

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ЛОГИСТИКИ КАК ДЕТЕРМИНАНТЫ ИНТЕРНЕТ-РИТЕЙЛА

Д.А. Карх, В.М. Гаянова, З.О. Фадеева, И.В. Соловьев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия

Развитие Интернет-торговли в России является достаточно динамичным, однако все еще отстает от показателей ведущих стран мира. Авторами проанализированы показатели объема рынка Интернет-торговли и выявлен фактор, оказывающий наибольшее влияние на его развитие – логистическая организация. Исходя из того, что большая часть издержек электронных магазинов приходится на логистическое обслуживание, представляется актуальным рассмотрение перспектив развития логистики как внутри страны в целом, так и на предприятиях в частности. В статье проанализированы состояние транспортной структуры в стране и перспективы ее развития. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны различных видов транспорта. Выявлены варианты организации логистики на предприятии Интернет-торговли – аутсорсинг и создание собственной логистической структуры. На основании данных сайта Почты России проанализированы условия передачи логистических функций сторонней организации. На основании данных интернет-магазина Lamoda проведен анализ логистической структуры, принадлежащей этой компании. Сделаны соответствующие выводы о социально-экономическом эффекте организации логистики на предприятии Интернет-торговли для предпринимателей и потребителей.

Ключевые слова: Интернет-торговля, логистическая организация, логистика, электронная коммерция, транспортная логистика, аутсорсинг, логистическая структура, логистическая концепция, продажи, ритейл, логистическая система.

В современных реалиях невозможно эффективно развитие торговли как сферы экономической деятельности, без формирования и развития структурной логистической системы на микро- и макроуровнях. Тенденции государственного развития, направленные на интеграцию страны в международное экономическое пространство, требуют развития не только рынка производителей, но и сферы торговли [2, с. 139]. Процессы глобализации, разрушающие межгосударственные границы, открывают возможности как для свободного движения финансовых капиталов или интеллектуальных достижений, так и для перемещения ресурсов и товарно-материальных ценностей, что в свою очередь ставит перед импортерами и экспортерами задачи разработки и внедрения эффективной логистической политики [4, с. 9]. На предприятии основополагающей на данный момент теоретической основой менеджмента является концепция логистического управления предпринимательской деятельностью, в соответствии с которой логистика является ведущей компетенцией лидера делового предприятия. Сущность такого менедж-

мента заключается в организации собственной деятельности и анализе природы конкурентных преимуществ, посредством изучения всех процессов в «цепочке создания новой стоимости» (или ценности, предлагаемой для продажи), входящих в сферы разработки, производства, маркетинга и доставки товара [5, с. 159].

Революционным фактором в развитии логистики стало возникновение интернет-ритейла, где 80 % издержек приходятся на логистическое обслуживание. Консолидация традиционных розничных продаж и электронной коммерции, то есть осуществление торговли формата В2С (Business-to-Consumer), является динамичным и быстроразвивающимся процессом на данном этапе развития российской экономики.

Анализ объема рынка интернет торговли в России в 2013–2016 гг. и прогнозируемые показатели 2017 года представлены в табл. 1.

В 2016 году объем рынка Интернет-торговли в России составил 920 млрд руб, что на 70 % больше аналогичного показателя в 2013 году – 544 млрд руб. и на 21 % больше, чем в 2015 – 760 млрд

Таблица 1

Анализ объема рынка Интернет-торговли в России [13]

Показатель	Год				
	2013	2014	2015	2016	2017F
Объем рынка Интернет-торговли в России, млрд руб.	544	713	760	920	1150F
Абсолютное отклонение, млрд руб.	–	169	47	160	230F
Темп прироста, %	–	31	7	21	25F

руб. Это свидетельствует об увеличении спроса на интернет-продажи у населения, и реабилитации показателей благосостояния населения до докризисного уровня. Восстановление динамичного роста рынка Интернет-торговли в 2016 году обусловлено несколькими факторами:

