

**ДЫГАНОВА РЕНАТА РАФАИЛЕВНА**

к.э.н. доцент кафедры «Экономика и организация производства»  
ФГБОУ ВО «КГЭУ», г. Казань, Россия,  
e-mail: dyganova-renata@rambler.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2024-5-233-240

## ОЦЕНКА КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены тенденции и условия развития дистанционной торговли. Определена необходимость исследования направлений развития дистанционной торговли на основе расчета уровня ее концентрации. В статье приведена оценка динамики развития дистанционной торговли за последние 5 лет, определены ключевые факторы, влияющие на развитие дистанционной торговли, произведена оценка концентрации рынка дистанционной торговли. В статье произведен расчет уровня концентрации с использованием методов: индекс первых  $n$  фирм, индекс Херфиндаля-Хиршмана. В результате проведенного анализа сформулированы тенденции развития дистанционной торговли. В выводах выявлена тенденция потенциальной монополизации рынка вследствие увеличения доли крупнейших дистанционных торговых организаций.

**Ключевые слова:** дистанционная торговля, концентрация, конкуренция, рынок.

**DYGANOVA RENATA RAFAILEVNA**

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of  
Economics and Organization of Production, KGEU, Kazan, Russia,  
e-mail: dyganova-renata@rambler.ru

## ASSESSMENT OF THE CONCENTRATION OF THE DISTANCE TRADING MARKET

**Annotation.** This article discusses the trends and conditions for the development of distance trading. The necessity of studying the directions of development of distance trading based on the calculation of its concentration level is determined. The article provides an assessment of the dynamics of the development of distance trading over the past 5 years, identifies the key factors influencing the development of distance trading, and evaluates the concentration of the distance trading market. The article calculates the concentration level using the following methods: the index of the first  $n$  firms, the Herfindahl-Hirschman index. As a result of the analysis, the trends in the development of distance trading are formulated. The conclusions reveal a trend of potential monopolization of the market due to an increase in the share of the largest remote trading organizations.

**Keywords:** distance trading, concentration, competition, market.

### 1. Введение

В современных условиях развития торговли, дистанционные способы продаж являются одной из наиболее динамично развивающихся форм розничной торговли. Удаленность покупателя от продавца, в частности, наличие технологических и технических разрывов между ними, с одной стороны, создает препятствия для совершения покупки, с другой стороны, снижает затраты времени и труда как покупателя, так и продавца в ходе совершения факта дистанционной купли-продажи. Несмотря на бурный рост дистанционных способов продаж, стоит отметить, что дистанционная торговля не способна полностью заменить традиционную розничную на территории РФ. Во-первых, это обусловлено сложностями в техническом обеспечении отдельных регионов. Наличие информационно-коммуникационной сети Интернет является основополагающим

условием для совершения покупки. В России присутствуют труднопроходимые регионы, где проведение Интернета не представляется возможным. Во-вторых, необходимо отметить сложности с логистикой. Несмотря на рост числа пунктов выдачи заказов, сортировочных центров, складов, обеспечение каждого населенного пункта дистанционной торговой единицей с практической точки зрения труднореализуемо. В-третьих, отсутствие тактильных ощущений в ходе выбора товара дистанционным способом препятствует абсолютному доминированию дистанционных способов продаж над традиционными розничными.

## 2. Основная часть

### 2.1 Тенденции развития рынка дистанционной торговли

Рынок дистанционной торговли за период с 2018-2023 гг. отличается стремительным ростом, как общим объемом дистанционной торговли, так и числа хозяйствующих субъектов. Относительно легкий вход на рынок новых участников и изменение долей существующих участников на рынке дистанционной торговли в период с 2018-2023 гг. свидетельствует о наличии конкурентных отношений на рынке дистанционной торговли. Динамика оборота дистанционной торговли за период 2017-2022 представлена на рисунке 1.

