

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:10.26726/1812-7096-2024-5-250-257

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены различные уровни проявления социальной эффективности дистанционной торговли: уровень деятельности хозяйствующих субъектов и государственный уровень внутренней розничной торговли. Рассмотрена взаимосвязь между показателями социальной эффективности на уровне хозяйствующих субъектов и макроэкономическими показателями, такими как объем ВВП, фактическое конечное потребление домашних хозяйств, число сотрудников в торговой отрасли. Предложен и апробирован расчет показателей индекса дистанционной торговли и индекса потребления дистанционной торговли и выявлена взаимосвязь между ними. На уровне деятельности хозяйствующих субъектов выявлена взаимосвязь между показателями социальной эффективности дистанционной торговли, такими как индекс юзабилити, отражающим общий уровень качества торгового обслуживания в части удобства совершения процесса покупки, и доли сотрудников дистанционных торговых организаций в структуре сотрудников внутренней розничной торговли, и рыночной долей дистанционных торговых организаций с использованием построения уравнения линейной множественной регрессии. Предложена и апробирована методика расчета показателя социальной эффективности дистанционной торговли на примере отдельных дистанционных торговых организаций. Сформулированы выводы по результатам проведенного анализа и выявлена взаимосвязь между показателями качества торгового обслуживания и социальной эффективностью дистанционной торговли, влияющей на достижение экономической эффективности.

Ключевые слова: дистанционная торговля, качество торгового обслуживания, социально-экономическая эффективность

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 SOCIAL EFFECTIVENESS OF DISTANCE TRADING BASED ON TRADE SERVICE QUALITY INDICATORS

Annotation. The article considers various levels of manifestation of the social effectiveness of distance trading: the level of activity of business entities and the state level of domestic retail trade. The relationship between indicators of social efficiency at the level of economic entities and macroeconomic indicators such as GDP, actual final consumption of households, and the number of employees in the trade industry is considered. The calculation of the indicators of the index of distance trading and the index of demand for distance trading is proposed and tested, and the relationship between them is revealed. At the level of business entities, the relationship between indicators of the social effectiveness of distance trading, such as the usability index, reflecting the overall level of quality of trade services in terms of convenience of completing the purchase process, and the share of employees of remote trading organizations in the structure of employees of domestic retail trade, and the market share of remote trading organizations using the construction of a linear equation multiple regression. A methodology for calculating the indicators of the social effectiveness of distance trading is proposed and tested on the example of individual remote trading organizations. Conclusions are formulated

based on the results of the conducted analysis and the relationship between the indicators of the quality of trade service and the social effectiveness of distance trading, which affects the achievement of economic efficiency, is revealed.

Keywords: distance trading, quality of trade services, social and economic efficiency

Введение

Эффективность сферы услуг проявляется на различных уровнях хозяйствования. Социальная составляющая дистанционной торговли проявляется не только в повышении общего объема потребления, но и в степени удовлетворения материальных и культурных потребностей, характеризующих уровень качества торгового обслуживания, а также. полноценное социальное обеспечение работников организаций¹. Экономическая эффективность дистанционной торговли поддается объективному количественному измерению. В отличие от этого, ряд показателей социальной эффективности невозможно оценить по количественным параметрам, либо же оцененные показатели носят субъективный характер. Последние, в свою очередь, являются скорее качественной составляющей, характеризующей степень удовлетворения культурных и материальных потребностей общества². Причем удовлетворение потребностей осуществляется как на внешнем уровне, применительно ко всем членам общества, так и в рамках деятельности хозяйствующего субъекта.