- снижение уровня инфляции до рекордного за последнюю четверть века значения – 5,38 %;

- стабилизация курса рубля по отношению к иностранной валюте в 2016 году – 67,0349 руб./долл. В январе этот показатель превышал значение 80 руб./долл., однако уже в марте доллар стал стоить менее 70 руб. и в течение года не поднимался выше этой отметки. На конец года курс составил 60,6569 руб./долл. [9];

- снижение ключевой ставки в 2016 году до 10 %, в 2015 – 11 % [9];

- окончательная адаптация к антироссийским санкциям, наращивание собственного производства, заключение торговых соглашений с новыми стратегическими партнерами.

В табл. 1 приведен также и прогноз на 2017 год, который является довольно оптимистичным. Согласно данным исследования рынок интернет-ритейла может увеличиться на 25 % или на 230 млрд руб. Однако следует обратить внимание на то, что макроэкономические явления и показатели уже не смогут оказать столь сильного влияния на развитие электронной коммерции, как в прошлом году. А так как основные издержки в осуществлении интернет-продаж приходятся именно на логистические процессы, необходимо уделить особое внимание развитию логистической системы и ее структуры.

Проанализируем состояние логистической системы в России. В настоящее время одним из наиболее актуальных способов транспортировки грузов и пассажиров на далекие расстояния являются авиалинии. На сегодняшний день в России существует более 100 авиакомпаний, каждая из которых отличается индивидуальным сервисом, набором услуг, логотипом и цветовым оформлением [6]. Самой популярной компанией, осуществляющей авиаперевозки, является «Аэрофлот». Эта российская компания входит в состав IATA (International Air Transport Association) – междуна-

родная ассоциация воздушного транспорта. «Аэрофлот» предоставляет сервис достаточно высокого уровня и имеет собственный ситуационный центр, который позволяет принимать необходимые решения в критических ситуациях, повышая безопасность перевозок.

Россия занимает пятое место в рейтинге стран по количеству аэропортов. Первые четыре заняли США, Бразилия, Мексика и Канада. В нашей стране существует 143 аэропорта в 138 городах, в то время как в США представлено 2180 аэропортов. Проведем сравнительный анализ некоторых показателей в США и России, для выявления причин такого различия.

Сравнительный анализ основных показателей России и США, влияющих на развитие авиаперевозок и увеличение количества аэропортов, приведен в табл. 2.

Несмотря на то, что территориально Россия почти в 2 раза превосходит Соединенные Штаты Америки, количество аэропортов в РФ в 15 раз меньше нежели в США. Прежде всего, это обусловлено численностью населения, которая в России равна 146 800 000 человек, в США этот показатель выше более, чем в 2 раза, то есть естественный спрос на авиаперелеты на территории Российской Федерации обосновано ниже. Однако, несмотря на большую разницу в числе аэропортов, можно отметить, что насыщенность российских городов аэропортами существенно выше, чем в США. Согласно последним данным в России городами признано 1100 поселений, соответственно в среднем на 1 аэропорт приходится 8 городов, в то время как в США на 1 аэропорт, в среднем, приходится 14 городов.

Логистическая система авиаперевозок в России находится на достаточно высоком уровне, однако при разработке методов оптимизации и развития авиалиний необходимо уделить внимание не только количественной характеристике, но и качественной – улучшение организации управления, модернизация транспортных средств, предоставление разнообразного спектра услуг, повышение лояльности маршрутов, за счет сокращения издержек, в частности НТП.

