортировка в основном предоставляются коммерческими оптовыми и коммерческими складскими и транспортными компаниями. Специализируется на оптовой торговле. и занимаясь 80% складского и транспортного бизнеса, производственные и сбытовые компании имеют меньше складских перевозок²⁵. Российский интернет-бизнес в процессе исторического развития имеет.

Первый - это период зарождения. Период зарождения отрасли постепенно формируется в производственной или социально-экономической деятельности, и устойчивое развитие отрасли, а также ее основные элементы начинают оказывать влияние на социальную сферу. и экономическое развитие на начальном этапе отрасли. После более чем 30-летнего развития, с 1980 года, современные логистические предприятия в Китае и России начали переходить в перспективное состояние²⁶. Потенциальный спрос, обусловленный системной

²⁵ Logistics and Freight Industry in Russian Federation: Market Research Reports, Statistics and Analysis / Report linker. - Electronic text data. - Mode of access: http://www.reportlinker.com/ci02330/Logistics-and-Freight.html/coverage/Europe:Russian_Federation. - Title from screen.

²⁶ 徐广彬. 中俄交通运输的发展现状[J]. 吉林交通科技. 2015(02)

Сюй Гуанбинь. Состояние развития китайско-российских перевозок [J]. Транспортная наука и технологи

трансформацией, логистические услуги постепенно трансформировались в современную и современную концепцию стимулирующего спроса, система обращения претерпела огромные изменения, работа по транспортировке, складированию и логистике постепенно перешла на рыночную систему, а хранение и транспортировка. Типы договоров кросс-дистрибуции Развитие, некоторые складские и транспортные компании начали напрямую сотрудничать с производственными компаниями.

Второй этап - это начальный этап. Начальный этап промышленного развития - это начальный этап промышленного развития. Процесс постоянного поглощения различных экономических ресурсов и непрерывного саморазвития является признаком быстрого развития промышленности и знаковых продуктов. С 1990 по 1995 год китайские и российские логистические компании и сторонние логистические компании выросли, как ростки бамбука после дождя, такие как автомобильная логистика, стальная логистика, фармацевтическая логистика и т. Д.²⁷. Индустрия логистики стала новым типом гражданского производства. промышленность, способствуя общему развитию общества и экономики, и другие аспекты сыграли жизненно важную роль. Тем не менее, в этот период все еще существовал большой разрыв между логистической отраслью Китая и России и развитыми странами Запада²⁸. Она была только в зачаточном состоянии и не имела надежной и полной системы надзора за логистикой, и на нее легко повлиять рыночной средой.

Последний период - это период развития, период промышленного развития - это этап становления отрасли и ее зрелости. С 2004 года логистическая отрасль

и в Цзилине, 2015 (02)

²⁷ Якунина Ю.С. К вопросу о классификации услуг логистических операторов // В сборнике: Наука ЮУрГУ, 2014. С. 52-56.

²⁸ Сергеев, В. И. Роль логистики в развитии транспортного комплекса РФ: в разрезе корректировки Транспортной стратегии РФ на период до 2030 г. / В. И. Сергеев - Электрон. текстовые дан. -Режим доступа: www.hse.ru/data/2013/03/15/.../Сергеев_Федоренко_Геррами.doc. - Загл. с экрана

в Китае и России сохраняет хорошую динамику развития²⁹. Отрасль логистики продолжает быстро расти. Развитие и применение современных логистических технологий привело к повышению стандартизации и информатизации логистики, была создана национальная межведомственная совместная конференция, и создала современную систему управления логистикой., Система логистики и надзора за транспортировкой совершенствуется день ото дня.³⁰ На фоне развития глобальной экономической интеграции торговое сотрудничество между странами по всему миру стало более тесным, степень сотрудничества между распределением и логистикой также увеличивается, и «финансирование логистики» также начало появляться в видении людей. С точки зрения социально-экономического развития ценность логистической отрасли заключается не только в обеспечении большого количества рабочих мест, но и в содействии общему развитию социальной экономики. Следовательно, функциональные правительственные департаменты должны в полной мере играть роль административного руководства, разъяснять направление развития логистической отрасли, формулировать долгосрочные стратегические планы развития и закладывать прочную основу для устойчивого развития логистической отрасли в Китае и России.

²⁹ Сергеев, В. И. Роль логистики в развитии транспортного комплекса РФ: в разрезе корректировки Транспортной стратегии РФ на период до 2030 г. / В. И. Сергеев - Электрон. текстовые дан. -Режим доступа: www.hse.ru/data/2013/03/15/.../ Сергеев_Федоренко_Геррами.doc. - Загл. с экрана

³⁰ 张铎. 电子商务与物流[M]. 北京:清华大学出版社, 2000, 63~64

Zhang Duo. Электронная коммерция и логистика [M]. Пекин: Tsinghua University Press, 2000, 63 ~ 64

Глава II. Влияние логистики на формирование коммуникации между Россией и Китаем: экономический и социологический анализ

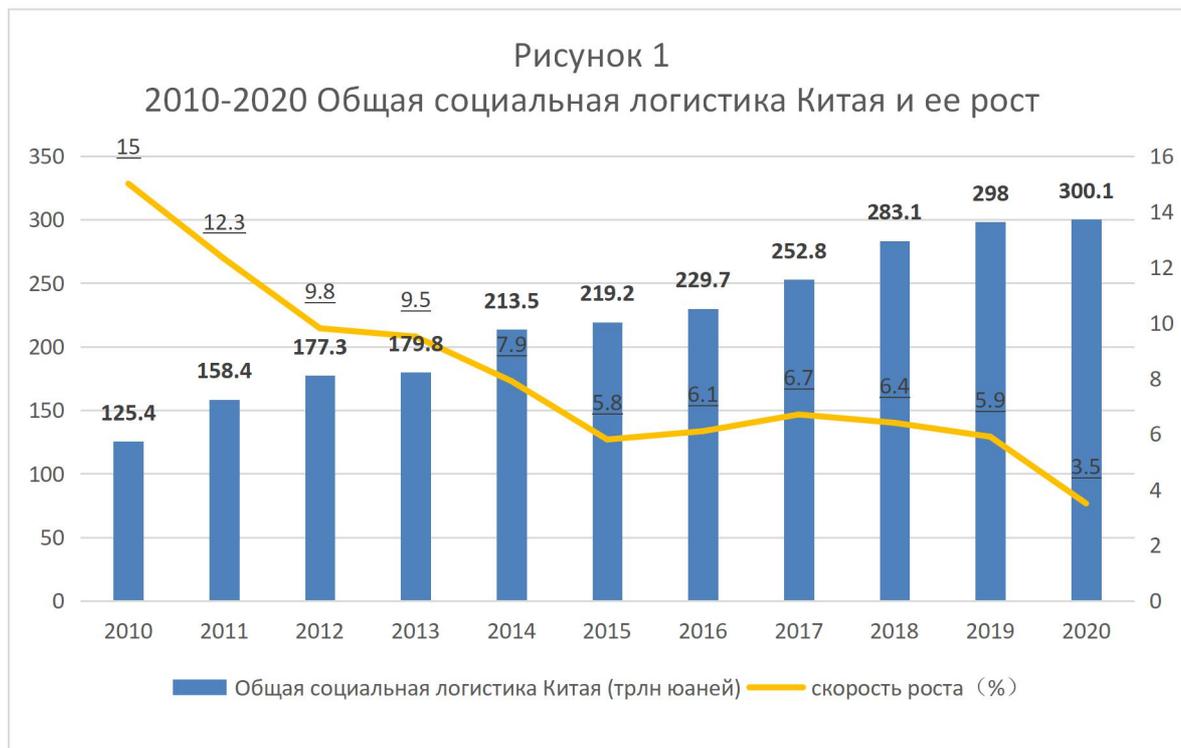
2.1 Ситуация с развитием современного логистического бизнеса в России и Китае

Развитие современной логистики неотделимо от информатизации логистики. Обращение материальных единиц и информационное движение вместе составляют современную логистику. Использование сетевых технологий, компьютерных технологий, коммуникационных технологий и других технических средств ускорило передачу и скорость обработки логистической информации и улучшило способность быстрого реагирования логистической деятельности, тем самым обеспечивая высокую эффективность современной логистики. Чтобы поток товаров мог максимально удовлетворить потребности потребителей, необходимо обеспечить поток информации и точную обратную связь соответствующей информации. Таким образом, на фоне информатизации современного логистического бизнеса коммуникация между логистикой и потребителями в России и Китае играет ключевую роль в развитии логистики. В 2020 году логистическая отрасль моей страны будет работать бесперебойно и упорядоченно, а уровень зеленого развития будет продолжать повышаться. Он будет играть важную роль в экономическом и социальном развитии и внесет позитивный вклад в солидную работу и всестороннее выполнение задач. В 2021 году под влиянием таких факторов, как нестабильность зарубежных эпидемий и неопределенность международной торговли, это станет одновременно проблемой и возможностью для логистической отрасли.

С 2010 по 2019 год общая социальная логистика Китая выросла со 125,4 трлн юаней до 300 трлн юаней, достигнув совокупного годового темпа роста в 13,92%, а общий спрос на социальную логистику растет. В то время как общий

объем социальной логистики Китая постепенно расширяется, скорость развития и степень специализации современной логистической отрасли продолжают расти, эффективность социальной логистики Китая улучшается, а условия на рынке логистики продолжают улучшаться (Рисунок 1). Отрасль обычно оценивает логистическую эффективность всей экономики на основе отношения общих затрат на социальную логистику к ВВП. Чем ниже отношение общих затрат на социальную логистику к ВВП, тем выше логистическая эффективность экономики и тем более развита отрасль логистики. В период 2010-2019 годов общая стоимость социальной логистики по всей стране выросла с 7,1 трлн юаней до 14,1 трлн юаней, что свидетельствует о том, что общие затраты на логистику в логистической отрасли Китая также увеличиваются, несмотря на высокий спрос. За этот период отношение общих затрат на логистику к ВВП в стране снизилось с 17,23% до 14,23%, а общая эффективность логистики улучшилась. Однако уровень эффективности логистики в более развитых странах не только выше среднего уровня 10% в развитых странах, это также выше, чем в странах БРИК, которые были почти на два процентных пункта выше, чем 13% в Индии в 2016 году, поэтому все еще есть возможности для улучшения. Исходя из этого, как основной черты современной логистики, информатизация необходима для обеспечения социального развития. С точки зрения структуры социальной логистики, доля общей логистики промышленной продукции в общем спросе на социальную логистику всегда оставалась выше 90%. Благодаря значительному прогрессу, достигнутому в структурной реформе со стороны промышленного предложения, структура логистики промышленной продукции постоянно совершенствуется. оптимизирован. В 2019 году спрос на логистику в стратегических развивающихся отраслях вырос на 8,40%, а темпы роста были на 2,70% выше, чем в общей логистике промышленной продукции; спрос на логистику производства высокого класса увеличился на 8,80% по сравнению с предыдущим годом, а темпы роста была на 3,10 процентных пункта выше, чем

общий объем логистики промышленной продукции. Сильная тенденция смещения границ экономики Китая в сторону стратегических развивающихся отраслей и высокотехнологичных производств. (Источник данных: Национальное статистическое бюро Китая <http://www.stats.gov.cn/>)



Источник данных: Национальное статистическое бюро Китая <http://www.stats.gov.cn/>

В 2020 году будут достигнуты основные результаты в общем планировании профилактики эпидемий и борьбы с ними, а также в экономическом и социальном развитии, и логистические операции будут продолжать неуклонно восстанавливаться. Отношение общих затрат на социальную логистику к ВВП составило 14,7%, что практически соответствует уровню прошлого года. В течение всего 2020 года логистические операции будут восстанавливаться и неуклонно расти против тренда, а масштабы логистики выйдут на новый уровень: общая социальная логистика превысит 300 трлн юаней. В 2020 году общий объем национальной социальной логистики составит 300,1 трлн юаней, что на 3,5% больше по

сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По структуре общая логистика промышленной продукции составила 269,9 трлн юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 2,8% в сопоставимых ценах; общая логистика сельскохозяйственной продукции составила 4,6 трлн юаней, увеличившись на 3,0%; общая логистика единиц и жителей составила 9,8 трлн юаней, увеличившись на 13,2%; общая логистика импортных товаров составила 14,2 трлн юаней, увеличившись на 8,9%; общая логистика возобновляемых ресурсов составила 1,6 трлн юаней, увеличившись на 16,9%. Что касается кварталов, темпы роста продемонстрировали импульс непрерывного восстановления, особенно с четвертого квартала, восстановление ускорилось. Кроме того, возрастает роль логистики в обеспечении средств к существованию людей. Каналы сельской логистики и двустороннего движения были дополнительно открыты, а плотность обслуживания значительно увеличилась. Пункты логистической службы почтовой экспресс-доставки охватывают более 30 000 сельских деревень и городов, а объем продукции поддержки потребительских товаров в сельской местности а сельскохозяйственная продукция, поступающая в город, стоит почти один триллион юаней. Кроме того, в 2020 году несколько департаментов представят политику и меры, которые помогут компаниям выручить, оптимизировать бизнес-среду и продолжают способствовать сокращению административных затрат на логистику. В 2020 году отношение общих затрат на социальную логистику к ВВП составит 14,7%. , значительно замедлились темпы роста удельных затрат на логистику. Из-за воздействия эпидемии развитие логистических проблем также способствовало прогрессу современной логистики.

Практический прогресс логистической отрасли Китая С тех пор, как концепция логистики была представлена в Китае, логистика постепенно получила признание китайских транспортных, складских, производственных и торговых компаний. Крупномасштабная сетевая работа международных

логистических компаний способствовала развитию Китая в направлении современной логистики. В настоящее время логистический бизнес Китая быстро развивается в области городского распределения и логистики. Коммерческие предприятия организуются для доставки товаров в выбранные ими торговые центры и сетевые магазины. Большинство доставляемых товаров - это продукты питания и предметы первой необходимости. Транспортные компании используют свои собственные склады и транспортные средства для ведения логистического бизнеса. На основе транспортировки они расширили комплексные услуги, такие как складское хранение, хранение, доставка от двери до двери, простая обработка и агентские услуги. Некоторые транспортные компании создали логистические совместные предприятия с иностранными компаниями. На китайском фондовом рынке А-акций котируются 26 логистических или связанных с логистикой компаний, из которых 7 - это портовые компании, меньше всего - складские компании и компании по транспортировке по трубопроводам, всего по 1 каждой, а остальные - водные перевозки 5. компании железнодорожного транспорта, 3 компании автомобильного транспорта, 2 компании воздушного транспорта, 3 комплексные компании и 2 компании, связанные с логистикой. Его содержание охватывает практически все области логистической отрасли³¹. Если посмотреть на его развитие, основные направления листинговых логистических компаний проявляются в четырех аспектах: (1) традиционная логистика до современной логистики; (2) традиционная логистика до высокотехнологичных предприятий; (3) расширение масштабов традиционной логистической отрасли; (4) Информатизация логистики, ориентированной на потребителя.

³¹ 张夏恒, 马天山. 协同视角下我国县乡电子商务与物流发展研究 [J]. 当代经济管理, 2015, 37 (07): 68~74

Чжанся Хэн, Ма Тяньшань, совместное исследование развития электронной коммерции и логистики в округах и поселках [J] Перспективы современного управления бизнесом, 2015 г., 37 (07): 68-74

Согласно различным исследованиям, большинство китайских предприятий, особенно малых и средних предприятий, находятся на первом этапе, то есть используют меньше инвестиций для решения различных проблем информатизации в процессе, и цель состоит в том, чтобы иметь возможность лучше вести финансовый учет. Проникнуть во все ссылки. На различных примерах видно, что этот тип спроса является опорой рынка. Небольшая часть хороших компаний-основателей вступила во вторую фазу, то есть стремятся оптимизировать процесс проектирования и эксплуатации операций, на долю логистических предприятий в Китае приходится около 20% от общего числа. Этот тип предприятий имеет хороший механизм управления и информационную основу, а также может предоставить определенную основу данных и системную гарантию для реинжиниринга процессов³². Хотя на этот тип спроса приходится небольшая часть рынка, перспективы оптимистичны. В настоящее время на третий уровень выходит очень мало китайских компаний. Также существует большое количество логистических компаний, которые осуществляют различный бизнес на уровне ручной работы.