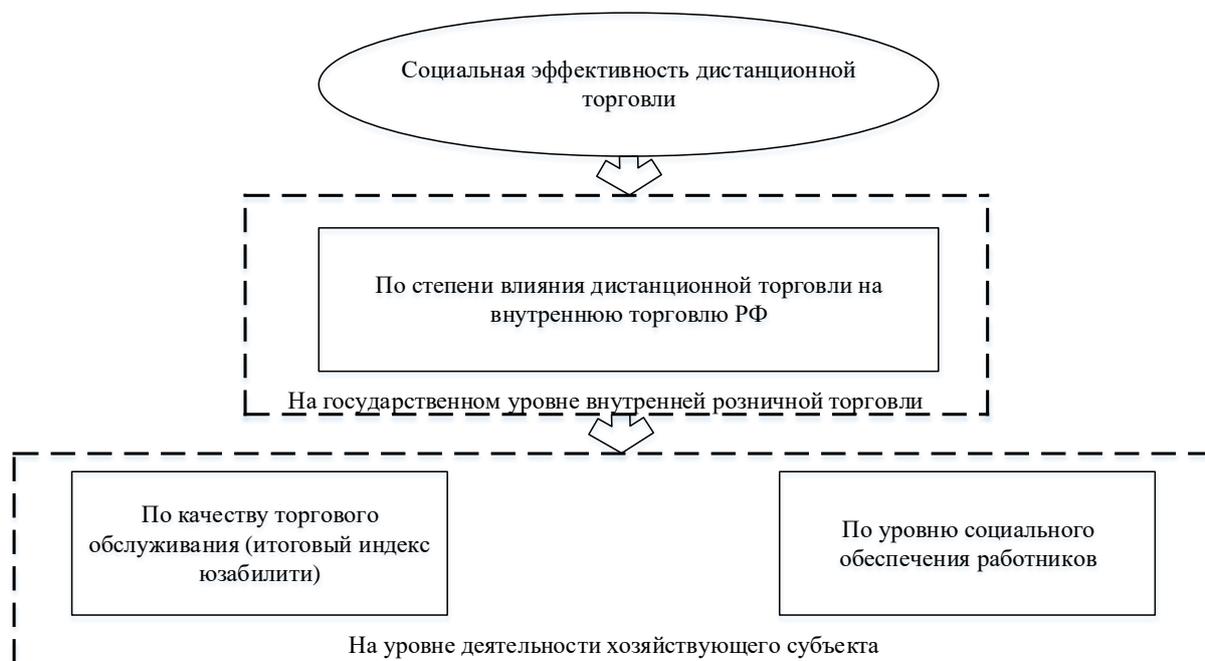


Рис. 1. Уровни проявления социальной эффективности дистанционной торговли.

1. Взаимосвязь оборота дистанционной торговли с макроэкономическими показателями

Оценка степени воздействия дистанционной торговли на внутреннюю торговлю РФ характеризует общий уровень развития дистанционной торговли и зависит от внешних факторов, проявляющихся на государственном уровне, таких как объема произведенного валового внутреннего продукта, фактического конечного потребления домашних хозяйств, общей численности занятых в торговле и т.д. Определяется влияние показателей не на уровне отдельного хозяйствующего субъекта, а страны в целом.

¹ Дыганова, Р. Р. Направления формирования социально-экономического эффекта дистанционной торговли / Р. Р. Дыганова // *Дискуссия*. – 2017. – № 7(81). – С. 30

² Дыганова, Р.Р. Повышение социально-экономической эффективности дистанционной торговли: дисс. ... канд. Экон. Наук: 08.00.05 / Дыганова Рената Рафаиловна. – М., 2018. – С. 44

Следует отметить, что в настоящее время показатели, характеризующие развитие дистанционной торговли, в государственном статистическом ежегоднике представлены только с точки зрения обеспечения домашних хозяйств информационно-коммуникационными средствами связи для совершения покупок дистанционным способом, а также использованием хозяйствующих субъектов веб-сайтов. Таким образом, такие важнейшие показатели как оборот дистанционной торговли, доля дистанционной торговли в структуре внутренней розничной публикуются в отчетности только коммерческих аналитических агентств.