Авиаперевозки имеют стратегическое значе-

Таблица 2

Сравнительный анализ некоторых показателей в России и США

Показатель	Страна	
	Россия	США
Количество аэропортов [11, 14]	143 (1.218)	2180 (13.513)
Соотношение	1:15,2	
Численность населения, чел.	146 800 000	324 824 000
Соотношение	1:2,2	
Площадь, м ²	17098242	9 629 091
Соотношение	1,8:1	
Количество городов	1100	30000

ние для развития Интернет-торговли, так как они являются самым быстрым способом доставить необходимый груз в нужное место. В реалиях современного бизнеса формирование жесткой конкуренции поставило перед предпринимателями задачу разработки системы дополнительных услуг – определенного сервиса, способного удовлетворить, помимо основной потребности клиента, в том числе и сопутствующие. Так, логистика, например, способна удовлетворить потребность в быстрой доставке, при оптимизации маршрутов, использовании различных видов транспорта и разработке плана поставок. Использование воздушного транспорта для доставки грузов на длинные расстояния в короткие сроки повысит конкурентоспособность любой интернет-компании, а снижение издержек на транспортировку грузов авиатранспортом способно привести к новому витку развития всего рынка интернет-ритейла.

Помимо авиаперевозок, одним из основных видов транспорта остается железнодорожный комплекс России. На долю ОАО «РЖД» приходится 44,5 % грузооборота и 30,6 % пассажирооборота всей транспортной системы страны. Грузооборот железнодорожного транспорта в РФ неуклонно растет на протяжении многих лет, в 2014 году он составил 2298 млрд т/км, в 2015 был небольшой прирост, обусловленный кризисом в экономике – 2305, а в 2016 году этот показатель вырос до 2344 млрд т/км. Электрифицированными в России являются около 50 % железных дорог (43,4 тыс. км из 85,3 тыс. км) [7].

Основной проблемой развития железнодорожной системы, является монополизация данной отрасли. Компании ОАО «РЖД» принадлежит 99 % всех российских ЖД-магистралей, причем основным акционером компании является государство. Таким образом, формируется сильная зависимость развития железнодорожной системы от политической ситуации и экономического благосостояния государства, в частности состояния государственного бюджета [7].

Развитие железнодорожных путей может оказать непосредственное влияние на развитие логистической системы страны в целом, и развитие интернет-ритейла в частности, так как на сегодняшний день уже разработаны поезда, способные развивать скорость свыше 500 километров в час при помощи магнитной левитации. В ближайшем будущем они смогут составить конкуренцию авиатранспорту по скорости доставки грузов и пассажиров (за исключением маршрутов с пересечением горных массивов и широких водных пространств).

В 2017 году водный транспорт в России является не очень популярным способом перемещения грузов, в особенности в Интернет-ритейле для товарных перевозок. Развитие речных путей, во многом пострадало из-за недофинансирования. Лишь

25 % гидросооружений на сегодняшний день обладают нормальным уровнем безопасности. Также основной проблемой развития водного транспорта является маловодье и узкие места, которые делают практически невозможным перемещение габаритного транспорта. Руководство Росморречфлота считает, что обеспечение достаточных глубин на всей протяженности маршрутов и устранение узких мест за счет их искусственного расширения позволит повысить рентабельность грузоперевозок, загруженность других видов транспорта также пойдет на спад за счет перераспределения грузооборота [12].

В связи с выявленными проблемами была разработана «Стратегия развития внутреннего водного транспорта до 2030 года» [1]. Согласно планам данной стратегии, повышение конкурентоспособности водного транспорта будет происходить в два этапа. Первый – до 2020 года, он заключается в проработке маршрутов, устранении узких мест и обеспечении нормальной глубины на всех частях путей. Также на первом этапе будет обновлены и модернизированы существующие и новые гидросооружения. Второй этап (с 2021 до 2030 года) – это развитие перемещения грузов в контейнерах, строительство флота и повышение рентабельности. Такая концепция развития является следствием недогруженности речного пространства и перегруженностью ЖД- и автомагистралей [12].

Однако для электронной коммерции водный транспорт еще долгое время не будет актуальным из-за разницы в скорости доставки.