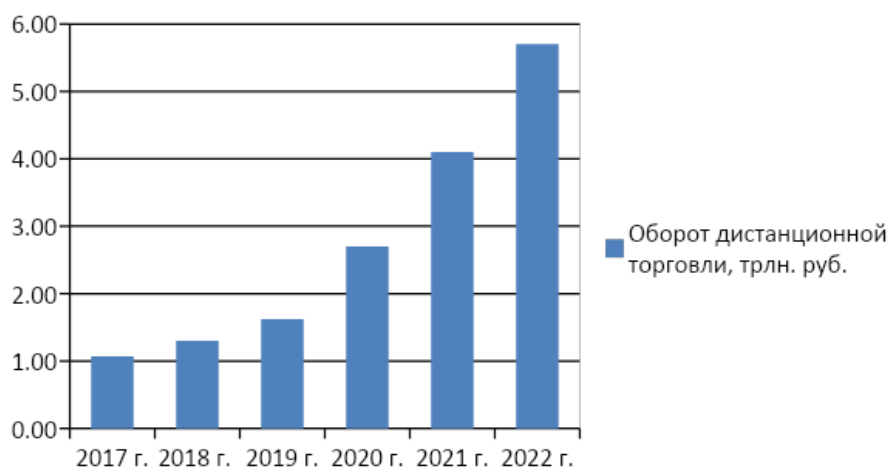


Рис. 1. Оборот дистанционной торговли, трлн. Руб.

Отметим, что подобная динамика сохранилась и по результатам 2023 года. Так, по данным коммерческого аналитического агентства Data Insight оборот дистанционной торговли в 2023 году составил 7,4 трлн. руб (темп роста в 2023 году по сравнению с 2022 годом составил 30%).

Значительно выросла доля дистанционной торговли в структуре внутренней розничной. Так, по данным коммерческого аналитического агентства Data Insight [3] в 2022 году доля электронной торговли в составе внутренней розничной составила 14,5%. В 2018 году этот показатель составлял 4,8%. Тенденции, обусловившие рост дистанционной торговли в период пандемии, сохранили свой вектор и в период постпандемии. Динамика доли дистанционной торговли в структуре внутренней розничной представлена на рисунке 2.

Ключевыми внешними факторами, влияющими на значительный рост продаж в дистанционном формате, являются:

1) невысокая стоимость доставки для розничного потребителя. В настоящее время стоимость доставки продовольственных товаров в зависимости от региона варьируется в среднем от 150 до 300 рублей. Отметим, что доставка продовольственных товаров – это преимущественно срочная доставка. В странах с развитым рынком электронной торговли стоимость срочной доставки в среднем составляет 10-12\$.

2) Значительные инвестиции в развитие инфраструктуры, логистики. Крупнейшие дистанционные торговые организации на протяжении своего развития ежегодно демонстрировали суммы полученных убытков. [1, с.112] Так, Ozon за 30 лет развития продемонстрировал положительный результат хозяйственной деятельности лишь в 2022 году. Такая ситуация обусловлена тем, что

для развития дистанционной торговли одним из ключевых факторов является развитие логистики. Значительные инвестиции в развитие инфраструктуры позволили развиваться дистанционной торговле в РФ и насыщать рынок новыми хозяйствующими субъектами.