Международные перевозки в России разнообразны и красочны: поезда, морские перевозки, водный транспорт и автомобильный транспорт. Кроме того, в России в разное время года используются и другие виды транспорта. Например: по границе и ледовый транспорт, перевозка на воздушной подушке паромом в водный сезон. Несмотря на недавние попытки освоить новые виды транспорта, он занимает очень большую часть объема железнодорожных грузовых перевозок. Поскольку Россия является самой большой страной в мире по территории, а ее огромная территория малонаселенна, это затрудняет развитие современной

³² Мерзляк А. В. ЛОГИСТИЧЕСКИЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭВОЛЮЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ ОТ ЭКОНОМИКИ МАСШТАБА ДО СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ// Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес».

логистики. Географическое положение Дальнего Востока России относительно особенное, а промышленные ограничения относительно велики, что также делает развитие логистической и транспортной отрасли очень важной ролью в развитии этого региона. Российские транспортно-экспедиторские компании относительно рассредоточены по сравнению с Китаем. В логистической отрасли России существует множество логистических компаний разных размеров. На российском логистическом рынке уже есть надежные логистические компании. Эти компании осуществляют внутреннюю и внешнюю логистику в соответствии с основными международными стандартами и принципами логистики. Например: ЗАО Asstra Associated Traffic AG. Теперь российские логистические компании также начали развиваться в направлении зарубежного бизнеса. Некоторые из наиболее известных компаний начали выступать в качестве агентов за рубежом, но их энтузиазм в отношении освоения зарубежных рынков все еще относительно невелик. Дело в том, что эта логистика компании обслуживают клиентов только в западных странах. Однако российским логистическим компаниям по-прежнему очень сложно выйти на рынки западных стран. Российские логистические компании не так конкурентоспособны, как некоторые международные логистические компании по многим параметрам, таким как DHL, TNT, FedEx и т. Д. Однако с точки зрения долгосрочной перспективы развития российские логистические компании по-прежнему имеют относительно большие возможности для развития³³.

Объем рынка транспортно-логистических услуг в денежном выражении за последние годы увеличился. В долгосрочной динамике рынок транспортно-логистических услуг в России демонстрирует стабильность и

³³ Логистический Оператор России. [Электронный ресурс] // Logistics.ru (отраслевой определение портал). 2017. URL: <http://www.logistics.ru/scm/news/rejting-logisticheskij-operator-rossii> поста (дата обращения: 10.10.2017).

умеренный рост. На протяжении 2015-2019 гг. объем рынка транспортно-логистических услуг в денежном выражении неизменно увеличивался, но начиная с 2017 г. отмечено замедление темпа роста. По итогам 2019 г. объем рынка ТЛУ составил 3594,2 млрд руб., увеличившись относительно 2018 г. лишь на 1,6%, а относительно 2015 г. на 54,6% (на 1268,8 млрд руб.) Положительная динамика в 2015-2019 гг. обусловлена, прежде всего, повышением тарифов при минимальных темпах роста объема грузоперевозок и грузооборота. Среднегодовой темп прироста составил 11,5%. При этом рост в 2019 г. показал сектор автомобильного грузового транспорта («плюс» 12,0%), а в остальных сферах отмечен спад³⁴.

По итогам 2019 года Россия немного улучшила свое положение в ежегодном индексе Agility Emerging Markets Logistics Index (Логистический индекс развивающихся рынков), который формируется на основе опроса руководителей нескольких сотен крупнейших логистических компаний мира. Среди основных показателей, по которым эксперты оценивают состояние логистики, это объем рынка, инфраструктура, деловой климат и другие. В этом году Россия поднялась с 14-го на 13-е место. Согласно исследованию Data Insight, в I полугодии 2019 года объем рынка логистики для электронной торговли в России вырос на 33 проц. в натуральном выражении по сравнению с аналогичным периодом 2018-го. При этом из 218 млн посылок на «Почту России» пришлось 44 млн (20 проц.), а на логистические компании – 63 млн. По различным экспертным оценкам, в целом за 2019 год сегмент интернет-торговли прибавил от 1 до 2,2 трлн рублей. До сих пор российский рынок был

крупнейшим логистическим рынком в странах СНГ . Согласно

³⁴ 徐广彬. 中俄交通运输的发展现状[J]. 吉林交通科技. 2015(02)

Сюй Гуанбинь. Состояние развития китайско-российских перевозок [J]. Транспортная наука и технологии в Цзилине, 2015 (02)

исследованию, проведенному аналитической компанией Armstrong & Associates, в 2015 году общая выручка российского логистического рынка составила около 16,9 млрд долларов США. Среди них сторонние (аутсорсинговые) логистические услуги занимают 22% российского рынка и около 1/5 всего российского рынка логистики и грузоперевозок³⁵. Напротив, сторонние поставщики логистических услуг покрывают 65% европейского рынка и 48% китайского рынка. Российский рынок сторонней логистики имеет огромный потенциал. Подразумевается, что в России от 4000 до 6000 логистических компаний. Из них только 100 считаются реальными поставщиками логистических услуг, в том числе такие известные логистические компании, как Евросиб, Nienshants logistics, STS logistics и российский гигант железнодорожной логистики РЖД.

³⁵ Hertz S., Alfredsson M. Strategic development of third party logistics providers // Industrial Marketing Management. 2003. № 2. P. 139-149.

2.2 Влияние IT-бизнеса на структуру логистических услуг и потребительский спрос

Социальная электронная коммерция (social commerce), также известная как социальная электронная коммерция, социальная коммерция, является новой тенденцией в развитии электронной коммерции в последние годы. Социальная электронная коммерция опирается на социальные сети, веб-сайты, программное обеспечение и инструменты в качестве платформ и помогает покупать и продавать товары или услуги с помощью новых методов, таких как социальное взаимодействие между пользователями и пользовательский контент (UGC). Википедия дает определение социальной электронной коммерции: социальная электронная коммерция - это разновидность электронной коммерции, которая включает социальные сети, сетевые медиа, поддерживающие социальное взаимодействие, и вклад пользователей, которые помогают покупать и продавать продукты и услуги в Интернете. Многие иностранные ученые рано начали свое понимание и исследование социальной электронной коммерции. Liang & Turban(2011) считает, что платформы социальных сетей (SNSs) являются основой для развития социальной электронной коммерции. Marsden(2010) считает, что социальная коммерция объединяет социальные сети и электронную коммерцию и помогает покупать и продавать продукты и услуги за счет применения различных сетевых технологий. Stephen(2010) широко определяет социальную коммерцию как форму социальных сетей, основанных на Интернете. Эта новая форма может стимулировать потребителей к активному участию в маркетинге и продажах на рынках онлайн-торговли, а также в продуктах и услугах сообщества. Pubel (2012) считает, что социальная коммерция включает инструменты совместной электронной коммерции, которые позволяют покупателям получать достоверное личное мнение, находить товары и услуги и покупать их. Najli (2014) и Kim & Park (2013) считают, что социальная коммерция - это подмножество или новая

отрасль электронной коммерции, которая позволяет пользователям создавать контент, и представляет собой рынок онлайн-разработки, основанный на группах и отношениях. Китайский ученый Тао Сяобо (2015) считает, что социальная электронная коммерция включает четыре элемента: социальные сети, межличностное взаимодействие, интеграцию бизнес-намерений и поток информации. Действия, которые имеют эти четыре элемента одновременно, можно назвать социальной электронной коммерцией. и такая социальная Электронная торговля значительно облегчает связь между логистическими услугами и потребителями. Создание эффективной модели прямой логистической связи может способствовать быстрому развитию логистического сектора и увеличению числа успешных сделок³⁵. Услуги добавленной стоимости, предлагаемые логистическими операторами, позволяют формировать устойчивые отношения с клиентами, образуют долгосрочные коммуникации.

В Китае развитие логистических услуг явно отстает от развития электронной коммерции. В 2014 году общая стоимость социальной логистики в моей стране составила 10,6 трлн юаней, увеличившись на 6,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Отношение общих затрат на социальную логистику к ВВП составляет 16,6%, что является относительно высоким уровнем (<http://www.chinawuliu.com.cn/xsyj/201504/16/300850.shtml>). Чем более развита отрасль логистики, тем выше будет эффективность ее логистики и ниже будут затраты на логистику, и тогда общие затраты на логистику будут иметь меньшую долю от ВВП. В «Докладе о развитии закупок в Китае (2014 г.)» указано, что в развитых странах затраты на логистику

³⁵ 吴霞, 严婷婷. 电子商务环境下快递企业物流服务满意度影响因素研究——以圆通速递为例[J]. 现代商贸工业, 2016, 37 (24): 47~48

У Ся, Ян Тинтинг. Исследование факторов, влияющих на удовлетворенность логистическими услугами предприятий экспресс-доставки в среде электронной коммерции - на примере YTO Express [J]. Modern Business and Trade Industry, 2016, 37 (24): 47 ~ 48

составляют в среднем от 10% до 15% окончательной стоимости готовой продукции. В развивающихся странах различные недостатки привели к значительному увеличению затрат на логистику, составляющие от 15% стоимости готовой продукции.% до 25% и выше. Крупные платформы электронной коммерции и логистические компании также осознают важность логистических услуг в процессе покупок в Интернете. Alibaba Group, Yintai Group, Fosun Group, Fuchun Group, SF Group, Three Tongs и One Da (Shentong, YTO, Zhongtong) , Юнда) и связанные с ним финансовые учреждения совместно запустили логистику «Cainiao». JD.com сотрудничает с десятками тысяч магазинов, таких как Kuaike, Good Neighbors, Liangyou, Meiyijia и поставщиками услуг ERP (Enterprise Resource Planning System), и реализует стратегию O2O, в основе которой лежат цепочка поставок и логистика. Dangdang Dangdang продавцы онлайн-линейных услуг на рынке (fuwu.dangdang.com), официально для сторонних поставщиков услуг с открытым интерфейсом API, и для продавца, чтобы упомянуть,обеспечивают комплексное обслуживание от магазина до работы, от логистики до канала. Логистическая коммуникация будет играть более важную роль в будущем процессе покупок в Интернете.

Интернет-магазины значительно облегчили нашу жизнь, но статус обслуживания онлайн-покупок все еще неудовлетворителен. Плохая связь между магазином и логистической компанией, медленная логистика, повреждение товаров из-за ненадлежащего хранения во время транспортировки, или сотрудники логистической компании произвольно демонтируют и обменивают товары клиента или не вовремя подписывают квитанцию. Некоторые компании электронной коммерции имеют слишком мало агентств логистических услуг, чтобы удовлетворить особые требования некоторых клиентов, поэтому они могут попросить потребителей выбрать только определенные курьерские компании при возврате товаров, что иногда может увеличить стоимость возврата для потребителей. Sun Mengmeng (2016) считает,

что логистика в среде электронной коммерции моей страны в основном связана с проблемами инвентаря, проблемами бренда (узнаваемость бренда, безопасность личной информации клиентов, поврежденная или чрезмерная упаковка), проблемами терминального распределения (информация о распределении не может быть обновлена в режиме реального времени, качество доставки Плохое), эти проблемы напрямую повлияют на репутацию магазина, а затем повлияют на покупки потребителей на платформе онлайн-покупок. Согласно «Отчету об исследовании рынка интернет-магазинов Китая за 2015 год», скорость экспресс-доставки, репутация экспресс-компании и расходы на экспресс-доставку составили 47,3%, 43,3% и 43,2% основных факторов, учитываемых при покупке товаров пользователями в Интернете. Сторонние логистические компании играют все более важную роль в развитии онлайн-покупок и в определенной степени определяют общий потребительский опыт потребителей на платформах онлайн-покупок. Хотя платформы онлайн-покупок и логистические компании представляют собой разные субъекты хозяйствования, с точки зрения потребителей система, состоящая из платформ интернет-покупок и логистических компаний, похожа на "черный ящик", и потребителей не волнуют платформы онлайн-покупок и логистические компании. сложный внутренний поток капитала, логистика, информационный поток и другие аспекты взаимоотношений связаны только с вводом и выводом системы, то есть уплаченной стоимостью и полученной услугой или товаром. Связь логистики и распространения при онлайн-покупках может служить не только основой для потребителей, чтобы оставлять «плохие отзывы» продавцам, но и характерной услугой, которая поддерживает привязанность пользователей и повышает лояльность клиентов (Zheng Yuanchang, 2015).

Для традиционных веб-сайтов электронной коммерции и продавцов за счет добавления социальных сетей или социальных медицинских функций, которые побуждают потребителей активно делиться и оценивать продукты для

совершения совместных покупок, бизнес трансформируется из бизнес-модели, ориентированной на бизнес, в бизнес, ориентированный на клиента. Модель и потребитель. Перенос доверия к традиционной электронной коммерции к социальной электронной коммерции может эффективно стимулировать потенциальный спрос потребителей, стимулировать потребление и увеличивать прибыльность бизнеса, а также улучшать удовлетворенность услугами логистики, распределения и скорость логистического оборота. Качество логистических коммуникационных услуг влияет на удовлетворенность потребителей и их лояльность к платформам онлайн-покупок и, в свою очередь, влияет на их решения о покупке. Для платформ социальных сетей большая группа пользователей является самым большим ресурсом. Добавление функций онлайн-покупок перенесет доверие потребителей к сайтам социальных сетей на новые социальные платформы электронной коммерции и логистические коммуникационные услуги, которые могут лучше удовлетворить пользователей. Спрос и стимулирование потребления также способствуют увеличению видимости социальных сетей и повышению прибыльности веб-сайтов. Для потребителей социальная электронная коммерция предоставляет потребителям новый способ совершения покупок и выбор. Потребители могут получать более удовлетворительные и недорогие продукты посредством взаимного обмена информацией и ощущать анализ во время процесса покупок. Интерактивное развлечение. В то же время, несмотря на быстрое развитие логистики, с точки зрения услуг связи, существуют широко распространенные проблемы, такие как отраслевые нормы и низкая удовлетворенность. В контексте социальной электронной коммерции эта проблема будет решена, и о ней со временем сообщат.

Социальная электронная коммерция - это усовершенствованная версия традиционной электронной коммерции. Обе они в основном предназначены для удовлетворения потребностей пользователей и обеспечения продажи и покупки товаров и услуг, но есть и различия: в деятельности электронной коммерции

торговцы являются основными Потребители обращают внимание только на стоимость и качество товаров и выбирают их; в социальной электронной коммерции клиенты являются основной сферой деятельности, и клиенты могут добиться совместного создания ценности посредством обмена и взаимодействия. Доставка товаров в реальном времени - один из продуктов социальной электронной коммерции, и потребители могут выбирать, сочетая совместное использование и большие данные. Транспортировка - необходимое условие товарообмена. А логистика - важный мост, который способствует товарным сделкам и связывает общество. Интегрированная логистика - движущая сила для оптимизированного развития современных логистических услуг. Интернет + прямая трансляция + логистика также являются инновационным стимулом для логистической отрасли.