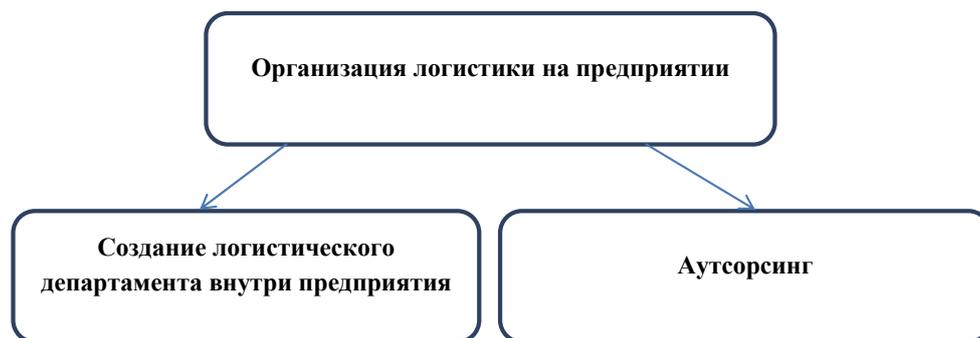
Автотранспортные грузоперевозки имеют ключевое значение для России. Прогнозируемый удельный вес автотранспорта в структуре грузоперевозок составляет 70 % [3]. Интернет-ритейл активно использует автоперевозки как для перемещения товаров между складами, так и для непосредственного предоставления продукции потребителям, однако данный вид транспорта приемлем на небольших расстояниях (примерно 1000 км). На длинных дистанциях автотранспорт уступает ЖД- и авиаперевозкам как по финансовым, так и по временным издержкам.

Таким образом, для эффективного использования ресурсов, снижения затрат, привлечения новых потребителей и оптимизации всех процессов интернет-продаж на сегодняшний день необходима разработка и применение логистических концепций. Возникает потребность в сотрудниках, которые смогут смоделировать и внедрить актуальную логистическую систему, определить оптимальный уровень затрат на этапе внедрения и на этапе стабильной работы, спрогнозировать возможные непредвиденные ситуации и разработать меры по их предотвращению. Помимо этого, возникает потребность в сотрудниках, которые смогут управлять внедренной системой, отслеживать

ее работу, вносить коррективы в зависимости от полученных результатов. То есть следствием формирования потребности логистической оптимизации предприятий Интернет-торговли возникает новая потребность – в специалистах, способных анализировать и управлять системой товародвижения.

Российский рынок уже адаптировался к необходимости развития транспортной логистики, и на сегодняшний день перед предпринимателями есть два пути осуществления товародвижения: собственная служба или отдел, и аутсорсинг.

На рисунке представлены способы организации логистики на предприятии.



Способы организации логистики на предприятии

Для небольших предприятий практически неосуществим проект создания собственной логистической службы с отдельным распределительным центром, а вот передача логистических функций сторонним компаниям – самый оптимальный выход. Передача функций логистики на аутсорсинг предполагает снятие многих проблем, связанных с организацией товарных потоков, и остается единственная задача – это выбор наиболее надежной и выгодной компании, которая будет заниматься грузоперевозками.

Например, рассмотрим компанию «Почта России», которая является монополией в сфере почтовых связей и является коммерческой организацией. Сегодня она активно используется российскими интернет-ритейлерами. Привлекательной стороной данной организации является то, что ее отделения находятся практически в каждом населенном пункте, и на сегодняшний день данная компания предоставляет широкий спектр услуг. В частности, согласно данным, представленным на сайте Почты России, эта организация предоставляет отдельные услуги и привилегии для крупных отправителей и интернет-магазинов. На сайте представлены следующие услуги для предпринимателей:

- упрощенная подготовка документов, ускоренный прием посылок в отделении, специальные тарифы для интернет-магазинов и крупных отправителей;

- отправка и получение писем в вашем офисе;
- массовая отправка писем и счетов;
- абонементный ящик;
- рекламные услуги, а именно локальные рассылки, таргетированные рассылки, реклама в отделениях;
- прием платежей от ваших клиентов, т. е. клиенты, смогут оплатить счета за ваши услуги в любом почтовом отделении;
- денежные переводы;
- интеграция с вашими приложениями (API);
- подписное агентство;
- упрощенный экспорт для юридических лиц, т. е. возможность отправить вещи за границу, ис-

пользуя почтовые документы в качестве декларации на товары [10].