Приведем расчет показателей уровня развития дистанционной торговли, характеризующий степень ее социальной эффективности. Для этого построим вспомогательную таблицу со статистической информацией, взятой из Российского статистического ежегодника за 2022 год, а также данных аналитического агентства Data Insight.

Таблица 1

Вспомогательная таблица для оценки социальной эффективности дистанционной торговли

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	Общий темп роста за 2018-2022 гг.,%
Объем ВВП, млрд.руб	103861,7	109241,5	107658	135295	153435	147,73
Оборот дистанционной торговли, млрд.руб	1300	1620	2700	4100	5700	438,46
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств, млрд.руб	60104	64564	65153	77312	85925	142,96
Численность занятых в торговле, тыс.чел.	13670	13497	13046	13236	13251	96,93

На основании представленной статистической отчетности рассчитаем социальную эффективность дистанционной торговли по степени воздействия на внутреннюю торговлю РФ.

Таблица 2

Социальная эффективность дистанционной торговли по степени воздействия на внутреннюю торговлю РФ (2018-2022 гг.)

Показатель	Расчет	2018	2019	2020	2021	2022	Общий темп роста за 2018-2022 гг.,%
Индекс дистанционной торговли	$I_{дт} = \frac{V_{дт}}{ВВП}$	0,013	0,015	0,025	0,03	0,037	284,61
Индекс потребления дистанционной торговли	$I_{пдт} = \frac{V_{дт}}{У_{пдх}}$	0,021	0,025	0,041	0,053	0,066	314,28

На основании рассчитанных показателей следует отметить рост объемов дистанционной торговли в структуре ВВП, что привело к росту индекса дистанционной торговли на 184,61% за последние 5 лет. Данная динамика отличает устойчивую стабильность в росте дистанционных способов продаж в РФ.

Общий прирост объемов дистанционной торговли за 2018-2022 гг. составил 338,46%³, а прирост объемов ВВП – 47,73%⁴. Этим и обуславливается приведенная выше динамика.

Рассчитанный индекс потребления дистанционной торговли имеет положительную динамику, что свидетельствует об увеличении объемов дистанционной торговли в структуре фактического конечного потребления домашних хозяйств.

³ Рассчитано автором на основании исследования коммерческого аналитического агентства Data Insight [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://datainsight.ru/eCommerce_2022

⁴ Рассчитано автором на основании Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс] – Режим доступа: Статистические издания (rosstat.gov.ru)

В случае, если весь объем фактического конечного потребления домашних хозяйств будет удовлетворен дистанционными способами реализации, данный показатель будет равен 1. На конец 2022 года индекс потребления дистанционной торговли составил 0,066. Тем не менее, видно увеличение данного показателя за последние 5 лет порядка 214,28%.

2. Оценка социальной эффективности дистанционных торговых организаций

Несмотря на сложность оценки социальной эффективности торговых организаций, в частности организаций дистанционной торговли, определение уровня удовлетворения населения качеством торгового обслуживания является одним из ключевых вопросов в этой области. Повышение качества торгового обслуживания напрямую влияет на достижение социальной эффективности торговых организаций. Сложность оценки показателей качества торгового обслуживания также заключается в том, что в дистанционной торговле, в отличие от традиционной розничной, присутствуют технические и технологические разрывы между покупателем и продавцом в момент выбора и оформления покупки. Соответственно, показатели качества торгового обслуживания в дистанционной торговле будут оцениваться в большей степени с точки зрения технической оснащенности и обеспеченности, как хозяйствующих субъектов, так и домашних хозяйств. В долгосрочной перспективе достижение социальной эффективности напрямую будет воздействовать на экономическую эффективность.