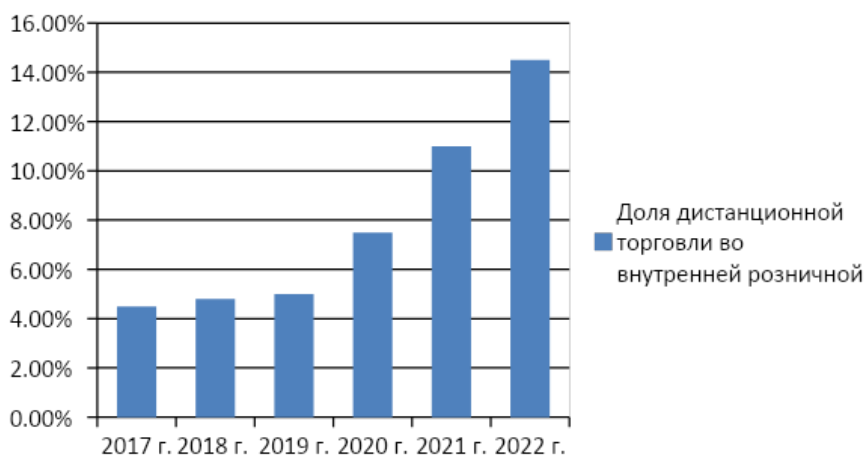


Рис. 1. Динамика доли дистанционной торговли в структуре внутренней розничной [11]

Отметим также, что в период с 2018–2023 гг. существенно изменился уровень конкурентоспособности хозяйствующих субъектов дистанционной торговли. Относительно невысокая доля дистанционной торговли в структуре внутренней розничной на конец 2018 г. (4,8%) потенциально создала предпосылки увеличения числа хозяйствующих субъектов на данном рынке и изменения доли действующих хозяйствующих субъектов. В целях максимального удовлетворения платежеспособного спроса потребителей и развития субъектов малого предпринимательства необходимо поддержание высокого уровня конкуренции на рынке дистанционной торговли.

Несмотря на существенный скачок в развитии рынка дистанционной торговли в настоящее время не является насыщенным. Об этом свидетельствует доля дистанционной торговли в структуре внутренней розничной на конец 2022 года (14,5%).

Для оценки потенциала входа в соответствующую отрасль необходимо определить уровень ее концентрации.

## 2.2 Оценка уровня концентрации рынка дистанционной торговли

С целью оценки уровня конкуренции в дистанционной торговле необходимо определить долю крупнейших дистанционных торговых организаций на основе сопоставления товарооборота соответствующей торговой структуры и оборота дистанционной торговли в целом за определенный период (табл. 1).

Целесообразным представляется оценка уровня концентрации рынка дистанционной торговли, учитывая товарооборот не только интернет-магазинов, но и электронных торговых площадок, поскольку последние задают на вектор развития дистанционной торговли в России.

Расчет уровня концентрации дистанционной торговли произведем с использованием следующих показателей:

- Индекса концентрации первых  $n$  компаний;
- Индекса Херфиндаля-Хиршмана.

Использование данных показателей обусловлено относительной простотой расчета и доступностью исходных данных.

Индекс концентрации первых  $n$  компаний ( $CR_n$ ) – свидетельствует о значении удельных весов крупнейших компаний на рынке. Преимущественно расчет производится по значениям удельных весов от трех до десяти крупнейших компаний в отрасли.

$$CR_n = \sum_{i=1}^n D_i, 0 < CR_n \leq 1$$

**Доля 20 крупнейших дистанционных торговых структур  
в товарообороте дистанционной торговли**

Наименование предприятия	Категория	Показатели			
		Оборот в 2022 г. без НДС), млн р.	Оборот в 2021 г., млн.р.	Прирост, в %	Доля рынка, %
wildberries.ru	универсальные магазины	1612000	805700	100,07	28,28
ozon.ru	универсальные магазины	785500	446700	75,84	13,78
market.yandex.ru	универсальные магазины	236400	122200	93,45	4,14
dns-shop.ru	электроника и техника	205300	185300	10,79	3,6
citilink.ru	электроника и техника	147600	163400	-9,66	2,58
mvideo.ru	электроника и техника	109000	132600	-17,79	1,91
lamoda.ru	одежда, обувь и аксессуары	98600	71200	38,48	1,72
vseinstrumenti.ru	товары для дома	97300	61900	57,18	1,7
sbermarket.ru	продукты питания	82500	52100	58,34	1,44
vkusvill.ru	продукты питания	82100	45700	79,64	1,44
samokat.ru	продукты питания	75900	38200	98,69	1,33
sima-land.ru	универсальные магазины	72400	58500	23,76	1,27
apteka.ru	здоровье	72100	59300	21,58	1,26
petrovich.ru	товары для дома	69500	62200	11,73	1,22
aliexpress.ru	универсальные магазины	56200	106100	-47,03	0,98
sbermagamarket.ru	универсальные магазины	54400	30600	77,77	0,95
detmir.ru	товары для детей	54000	54200	-0,36	0,94
leroymerlin.ru	товары для детей	43000	49900	-13,82	0,75
lavka.yandex.ru	продукты питания	42300	28300	49,46	0,74
eldorado.ru	электроника и техника	42000	56200	-25,26	0,73