В целом Почта России забирает у предприятия большую часть логистических функций, что позволяет российскому интернет-бизнесу не отвлекаться на создание собственной логистической структуры.

Доставка может осуществляться как наземным (ЖД, авто), так и воздушным (авиа) транспортом, также существует курьерская доставка. Цены зависят от габаритов, веса, удаленности пункта прибытия от пункта отправки и формата отправления (обычная или экспресс-посылка). Также дополнительная плата взимается за посылки с пометкой «Осторожно» – надбавка 30 % от суммы оплаты за всю массу посылки, за пересылку в труднодоступные населенные пункты – надбавка 50 % от суммы оплаты за всю массу посылки, за объявленную ценность посылок дополнительно взимается плата от оценочной стоимости вложения – 3,39 % [10].

Значимой услугой для интернет-магазинов является наложенный платеж, т. е. для получения посылки адресат обязан внести необходимую сумму. Данная услуга позволяет избежать применения предоплаты, что повышает доверие потребителя и его желание приобрести товар в интернет-магазинах.

Таким образом, передача логистических функций на аутсорсинг сторонним компаниям яв-

ляется экономически эффективным способом организации Интернет-торговли для начинающих малых предприятий.

Организацию логистического управления внутри интернет-предприятия рассмотрим на примере магазина Lamoda, которая была основана в конце 2010 года. В Lamoda было инвестировано около 200 млн \$ компаниями Access Industries, американской компанией Summit Partners и германской группой Tengelmann. Инвестиции были направлены на расширение ассортимента, развитие складской инфраструктуры и логистики.

На данный момент у Lamoda есть свой склад – 20 тысяч кв. м в Подмосковье и собственная служба доставки [8].

Вложения в развитие логистики для компании Lamoda стали основным фактором успеха. На данный момент сервис данной компании позволяет получить товар уже на следующий день после заказа более чем в 100 городах по всей России. В компании существует три формы получения товара [15]:

– Получение по почте (бесплатно). Минусом является длительная доставка (доставка в Екатеринбург 6–9 дней), возможность возврата – точно также по почте.

– Курьерская доставка (бесплатно). Курьер может доставить товар в любую точку города, и покупателю предоставляется возможность померить товар и вернуть его, если он не понравился. В случае покупки вещей на сумму менее 2500 рублей производится оплата доставки в размере 299 рублей.

– Самовывоз (бесплатно). Товар из распределительного центра доставляется в город заказа и направляется в пункт выдачи (если таковой имеется в городе), где покупателю предоставляется возможность померить товар и вернуть его, если он не понравился. В случае покупки вещей на сумму менее 2500 рублей производится оплата доставки в размере 299 рублей.

Собственная логистическая структура позволила дать возможность покупателям платить только за то, что им подошло – стимулируя доверие и желание покупателя заказать товар именно здесь. Быстрая доставка также оказала непосредственное влияние на привлечение покупателей к магазину Lamoda.

В XXI веке предоставление наилучшего сервиса оказывает прямое воздействие на привлечение покупателей, организация эффективной логистики для Интернет-торговли является определяющим фактором успеха компании. Организация собственной логистической структуры, безусловно, оказывает высокий социально-экономический эффект для предпринимателей и потребителей – снижение издержек на доставку, сокращение временных затрат, предоставление дополнительных услуг. Исходя из этого крупные интернет-компании стремятся создать собственную струк-

туру логистики. Малые предприятия могут использовать услуги аутсорсинговых компаний не менее эффективно за счет проведения анализа потребностей потребителя и предоставляемых услуг компаниями, выполняющими логистические функции.