Показатели, характеризующие социальную эффективность дистанционной торговли на уровне отдельных хозяйствующих субъектов мы подразделяли на показатели качества торгового обслуживания и социального обеспечения работников дистанционных торговых организаций. Показатели социальной эффективности дистанционной торговли на уровне отдельных хозяйствующих субъектов воздействуют на конкурентоспособность исследуемых организаций и, как следствие, рыночную долю, занимаемую ими. Проанализируем степень воздействия качества торгового обслуживания, а также социального обеспечения работников на рыночную долю дистанционных торговых организаций с использованием уравнения линейной множественной регрессии. В качестве объекта исследования отберем 5 наиболее крупных дистанционных торговых организаций, относимых по товарно-ассортиментному профилю к категории гипермаркет. Итоговым показателем качества торгового обслуживания выделим индекс юзабилити, характеризующий общий уровень удобства, полезности совершения торговых операций дистанционного предприятия со стороны покупателей. Воспользуемся для анализа рассчитанным экспертами индексом юзабилити. В качестве итогового показателя социального обеспечения работников возьмем долю сотрудников исследуемого дистанционного торгового предприятия в структуре занятых в розничной торговле. Таким образом, уравнение линейной множественной регрессии будет иметь следующий вид:

$$Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2$$

, где Y - рыночная доля дистанционных торговых организаций, X_1 - итоговый показатель качества торгового обслуживания (индекс юзабилити), X_2 - отношение сотрудников дистанционных торговых организаций к числу занятых в розничной торговле, B_0 , B_1 , B_2 - параметры уравнения линейной множественной регрессии.

Для составления описанного выше уравнения построим вспомогательную таблицу.

В результате соответствующих преобразований мы получили следующее уравнение линейной регрессии:

$$Y = 1,52 + 1,67 X_1 + 1,04 X_2$$

Исходя из полученной модели, можно сделать следующие выводы:

1) При увеличении индекса юзабилити на 1 балл, доля организации дистанционной торговли увеличится на 1,67%;

⁵ Методы оптимальных решений (Экономико-математические методы и моделирование) : учебное пособие / С. И. Макаров, М. В. Курганова, Е. Ю. Нуйкина [и др.] ; под ред. С. И. Макарова. — Москва : КноРус, 2022. С. 54

2) При увеличении числа сотрудников дистанционной торговой организации в структуре занятых в розничной торговле на 1%, рыночная доля возрастет на 1,04%.

Таблица 3

Социальная эффективность дистанционной торговли по качеству торгового обслуживания и социального обеспечения работников

Показатель	dns-shop.ru	citilink.ru	mvideo.ru	lamoda.ru	vseinstrumenti.ru	Сумма	Среднее значение
Индекс Юзабилити (X1)	0,71	0,69	0,65	0,58	0,6	3,23	0,65
Число сотрудников к числу занятых в розничной торговле (X2),%	0,011	0,023	0,018	0,083	0,007	0,142	0,028
Рыночная доля (Y),%	3,6	2,58	1,91	1,72	1,7	11,51	2,3

Данная модель отличается высокой степенью надежности, поскольку R-квадрат равен 0,86.

Таким образом, социальная эффективность дистанционной торговли проявляется в удовлетворении материальных и культурных потребностей общества, аналогично традиционной торговле.

Однако социальную эффективность дистанционной торговли следует оценивать по масштабности: на государственном уровне развития внутренней розничной торговли и на уровне деятельности отдельных хозяйствующих субъектов (по качеству торгового обслуживания и по степени социального обеспечения работников). Соответственно, показатели, входящие в состав выделенных критериев классификации будут отличаться от показателей, применяемых для оценки социальной эффективности традиционной торговли и содержать специфику, относимую исключительно к дистанционным способам реализации.

Для комплексной оценки социальной эффективности дистанционной торговли целесообразно выведение интегрального показателя, характеризующего уровень социального развития дистанционной торговли. Данный показатель отражает социальное развитие дистанционной торговли на уровне деятельности хозяйствующих субъектов. Соответственно, он включает в себя сведения о качестве торгового обслуживания (по итоговому индексу юзабилити) и уровня социального обеспечения работников.