$D_i$  – удельный вес дистанционной торговой структуры в объеме товарооборота дистанционной торговли. Значения коэффициента концентрации  $CR_n$  изменяются от 0 до 1. [6, с.43] Если значение индекса концентрации первых 3 компаний менее 45%, то рынок считается неконцентрированным. При значении индекса концентрации первых 3 компаний от 45 до 70% рынок считается умеренно концентрированным. При значении индекса концентрации первых 3 компаний более 70%, рынок считается высококонцентрированным. [4, с.32]

Рассчитаем коэффициент концентрации первых 3,4,6,8,10 фирм на рынке дистанционной торговли.

**Расчет индекса концентрации первых n фирм на рынке дистанционной торговли**

Индекс концентрации CRn	Расчет показателя на 2022 год	Значение
CR3	0,2828+0,1378+0,0414	0,462 (46,2%)
CR4	0,2828+0,1378+0,0414+0,036	0,498 (49,8%)
CR6	0,2828+0,1378+0,0414+0,036+0,0258+0,0191	0,5429 (54,29%)
CR8	0,2828+0,1378+0,0414+0,036+0,0258+0,0191+ +0,0172+0,017	0,5771 (57,71%)
CR10	0,2828+0,1378+0,0414+0,036+0,0258+0,0191+ +0,0172+0,017+0,0144+0,0144	0,6059 (60,59%)

Значение индекса концентрации первых трех компаний в 2022 году составило 46,2%, что свидетельствует об умеренной концентрации рынка дистанционной торговли. Следует отметить, что крупнейшими дистанционными торговыми структурами в настоящее время являются электронные торговые площадки wildberries.ru и ozon.ru (на них приходится 42,06% рынка). Значение индекса концентрации первых десяти компаний на рынке дистанционной торговли в 2022 году составило 60,59%. Данное значение свидетельствует о том, что доли последующих семи компаний составили в сумме порядка 14%. В целом отметим умеренный уровень конкуренции на рынке дистанционной торговли.

Оценим уровень концентрации рынка дистанционной торговли на основе расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана. Индекс рассчитывается как сумма квадратов удельных весов компаний на рынке дистанционной торговли.

$$HHI = \sum_{i=1}^n D_i^2$$

$D_i$  – удельный вес компании в отрасли, определяемый отношением товарооборота  $i$ -той компании в объеме товарооборота отрасли.

Обозначая объем реализации в целом по рынку дистанционных продаж  $Q_t$ , данную формулу следует модифицировать следующим образом:

$$HHI = \sum_{i=1}^n (Q_i / Q_t)^2, 0 < HHI \leq 1$$

Индекс Херфиндаля-Хиршмана предоставляет информацию о сравнительных возможностях фирм влиять на рынок в условиях разных рыночных структур[5, с.42]. Основным преимуществом данного индекса является его чувствительность и оперативное реагирование на изменение и перераспределение удельных весов компаний, действующих на рынке.