Первый квартал 2020 года - холодная зима для логистической отрасли и новый старт для логистической отрасли. Из-за различных факторов общая стоимость социальной логистики в первом квартале снизилась на 12% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Причина в том, что, с одной стороны, эпидемия оказывает большее влияние на реальный сектор экономики, особенно на промышленную экономику, и объем логистического бизнеса значительно упал. С другой стороны, правительство и связанные с ним предприятия предприняли активные шаги, и несколько ведомств приняли меры, чтобы сформировать синергию для снижения бремени затрат. Кроме того, ускорение внедрения инноваций в современных цепочках поставок и их применения в области логистики также способствует снижению затрат на социальную логистику. В частности, соответствующие облачные сервисы интегрированной логистической платформы обеспечивают бесконтактную доставку при одновременном снижении затрат на рабочую силу. Интегрированная логистическая платформа с одним звеном. С апреля 2020 года резкий рост внутренних торговых и отгрузочных заказов, значительная скидка на транспортные расходы, постепенное возобновление производства на заводах

и рост спроса еще больше смягчают почти стагнацию предприятий в ранняя стадия эпидемии. С быстрым развитием интегрированной логистики, цепочка поставок многостороннего сотрудничества, несмотря на дополнительное продвижение Интернета, кажется, что традиционная форма продажи товаров не может быть удовлетворена быстрым развитием различных отраслей. В настоящее время наблюдается тенденция к электронной коммерции в прямом эфире. В последнее время некоторые логистические компании также пытаются доставлять товары через прямые трансляции и продвигать продвижение товаров с помощью интерактивных средств. Например, первый «Фестиваль морских перевозок в реальном времени», организованный совместно с определенной логистической компанией, занимающейся электронной коммерцией, в последнее время можно назвать логистической. Новая попытка в отрасли. В частности, начиная с мая, многие региональные правительства решили скорректировать уровень реагирования на чрезвычайные ситуации для предотвращения и контроля новой эпидемии коронарной пневмонии с провинциальных ответных мер второго уровня на серьезную чрезвычайную ситуацию в области общественного здравоохранения на ответные меры третьего уровня в соответствии с соответствующими национальными законами и постановлениями, а также текущая ситуация по профилактике и борьбе с эпидемией новой коронарной пневмонии. Можно сказать, что нынешняя ситуация в борьбе Китая с новой эпидемией коронарной пневмонии дала определенные результаты, и жизнь и работа в большинстве городов Китая становятся все более и более нормальными. Прямая трансляция товаров сделает экономику в целом более активной и позволит большему количеству поставщиков и платформ бронирования покупать более выгодные товары. Это, несомненно, инновационная маркетинговая модель в логистической отрасли при одновременном снижении транспортных расходов. Вся прямая трансляция 5G и развитие логистики также должны сопровождаться более быстрыми сетевыми услугами, если однажды удастся реализовать автоматическое бронирование и

интеллектуальную доставку. Это также новый вызов, который эпидемия принесла логистике. Бесконтактная логистика с использованием искусственного интеллекта.

Коммуникация в логистических услугах способствует принятию решений потребителями в рамках электронной коммерции. связь с логистическими услугами дает потребителям более хороший опыт покупки. увеличить желание потребителей покупать и использовать. развитие электронной торговли в обществе является одним из изменений в традиционной электронной торговле как стимула для развития логистики, основанного на взаимном взаимодействии людей и на более социальной и интерактивной электронной торговле. Современные логистические модели управления товарными и информационными потоками (как при стратегии снижения затрат, так и гибкого реагирования) способствуют сокращению так называемого «основного (ведущего) времени», связанного с циклом заказа и производства продукта. Данные достижения логистического менеджмента невозможны без современных инновационных процессов в области компьютерных технологий, телекоммуникаций позволяющих осуществлять обработку огромных массивов информации в реальном времени. Потребители общаются с помощью логистических услуг, чтобы оптимизировать поток информации между всеми участниками цепочки поставок. Результатом логистики является сокращение временных затрат, задержек и связанных с ними затрат, увеличение числа постоянных клиентов и повышение прибыльности за счет сокращения времени доставки для повышения качества обслуживания. Удовлетворенность клиентов влияет на их обратную покупку и существенно влияет на то, совершат ли потребители покупку. Есть много факторов, которые влияют на удовлетворенность клиентов: Сяо Чжипин с помощью информации и данных, собранных в Интернете, статистически анализирует факторы, влияющие на удовлетворенность клиентов, и обнаружил, что важность логистических факторов уступает только качеству товаров. Из-за ограниченного пространства

для покупок в Интернете потребители не могут интуитивно видеть товары, которые они хотят купить, поэтому у них более высокие психологические ожидания в отношении скорости логистики. Если логистические и дистрибьюторские услуги не успевают, это повлияет на удовлетворенность потребителей. Фактор удовлетворенности клиентов обнаружил, что система логистики распределения влияет на лояльность клиентов, влияя на их удовлетворенность. Качество логистических услуг существенно влияет на лояльность потребителей в Интернете через посреднический эффект доверия потребителей в Интернете и удовлетворенности потребителей в Интернете. Логистические услуги влияют на решения потребителей о покупке. Базовая концепция и ключевое ядро онлайн-покупок - это «клиентоориентированность», а конечной гарантией реализации этой концепции и ядра является логистика. При изучении факторов, влияющих на принятие студентами колледжей решений о совершении покупок в Интернете, выяснилось, что наиболее важным фактором являются торговые услуги, за которыми следуют услуги логистики. При принятии решений о покупках в Интернете потребители полагают, что услуги логистической связи оказывают значительное влияние на принятие решений потребителями.

Коммуникация логистических услуг относится к процессу деятельности, в котором предприятие может предоставить нужным клиентам нужные продукты и услуги в нужное время и в нужном месте по правильной цене и правильным способом, чтобы удовлетворить потребности клиентов. выполняются, и ценность улучшается. Используя современные информационные технологии и оборудование, товары доставляются точно и своевременно от места доставки до места приема, с качеством и количеством,

рационализированным режимом обслуживания «от двери до двери» и расширенным процессом обслуживания. С развитием логистики все больше и больше исследователей начали обращать внимание на проблемы качества

логистических услуг, такие как размерное разделение качества логистических услуг и влияние качества логистических услуг на удовлетворенность и лояльность потребителей. Переключитесь на коммуникацию в сфере логистических услуг, ориентированную на потребителя. Как для электронной коммерции B2C "продавец-потребитель", так и для C2C-персонального-потребителя прямая стыковка с потребителями имеет строгие требования к способам доставки, высокие требования к своевременности доставки, высокий спрос на персонализированную и дифференцированную доставку и количество заказов. -масштабные и маленькие и требуют возможности сбора оплаты.

2.3 Влияние логистики на коммуникацию между Россией и Китаем: проблемы и тенденции развития

В вышеприведенной части работы освещены те изменения, которые логистического бизнеса вносит в экономику и социальную жизнь людей, что представляется позитивным. Однако развитие любого социального объекта всегда имеет свои две стороны. логистического бизнеса как новая бизнес-модель не является исключением, тем более что он стал независимой социальной экосистемой. С развитием логистического бизнеса это также принесло много новых проблем обществу. Влияние логистики на коммуникацию между Россией и Китаем и потребителями вызвало новые социальные проблемы.

Отрасль логистики будет играть более важную роль в обеспечении соответствия спроса и предложения на внутреннем рынке, поддержке современной промышленной системы, сокращении транзакционных издержек на внутреннем рынке и создании нового рыночного спроса. Один торгует, а другой. В условиях общей тенденции к поддержанию средних или низких темпов роста на рынке логистики, логистическая модель, ориентированная на экспортную обработку, не будет устойчивой. Внутренний рынок торговой

логистики больший потенциал развития, чем рынок внешнеторговой логистики. В новую эпоху реформа логистической отрасли в основном сталкивается со следующими новыми проблемами и вызовами:

1, скорость или замедление роста рынка логистики

под воздействием макроэкономического спада, снижения потребительского спроса, оптимизации отраслевой структуры и неопределенной международной экономической конъюнктуры, в этом году интенсивность логистики в обеих странах еще больше уменьшится, объем логистического рынка увеличится или будет сужаться ниже темпов экономического роста, особенно в доминирующей отрасли автомобильного транспорта, под воздействием таких политических мер, как перестройка транспортной структуры и так далее. Однако структура рынка логистики будет по - прежнему оптимизирована, спрос на логистику с большой грузоподъемностью и низкой добавленной стоимостью будет и далее снижаться, а доля мелких партий грузов и товаров с высокой добавленной стоимостью значительно увеличится.

2, внутренняя торговля и логистика

в этом году логистика будет играть более важную роль в содействии согласованию спроса и предложения на внутреннем рынке страны, поддержке современной промышленной системы, снижении операционных издержек на внутреннем рынке, создании нового спроса на рынке и так далее. Это длительный период, в масштабах логистического рынка сохранить средне - и низкие темпы роста общей тенденции, ориентированной на экспорт обработки и большой поток логистики модели не будут устойчивыми, внутренний рынок логистики имеет более значительный потенциал развития, чем на внешнеторговом рынке логистики.

3, увеличение объема инвестиций в новую логистическую инфраструктуру

развитие таких технологий, как автопилот, беспилотные бункеры и т.д., все более требует интеллектуального развития логистической инфраструктуры, а создание сетей логистического обеспечения для межсетевое взаимодействие является неизбежным. Однако в настоящее время большая логистическая инфраструктура Китая и России не отвечает требованиям интеллигенции, содействие интеллектуальному преобразованию традиционной инфраструктуры станет одним из приоритетов развития.

4, изменение конструкции железнодорожных грузовых перевозок

адаптация к особенностям рынка логистики, индивидуализация, фрагментация ит.д., логистика предприятия могут принимать активное участие в реформировании рынка грузовых перевозок железнодорожных перевозок, укреплять глубокое сотрудничество с железными дорогами в таких областях, как цены на грузовые перевозки, узловые базы, техническое оборудование, транспортные организации, обмен данными, активно инновации высокоскоростных железных курьеров, нулевой скорости, холодильные цепи, центральноевропейские классы, вьючные перевозки, Такие рыночные продукты, как мультимодальные контейнерные перевозки.

5, регулирование рынка логистики переход на кредит и данные

прогресс в области информационных технологий предоставляет новые инструменты для государственного регулирования, регулирование грузовых рынков в режиме реального времени, видеоконтроль, дистанционное регулирование, развитие платформ, степень прозрачности и контроля за информацией.

в будущем акцент будет смещен с предварительного квалификационного

контроля на утверждение на последующую регламентацию в делах, основанных на доверии. По мере коммерциализации технологии секторальной цепи, изменения в методах логистической регистрации и договорных правилах, логистические кредитные системы и логистические финансовые инновации будут иметь значительный потенциал для развития.

Основные используемые логистические методы распределения в России и Китае : во-первых, самостоятельное распределение. Во-вторых, сторонняя логистика. В-третьих, доставка на дом. В соответствии с основным распределением рыночного спроса, местные распределительные компании предоставляют предметы первой необходимости по удобству и доступным ценам и завоевали репутацию. Некоторые дистрибьюторские компании с высокотехнологичным опытом и хорошей логистикой могут предоставлять очень удобные услуги "от двери до двери" через систему распределения и распределения. Рыночное позиционирование этого метода логистики и распределения заключается в том, чтобы сосредоточиться на удобстве, а не на выигрыше. низкие цены. В-четвертых, экспресс-доставка. В-пятых, прямое соответствие. В настоящее время сотрудничество между розничными продавцами и производителями становится все более частым, что увеличивает торговый обмен между потребителями и производителями. Логистика связывает производство на одном конце и потребление на другом. Она проходит через всю цепочку поставок. Она является важным поставщиком ряда производственных услуг, таких как информационные технологии, финансы и оптимизация цепочки поставок, а также является основой и фундаментом. производственно-ориентированных предприятий. Для всех звеньев логистического процесса мы должны предоставлять клиентам многоканальные логистические решения, основанные на проблемах клиентов и разнообразных потребностях с использованием технологий и ИТ-возможностей. Влияние логистики на коммуникацию между Россией и Китаем и потребителями

вызвало новые социальные проблемы. На примере логистики в условиях этой Новой коронавирусной пневмонии анализ.

В рамках этой общенациональной миссии по предотвращению эпидемии рост логистической отрасли подвергся внезапной "эпидемической" атаке. Первоначальная цепочка поставок и система логистики столкнулись с последствиями. Популярность таких терминов, как "новый логистический склад" и "бесконтактная доставка" внезапно возросла, и новые операционные модели открывают возможности. Можно предвидеть, что после эпидемии логистическая отрасль первой понесет удар, произведет огромные изменения и ускорит развитие «интеллектуальных» и «беспилотных». Поскольку потребность в транспортировке материалов жизнеобеспечения во время эпидемии значительно возросла, существует острая потребность в эффективных логистических складах и системе распределения логистических складов. Новые логистические склады постепенно дифференцировались на специализированные и универсальные, и они играли разные важные роли в борьбе с эпидемией. Новый специализированный логистический склад ориентирован, в основном, на управление конкретными материалами и реализует направленное логистическое размещение складов. Во время предотвращения и контроля эпидемий или чрезвычайных ситуаций ценность специализированных логистических складов в основном отражается в фиксированной точке приема материалов, унифицированном управлении и развертывании, безопасности и надежности, а также высокой эффективности распределения временных складов. В период предотвращения эпидемии и борьбы с ней «новой короны» ценность специализированных логистических складов постепенно проявляется, особенно в планировании и координации поставок медицинских материалов и ежедневных овощей. контроль в провинциях Хубэй и Ухань, а также специальный склад вспомогательных материалов в Jingdong относятся к типичным временным специализированным

логистическим складам. Благодаря быстрому развитию логистической отрасли Китая и быстрому обновлению возможностей управления транспортировкой постепенно сформировалась и начала использоваться новая общая система управления складом логистики. В настоящее время многомерные изменения спроса стимулируют дифференциацию типов хранилищ на облачные склады высокой плотности, фронтальные склады, параллельные склады и склады холодной цепи. В связи с воздействием эпидемии на отрасль экспресс-доставки логистическая отрасль постепенно усилила свой голос в пользу автоматизации и беспилотных логистических складов, и степень автоматизации также станет важным показателем для измерения уровня развития логистического предприятия. Автоматическая сортировка, являющаяся одним из важнейших звеньев логистической системы складирования и распределения, становится все более важной. В условиях эпидемии автоматическая и автоматическая сортировка является общей тенденцией. Такие гиганты, как JD.com, Cainiao и SF Express, в основном реализовали автоматическую сортировку на складах. Для большинства складов, которые все еще используют ручные методы сортировки, модернизация для использования автоматического конвейерного и сортировочного оборудования будет лучшим способом предотвратить риски бедствий, снизить затраты предприятия и повысить операционную эффективность в будущем. В рамках этой общенациональной миссии по профилактике эпидемии термин «бесконтактная доставка» внезапно приобрел популярность. «Бесконтактная доставка» означает, что при размещении заказа пользователь может договориться с водителем об указанном местоположении продукта с помощью замечаний к заказу, телефона, системы сообщений в приложении и т.д. ; после доставки покупатель уведомит пользователя по телефону, через приложение и другие каналы. Недавно министерство торговли и Национальная комиссия здравоохранения выпустили «Руководство по профилактике и контролю за услугами предприятий розничной торговли и общественного питания во время

новой эпидемии коронавируса», требующие доставки на вынос. Персонал должен соответствовать стандарту и стандарту бесконтактной доставки. Большинство платформ доставки еды и экспресс-доставки также используют «бесконтактную модель». Пока может быть достигнуто «отсутствие контакта», не имеет большого смысла запрещать курьерам вход в сообщество. Напротив, это может увеличить вероятность контакта и защитить от вируса, но не блокировать курьера или доставку на вынос. брат из общины. В бесконтактной доставке большое внимание привлекла роль умных экспресс-шкафов. Некоторые производители экспресс-шкафов также напрямую получают от этого выгоду. Помимо увеличения количества умных шкафов в этом раунде, изменится и форма. Помимо хранения обычных экспресс-шкафов, появятся новые формы, такие как холодильные шкафы и морозильные камеры. Будущее направление экспресс-шкафов - интеграция. Это изменение в спросе может непосредственно способствовать этому изменению. Как и бесконтактная доставка, технология автономного вождения на малых скоростях начинает влиять на жизнь людей. Во время вспышки эпидемии использование беспилотных средств доставки также представляется правильным, что снижает контакты между людьми и снижает риск заражения людей. Это не только снижает затраты на ручную транспортировку, но и делает ее более безопасной и надежной в особые времена. Например, беспилотный автомобиль для доставки, используемый в новостях, имеет срок службы батареи 150 километров, может доставлять более 10 тонн овощей в день и может осуществлять доставку овощей более чем в десять деревень³⁶. В Байяндянь провинции Хэбэй, где местность сложна, деревня была закрыта из-за воздействия эпидемии. Команда дронов JD Logistics использовала дроны для доставки заказов и посылок, в основном содержащих предметы первой необходимости, сельским жителям.