Коэффициент интегральной оценки социальной эффективности дистанционной торговли определяется по формуле:

$$I_{\text{соц.эфф}} = \sqrt{I_{\text{юзабилити}} * \frac{R_{\text{ДТ}}}{R_{\text{РТ}}}}$$

, где $I_{\text{соц.эфф}}$ - индекс социальной эффективности дистанционной торговли; $I_{\text{юзабилити}}$ - индекс

юзабилити; $\frac{R_{\text{ДТ}}}{R_{\text{РТ}}}$ - число занятых в дистанционной торговле в структуре занятых в традиционной розничной торговле.

Таблица 4

Расчет показателя интегральной оценки социальной эффективности дистанционной торговли

Дистанционное торговое предприятие	2022	2021	2020	Темп роста 2022 к 2021, %	Темп роста 2021 к 2020, %
dns-shop.ru	0,088	0,083	0,086	106,02	96,51
citilink.ru	0,125	0,2	0,63	62,5	31,74
mvideo.ru	0,108	0,115	0,113	93,91	101,76

Исходя из приведенных расчетов оценки интегральной эффективности дистанционной торговли, следует отметить, что наиболее высокие значения наблюдаются в деятельности dns-shop.ru. Данной организации присущ наиболее высокий темп роста исследуемого показателя. В среднем за два исследуемых периода (2020-2022 гг.) показатель на 2,5% и продолжает показывать положительную динамику. Наименьшее значение показателя наблюдается в деятельности citilink.ru.

Выводы

Таким образом, рассчитанные показатели индекса дистанционной торговли и уровня потребления дистанционной торговли следует использовать при составлении статистической отчетности в целях отражения развития дистанционных способов реализации на государственном уровне. Предложенные нами показатели индекса дистанционной торговли и индекса потребления дистанционной торговли позволяют связать макроэкономические показатели, характеризующие уровень развития страны в целом, и дистанционной торговли.

С другой стороны, выявленная зависимость между показателями социальной эффективности дистанционной торговли на уровне отдельного хозяйствующего субъекта и рыночной долей данного субъекта может быть использована дистанционными торговыми организациями в социально ориентированной политике как инструмент повышения комплексной эффективности.

Количественное измерение социальной эффективности дистанционной торговли на уровне хозяйствующих субъектов целесообразно определять путем нахождения интегрального коэффициента социальной эффективности дистанционной торговли. Это позволит дистанционным торговым организациям комплексно оценить качество торгового обслуживания, а также уровень социального обеспечения сотрудников для своевременного принятия решений об их улучшении, что в результате отразится на увеличении рыночной доли, а также экономической эффективности организации дистанционной торговли.

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 Рафаиловна. – М., 2018. – 177 с.
4. Дыганова, Р. Р. *Специфика качества торгового обслуживания в дистанционной торговле* / Р. Р. Дыганова // *Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях: Материалы международной научно-практической конференции, Казань, 10 ноября 2016 года* / Под ред. Насретдинова И.Т.. – Казань: Общество с ограниченной ответственностью "Печать-Сервис-XXI век", 2016. – С. 20-21. – EDN YHACAV.
5. Дыганова, Р. Р. *Направления формирования социально-экономического эффекта дистанционной торговли* / Р. Р. Дыганова // *Дискуссия*. – 2017. – № 7(81). – С. 30-34. – EDN ZOFNVB.
6. 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.
7. 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.
8. *Исследование коммерческого аналитического агентства Data Insight [Электронный ресурс]* – Режим доступа: https://datainsight.ru/eCommerce_2022
9. 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.