В зависимости от уровня концентрации рынка значение индекса изменяется от 0 до 10000. При значении индекса Херфиндаля-Хиршмана в пределах от 0 до 1000, рынок характеризуется как слабоконцентрированный. Компании, функционирующие в данной отрасли, имеют примерно одинаковые доли, нет фирм, занимающих доминирующее положение на рынке. Если значение индекса варьируется от 1000 до 1800, то рынок характеризуется как умеренно концентрированный. На данном рынке появляются одна или несколько фирм, имеющих более высокие доли, по сравнению с большинством участников рынка. При значении индекса Херфиндаля-Хиршмана более 1800, рынок является высококонцентрированным.

Для расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана на рынке дистанционной торговли построим вспомогательную таблицу (таблица 3)

## Данные о долях 20 крупнейших организаций дистанционной торговли в 2022 году.

	Категория	Доля рынка, %	Доля рынка в квадрате,%
wildberries.ru	универсальные магазины	28,28	799,758
ozon.ru	универсальные магазины	13,78	189,888
market.yandex.ru	универсальные магазины	4,14	17,14
dns-shop.ru	электроника и техника	3,6	12,96
citilink.ru	электроника и техника	2,58	6,656
mvideo.ru	электроника и техника	1,91	3,648
lamoda.ru	одежда, обувь и аксессуары	1,72	2,958
vseinstrumenti.ru	товары для дома	1,7	2,89
sbermarket.ru	продукты питания	1,44	2,073
vkusvill.ru	продукты питания	1,44	2,073
samokat.ru	продукты питания	1,33	1,768
sima-land.ru	универсальные магазины	1,27	1,613
apteka.ru	здоровье	1,26	1,587
petrovich.ru	товары для дома	1,22	1,488
aliexpress.ru	универсальные магазины	0,98	0,96
sbermagamarket.ru	универсальные магазины	0,95	0,9
detmir.ru	товары для детей	0,94	0,883
leroymerlin.ru	товары для детей	0,75	0,562
lavka.yandex.ru	продукты питания	0,74	0,547
eldorado.ru	электроника и техника	0,73	0,533

$$\text{НИ} = 799,758 + 189,888 + 17,14 + 12,96 + 6,656 + 3,648 + 2,958 + 2,89 + 2,073 + 2,073 + 1,768 + 1,613 + 1,587 + 1,488 + 0,96 + 0,9 + 0,883 + 0,562 + 0,547 + 0,533 = 1050,885$$

Индекс Херфиндаля-Хиршмана на рынке дистанционной торговли в 2022 году составил 1050,885, что свидетельствует об умеренной концентрации рынка дистанционной торговли. Отметим, что расчет индекса концентрации первых  $n$  компаний и индекса Херфиндаля-Хиршмана продемонстрировали приблизительно одинаковые результаты. Значение этих индексов свидетельствует о том, что на рынке дистанционной торговли есть хозяйствующие субъекты, потенциально стремящиеся к доминирующему положению на рынке, однако в связи с определенной ненасыщенностью рынка, относительно легким входом на рынок для новых хозяйствующих субъектов значение индексов первых  $n$  компаний и индекса Херфиндаля-Хиршмана приближено к нижней границе диапазона умеренной концентрации рынка.

### Выводы

Исходя из приведенных ранее статистических данных и анализа концентрации рынка дистанционной торговли, сформулируем следующие выводы:

1) В настоящее время отечественный рынок дистанционной торговли имеет значительные перспективы развития и потенциал к росту. Относительно невысокое значение доли дистанционной торговли в объеме внутренней розничной (14,5% на конец 2022 года) создает предпосылки роста объема дистанционных продаж и числа хозяйствующих субъектов на рынке.

2) Анализ концентрации рынка дистанционной торговли позволил сформулировать вывод об умеренной концентрации рынка и возможности входа на рынок новых хозяйствующих субъектов. Однако если тенденция роста долей отдельных компаний на рынке дистанционной торговли сохранится, то могут компании потенциально стремящиеся занять доминирующее положение на рынке, что повысит барьеры входа на рынок и снизит уровень конкуренции, что также отразится на эффективности функционирования хозяйствующих субъектов.