³⁶ 武晓钊. 农村电子商务与物流配送运营服务体系构建[J]. 中国流通经济, 2016, 30(08): 99~104.

У Сяочжао. Построение сельской системы услуг по распределению электронной коммерции и логистики [J]. Экономика обращения в Китае, 2016, 30 (08): 99 ~ 104.

Что касается политики бесконтактной доставки и шкафов для экспресс-хранения Fengchao, после эпидемии ожидается, что эта политика будет и дальше способствовать развитию индустрии смарт-экспресс-ящиков, а бесконтактная доставка является основной тенденцией развития. Ожидается, что новый раунд продвижения политики будет проведен после введения отраслевых стандартных документов в 2019 году. Крупные операторы умных экспресс-почтовых ящиков, такие как Fengchao, прошли период централизованной амортизации, их финансовое положение хорошее, и у них есть инвестиционная база. Fengchao запустит функцию прилавка быстрого питания, которая была запущена в небольшом районе в Хубэй и Пекине и будет открыта в других регионах. Умная логистика стала главным приоритетом в текущей конкурентной среде, и это долгосрочная тенденция самой отрасли. Эпидемия способствует развитию электронной коммерции, что, в свою очередь, увеличивает спрос на доставку. Влияние бесконтактной доставки на отрасль экспресс-доставки носит долгосрочный характер. В будущем покупка предметов первой необходимости через Интернет может стать тенденцией, и рост Экспресс-доставка также станет благоприятным фактором для укладки умных экспресс-боксов.

Логистика - это кровь экономики и общества. Прерывание логистики на ранней стадии эпидемии высветило неадекватность функции реагирования на чрезвычайные ситуации транспортной логистики моей страны, в то время как медленное возобновление логистики на более позднем этапе предотвращения эпидемии и борьбы с ней отражает недостаточную устойчивость логистической системы моей страны.

Последовательность потери транспортных средств во всем обществе, вызванной эпидемией, в основном проявляется в трех аспектах: во-первых, сосуществуют кратковременный резкий рост и непрерывное снижение фрахтовых ставок. Эпидемия вызвала резкое снижение возможностей

логистики и В краткосрочной перспективе ставки фрахта резко выросли, особенно в районах повышенного риска. «Есть цена, но нет рынка», но в целом предложение на рынке логистики моей страны превышает спрос, а фрахтовые ставки продолжают падать. Во-вторых, сосуществование плохого магистрального транспорта и взрывного развития конечного распределения. Требования к изоляции значительно увеличили спрос на распространение электронной коммерции, но принцип «один город, одна политика» затруднил межрегиональные магистральные перевозки, и сортировка в логистических парках и городских распределениях по городу. В центре и на распределительном узле последней мили есть «точки блокировки». Третий - это сосуществование «увеличения запасов» и «ожидания приготовления риса» между вышестоящим и последующим звеном цепочки поставок. Производственные и производственные компании в различных регионах имеют разный прогресс в возобновлении производства, нарушая высокую синергию поставок У производственных компаний есть серьезные проблемы как с закупкой и транспортировкой сырья, так и с транспортировкой и продажей продукции. По мере того как эпидемия распространяется по всему миру, нарушение международной цепочки поставок усложняет ситуацию.

Стоимость глобального рынка логистики для e-commerce выросла в 2020 г. на 27,3 проц. – следует из отчета Transport Intelligence (TI). Рост был значимым во всех регионах. В то время, как он был выше в развивающихся странах, в развитых – например, в Соединенных Штатах – рост также был выше среднего. Стоимость рынка логистики для сектора e-commerce составила в прошлом году 368,1 млрд евро. Это был заметный рост с уровня 289,2 млрд евро в 2019 г. Этот скачок стал результатом бума интернет-покупок, вызванного пандемией COVID-19. В настоящее время, в критический период предотвращения эпидемии и борьбы с ней, влияние эпидемии на многие отрасли очевидно, и большинство компаний, занимающихся экспедированием

грузов и логистикой, пострадали от эпидемии. Но в «кризисе» есть не только вызовы, но и эпоха возможностей³⁷.

Основными рисками логистических проблем в Китае и России во время пандемии COVID-19 являются:

Операционные риски: из-за различных мер борьбы с эпидемией в разных регионах это оказывает большое влияние на возобновление работы, дороги, распределение мощностей и профилактику эпидемий. . Логистические компании должны принять во внимание меры по предотвращению и контролю эпидемии и возобновить операции. Это стало новым испытанием для руководителей и руководителей операций. Однако логистические компании должны выиграть битву, чтобы защитить операции и восстановить операции без отступления.

Финансовые риски: из-за спада бизнеса невозможно эффективно сократить расходы в краткосрочной перспективе, и даже затраты на предотвращение эпидемий и реинтеграцию персонала могут возрасти. Кроме того, у большинства логистических компаний обычно есть определенный период сбора. Чем более фрагментирован рынок, тем меньше масштаб компании. Таким образом, денежный поток малых и средних логистических компаний, таких как контрактная логистика, транспортный парк и международные экспедирование грузов, будет вообще ухудшаться в краткосрочной перспективе. Для транспортно-экспедиторских логистических компаний с высокими финансовыми показателями, включая платформенные компании со зрелыми показателями, эта эпидемия повлияет на жизнь и смерть. Конечно, будут логистические компании, которые будут рубить руки, чтобы выжить (например, продают бизнес-подразделения и активы, ищут общий объем продаж).

³⁷ Douglas L. International Logistics: Global Supply Chain Management. 2003.

Бизнес-риск: логистические компании - это компании, ориентированные на оказание услуг, которые производят и распространяют продукцию. Шок в цепочке поставок и медленный перезапуск клиентов, ведущих добычу, уменьшат объемы бизнеса. За исключением всплеска спроса на ежедневную доставку свежих продуктов на дом, большинство логистических компаний сталкиваются с краткосрочными доходами отклонить. Воздействие этой эпидемии привело к значительному сокращению объемов бизнеса и долгосрочному воздействию на логистические компании, которые сталкиваются с большими коммерческими и финансовыми рисками, например, логистические компании, которые сосредоточены на распределении предприятий общественного питания и распределении в супермаркетах.

В ответ на риски и вызовы в России и Китае компании должны объединить свои собственные возможности, принять соответствующие меры и меры и уметь использовать национальную и местную политику преференций. Обратите особое внимание на три предстоящих возможности:

рыночные возможности: после Это При крещении этой эпидемии некоторые логистические компании (например, компании с высокой долей заемных средств и компании с плохим управлением) уйдут с рынка, а количество рыночных конкурентов сократится. Таким образом, влиятельные логистические компании должны воспользоваться этой возможностью, чтобы проводить маркетинг с полным штатом сотрудников и стремиться к большему новому бизнесу и расширению доли рынка.

Возможности для общего улучшения: опыт этой эпидемии является серьезной проверкой уровня управления и операционной деятельности транспортно-экспедиторских компаний и урегулирования кризисов. Логистическим компаниям следует добиваться улучшений через корпоративные проблемы, выявленные эпидемией, будь то управление рисками,

стратегическое позиционирование, управление операциями, качество персонала, управление поставщиками, информационная система, маркетинг и обслуживание клиентов и т. д. Кроме того, логистические компании должны уделять пристальное внимание изменениям в цепочке поставок добывающих и дистрибьюторских компаний. Эта эпидемия ускорит контроль рисков и цифровизацию цепочки поставок производственных и дистрибьюторских компаний. Все больше производственных и дистрибьюторских компаний станут более гибкими. Быстрая реакция цепочки поставок цифровых приложений должна быть неотделима от согласования и поддержки логистики. Логистические компании, которые хотят воспользоваться возможностью трансформации цепочки поставок клиентов, должны иметь возможность предоставлять соответствующие решения и сервисные продукты, чтобы помочь клиентам отремонтировать и ускорить обновление своих операций цепочки поставок.

Возможности слияний и поглощений для предприятий: для достижения быстрого роста корпоративной деятельности необходимо не только выполнять сложение, но и эффективно использовать умножение. Для логистических компаний с сильными головами и обильным денежным потоком и даже для трансграничных компаний эпидемия окажет давление на экономику, и оценка целевых показателей M&A определенно снизится. Это должно быть хорошее время для слияний и поглощений³⁸. Однако слияния и поглощения должны служить стратегическим целям развития компании и помнить об оппортунизме. Слияния и поглощения также должны управлять рисками в трилогии до, во время и после слияния. Легко потратить деньги на покупку компании, но нелегко интегрироваться и достичь стратегических целей компании. Если компании не хватает внутренних экспертов по слияниям и поглощениям, она

³⁸ Гёттинг, Б. Международная производственная кооперация в промышленности: Роль логистики в усилении конкурентоспособности хозяйственных структур / Б. Гёттинг. - М. : Дело, 2011. - 325 с.

должна уметь использовать внешних консультантов для полноценного консультирования.

Фактически, борьба между людьми, эпидемиями и вирусами повторялась много раз в истории. Предпринимателям приходится сталкиваться с неопределенными событиями, такими как деловые циклы и стихийные бедствия. И страна, и предприятие должны извлечь уроки из этой чрезвычайной ситуации и иметь планы управления чрезвычайными ситуациями на случай нескольких чрезвычайных ситуаций, чтобы избежать повторения тех же ошибок в следующей чрезвычайной ситуации. Пандемия COVID-19 изменила не только жизни многих людей, но и ситуацию на глобальном и местных рынках³⁹. Во всем мире произошло значительное сокращение производственных мощностей в связи с закрытием границ между странами и введением режима самоизоляции. Пандемия коронавируса нарушила привычные связи между производителями и потребителями и внесла серьезные изменения в бизнес логистических компаний.

логистический центр сместил тему на потребителей и установил прямые логистические связи с потребителями. Развитие коллабораций, кооперации, объединение сервисов. Игроки начнут объединяться в communities для совместного пользования услугами друг друга. Логистические и сервисные компании начинают коллаборироваться, разрабатывать уникальные комплексные предложения для клиентов и, как следствие, усиливать совместные позиции, объединяя свои сервисы⁴⁰. Компания "Яндекс Таси" успешно справилась с этой задачей, играя роль связующего звена с

³⁹ Международные исследования в сфере развитие сотрудничества с логистическими операторами [Электронный ресурс] // Делойт 2017. URL: <http://www2.deloitte.com/ru/ru.html/> (дата обращения: 10.10.2017)

⁴⁰ «物流对建立与消费者和商业伙伴的沟通的影响»经济学与商业/德米特里娃·纳塔利娅·伊万诺夫娜 (Dmitrieva Natalia Ivanovna)。

потребителями и содействуя скорейшему возвращению людей к нормальной жизни. Быстрые способы доставки не обязательно должны быть дорогими, говорит Тембот Керефов, глава направления «Логистика» компании «Яндекс.Такси». Главные метрики, за которые будут биться основные игроки на рынке доставки, – это в первую очередь цена, надежность и стабильность сервиса. «Представьте ситуацию: нажал кнопку в мобильном приложении, и через пять минут курьер у тебя, и еще через полчаса посылка у получателя, — приводит он пример. — Мы уже видим, что так все работает. При этом никто не звонит получателю с предложением приехать позднее в более удобный для курьера слот времени. А отправить можно все, что угодно: из отзывов пользователей мы знаем, что люди могут передавать друг другу и кусок шарлотки, и документы, и кухонные фасады, а корпоративные клиенты подключают водителей на самые разные заказы – от медицинских товаров и продуктов до крупногабаритной техники». Традиционная логистика, рынок, ориентированный на производителей, и логистика, ориентированная на складирование, способствуют синхронизации производства и рынка. Постепенно перерасти в информационную современную логистику. По мере того как рынок переходит от ориентации на производителя к ориентации на потребителя, рыночная конкуренция становится все более жесткой, и все аспекты логистики начинают становиться независимыми. Логистические компании реагируют на различные потребности потребителей во всех аспектах (транспортировка, складирование, закупки), упаковка, (погрузка, разгрузка, погрузочно-разгрузочные работы и т. д.) усовершенствованное разделение труда и управление. В контексте нового развития логистики, требуемого нынешним обществом, влияние логистики на коммуникацию между Россией и Китаем и потребителями особенно важно.

Глава III. Направления развития логистики в России и Китае: социологический анализ

3.1 Социально-экономические перспективы развития логистики

Быстрое развитие электронной коммерции способствовало развитию логистических предприятий, но традиционная логистическая модель уже не может удовлетворить текущие потребности. Современная логистика, основанная на информации, является перспективой развития логистической отрасли. Продавцы, покупатели, логистические компании сформировали сеть обмена информацией для повышения эффективности логистики. Тенденция современной логистики, основанной на информации, неотразима и быстро развивается. По мере все более четкого разделения труда в социализации разделение труда между различными компаниями становится все более очевидным. Появление сторонней логистики начало принимать участие все больше и больше ссылок. Он обслуживает малые и средние предприятия и предоставляет им услуги в соответствии с потребностями развития малых и средних логистических компаний в их реальном бизнесе⁴¹. Самым важным моментом является то, что он установил полный набор логистических процессов в соответствии с изменениями рыночного спроса, помогая компаниям работать более гибко на таких этапах, как управление запасами. Его возможности для развития очень велики, он предоставляет предприятиям услуги по планированию логистики и информационные услуги, чтобы помочь предприятиям получить более высокую прибыль. Таким образом, сторонняя логистика в будущем будет становиться все более популярной. С развитием науки и технологий и развитием Интернет-технологий, логистическая отрасль также будет развиваться в направлении интеллекта.

⁴¹ Geppert I. logistics the development of logistics outsourcing and future trends // Loginfo. 2014. № 7. P. 26

Тенденцию развития логистического рынка можно условно разделить на девять явлений, которые будут проанализированы один за другим ниже:

(1) Информация. Современное общество вступило в информационный век, и информатизация логистики также является неизбежным процессом развития. Информатизация в применении логистики в основном проявляется в коммерциализации логистической информации, кодировании сбора логистической информации, компьютеризации обработки логистической информации и обмене бизнес-данными логистики. Информатизация логистики - это неизбежность развития логистики, общество развивается, и логистическая отрасль, естественно, идет в ногу с обществом. В то же время информатизация также является наиболее важной, поскольку она обеспечивает прямую связь между логистикой и потребителями и способствует развитию и прогрессу логистики.