Литература

1. Стратегия развития внутреннего водного транспорта российской федерации на период до 2030 года // Министерство транспорта Российской Федерации. – <https://www.mintrans.ru/upload/iblock/5ca/13%2010%2003%20стратегия%20развития%20ввт.pdf>

2. Аркадьев, К.Г. Логистические системы и их роль в современной экономике / К.Г. Аркадьев // Экономика, управление, финансы: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, август 2015 г.). – 2015. – С. 139–141.

3. Иванкин, П. Товар поедет по дороге / П. Иванкин // Российская газета. – 2016. Федеральный выпуск. – №7102 (234).

4. Карх, Д.А. Интеграционные процессы в розничной торговле / Д.А. Карх, В.М. Гаянова. – Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2008. – 162 с.

5. Печаткина, Е.Ю. Логистическое обеспечение конкурентных преимуществ предприятия Е.Ю. Печаткина, В.И. Третьяков // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2011. – № 28 (245). – С. 159–164.

6. Авиакомпания России // Avia.pro. – <http://avia.pro/blog/aviakompanii-rossii>

7. Адрианов, В. Железнодорожный транспорт России: современное состояние, проблемы и перспективы развития // Российский туризм. 2017. – http://russiantourism.ru/experts-rt/experts-rt_21468.html

8. История бренда: Lamoda // Prosto Promokod. – <http://prostopromokod.ru/blog/lamoda-istoriya-brenda/>

9. Курсы валют. – <http://kurs-dollar-euro.ru>

10. Почта России // ФГУП Почта России. – <https://www.pochta.ru>

11. Рейтинги стран по количеству аэропортов // NONEWS. – <http://nonews.co/directory/lists/countries/airports>

12. Речные перевозки в 2016 году: итоги работы отрасли // Морские вести России. – <http://www.morvesti.ru/detail.php?ID=60235>

13. Рынок Интернет-торговли в России. Результаты 2016 // Аналитика АКИТ, Почта России, Admitad, GfK, J'son and Partners, другие открытые источники информации. – <http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2017/03/Презентация-Итоги-2016-года.pdf>

14. Список аэропортов // aeroportix.ru Аэропорты мира. – <http://aeroportix.ru>

15. Lamoda // Интернет-магазин. – www.lamoda.ru

Карх Дмитрий Андреевич, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры коммерции, логистики и экономики торговли, Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург), dkarh@mail.ru.

Гаянова Венера Медетовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли, Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург), v.m.gayanova@gmail.com

Фадеева Зоя Олеговна, кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли, Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург), zfadeyeva@gmail.com

Соловьев Иван Владимирович, студент, Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург).

Поступила в редакцию 3 июля 2017 г.

DOI: 10.14529/em170321

SOCIO-ECONOMIC IMPACT OF LOGISTICS, AS A DETERMINANT OF INTERNET RETAIL

D.A. Karkh, V.M. Gayanova, Z.O. Fadeeva, I.V. Solovyov

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russian Federation

The development of e-Commerce in Russia is quite dynamic, but still lags behind the indicators of the leading countries of the world. The authors analyze the performance of the market volume of the Internet trading, and the factor having the greatest influence on its development, which is logistics management, is revealed. Based on the fact that the most of the costs of electronic stores is accounted for logistic services, it is relevant to consider the prospects of development of logistics within the country in general and within businesses in particular. The article analyzes the state of the transport structure in the country and prospects of its development. The positive and the negative aspects of different modes of transport are studied. The options for the organization of logistics in the enterprise of e-Commerce are identified; they are outsourcing and the creation of its own logistic structure. On the basis of the website pochta.ru the conditions for the transfer of logistics functions to a third party are analyzed. Based on the data of the online store Lamoda, the analysis of a logistic structure belonging to this company is made. The relevant conclusions on the socio-economic impact of logistics in the enterprise of e-Commerce for entrepreneurs and consumers are made.

Keywords: e-Commerce, logistics management, logistics, e-Commerce, transport logistics, outsourcing, logistic structure, logistic conception, sales, retail, logistic system.