## Литература

1. Вохмянина, Т. А. Электронная розничная торговля в России / Т. А. Вохмянина // *Проблемы и достижения современной науки.* – 2016. – № 1(3). – С. 172-174. – EDN WKCBXL.
2. Гамидуллаев, С. Н. Тенденции и перспективы развития трансграничной электронной розничной торговли как вида услуг / С. Н. Гамидуллаев, Т. Б. Толстихина // *Проблемы современной экономики.* – 2022. – № 4(84). – С. 161-164. – EDN OQCHAJ.
3. Дыганова, Р.Р. Повышение социально-экономической эффективности дистанционной торговли: дисс. ... канд. Экон. Наук: 08.00.05 / Дыганова Рената Рафаишевна. – М., 2018. – 177 с.
4. Дыганова, Р. Р. Модель развития дистанционной торговли / Р. Р. Дыганова // *Научный диалог: Экономика и менеджмент : сборник научных трудов по материалам XIII международной научной конференции, Санкт-Петербург, 08 марта 2018 года / Международная Объединенная Академия Наук. Том Часть 1.* – Санкт-Петербург: ЦНК МОАН, 2018. – С. 7-10. – DOI 10.18411/sps-8-03-2018-02. – EDN XPXXRJ.
5. Есина, А. С. Электронная торговля: формы и принципы ведения электронной торговли / А. С. Есина // *Системная теория оптимального функционирования цифровой экономики : Сборник статей 2-й Всероссийской научной конференции, Москва, 30 мая 2023 года / Под научной редакцией Г.Б. Клейнера.* – Москва: Государственный университет управления, 2023. – С. 90-93. – EDN AJULFN.
6. Иванов, Г. Г. Влияние реальных и "виртуальных" бизнес-процессов на социально-экономическую эффективность дистанционной торговли / Г. Г. Иванов, В. А. Матосян // *Экономика и бизнес: теория и практика.* – 2019. – № 11-1(57). – С. 198-202. – DOI 10.24411/2411-0450-2019-11327. – EDN ZEIHOC.
7. Исследование коммерческого аналитического агентства Data Insight [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://top100.datainsight.ru/>
8. Исследование коммерческого аналитического агентства Data Insight [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://datainsight.ru/eCommerce\\_2022](https://datainsight.ru/eCommerce_2022)
9. Каширский, А. А. Организация розничной торговли в электронном магазине: веб-сайт и логистика / А. А. Каширский, Б. Д. Лошков, А. К. Захаров // *Импульс организационных инноваций : Сборник научных работ 2 межвузовского конкурса студентов, магистрантов и аспирантов. Том 2.* – Москва : ООО "Паблит", 2021. – С. 266-280. – EDN NTNSWS.
10. Коцофана, Т. В. Сравнительный анализ применения показателей концентрации на примере банковского сектора РФ / Т. В. Коцофана, П. С. Стажкова // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика.* – 2011. – № 4. – С. 30-40. – EDN OIVTIT.
11. Маркетинговые исследования рынка интернет-торговли | аналитическое агентство Data Insight, Москва
12. Мкртчян, Г. М., Теория отраслевых рынков : учебное пособие / Г. М. Мкртчян, А. Т. Юсупова, ; под ред. Г. М. Мкртчяна. — Москва : КноРус, 2022. — 266 с. — ISBN 978-5-406-09300-9. — URL: <https://book.ru/book/942840>
13. Осипов А.В. Теория отраслевых рынков: учебное пособие. Ч.1. – Казань: ООО «Алекспресс», 2013. – с.83
14. Электронная торговля: Учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 150 с. – ISBN 978-5-394-04172-3.
15. Салихова, Р. Р. Торгово-технологические процессы в институциональных секторах электронной торговли / Р. Р. Салихова, Г. Г. Иванов // *Современный маркетинг: экосистемные подходы, цифровизация и перспективы развития.* – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2023. – С. 149-160. – EDN VXMBCB.
16. Салихова, Р. Р. Тенденции развития интернет-торговли в условиях цифровизации / Р. Р. Салихова, Д. В. Казакова // *Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий : Материалы Международной научно-практической конференции. В 4-х томах, Тюмень, 23 декабря 2022 года. Том 3.* – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2023. – С. 222-224. – EDN BKWMCX.
17. Салихова, Р. Р. Трансформация внутренней торговли России в современных условиях / Р. Р. Салихова, Г. Г. Иванов : ООО "Научно-издательский центр Инфра-М", 2022. – 151 с. – (Научная мысль). – ISBN 978-5-16-017610-9. – DOI 10.12737/1863099. – EDN EQFZIV.
18. Салихова, Р. Р. Современные аспекты развития электронной торговли / Р. Р. Салихова // *Вестник экономики, права и социологии.* – 2023. – № 2. – С. 73-77. – EDN GVNFWF.
19. Тимченко, Е. Н. Международная электронная торговля: особенности регулирования розничного сектора / Е. Н. Тимченко // *Российский внешнеэкономический вестник.* – 2020. – № 10. – С. 120-134. – DOI 10.24411/2072-8042-2020-10107. – EDN DJSNWN.