(2) Сеть. В системе логистики распределения теперь основным приложением является сетевая система, которая обладает характеристиками системности и целостности. Например, компьютерная промышленность Тайваня создала «глобальную модель производства и продаж на основе логистики», которая организует производство децентрализованным образом в соответствии с заказами клиентов и передает все компьютерные детали и компоненты на аутсорсинг, а затем отправляет им все части через глобальную систему логистической сети: логистический распределительный центр выполняет сборку, а распределительный центр отправляет собранную продукцию покупателям. Основной гарантией этого процесса является эффективная сетевая система. Центр распределения может также использовать онлайн-систему электронных заказов для выдачи заказов поставщикам, а уведомление о доставке нижестоящим дистрибьюторам также может быть достигнуто через онлайн-систему распределения.

(3) Автоматизация. В основе автоматизации логистики лежит

информатизация, которая в основном проявляется в том, что безлюдные методы позволяют значительно сэкономить трудозатраты и избежать ситуации избыточного персонала на предприятиях. Автоматизация логистики также может уменьшить логистические ошибки и повысить производительность труда. Существует множество технологий, связанных с автоматизацией логистики, таких как технология штрих-кода, технология радиочастотной идентификации, технология автоматического доступа, технология автоматической сортировки и технология автоматического отслеживания грузов. Эти технологии широко используются в логистических операциях в развитых странах. Хотя моя страна уже применила некоторые из них, для достижения универсального применения потребуется много времени.

(4) Электронизация. Под электронной логистикой понимается реализация электронной логистики в бизнес-процессе логистики, то есть логистики электронной коммерции. Это в основном основано на предпосылках информатизации и создания сетей. Электронизация может помочь логистической отрасли реализовать электронный и безбумажный бизнес-процесс и каждый шаг, а также весь процесс автоматизации бизнес-процесса .

(5) Совместное использование. Совместное использование логистики находит свое отражение в тесном сотрудничестве по обмену информацией между участниками логистической отрасли, при этом используются минимальные и наиболее разумные ресурсы для максимального удовлетворения потребностей рынка. Особенно для компаний в цепочке поставок, только на основе установления взаимовыгодного и беспроигрышного партнерства они могут достичь высокой степени сотрудничества и эффективного использования ресурсов в бизнес-процессе.

(6) Синергия. Для достижения целей совместного прогнозирования и планирования в логистическом процессе, быстрого реагирования и

оптимального распределения общих запасов в цепочке поставок синергия является одним из принципов, которым должны следовать предприятия. С одной стороны, своевременное общение с клиентами может улучшить дальновидность и предсказуемость логистических компаний, что способствует принятию планов реагирования; с другой стороны, целевые компании также могут как можно быстрее понять потребности клиентов и удовлетворить потребности клиентов. точнее и своевременно. Только когда предприятия наладят взаимное сотрудничество, они смогут сделать логистические операции более оперативными и дальновидными.

(7) Интеграция. Интеграция - важная причина постоянного развития логистики сегодня. Благодаря специализации и крупномасштабным операциям отрасль логистики может снизить затраты, добиться большей конкурентоспособности на рынке, а также помочь логистическим компаниям повысить эффективность и прибыль.

(8) Стандартизация. Как говорится, так называемые правила заключаются в том, что все оборудование и помещения должны быть профессиональными и соответствовать единым стандартам. Ряд процессов, начиная от упаковки, транспортировки, погрузки и разгрузки, обработки . До стандартов логистической информации, должен стремиться соответствовать международным стандартам логистики, чтобы в большей степени снизить затраты и повысить эффективность сотрудничества предприятий.

(9) Глобализация. В современном мире трансграничные закупки и межрегиональные закупки стали одной из самых активных частей продаж и производства. Рынки логистики в разных странах продолжают расширяться за границу, а международная конкуренция в отрасли логистики становится все более жесткой. В настоящее время рынок логистики не закрыт, а превратился в комплексный рынок логистики между странами, поэтому развитие логистики должно адаптироваться к глобализации.

Инновации - это источник энергии для модернизации логистической отрасли. Фундаментальный смысл инноваций состоит в том, чтобы иметь смелость преодолеть собственные ограничения компании, избавиться от устаревших старых систем и методов, чтобы создать больше новых систем и новых методов, отвечающих потребностям рынка, и в конечном итоге завоевать рынок⁴². Инновации - это основа выживания и развития предприятия. Инновации также являются неизбежной тенденцией для логистической отрасли к достижению долгосрочного и эффективного развития в нынешней новой ситуации. Инновации будут процветать, а в противном случае инновации умрут. Инновации могут способствовать улучшению организации предприятия и эффективности управления, так что предприятия могут постоянно повышать эффективность и адаптироваться к требованиям экономического развития⁴³. В будущем логистическая отрасль будет развиваться в более сильном направлении, и ключ к ее укреплению неотделим от инноваций. Настаивание на инновационном развитии, технологические инновации, инновации в бизнес-форматах и инновации в моделях открыли новые пути для трансформации и модернизации логистической отрасли. Отрасль логистики должна быть ориентирована на рынок, с предприятиями в качестве основного органа, служащими экономическому и социальному развитию в качестве основного направления, реформ и инноваций в качестве движущей силы, а передовые технологии и информация в качестве поддержки для повышения качества и эффективности логистики. эксплуатация и снижение затрат на логистику. Интеграция и развитие логистической отрасли и других отраслей станут неизбежными. Логистика - это не изолированно развивающаяся отрасль.

⁴² Jacobs R.A. Basics of Logistics in the New Era: Everything You Need To Know About Logistics. Amazon Digital Services LLC, 2016. 22 p.

⁴³ 闫贵荣. 计算机网络技术在物流信息管理中的运用研究[J]. 信息与电脑, 2016(13): 186-188.

Ян Гуйронг, Исследования по применению компьютерных сетевых технологий в управлении логистической информацией [J]. Информация и компьютер, 2016 (13): 186-188.

Логистика - это социализированная и специализированная отрасль. По сути, «Логистика Internet Ten» также является проблемой, которая подчеркивает интеграцию и развитие логистической отрасли и других отраслей. При поддержке инновационных Интернет-технологий отрасль логистики испытывает инновационные модели обслуживания и трансграничные операции. Границы отрасли будут еще больше нарушены, а отрасль логистики будет интегрирована в смежные отрасли, такие как производство, торговля и финансы. Будет появляться. Иными словами, в контексте нынешней «десятки Интернета» больших данных, логистическая отрасль стала лидером в интеграции и важным средством интеграции и инноваций благодаря цепочке поставок моделей управления и методов обслуживания. Сохраняйте скоординированное развитие, улучшайте координацию между логистикой и развитием национальной экономики и содействуйте сбалансированному развитию всех звеньев цепочки поставок. Развитие глобальной экономической интеграции приведет к переходу логистической отрасли к интернационализации. Развитие экономической интеграции - необратимая тенденция, и рынок определяет оптимальное распределение глобальных ресурсов⁴⁴.

Благодаря постоянному совершенствованию реформ и открытости Китая, а также стабильному развитию рыночной экономической политики уровень жизни жителей продолжает улучшаться, а уровень развития высоких технологий растет. В то же время логистическая отрасль Китая находится на подъеме. Постепенно развивается стремительно. Скорость развития логистической отрасли страны является важным показателем современного уровня развития страны. Благодаря постоянному повышению уровня развития национальной модернизации и быстрому развитию национальной экономики, развитие логистической отрасли Китая постоянно улучшается и растет, а это означает, что логистическая отрасль является продуктом социального развития

⁴⁴ Gu, Y. Analysis on the Logistics Cost Control of Self-Logistics System in the Electric Business Enterprise [J]. American Journal of Industrial and Business Management, 2014 (13) :91-101

и прогресса человечества, а также способствует развитию национальной экономики Китая. В последние годы, несмотря на быстрое развитие логистической отрасли Китая, мы должны признать разрыв между логистической отраслью Китая и логистической отраслью других развитых стран, извлечь уроки из соответствующего опыта и продолжать принимать соответствующие меры для улучшения развития логистической отрасли. , так что логистической отрасли Китая В направлении международного уровня логистики. Перспективы развития логистики Китая очень широки. К 2010 году общий объем логистики Китая выйдет на первое место в мире, то есть логистическая отрасль Китая будет поддерживать ежегодные темпы роста на уровне 15%. Однако, соответственно, китайская логистика также сталкивается с проблемами и проблемами, а именно с иностранной конкуренцией в той же отрасли, низкой отправной точкой китайской логистической отрасли и проблемами концепций, концепций, систем, механизмов, политик и правовой среды. Индустрия логистики Китая имеет относительно небольшое техническое оборудование и масштабы, разрозненное распределение, небольшое количество специализированных производителей и больше сконцентрировано в Гуандуне, Хэбэе, Цзянсу, Чжэцзяне и других местах, а расположение неразумно. И качество, и качество еще предстоит улучшить. Хотя логистическая отрасль Китая не идеальна, у нее есть огромный потенциал для развития⁴⁵. Исходя из анализа состояния развития логистической отрасли Китая и состояния рыночного спроса, очень важным является развитие логистических информационных систем и сторонней и четвертой сторонней логистики. Поскольку логистическая отрасль играет важную роль в процессе модернизации Китая, она незаменима.

Сторонняя логистика очень популярна на западных рынках, где система логистики хорошо развита, но в России она еще недостаточно развита. Однако

⁴⁵ Голдсби Т., Мартиченко Р. Бережливое производство и 6 сигм в логистике (Lean Six Sigma Logistics: Strategic Development to Operational Success). Минск, 2009.

экспансия на российский рынок логистики не прекратилась: недостаточная зрелость рынка привлекла международные инвестиции и сделала рынок

Голдсби Т., Мартиченко Р. Бережливое производство и 6 сигм в логистике (Lean Six Sigma Logistics: Strategic Development to Operational Success). Минск, 2009. России имеет большой потенциал, а российский рынок сторонней логистики не насыщен. До сих пор российский рынок был крупнейшим логистическим рынком в странах СНГ. Согласно исследованию, проведенному аналитической компанией Armstrong & Associates, в 2015 году общая выручка российского логистического рынка составила около 16,9 млрд долларов США. Среди них сторонние (аутсорсинговые) логистические услуги занимают 22% доли российского рынка и около 1/5 всей доли российского рынка логистики и грузоперевозок. Напротив, сторонние поставщики логистических услуг покрывают 65% европейского рынка и 48% китайского рынка. Российский рынок сторонней логистики имеет огромный потенциал. Подразумевается, что в России насчитывается от 4000 до 6000 логистических компаний. Из них только 100 считаются реальными поставщиками логистических услуг, в том числе такие известные логистические компании, как Eurosis, Nienshants logistics, STS logistics и российский гигант железнодорожной логистики РЖД. В настоящее время Россия ускоряет развитие рынка сторонней логистики. Itella, компания, занимающаяся почтовыми и грузовыми перевозками из финской группы Posti, специализирующаяся на российском рынке, в настоящее время в основном предоставляет услуги экспресс-доставки электронной коммерции, что способствует росту онлайн-покупок в России. Помимо перевозки грузов, в России рассматривалось также строительство складских и логистических центров⁴⁶. Общая тенденция в складской отрасли России - строительство специально отведенных объектов для строительства. В то же время российские

⁴⁶ The Logistics Performance Index and Its Indicators / Trade Logistics in the Global Economy. -Electronic text data. - Mode of access: http://siteresources.worldbank.org/TRADE/Resources/2390701336654966193/LPI_2012_rankings.pdf-Title from screen.

застройщики наружного строительства также возводят больше коммерческих зданий. Все это является частью сторонней логистики. Сторонняя логистика в России переживает период бурного развития. Россия расширяет масштабы этого рынка и создает благоприятную рыночную почву для международных компаний для повышения профессионализма внутренних логистических операций в России. последние достижения в области биотехнологии, материаловедения, хранения энергии и квантовых вычислений, создают еще больше возможностей»⁴⁷.

Это означает, что все больше новых технологий будет участвовать в применении Интернета и сделает Интернет все более проникающим в жизнь общества. Интернет-бизнес не является исключением, эти тенденции также внесут изменения в развитие интернет-бизнеса. При продолжении анализа, который мы сделали в приведенной выше главе, могут быть выявлены следующие тенденции в развитии интернет-бизнеса.

Во-первых, новые технологии будут активно применяться в интернет-бизнесе и принесут изменения. Благодаря созданию Интернета вещей умные устройства и сетевые терминалы станут повсеместными. Временные и пространственные ограничения еще больше будут нарушены. Ведение бизнеса станет более простым и удобным. Другими словами, каждое интерактивное электронное устройство в нашей жизни, которое подключается к Интернету, может стать терминалом для интернет-бизнеса. Такие, как популярные носимые устройства, такие как умные часы, браслеты. Также как и умные дома, такие как умные телевизоры в будущем. Эти устройства в контексте развития Интернета вещей сначала освободили наше пространство. Нам больше не нужно быть перед компьютером в течение 24

⁴⁷ Klimonova A. N., Tribunskaya U. G. 俄罗斯电子商务发展的特征和阶段//社会经济现象和过程。2013年第12(058)号。第61-64页

Климонова А. Н., Трибунская У. Г. Особенности и этапы развития электронного бизнеса в России // Социально-экономические явления и процессы. №12(058),2013. С. 61-64

часов. Благодаря улучшенной мобильности устройства, ведение бизнеса становится доступным в любое время и в любом месте. Кроме того, благодаря развитию технологии искусственного интеллекта интеллектуальные устройства, подключенные к Интернету, имеют определенные возможности самостоятельной работы и предварительной обработки данных и информации. Основываясь на способности к самообучению искусственного интеллекта, поведение пользователя будет лучше соответствовать возможностям устройства. Операционная система персональных устройств будет все больше понимать предпочтения и привычки их владельцев. Поэтому время людей будет еще больше освобождаться.

Для потребления в Интернете новые технологии также внесут огромный вклад. Роботы войдут в интернет-магазин. Чат-роботы и другие роботы с искусственным интеллектом предназначены для повышения общего покупательского опыта клиентов. Робот искусственного интеллекта может выполнять множество задач, которые обычно назначаются людям, например, управление запасами товаров или обработка запросов. Эти цифровые помощники выполняют различные процессы, освобождая время для менеджеров, чтобы сосредоточиться на других аспектах ведения своего бизнеса. Искусственный интеллект также может решить больше проблем для потребителей и сохранить человеческие ресурсы, вложенные магазином в обслуживание клиентов. Например, чат-боты могут удовлетворить многие потребности клиентов, от ответов на вопросы о продуктах до обсуждения жалоб. Искусственный интеллект и чат-боты могут также учиться на беседах с клиентами и развиваться, чтобы лучше помогать пользователям с персонализированным опытом интернет-бизнеса.

AR (Augmented Reality) и VR (Virtual Reality) — также популярные тренды. Эти две новые технологии предназначены для использования более специфических изображений для улучшения взаимодействия с

пользователем. Как упоминалось в предыдущей главе, поскольку текущие продукты интернет-магазина описываются рисунками и текстами, чувства потребителя достаточно интуитивны. Но их понимание качества и особенностей товаров недостаточно. Поэтому перед покупкой могут быть большие сомнения. Например, могут быть сомнения в размерах и стиле одежды. Ведь не каждый является моделью. Хотя люди раньше были довольны высококачественными изображениями продуктов (в обычной рекламе), но все же современные технологии позволяют нам использовать виртуальную реальность (AR), 3D-изображения, дополненную реальность (VR) и другие технологии для более удобного изучения ассортимента товаров через ноутбуки или смартфоны⁴⁸. Эти интерактивные технологии визуализации продуктов предназначены для того, чтобы предоставить онлайн-покупателям реальный опыт выбора в магазине и облегчить их колебания перед покупкой.

В любом случае, применение новых технологий направлено на то, чтобы улучшить качество обслуживания пользователей и принести лучший опыт для пользователей. Это означает, что статус потребителя получает все больше внимания в модели интернет-бизнеса. Как и в обычном магазине, целью интернет-магазинов становятся персонализированные услуги.