References

1. *Strategiya razvitiya vnutrennego vodnogo transporta rossiyskoy federatsii na period do 2030 goda* [The strategy of development of inland water transport of the Russian Federation for the period till 2030]. Available at: <https://www.mintrans.ru/upload/iblock/5ca/13%2010%2003%20strategiya%20razvitiya%20vvt.pdf>
2. Arkad'ev K.G. [Logistics systems and their role in modern economy]. *Ekonomika, upravlenie, finansy: materialy V Mezhdunar. nauch. konf. (g. Krasnodar, avgust 2015 g.)* [Economics, management, Finance: materials of the V mezhdunar. scientific. Conf. (Krasnodar, August 2015)], 2015, pp. 139–141. (in Russ.)
3. Ivankin P. *Tovar poedet po doroge* [The Product will go on the road]. *Rossiyskaya gazeta* [Russian newspaper], 2016, Federal issue, no. 7102 (234).
4. Karkh D.A., Gayanova V.M. *Integratsionnye protsessy v roznichnoy torgovle* [Integration processes in the retail trade of car]. Ekaterinburg, 2008. 162 p.
5. Pechatkina E.Yu., Tret'yakov V.I. Logistical maintenance of competitive advantages of enterprises. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2011, no. 28 (245) pp. 159–164. (in Russ.)
6. *Aviakompanii Rossii. Avia.pro*. Available at: <http://avia.pro/blog/aviakompanii-rossii>
7. Adrianov V. [Railway transport of Russia: modern state, problems and prospects]. *Rossiyskiy turizm. 2017* [Russian tourism. 2017]. Available at: http://russiantourism.ru/experts-rt/experts-rt_21468.html (in Russ.)

8. Istoriyabrenda: Lamoda. *ProstoPromokod*. Available at: <http://prostopromokod.ru/blog/lamoda-istoriya-brenda/>
9. *Kursy valyut* [Exchange rates]. Available at: <http://kurs-dollar-euro.ru>
10. *Pochta Rossii* [Post of Russia FSUE Post of Russia]. Available at: <https://www.pochta.ru>
11. Rejting stran po kolichestvu aeroportov [The ranking of countries by number of airports]. *NONEWS*. Available at: <http://nonews.co/directory/lists/countries/airports>
12. Rechnye perevozki v 2016 godu: itogi raboty otrasli [River transportation in 2016: the results of the industry]. *Morskie vesti Rossii* [Maritime news Russia]. Available at: <http://www.morvesti.ru/detail.php?ID=60235>
13. *Rynok Internet-torgovli v Rossii. Rezul'taty 2016* [The market the Internet-trade in Russia. The results of the 2016]. Available at: <http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2017/03/Prezentatsiya-Itogi-2016-goda.pdf>
14. *Spisok aeroportov* [The list of airports]. Available at: <http://aeroportix.ru>
15. *Lamoda*. Internet-magazin. Available at: www.lamoda.ru

Dmitrii A. Karkh, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor of Commerce, Logistics and Economics of Trade Department, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, dkarh@mail.ru

Venera M. Gayanova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Assistant Professor of Commerce, Logistics and Economics of Trade Department, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, v.m.gayanova@gmail.com

Zoya O. Fadeeva, Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor of Commerce, Logistics and Economics of Trade Department, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, zfadeyeva@gmail.com

Ivan V. Solovyov, student, Ural State University of Economics, Yekaterinburg.

Received 3 July 2017

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Социально-экономический эффект логистики как детерминанты интернет-ритейла / Д.А. Карх, В.М. Гаянова, З.О. Фадеева, И.В. Соловьев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2017. – Т. 11, № 3. – С. 161–167. DOI: 10.14529/em170321

FOR CITATION

Karkh D.A., Gayanova V.M., Fadeeva Z.O., Solovyov I.V. Socio-Economic Impact of Logistics, as a Determinant of Internet Retail. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2017, vol. 11, no. 3, pp. 161–167. (in Russ.). DOI: 10.14529/em170321