## References

1. Vohmyanina, T. A. *Elektronnaya roznichnaya trgovlya v Rossii* / T. A. Vohmyanina // *Problemy i dostizheniya sovremennoj nauki*. – 2016. – № 1(3). – S. 172-174. – EDN WKCBXL.
2. Gamidullaev, S. N. *Tendencii i perspektivy razvitiya transgranichnoj elektronnoj roznichnoj trgovli kak vida uslug* / S. N. Gamidullaev, T. B. Tolstihina // *Problemy sovremennoj ekonomiki*. – 2022. – № 4(84). – S. 161-164. – EDN OQCHAJ.
3. Dyganova, R.R. *Povyshenie social'no-ekonomicheskoy effektivnosti distancionnoj trgovli: diss. ... kand. Ekon. Nauk: 08.00.05 / Dyganova Renata Rafailevna*. – M., 2018. – 177 s.
4. Dyganova, R. R. *Model' razvitiya distancionnoj trgovli* / R. R. Dyganova // *Nauchnyj dialog: Ekonomika i menedzhment : sbornik nauchnyh trudov po materialam XIII mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, Sankt-Peterburg, 08 marta 2018 goda / Mezhdunarodnaya Ob"edinennaya Akademiya Nauk. Tom CHast' 1. – Sankt-Peterburg: CNK MOAN, 2018. – S. 7-10. – DOI 10.18411/spc-8-03-2018-02. – EDN XPXXRJ.*
5. Esina, A. S. *Elektronnaya trgovlya: formy i principy vedeniya elektronnoj trgovli* / A. S. Esina // *Sistemnaya teoriya optimal'nogo funkcionirovaniya cifrovoj ekonomiki : Sbornik statej 2-j Vserossijskoj nauchnoj konferencii, Moskva, 30 maya 2023 goda / Pod nauchnoj redakciej G.B. Klejnera. – Moskva: Gosudarstvennyj universitet upravleniya, 2023. – S. 90-93. – EDN AJULFN.*
6. Ivanov, G. G. *Vliyanie real'nyh i "virtual'nyh" biznes-processov na social'no-ekonomicheskuyu effektivnost' distancionnoj trgovli* / G. G. Ivanov, V. A. Matosyan // *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*. – 2019. – № 11-1(57). – S. 198-202. – DOI 10.24411/2411-0450-2019-11327. – EDN ZEIHOC.
7. *Issledovanie kommercheskogo analiticheskogo agentstva Data Insight [Elektronnyj resurs] – Rezhim dostupa.: <https://top100.datainsight.ru/>*
8. *Issledovanie kommercheskogo analiticheskogo agentstva Data Insight [Elektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: [https://datainsight.ru/eCommerce\\_2022](https://datainsight.ru/eCommerce_2022)*
9. Kashirskij, A. A. *Organizaciya roznichnoj trgovli v elektronnom magazine: veb-sajt i logistika* / A. A. Kashirskij, B. D. Loshkov, A. K. Zaharov // *Impul's organizacionnyh innovacij : Sbornik nauchnyh rabot 2 mezhdunarodnogo konkursa studentov, magistrantov i aspirantov. Tom 2. – Moskva : OOO "Pablit", 2021. – S. 266-280. – EDN NTNSWS.*