Во-вторых, онлайн и оффлайн бизнес будет дальше интегрированы. Примеры из предыдущей главы уже продемонстрировали онлайн-попытки традиционных предприятий, производящих обычную продукцию. На самом деле, эти компании также развивают свой собственный оффлайн бизнес. Например, Alibaba Group создала свой собственный супермаркет «Freshhema» в 2016 году. Этот супермаркет специализируется на свежих ингредиентах. Продукты этого супермаркета можно купить через онлайн-заказы. Другими словами, местные покупатели могут пойти в супермаркет за

⁴⁸ ArgentiP.A., HowellR.A., BeckK.A. The Strategic Communication Imperative // MIT Sloan Management Review (SMR). 2005. Vol. 46. No 3. P. 83-89.

продуктами или получить продукты по удаленной доставке. Amazon запустил проект интернет-магазина Amazon Go в конце 2016 года. В основном он продает готовые пакеты с кейтерингом, сделанные Amazon Fast-Food, что может помочь пользователям завершить процесс покупки, то есть «забрать немедленно и избежать очередей». Потребители, которые хотят войти в магазин, могут просто входить и выходить через сканирование мобильного приложения Amazon Go. После входа в магазин на полке появятся инфракрасные датчики, датчики давления и датчики нагрузки для фиксации информации от покупателей. Наконец, нет никакого административного контроля, и пользователь может покинуть магазин напрямую. Наконец, пользователь может покинуть магазин напрямую без «церемонии оплаты».⁴⁹ В то же время Amazon также открыла собственный физический книжный магазин, продающий книги, популярные в Интернете. Кроме них, другие известные интернет-компании, такие как Jingdong, Xiaomi и т.д., также начали пробовать создавать офлайн-магазины. Это показывает, что практики интернет-бизнеса уже осознали, что преимущества, полученные с помощью передовых бизнес-моделей, должны быть преобразованы в более крупные рынки сбыта. Несомненно, очень важно добавить больше взаимодействия с пользователями и дать пользователям больше реального опыта участия в интернет-сделках, интернет-покупках.

В дополнение к этому следует отметить, что интернет-компании и традиционные компании расширяют сотрудничество посредством совместных инвестиций, слияний и поглощений и т. д., как упоминалось в предыдущей главе. Используя опыт и рынок, которые есть друг у друга, онлайн- и офлайн-компании развиваются вместе, чтобы оптимизировать распределение ресурсов и управление ими, обеспечивая при этом лучший опыт потребления через Интернет для покупателей. Это, несомненно, эффективное сотрудничество. Это можно считать очень

⁴⁹ Gourdin Kent N. Global Logistics Management: A Competitive Advantage for the New Millennium. Oxford, 2001.

эффективным сотрудничеством, которое охватывает практически все рынки. Поэтому есть основания полагать, что модель O2O будет и дальше воплощаться как тенденция развития интернет-бизнеса.

В-третьих, сельские районы станут важным направлением развития интернет-бизнеса. С постепенным насыщением городского рынка, развитие сельского рынка станет более важным. Сельская инфраструктура будет постепенно улучшаться, и на этой основе прорыв геопространственных ограничений через Интернет и содействие экономическому развитию сельских районов станут новой тенденцией. В дополнение к экономическому значению, эта бизнес-модель имеет большое социальное значение, которое должно помочь устранить дисбаланс между городскими и сельскими районами и региональным развитием. Особенно для России и Китая эта модель имеет большое значение. Россия и Китай являются странами с большими участками сельхозугодий в мире, имеют обширные сельскохозяйственные регионы и одинаковые социальные проблемы с несбалансированным географическим и социально-экономическим развитием. На самом деле, во многих сельских районах выращивают очень качественные сельскохозяйственные продукты или специальные аграрные товары. А из-за географических ограничений и отсутствия информации эти ресурсы могут быть не размещены на рынке или даже могут быть не известны людям. Интернет-бизнес, кажется, является лучшим способом решения этой проблемы на современном этапе из-за его низкой стоимости, высокой эффективности и других характеристик (о которых говорилось выше).

Китай уже начал включаться в развитие этой сферы экономики. В 2008 году Управление по борьбе с бедностью Государственного совета Китая запустило проект информационной модели по борьбе с бедностью. Местные органы власти, особенно Ганьсу, Гуандун, Чунцин активизировали усилия по содействию борьбе с бедностью через интернет-бизнес. Китайские интернет-

коммерческие компании, такие как Alibaba и Jingdong, также считают борьбу с бедностью и развитие сельской интернет-коммерции частью своей стратегии реализации корпоративной социальной ответственности⁶⁸. Эти интернет-гиганты тесно сотрудничают с местными органами власти, чтобы обучить фермеров помогать им создавать свои собственные магазины в Интернете и помогать им в продвижении местных продуктов. К 2017 году Alibaba открыла около 300 центров обслуживания на уровне регионов в 27 провинциях, охватывающих почти 15 000 деревень. Около 60 000 сотрудников Alibaba участвуют в обслуживании и обучении в сельской местности. В 2017 году в Китае уже насчитывалось 9,85 миллиона сельских интернет-магазинов, а розничные продажи в сельских сетях достигли 1,24 триллиона юаней, что привело к созданию 28 миллионов рабочих мест⁵⁰.

Улучшая уровень информатизации сельского населения и расширяя рынок сельскохозяйственной продукции, чтобы увеличить доходы фермеров и в то же время стимулировать занятость, эта модель будет долгое время позитивно влиять на сельскую экономику, её развитие. Таким образом, благодаря естественным преимуществам Интернета, опыту и рынку интернет-компаний, а также поддержке со стороны правительства, интернет-бизнес, несомненно, станет новой тенденцией для содействия экономическому развитию сельских районов. Будь то в Китае или в России, эту модель следует продвигать в широких масштабах для решения проблем села и сельских регионов.

В-четвертых, трансграничный интернет-бизнес будет быстро развиваться. Интернет-бизнес нарушает географические ограничения, помимо содействия региональному экономическому развитию внутри страны, он также имеет большое значение для международной торговли. На ежегодной встрече на Всемирном экономическом форуме в Давосе в 2018

⁵⁰ International research in the field of development of cooperation with logistic operators. [Electronic resource] // Deloitte 2017. Available at: <http://www2.deloitte.com/m/m.html>.

году Ма Юнь, основатель и председатель совета директоров Alibaba Group, сказал: «Никто не может остановить глобализацию, никто не может остановить торговлю». Пример Китая, да и других стран со все увеличивающимся объемом трансграничной электронной торговли, является наиболее эффективным способом демонстрации взаимовлияния электронной коммерции и процессов глобализации. В 2017 году общий объем импорта и экспорта трансграничной электронной торговли в Китае составил 90,24 млрд юаней . Причины развития этих тенденций, вероятно, заключаются в следующем.

Прежде всего, число китайцев, которые в настоящее время работают, учатся и путешествуют за границей, достигло нового максимума, и они имеют доступ к большему количеству международных брендов и продуктов, чем в прошлом. Однако, поскольку некоторые товары не могут быть куплены в Китае или цены на флагманские товары внутри страны слишком высоки, эти люди после возвращения на родину будут покупать зарубежные товары через международную электронную торговлю.

Во-вторых, китайские потребители предпочитают покупать надежные продукты от международных брендов, исходя из соображений безопасности, например, безопасности пищевых продуктов, особенно это касается таких ключевых продуктов, как детские товары, нутрицевтики, косметические средства и натуральные пищевые продукты. Интернет-бизнес стал для потребителей таких продуктов предпочтительным способом их покупки.

Кроме того, трансграничные сайты интернет-бизнеса делают трансграничное потребление удобным. Потребители могут совершать покупки на трансграничной платформе интернет-бизнеса Китая, такой как глобальная покупка Alibaba Tmall или глобальная покупка Jingdong. Они также могут выбирать неофициальных зарубежных продавцов, которые являются покупателями, упомянутыми в приведенной выше главе. Агенты по закупкам, проживающие за границей, покупают естественные продукты на

местах, а затем продают товары китайским потребителям через такие платформы, как WeChat и Taobao.

Конечно, развитие трансграничного интернет-бизнеса неотделимо от поддержки национального правительства. Китай всегда придавал большое значение важности Интернета и информационных технологий для трансграничной торговли и предложил собственную концепцию специальной зоны для ведения интернет-бизнеса. С 2015 года Китай создал пилотные зоны трансграничного интернет-бизнеса в 13 городах, и импорт и экспорт в их рамках достиг огромного роста. Недавно государство решило добавить в качестве пилотных зон еще 22 города. Эти испытательные площадки обеспечивают оптимизированную систему для импорта и экспорта через границу товаров интернет-торговли, упрощая правила логистики, таможенного оформления и упрощения обмена информацией. Кроме того, китайские компании, занимающиеся интернет-бизнесом, такие как Alibaba, продвигают торговые зоны интернет-бизнеса в таких странах, как Малайзия и Таиланд. Однако некоторые специалисты обеспокоены тем, что такая практика может создавать монополии и влиять на развитие местных компаний.

Следует признать, что рынок никогда не был закрыт. Особенно с растущим влиянием экономической глобализации, тенденции развития трансграничного интернет-бизнеса не остановить. В соответствии с этой новой тенденцией у России и Китая также будет больше возможностей для сотрудничества. В следующей части главы это будет рассмотрено подробнее.

3.2 Цифровизация логистической инфраструктуры и её влияние на социально-экономические коммуникации с потребителями

В условиях продолжающегося процветания международной торговли и непрерывного обновления бизнес-моделей логистические компании сталкиваются с изменениями в окружающей среде с расширением спектра

услуг, более длинными логистическими расстояниями, более высокими требованиями к своевременности и более интеллектуальным оборудованием для определения местоположения. С точки зрения логистических предприятий, стремящихся получить конкурентные преимущества на рынке, информатизация логистики заключается в применении всех доступных методов сбора, передачи и обработки информации для своевременного и точного получения основных логистических данных, а также в применении результатов комплексного анализа этих данных. время и будущий потенциальный дефицит предложения и другие аналитические данные, чтобы принимать стратегические решения по улучшению своего положения на рынке и обеспечивать значительное конкурентное преимущество по сравнению с другими аналогами, тем самым завоевывая доверие клиентов как волшебное оружие конкуренции. Как своевременно реагировать на данные клиентов, эффективно собирать данные в процессе логистики, обновлять и улучшать внутреннюю информационную систему управления логистикой, чтобы открыть корреляцию информации между людьми, товарами, документами и оборудованием, и продолжать повышать эффективность логистического бизнеса, стала неизбежной проблемой для лиц, принимающих управленческие решения логистических предприятий.⁵¹ Влияние информатизации логистики на отрасль и цепочку поставок. По мере возрастания роли управления цепочкой поставок проблема, которую компании должны решать, сменилась с повышения собственной эффективности на повышение эффективности и конкурентоспособности всей цепочки поставок. Решение этой проблемы в основном осуществляется за счет связи и своевременного информирования предприятия по добыче и переработке. Услуги обратной связи для улучшения координации и общей эффективности цепочки поставок. Как правило, информация о логистике определяется поведением клиента в отношении заказа,

⁵¹ Петров А.В. «Глобализация» экономики: социальные и политические аспекты. СПб: Изд-во С.-Петербургского университета, 2009. – 198с.

и процесс логистических услуг разрабатывается соответствующим образом. Под руководством процесса заказа он фокусируется на управлении потоком товаров. Система заказов относится к направлению распределения, а вышестоящим по потоку распределения являются производство и закупки. Поскольку социальное разделение труда становится все более четким, поставщики, производители и дистрибьюторы могут быть отдельными центрами затрат на прибыль, образуя цепочку поставок через взаимосвязь логистической информационной системы. На этом уровне логистическая информация не ограничивается ERP-системой предприятия, но также распространяется на обмен и обмен информацией между предприятиями для достижения оптимального распределения восходящих и нисходящих ресурсов и, кроме того, позволяет поставщикам логистических услуг обеспечивать большую прозрачность поставок. участники сети Более оптимизированные решения для повышения безопасности и эффективности. Информатизация логистики стала центральной нервной системой цепочки поставок.

В цепочке информатизации логистики есть логическая взаимосвязь между производственными и потребительскими отношениями-бизнес-потоками-логистикой-информатизацией логистики. В отношениях производства и потребления центр силы смещается от производителей к потребителям, и это необратимо. Бизнес-модель предприятий - от push (push) к тянуть (pull), потребители имеют все больше и больше голоса, а центр мощности от производства Передача от потребителя к потребителю. В режиме управляемого роста объект обслуживания предприятия фактически является системой дистрибьютора, которая представляет собой оптовую бизнес-модель; при ускоренном росте объект обслуживания предприятия начинает учитывать конечного потребителя и постепенно становится «оптовая + розничная торговля». «.« Бизнес-модель. Видно, что влияние логистики на обмены между Россией и Китаем и потребителями очень

важно⁵². Каналы сбыта товаров становятся все более разнообразными и плоскими, быстрое и качественное обслуживание становится все более важным, а заказы на продажу ускоряют фрагментацию. Фрагментация заказов на продажу определяет фрагментацию логистических заказов, а диверсификация каналов определяет все более динамичную и плоскую логистическую модель. Фрагментация логистических заказов: например, для достижения объема продаж в 100 миллионов юаней в прошлом нужно было доставить только 1000 заказов 50 дилерам. Теперь может потребоваться транспортировка 100 000 заказов 500 клиентам. Разнообразные методы реализации перевозки: Изначально все крупные заказы, но теперь могут быть: 30% заказы составляют 1-100 кг, 30% - 100-500 кг, 30% - 500-5000 кг, 10% > 5000 кг, соответственно, соответствуют всему транспортному средству. Билет с нулевым счетом, малый билет с нулевым счетом, экспресс-доставка, доставка в тот же город и другие различные методы реализации перевозки⁵³. Информатизация логистики стала неизбежной: возрастающая сложность реального бизнеса, рост ценового давления и растущие ожидания удовлетворенности клиентов ускорили процесс использования предприятий новыми технологиями.

Тремя основными характеристиками тенденции информатизации логистики являются облачные сервисы, взаимосвязь и интеллект.

облачный сервис. После 2017 года система управления логистической информацией была снова выбрана в качестве потенциального поставщика услуг в отчете Gartner TMS Magic Quadrant за 2018 г. Это единственная компания в Азии среди 9 компаний. В отчете Gartner TMS Magic Quadrant за 2018 год особо подчеркивается тенденция: облачные сервисы стали основным

⁵² Мерзляк А. В. ЛОГИСТИЧЕСКИЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭВОЛЮЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ ОТ ЭКОНОМИКИ МАСШТАБА ДО СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ // Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес»

⁵³ Donald, J. Bowersox, *Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process* / Donald J. Bowersox, David J. Closs. - McGraw-Hill Companies, 1996. - 730 p

механизмом решений для систем управления транспортировкой. Почти весь рост в области TMS происходит за счет облачной TMS. Gartner заметила, что новые инвестиции в традиционные частные приложения для предприятий значительно сокращаются. Компании-конечные пользователи TMS начали переходить от традиционных частных решений развертывания к решениям облачных услуг. Они либо решают сменить поставщика, либо по-прежнему используют того же поставщика, но предпочитают переключиться на облачные платформы. В дополнение к TMS на рынке появляется все больше и больше WMS на основе SaaS и программного обеспечения для оптимизации. Развертывание на основе облака значительно снизило пороговое значение для использования пользователями, с меньшими инвестициями и более быстрой окупаемостью. Что касается транспорта, то использование программного обеспечения SaaS на основе технологии облачных вычислений - неизбежный выбор. Популяризация облачных вычислений в корпоративных приложениях - это водораздел в информатизации логистики. До популяризации облачных вычислений, когда мы говорили об информатизации логистики, мы фокусировались на традиционной WMS / TMS, которая была внутренним решением для предприятий и была сосредоточена на повышении внутренней эффективности предприятий. Когда облачные вычисления стали популярными, границы информатизации логистики были значительно расширены - от одного предприятия до одной или нескольких цепочек, особенно в области транспорта. Это был самый большой прорыв, поскольку транспортировка предприятий изначально была сетью. Сотрудничество и сотрудничество между различными предприятиями может быть достигнуто только с помощью технологии облачных вычислений.