10. 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>
11. *Методы оптимальных решений (Экономико-математические методы и моделирование) : учебное пособие* / С. И. Макаров, М. В. Курганова, Е. Ю. Нуйкина [и др.] ; под ред. С. И. Макарова. — Москва : КноРус, 2022. — 298 с. — ISBN 978-5-406-09775-5. — URL: <https://book.ru/book/944117>
12. *Методы оптимальных решений в экономике и финансах. Конспект лекций : учебное пособие* / В. М. Гончаренко, В. Ю. Попов, Д. С. Набатова [и др.] ; под ред. В. М. Гончаренко, В. Ю. Попова. — Москва : КноРус, 2022. — 181 с. — ISBN 978-5-406-08944-6. — URL: <https://book.ru/book/941782>
13. Осипов А.В. *Теория отраслевых рынков: учебное пособие. Ч.1.* — Казань: ООО «Алекспресс», 2013. — с.83
14. *Российский статистический ежегодник[Электронный ресурс]* — Режим доступа: *Статистические издания (rosstat.gov.ru)*
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. *Современные аспекты развития электронной торговли* / Р. Р. Салихова // *Вестник экономики, права и социологии.* — 2023. — № 2. — С. 73-77. — EDN GVNFWF.
17. *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.
18. 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.
19. 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.
20. 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 rozничной 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.* — М., 2018. — 177 s.
4. Dyganova, R. R. *Specifika kachestva trgovogo obsluzhivaniya v distancionnoj trgovle* / R. R. Dyganova // *Aktual'nye zadachi upravleniya kachestvom i konkurentosposobnost'yu produkcii v sovremennyh usloviyah : Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Kazan', 10 noyabrya 2016 goda / Pod red. Nasretdinova I.T..* — Kazan': Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu "Pechat'-Servis-XXI vek", 2016. — S. 20-21. — EDN YHACAV.
5. Dyganova, R. R. *Napravleniya formirovaniya social'no-ekonomicheskogo effekta distancionnoj trgovli* / R. R. Dyganova // *Diskussiya.* — 2017. — № 7(81). — S. 30-34. — EDN ZOFNVB.
6. 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.
7. 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.
8. *Issledovanie kommercheskogo analiticheskogo agentstva Data Insight[Elektronnyj resurs]* — Rezhim dostupa: https://datainsight.ru/eCommerce_2022
9. 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.

10. Mkrtychyan, G. M., *Teoriya otraslevykh rynkov : uchebnoe posobie* / G. M. Mkrtychyan, A. T. Yusupova, ; pod red. G. M. Mkrtychyan. — Moskva : KnoRus, 2022. — 266 s. — ISBN 978-5-406-09300-9. — URL: <https://book.ru/book/942840>

11. *Metody optimal'nykh reshenij (Ekonomiko-matematicheskie metody i modelirovanie) : uchebnoe posobie* / S. I. Makarov, M. V. Kurganova, E. Yu. Nujkina [i dr.] ; pod red. S. I. Makarova. — Moskva : KnoRus, 2022. — 298 s. — ISBN 978-5-406-09775-5. — URL: <https://book.ru/book/944117>

12. *Metody optimal'nykh reshenij v ekonomike i finansah. Konspekt lekcij : uchebnoe posobie* / V. M. Goncharenko, V. Yu. Popov, D. S. Nabatova [i dr.] ; pod red. V. M. Goncharenko, V. Yu. Popova. — Moskva : KnoRus, 2022. — 181 s. — ISBN 978-5-406-08944-6. — URL: <https://book.ru/book/941782>

13. Osipov A.V. *Teoriya otraslevykh rynkov: uchebnoe posobie. Ch.1.* – Kazan': OOO «Alekspress», 2013. – s.83

14. Rossijskij statisticheskij ezhegodnik[Elektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: Statisticheskie izdaniya (rosstat.gov.ru)

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. *Sovremennye aspekty razvitiya elektronnoj trgovli* / R. R. Salihova // *Vestnik ekonomiki, prava i sociologii.* – 2023. – № 2. – S. 73-77. – EDN GVNFWWE.

17. *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.

18. 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.

19. 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.

20. Timchenko, E. N. *Mezhdunarodnaya elektronnaya trgovlya: osobennosti regulirovaniya roznichnogo sektora* / E. N. Timchenko // *Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik.* – 2020. – № 10. – S. 120-134. – DOI 10.24411/2072-8042-2020-10107. – EDN DJSNWN.