10. Kocofana, T. V. *Sravnitel'nyj analiz primeneniya pokazatelej koncentracii na primere bankovskogo sektora RF* / T. V. Kocofana, P. S. Stazhkova // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika*. – 2011. – № 4. – S. 30-40. – EDN OIVTIT.
11. *Marketingovye issledovaniya rynka internet-torgovli | analiticheskoe agentstvo Data Insight, Moskva*
12. Mkrtyan, G. M., *Teoriya otraslevykh rynkov : uchebnoe posobie* / G. M. Mkrtyan, A. T. YUsupova, ; pod red. G. M. Mkrtyana. — Moskva : KnoRus, 2022. — 266 s. — ISBN 978-5-406-09300-9. — URL: <https://book.ru/book/942840>
13. Osipov A.V. *Teoriya otraslevykh rynkov: uchebnoe posobie. CH.1. – Kazan': OOO «Alekspress», 2013. – s.83*
14. *Elektronnaya trgovlya: Uchebnik* / R. R. Dyganova, G. G. Ivanov, R. R. Salihova, V. A. Matosyan. – 2-e izd.. – Moskva : Izdatel'sko-torgovaya korporaciya «Dashkov i K», 2021. – 150 s. – ISBN 978-5-394-04172-3.
15. Salihova, R. R. *Torgovo-tehnologicheskie processy v institucional'nykh sektorah elektronnoj trgovli* / R. R. Salihova, G. G. Ivanov // *Sovremennyy marketing: ekosistemnye podhody, cifrovizaciya i perspektivy razvitiya. – Moskva : Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu "Rusajns", 2023. – S. 149-160. – EDN VXMBCB.*
16. Salihova, R. R. *Tendencii razvitiya internet-torgovli v usloviyah cifrovizacii* / R. R. Salihova, D. V. Kazakova // *Aktual'nye voprosy ustojchivogo razvitiya regionov, otraslej, predpriyatij : Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. V 4-h tomah, Tyumen', 23 dekabrya 2022 goda. Tom 3. – Tyumen': Tyumenskij industrial'nyj universitet, 2023. – S. 222-224. – EDN BKWMCX.*
17. Salihova, R. R. *Transformaciya vnutrennej trgovli Rossii v sovremennykh usloviyah* / R. R. Salihova, G. G. Ivanov : OOO "Nauchno-izdatel'skij centr Infra-M", 2022. – 151 s. – (Nauchnaya mysl'). – ISBN 978-5-16-017610-9. – DOI 10.12737/1863099. – EDN EQFZIV.
18. Salihova, R. R. *Sovremennye aspekty razvitiya elektronnoj trgovli* / R. R. Salihova // *Vestnik ekonomiki, prava i sociologii*. – 2023. – № 2. – S. 73-77. – EDN GVNFE.
19. Timchenko, E. N. *Mezhdunarodnaya elektronnaya trgovlya: osobennosti regulirovaniya roznichnogo sektora* / E. N. Timchenko // *Rossijskij vnesheekonomicheskij vestnik*. – 2020. – № 10. – S. 120-134. – DOI 10.24411/2072-8042-2020-10107. – EDN DJSNWN.