Взаимосвязь. Существует два уровня взаимосвязи: взаимосвязь между вышестоящими и нижестоящими партнерами и взаимосвязь между различными системами и устройствами. В частности, в сфере транспорта он включает в себя большое количество сотрудничества между различными

компаниями. Только облачные сервисы могут позволить различным компаниям подключаться друг к другу недорогим и гибким способом для формирования потока информации с обратной связью, так что данные формируются являются полным и точным. В то же время бизнес-оборот и источники данных предприятий разнообразны, такие как ERP, WMS, POS, GPS и т. Д., Соединяющие друг друга, не покидая островков данных, что также является неизбежной тенденцией.

Разумный. Независимо от умного разделения / планирования заказов или интеллектуальной оптимизации пути, спрос становится все более высоким. Когда исходные данные становятся полными и точными, результаты интеллектуальной оптимизации имеют более практическое применение. Искусственный интеллект: интеллектуальный центр современного складирования. «Беспилотный склад» представляет новую технологию логистической системы третьего поколения.⁵⁴ Интеллект воплощен в: данных восприятие, интеграция роботов и руководство алгоритмом для производства. Обширное восприятие данных, принятие решений на основе алгоритмов искусственного интеллекта и роботизированные системы формируют глаза, мозг и конечности беспилотного склада. Столкнувшись с потоком большого количества товаров, они методично и спокойно разворачиваются и эксплуатируются, осуществляя отслеживание в реальном времени сетевое управление складскими помещениями и товарами, а также высокая степень обмена инвентарной информацией.

Информационная прозрачность также очень важна в информатизации логистики. Прозрачность информации отражает основные требования предприятий, то есть четкое понимание логистического процесса, а прозрачность идентичности отражает потребности предприятий в

⁵⁴ Филатов А. Через «умную модернизацию» — к оптимальному балансу качества и цены // Деловой портал «Управление производством». URL: <http://www.up-pro.ru/library/strategy/management/aleksandr-filatov-korporacija-russkie.html> (27.01.13)

модернизации, то есть возможность контролировать собственную логистическую цепочку⁵⁵. Информационная прозрачность означает прозрачность отслеживания информации во всей цепочке. Одна из основных функций системы управления логистической информацией - OneTMS. С помощью веб-страниц, приложений и терминалов WeChat потребители могут автоматически получать информацию о статусе груза в режиме реального времени, чрезвычайно быстро получать реальные бизнес-данные, а также упростить повседневный рабочий процесс водителей и управлять им в электронном виде. Приложение для водителя может сообщать о статусе и местонахождении груза через GPS-навигатор смартфона или GPS-навигатор автомобиля (при наличии). Цикл накладной и реальный путь воспроизведения могут быть визуально отображены на карте Baidu, а накладная в статусе транзита также может быть передана через QR-код WeChat, SMS и URL-ссылку. В то же время может быть достигнуто упреждающее управление ранним предупреждением, например предупреждение о потенциально поздних накладных. Это делает управление выполнением перевозки более гибким и эффективным и накладывает более эффективные ограничения на перевозчиков. Прозрачность идентичности идет еще дальше. На уровне управления бизнесом это означает, что компания-грузоотправитель может четко видеть, кто чем занимается и какая информация предоставляется по всей цепочке, включая каждый уровень субподряда.⁵⁶ Это также облегчает сверку и последующую оплату. И грузоотправитель, и перевозчик могут сгенерировать счет онлайн одним щелчком мыши и отправить его друг другу с помощью гибких условий фильтрации, таких как временное окно и тип заказа. Данные для выставления

⁵⁵ International research in the field of development of cooperation with logistic operators. [Electronic resource] // Deloitte 2017. Available at: <http://www2.deloitte.com/m/m.html>.

⁵⁶ 陈思, 甘蜜, 郭茜. 商品仓储信息线上可视化对电子商务物流效率的影响[J]. 中国流通经济, 2017, 31 (8) :41~48

Чен Си, Ган Ми, Го Цянь. Влияние онлайн-визуализации информации о товарных складах на эффективность логистики электронной коммерции [J]. China Circulation Economy, 2017, 31 (8): 41 ~ 48

счетов генерируются на основе автоматического сопоставления данных заказа и фактического исполнения электронного контракта. Вы платите то, что получаете, и то, что вы платите, согласовывается; любые аномальные сборы, специальные сборы, удержания штрафов и корректировки сборов будут записаны и выделены для обеспечения полной прозрачности и соответствия.

Информатизация логистики может позволить пользователям в различных звеньях логистики своевременно обмениваться информацией с помощью логистической информационной сети. Это влияние логистики на коммуникацию между Россией и Китаем и потребителями. Розничные продавцы, расположенные в точках продаж, будут напрямую сталкиваться с потребителями. Они полностью понимают потребности этих потребителей в товарах и могут получить подробную информацию о покупателях. Производители, полагающиеся на сеть логистической информации с дистрибьюторами, они могут почти одновременно делиться информацией о рыночном спросе и операционном статусе продавца, полученной розничными торговцами, тем самым быстро корректируя свои соответствующие производственные и операционные планы; аналогично, сеть логистической информации также позволяет производителям корректировать и корректировать свои продукты⁵⁷. политики могут быть своевременно поняты другими участниками логистики, и это также способствует им своевременной корректировке своих бизнес-стратегий. Благодаря поддержке сетевой среды, в которой логистическая информация может быть отражена своевременно, специалисты-практики в различных звеньях логистики можно легко добиться взаимопомощи и сотрудничества, чтобы адаптироваться к жестко конкурентной рыночной среде.

Информационные технологии оказывают глубокое влияние на повышение

⁵⁷ Бунтовский С. Ю., Овчинникова Ю. А., Папикян Т. А. Развитие логистики как структуры розничной торговли (ритейла) // Молодой ученый. — 2016. — №22. — С. 151-153.

эффективности производства в логистической отрасли, а также являются предпосылкой для эффективного функционирования технологий механизации и автоматизации логистики. Причина, по которой информатизация логистики может значительно снизить трудозатраты и улучшить качество логистики, заключается в повышении прибыльности логистических операций. Из-за текущих недорогих индивидуальных грузовых перевозок из Китая и России, задействованных на рынке, современная сторонняя логистика, основанная на информационных технологиях, стала несбалансированной в промышленной структуре из-за высоких стандартов технологий, капитала и талантов и не может соответствовать требованиям рынка. << Таким образом, логистическая отрасль должна следовать направлению развития, предусматривающего модернизацию промышленности, требующую интенсивных человеческих ресурсов, капиталоемкости, технологий и знаний, и продвигать информатизацию логистики на стратегический уровень, способствующий обновлению структуры промышленности. В то же время время, это должно ускорить процесс информатизации логистики., Постоянное обогащение содержания логистических услуг, производство совершенно новых логистических продуктов и создание высокотехнологичных, прибыльных, высококачественных современных логистических "информатизация требует мобильного Интернета, облачных вычислений технологии и передовые алгоритмы для управления этой новой логистической моделью. Информатизация логистики - это неизбежная тенденция, и она будет только углубляться и распространяться дальше. Применение технологий больших данных будет более глубоким, взаимосвязанные облачные технологии станут мейнстримом, а недавний горячий блокчейн также может повлиять на логистическую экосистему в будущем. Изменения, которые принесла обществу информатизация логистики, изменили их собственную рыночную структуру, производственные показатели и повлияли на другие отрасли, что, в свою очередь, привело к изменениям во всей социальной экономике. Развитие

процесса информатизации и углубление экономики знаний сделали эффект интеграции заметным при ускорении интеграции логистической отрасли, которая стала новой движущей силой промышленного роста и экономического роста. Развитие современной логистики неотделимо от информатизации логистики. Обращение материальных единиц и информационное движение вместе составляют современную логистику. Использование сетевых технологий, компьютерных технологий, коммуникационных технологий и других технических средств ускоряет передачу и обработку логистической информации, улучшает способность быстрого реагирования логистической деятельности и, таким образом, гарантирует высокоэффективную работу современной логистики. Чтобы поток товаров мог максимально удовлетворить потребности потребителей, необходимо обеспечить поток информации и точную обратную связь соответствующей информации. Таким образом, можно видеть, что информатизация логистики играет ключевую роль в развитии современной логистики:

(1) Информатизация логистики повышает уровень построения информатизации логистики предприятия.

В построении информатизации логистики есть три уровня . Первый - это сбор и обмен информацией с целью внутренней интеграции ресурсов и процессов, и его основная цель - плавность, низкая стоимость. , и стандартизация; второй - формирование эффективной, быстрой и удобной информационной платформы на основе цепочки поставок путем подключения к информационной системе клиента, что делает информатизацию ключевым инструментом повышения эффективности и конкурентоспособности всей цепочки поставок; третье - для оптимизации принятия решений Обработка и анализ информации, превращение информации в знания и обеспечение основы для принятия решений. Результаты опроса показывают, что функции систем, созданных российскими и китайскими компаниями, в основном сосредоточены

на управлении складом, финансовом менеджменте, управлении перевозками и управлении заказами, что указывает на то, что большинство текущих проектов по информатизации логистики все еще относятся к первому уровню и нуждаются в быть улучшенным.

(2) Построение информатизации логистики может снизить затраты на логистику.

Будь то логистика предприятия или логистические предприятия, как оптимизировать распределение собственных логистических ресурсов, как реализовать управление и принятие решений, чтобы принести максимальную выгоду с наименьшими затратами. Стоимость, это то, с чем они сталкиваются. Один из важнейших вопросов. В отличие от других систем, большой объем информации в логистической системе не только изменяется во времени, но также зависит от погодных и экономических условий, что является нестабильным. Следовательно, для управления логистикой и принятия решений необходимо анализировать различные условия в режиме реального времени и предоставлять лучший план реализации в кратчайшие сроки. Такие, как распределение кабин, упаковка, использование транспортных ресурсов, выбор маршрутов транспортировки, составление планов работы, расстановка кадров, решения по запасам, прогнозы спроса и затрат, системный контроль . - все это требует оптимизации или интеллектуального планирования. . В системе управления логистической информацией теории и методы интеллектуального планирования используются сознательно для реализации оптимизации и интеллектуализации управления и принятия решений, которые могут наиболее разумно использовать ограниченные ресурсы, минимизировать потребление и достичь максимальной экономической выгоды. По данным Национального бюро статистики, с 2018 по первую половину 2020 года общие затраты на логистику Китая составили 14,8%, 14,7% и 14,2% ВВП, в то время как соотношение развитых стран, таких как США и Япония оставалась стабильной

на уровне 8% -9% . Это отражает то, что текущие затраты на логистику в экономической деятельности моей страны все еще относительно высоки, но есть значительные возможности для оптимизации. На международном уровне многие передовые системы управления логистикой предприятия применяют современные науки и технологии, математические методы и средства, а также используют математические модели и математические инструменты для принятия решений, прогнозов и контроля логистической деятельности предприятия, тем самым реализуя действительно эффективное научное управление. Благодаря внедрению различных моделей оптимизации передовое программное обеспечение для управления логистикой нашло хорошее применение в различных аспектах, таких как укладка транспортных средств, оптимизация маршрута транспортировки и оптимизация складского хранения, что напрямую приносит экономическую выгоду клиентам. Например, с точки зрения оптимизации маршрута транспортных средств статистика показывает, что разумное расположение маршрутов транспортных средств может помочь пользователям использовать от 60% до 70% исходных ресурсов (транспортных средств, рабочей силы) Для завершения первоначальной работы. Таким образом, информатизация логистики может принести наибольшие выгоды с наименьшими затратами.

(3) Построение логистической информатизации влияет на реорганизацию логистических бизнес-процессов. Прямым результатом информатизации логистики является ускорение информационного потока, своевременный и точный информационный поток, а быстрый поток информации напрямую связан с балансом логистики. рабочий процесс. Например, для производителя для обеспечения быстрой доставки могут быть использованы два метода. Первый - накапливать недельные заказы в местном офисе продаж, отправлять их по почте в региональный офис и обрабатывать заказы на пакетной основе. . Заказ распределяется на распределительный склад, а затем доставляется по воздуху; второй - за счет более медленной транспортировки по воде. По

сравнению с двумя, первый, очевидно, не имеет большого значения, в то время как последний может обеспечить еще более быструю полноту при меньших общих затратах. Доставка, видно, что ключевая цель информатизации логистики - сбалансировать различные компоненты логистической системы.

(4) Информатизация логистики может способствовать стандартизации логистики. По оценкам, при наличии стандарта, на который можно сослаться, текущая стоимость разработки информационной системы логистических предприятий в Китае может быть снижена на 80%, а стоимость подключения различных систем также может быть уменьшена более чем вдвое, что позволяет избежать большого количества повторных затрат на разработку и строительство на низком уровне. Информатизация логистики может способствовать стандартизации логистики.

(5) Значение информатизации логистики для логистических предприятий для повышения их конкурентоспособности. С развитием и применением информационных технологий, особенно после формирования цепочки поставок, важнее не повышать уровень отдельного объекта, а интегрировать ресурсы через информационные технологии для улучшения. Общая операционная эффективность, то есть способность обработки информации и управления информацией, определяет способность всей цепочки поставок реагировать на рынок и определяет способность предоставлять потребителям высокоэффективные и высококачественные услуги.

Заключение

Современная логистическая отрасль представляет собой комплексную отрасль услуг, которая объединяет транспорт, складирование, экспедирование грузов, информацию и другие отрасли. Она обслуживает социальную и экономическую жизнь трех элементов экономики: производство, обмен и потребление. Это базовая отрасль, поддерживающая теперь устойчивое социально-экономическое развитие, особенно с учетом стремительно нарастающего влияния на это развитие цифровизации не только экономики, но и социальных отношений. Однако исследования влияния логистики на формирование обменов между Китаем и Россией, экономико-социологический анализ этого влияния был относительно слабым. Сопоставление логистической информации электронной коммерции и эффективности общения стали узким местом в развитии электронной коммерции. Как улучшить систему поддержки логистики, снизить затраты на сбыт и повысить удовлетворенность потребителей, обеспечивая при этом интересы потребителей и эффективное общение с потребителями, стало самой большой проблемой, стоящей перед компаниями электронной коммерции. Изучение истории логистики и экономической социологии в России и Китае, изучение состояния развития современной логистики в России и Китае и изучение влияния коммуникационных услуг логистики на принятие решений потребителями в рамках социальной электронной коммерции – важнейшее направление современных экономико-социологических исследований. Исходя из этого были определены цель и задачи данной работы.

По результатам экономических и социологических исследований, изложенных в данной работе, можно сделать следующие выводы:

1. Развитие социальной электронной коммерции в России и Китае в

определенной степени способствовало созданию новых логистических услуг с добавленной стоимостью, повышению конкурентоспособности, способствовало развитию самой логистики, её инфраструктуры, прогрессу инновационных технологий и реализации эффективных логистических коммуникаций между нашими странами.

2. Логистический бизнес существенно вырос, а сотрудничество в сфере логистики между Китаем и Россией становится все более тесным, создавая множество новых рабочих мест и эффективно способствуя экономическому развитию двух стран.

3. Современная логистическая отрасль демонстрирует очевидную тенденцию к трансформации и модернизации, продолжают появляться новые бизнес-модели, методы распределения ресурсов и другие новые модели в логистической отрасли. С развитием рынка и популяризацией Интернет-приложений в следствие цифровизации российского и китайского обществ логистика перешла от ориентации на производителя к ориентации на потребителя. Изменен общий вектор развития логистической отрасли.

4. Связь между логистикой и потребителями, скорость передачи и обработки логистической информации повысили способность логистической деятельности к быстрому реагированию на изменение спроса на рынке, тем самым обеспечивая высокую эффективность современной цифровой экономики. Чтобы товароборот и товарные потоки отвечали потребностям потребителей в максимальной степени, необходимо обеспечить регулирование не только потоков товаров, но и потоков информации и прочную обратную связь с потребителями на основе использования современных цифровых технологий.

5. Стратегическая цифровая коммуникация - это решающее звено между социально-экономическими, политическими или другими субъектами, которое позволяет им достичь своих самых важных целей социально-экономического развития. Коммуникация по стратегии логистики позволяет компании

достигать стратегических целей организации, способствовать стратегическому и бизнес-планированию, регулировать потребительские решения и добиваться позитивного развития логистики.

6. В основе современной логистики лежат информационные технологии, обслуживающие социальное развитие. В контексте распространения *социальной электронной коммерции* интеграция социальных сетей, межличностного взаимодействия и деловых коммуникаций является важнейшей тенденцией социально-экономического развития России и Китая, определяющая и перспективы развития логистики тоже.

7. Отрасль логистики пострадала от COVID-19, исходная цепочка поставок и система логистики столкнулись с проблемами, но новая операционная модель открыла новые возможности для товарооборота и развития потребления. Отрасль логистики претерпела колоссальные изменения, ускорив развитие «интеллектуализации», «цифровизации» и «информатизации» китайского и российского обществ.

8. Современная тенденция развития логистики — цифровизация, основанная на социальных коммуникациях. Социальное разделение труда становится все более четким, а разделение труда между различными предприятиями становится все более очевидным. Но информатизация логистики на основе развития социальной электронной коммерции – это главный тренд современности.

С развитием современной логистики и эволюции информатизации отрасль логистики становится наиболее распространенной и более зрелой областью применения информационных технологий. Влияние информатизации на эффективность производства и ее влияние в различных отраслях, основанных на электронной коммерции, также являются важными объектами для дальнейших исследований по экономической социологии. Хотя автор добился некоторых результатов в процессе исследования, из-за ограниченных личных возможностей это исследование неизбежно будет иметь дефекты и недостатки,

и оно все еще нуждается в дальнейшем дополнении и улучшении, возможно, в дальнейшей научной работе.

Список литературы:

1. 亚当·斯密,《国民财富的性质和原因的研究》上卷,商务印书馆,1974,第 80 页。

Адам Смит, «Исследование природы и причин национального благосостояния», том 1, The Commercial Press, 1974, стр. 80.

2. «社会学»安东尼·吉登斯. 北京大学出版社,2005 年.1103 页.

Гидденс Э. Социология. Пекин: Издательство Пекинского университета,2015-1103с

3. «物流对建立与消费者和商业伙伴的沟通的影响»经济学与商业/德米特里娃·纳塔利娅·伊万诺夫娜 (Dmitrieva Natalia Ivanovna)

Дмитриева Н. И.ВЛИЯНИЕ ЛОГИСТИКИ НА ВЫСТРАИВАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ И БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ//Текст научной статьи по специальности

4. 罗家德. 从格兰诺维特理论重新认识中国[C]// 格兰诺维特. 镶嵌:社会网与经济行动. 罗家德,译. 北京:社会科学文献出版社,2015

Ло Цзяде. Новое понимание Китая с помощью теории грановита [C] // Granovite. Mosaic: Social Networks and Economic Action. Luo Jiade, Trans. Beijing: Social Science Literature Press, 2015

5. 斯威德格伯. 经济社会学原理[M]. 周长城,译. 北京:中国人民大学出版社,2005.

Швед Гербер. Принципы экономики и социологии [М.]. Чжоу Чанчэн, перевод. Пекин: Жэньминьский университет китайской прессы, 2005.

6. «网络社会学建构» 夏学奎. 北京大学学报 (哲学社会科学版). 2004 年第 1 期.33-36 页

Ся Сюэлюань, Построение сетевой социологии// Журнал Пекинского университета (Философия и социальные науки). № 1, 2004. С. 33– 36.

7. Логистика / Под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. — 2-е. — М.: Проспект, 2010. — С. 406.

8. Klimonova A. N., Tribunskaya U. G. 俄罗斯电子商务发展的特征和阶段//社会经济现象和过程。2013 年第 12 (058) 号。第 61–64 页

Климонова А. Н., Трибунская У. Г. Особенности и этапы развития электронного бизнеса в России // Социально-экономические явления и процессы. №12(058),2013. С. 61–64

9. «经济社会学手册» (第二版) 斯梅尔瑟,斯威德伯格/罗教讲,张永宏译.北京:华夏出版社.2009.830 页.

Нейл Смелзер, Ричард Сведберг. Справочник по экономической социологии (Второе издание) / Перевод Ло Цзяоцзян, Чжан Йонгхонь. Пекин: Издательский Дом Хуа Ся.2009. – 830с

- 10.物流和零售管理=物流和零售管理/编辑。 J. Fern 和 Lee Sparks。 -2 号 -新西伯利亚: 西伯利亚大学出版社, 2007 年。-第 263 页--ISBN 5-379-00303-6。
Логистика и управление розничными продажами = Logistics and retail management / Под ред. Дж. Ферна и Ли Спаркса. — 2-е. — Новосибирск: Сибирское университетское изд-во, 2007. — С. 263. — ISBN 5-379-00303-6.

- 11.Panasenko E.V.物流: 人员, 技术, 实践。-1 号 -М.:基础工程, 2011.-S. 224。 -ISBN 978-5-9729-0034-3。

Панасенко Е. В. Логистика: персонал, технологии, практика. — 1-е. — М.: Инфра-Инженерия, 2011. — С. 224. — ISBN 978-5-9729-0034-3.

- 12.огистика / Под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. — 2-е. — М.: Проспект, 2010. — С. 406. — ISBN 978-5-392-01325-8.

物流/ Ed. B. A. Anikina, T. A. Rodkina. -2号 -М.: 前景, 2010年。--S. 406 -- ISBN 978-5-392-01325-8。

- 13.马克思,《资本论》第1卷,《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社,1972,第391页。

Маркс, «Капитал», том 1, «Полное собрание сочинений Маркса и Энгельса», том 23, Народное издательство, 1972, стр. 391.

- 13.隆国强, 信息化促进中国经济转型升级 [N] 中国经济时报, 2015 — 1

Лун Гоцянь Информатизация способствует преобразованию и модернизации экономики Китая [N] China Economic Times, 2015-10-14 (5)

14. 闫贵荣. 计算机网络技术在物流信息管理中的运用研究[J]. 信息与电脑, 2016(13):186-188.

Ян Гуйронг, Исследования по применению компьютерных сетевых технологий в управлении логистической информацией [J]. Информация и компьютер, 2016 (13): 186-188.

15. 安立仁, 李旭东. 跨境电商物流企业综合服务体系及其实证研究[J]. 中国流通经济, 2015(11):94-95.

Ань Лижэнь, Ли Сюйдун. Интегрированная система услуг логистического предприятия трансграничной электронной коммерции и ее эмпирическое исследование [J]. China Circulation Economy, 2015 (11): 94-95.

16. 张铎. 电子商务与物流[M]. 北京:清华大学出版社, 2000, 63~64

Zhang Duo. Электронная коммерция и логистика [M]. Пекин: Tsinghua University Press, 2000, 63 ~ 64

17. 汤浅和夫, 门峰. 图解现代物流, IT 物流[M]. 上海:文汇出版社, 2002, 52~53

Юаса Кадзуо, Монфэн. Иллюстрация современной логистики, ИТ-логистика [M]. Шанхай: Wenhui Publishing House, 2002, 52 ~ 53

18. 杨洋, 李晓晖. 日本电子商务物流的发展经验及对中国的启示 [J]. 中国流通经济, 2014, 28(04):34~39

Ян Ян, Ли Сяохуэй Опыт развития логистики электронной коммерции в Японии и его значение для Китая [J] Экономика обращения в Китае, 2014, 28 (04): 34-39

19. 王娟娟. 电子商务时代的物流发展分析[J]. 中国流通经济, 2014, 28(03):54~59
Ван Цзюаньцзюань, Анализ развития логистики в эпоху электронной коммерции [J]. China Circulation Economy, 2014, 28 (03): 54 ~ 59

20. 张夏恒, 马天山. 协同视角下我国县乡电子商务与物

流发展研究 [J]. 当代经济管理, 2015, 37(07): 68~74

Чжанся Хэн, Ма Тяньшань, совместное исследование развития электронной коммерции и логистики в округах и поселках [J] Перспективы современного управления бизнесом, 2015 г., 37 (07): 68–74

21. 武晓钊. 农村电子商务与物流配送运营服务体系构建 [J]. 中国流通经济, 2016, 30(08): 99~104

У Сяочжао. Построение сельской системы услуг по распределению электронной коммерции и логистики [J]. Экономика обращения в Китае, 2016, 30 (08): 99 ~ 104

22. 吴霞, 严婷婷. 电子商务环境下快递企业物流服务满意度影响因素研究——以圆通速递为例 [J]. 现代商贸工业, 2016, 37(24): 47~48

У Ся, Ян Тинтинг. Исследование факторов, влияющих на удовлетворенность логистическими услугами предприятий экспресс-доставки в среде электронной коммерции - на примере УТО Express [J]. Modern Business and Trade Industry, 2016, 37 (24): 47 ~ 48

23. 梁海红. “互联网+”时代物流配送中心选址优化模型构建 [J]. 统计与决策, 2016, (22): 51~53

Лян Хайхун. Построение модели оптимизации для выбора местоположения логистического распределительного центра в эпоху «Интернет +» [J]. Статистика и решения, 2016, (22): 51 ~ 53

24. 陈思, 甘蜜, 郭茜. 商品仓储信息线上可视化对电子商务物流效率的影响 [J]. 中国流通经济, 2017, 31(8): 41~48

Чен Си, Ган Ми, Го Цянь. Влияние онлайн-визуализации информации о товарных складах на эффективность логистики электронной коммерции [J]. China Circulation Economy, 2017, 31 (8): 41 ~ 48

25. 徐广彬. 中俄交通运输的发展现状 [J]. 吉林交通科技. 2015(02)

Сюй Гуанбинь. Состояние развития китайско-российских перевозок [J]. Транспортная наука и технологии в Цзилине, 2015 (02)

26. Петров А.В. «Глобализация» экономики: социальные и политические

- аспекты. СПб: Изд-во С.-Петербургского университета, 2009. – 198с.
27. Мерзляк А. В. ЛОГИСТИЧЕСКИЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭВОЛЮЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ ОТ ЭКОНОМИКИ МАСШТАБА ДО СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ // Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес»
28. Голдсби Т., Мартиченко Р. Бережливое производство и 6 сигм в логистике (Lean Six Sigma Logistics: Strategic Development to Operational Success). Минск, 2009.
29. Филатов А. Через «умную модернизацию» — к оптимальному балансу качества и цены // Деловой портал «Управление производством». URL: <http://www.up-pro.ru/library/strategy/management/aleksandr-filatov-korporacija-russkie.html> (27.01.13)
30. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. М., 2010.
31. Портер М., Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М., 2008.
32. Гёттинг, Б. Международная производственная кооперация в промышленности: Роль логистики в усилении конкурентоспособности хозяйственных структур / Б. Гёттинг. - М. : Дело, 2011. - 325 с.
33. Клименко, В. В. Взаимодействие государства и бизнеса при формировании объектов логистической инфраструктуры / В. В. Клименко // Логистика сегодня. - 2012. - № 1. - С. 22-28
34. Прокофьева, Т. А. Логистический аутсорсинг и основные направления развития комплексного логистического бизнеса в России / Т. А. Прокофьева, Н. Г. Покарева // РИСК: Ресурсы, Снабжение, Информация, Конкуренция. - 2013. - № 2. - С. 34-40.
35. Сергеев, В. И. Роль логистики в развитии транспортного комплекса РФ: в разрезе корректировки Транспортной стратегии РФ на период до 2030 г. / В. И. Сергеев - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: www.hse.ru/data/2013/03/15/.../Сергеев_Федоренко_Геррами.doc. - Загл. с

экрана

36. Левин С.Б. Операционная интеграция в логистических центрах // Транспорт: наука, техника, управление, 2015. № 5. С. 26-29.
37. Якунина Ю.С. К вопросу о классификации услуг логистических операторов // В сборнике: Наука ЮУрГУ, 2014. С. 52-56.
38. Международные исследования в сфере развитие сотрудничества с логистическими операторами [Электронный ресурс] // Делойт 2017. URL: <http://www2.deloitte.com/ru/ru.html/> (дата обращения: 10.10.2017).
39. Логистический Оператор России. [Электронный ресурс] // Logistics.ru (отраслевой определение портал). 2017. URL: <http://www.logistics.ru/scm/news/reyting-logisticheskij-operator-rossii> роста (дата обращения: 10.10.2017).
40. Бунтовский С. Ю., Овчинникова Ю. А., Папикян Т. А. Развитие логистики как структуры розничной торговли (ритейла) // Молодой ученый. — 2016. — №22. — С. 151-153.
41. Argenti P.A., Howell R.A., Beck K.A. The Strategic Communication Imperative // MIT Sloan Management Review (SMR). 2005. Vol. 46. No 3. P. 83-89.
42. Douglas L. International Logistics: Global Supply Chain Management. 2003.
43. Gourdin Kent N. Global Logistics Management: A Competitive Advantage for the New Millennium. Oxford, 2001.
44. Donald, J. Bowersox, Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process / Donald J. Bowersox, David J. Closs. - McGraw-Hill Companies, 1996. - 730 p.
45. Logistics and Freight Industry in Russian Federation: Market Research Reports, Statistics and Analysis / Report linker. - Electronic text data. - Mode of access: http://www.reportlinker.com/ci02330/Logistics-and-Freight.html/coverage/Europe:Russian_Federation. - Title from screen.
46. Overview Of Logistics in Russia / Work Service. - Electronic text data. - Mode of access: <http://www.ciltuk.org.uk/Portals/0/Documents>

- /Regions/SE/Sussex/sg033eventreport.pdf. - Title from screen.
47. The Logistics Performance Index and Its Indicators / Trade Logistics in the Global Economy. - Electronic text data. - Mode of access: http://siteresources.worldbank.org/TRADE/Resources/2390701336654966193/LPI_2012_rankings.pdf-Title from screen.
48. Third Party Logistics Services // Views from the Customers. - Electronic text data. - Mode of access: [http://www.accenture.com/Services/Supply Chain Management/ News & Information](http://www.accenture.com/Services/SupplyChainManagement/News&Information). - Title from screen.
49. Hertz S., Alfredsson M. Strategic development of third party logistics providers // Industrial Marketing Management. 2003. № 2. P. 139-149.
50. Jacobs R.A. Basics of Logistics in the New Era: Everything You Need To Know About Logistics. Amazon Digital Services LLC, 2016. 22 p.
- 51.26. International research in the field of development of cooperation with logistic operators. [Electronic resource] // Deloitte 2017. Available at: <http://www2.deloitte.com/m/m.html>.
52. Geppert I. logistics the development of logistics outsourcing and future trends // Loginfo. 2014. № 7. P. 26
53. Gu, Y. Analysis on the Logistics Cost Control of Self-Logistics System in the Electric Business Enterprise [J]. American Journal of Industrial and Business Management, 2014 (13) :91-101