

ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

DOI: <https://doi.org/10.24891/yhjksx>EDN: <https://elibrary.ru/yhjksx>

Регина Рафаиловна САЛИХОВА

ответственный автор, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации производства, Казанский государственный энергетический университет (КГЭУ), Казань, Российская Федерация

e-mail: regina-salixova@list.ru

ORCID: отсутствует

SPIN: 8399-0875

Рената Рафаиловна ДЫГАНОВА

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации производства, Казанский государственный энергетический университет (КГЭУ), Казань, Российская Федерация

e-mail: dyganova-renata@rambler.ru

ORCID: отсутствует

SPIN: 4496-0947

История статьи:

Per. № 179/2026

Получена 27.02.2026

Одобрена 13.04.2026

Доступна онлайн

28.05.2026

Специальность: 5.2.3

УДК 339.371.5

JEL: L81

Ключевые слова:

конкуренция, торговля,
эффективность,
трансформация

Аннотация

Предмет. Трансформация торговли в современных условиях.

Цели. Сформулировать и тенденции трансформации внутренней торговли в современных условиях.

Методология. Используются методы классификации, анализа, моделирования, абстрагирования, индукции, дедукции.

Результаты. Выявлены основные тенденции трансформации внутренней торговли, затрагивающие как розничную торговлю, в том числе онлайн и офлайн, так и оптовую.

Выводы. Внутренняя торговля как сфера экономики связывает производство и потребление. В современных условиях (в том числе в условиях развития цифровых технологий) торговые организации трансформируют бизнес-процессы в целях сокращения затрат в организации доведения товаров до конечных потребителей. При этом трансформационные процессы затрагивают не только сферу электронной торговли, но также и традиционные формы торговли – оптовую и розничную – оказывая влияние на состав и структуру, способы социально-экономического взаимодействия и адаптации внутренней торговли. Представленные в исследовании тенденции трансформации внутренней торговли отражают изменения, характерные сфере торговли под влиянием меняющейся внешней и внутренней среды.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2026

Для цитирования: Салихова Р.Р., Дыганова Р.Р. Тенденции трансформации внутренней торговли в современных условиях // Экономический анализ: теория и практика. – 2026. – № 5. – С. 155 – 164. DOI: 10.24891/yhjksx EDN: YHJKSX

Трансформация торговли в современных условиях имеет специфические особенности¹. Торговле присуще многообразие форм и видов, а также типов и форматов хозяйствующих субъектов, которые ведут конкурентную борьбу, обусловленную необходимостью получения максимальной прибыли, увеличения рыночной доли посредством наилучшего удовлетворения спроса [1]. В таких условиях исследование тенденций трансформации торговли актуально, поскольку увеличивается вариативность социально-экономического взаимодействия торговых организаций и потребителей, торговых организаций друг с другом, торговых организаций с органами власти в различных формах и видах торговли [2]. Процессы трансформации торговли обуславливают создание социально-экономических стимулов, определяя направления и условия формирования эффективности, а в последствии – конкурентоспособности торговых организаций [3].

Информационной базой исследования явились анализ и обобщение специальной литературы (научных трудов, ежегодных статистических данных, нормативно-правовой литературы, государственных стандартов). Различные аспекты развития торговли и ее современного состояния рассматривались в работах² Г.Г. Иванова и А.О. Зверевой [4], В.В. Никишкина с соавторами [5], Д.К. Попенковой и А.Ф. Никишина [6], В.П. Чеглова и А.Н. Столяровой [7].

Исследования отечественных авторов посвящены изучению общих тенденций развития торговли, социально-экономическим аспектам взаимодействия с потребителями, маркетинговой деятельности, организации торгово-технологических и бизнес-процессов, особенностям использования нематериальных активов, применению омниканальности для повышения социальной эффективности. Однако немаловажным аспектом развития внутренней торговли является определение совокупности тенденции ее трансформации для выявления основных направлений повышения ее эффективности и конкурентоспособности.

Трансформация торговли – это во многом результат перехода к рыночным условиям хозяйствования с их специфическими особенностями в совокупности с адаптацией хозяйствующих субъектов и потребителей к условиям внешней и внутренней среды. Во-первых, трансформация торговли – процесс, протекающий в результате изменчивости внешней внутренней среды; во-вторых, изменчивость среды торговли (в том числе цифровизация) обуславливает необходимость адаптации хозяйствующих субъектов к новым условиям организации бизнес-процессов; в-третьих, адаптация хозяйствующих субъектов обусловлена необходимостью постоянного обеспечения эффективности деятельности, поиска, реализации и наращивания преимуществ во избежание действия санирующей функции рынка [8], что в целом и обеспечивает трансформационные процессы в торговле.

Влияние внешней среды обусловлено социально-экономической политикой государства к организации бизнес-процессов в торговле (установление требований к организации и осуществлению торговли, антимонопольное регулирование, информационное обеспечение, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль и др.)³, степенью развития инфраструктуры торговли и ее элементов. Формирование качественной торговой инфраструктуры обуславливает повышение эффективности бизнес-процессов субъектов товарного обращения.

Влияние внутренней среды на развитие торговли обусловлено естественными процессами в условиях рыночной экономики: стремлением к увеличению рыночной доли, проявлением санирующей функции рынка через прекращение деятельности неэффективных торговых организаций, развитием торговых организаций посредством использования интенсивных (мобилизация внутренних резервов, использование эффекта внешних воздействий, повышение эффективности инвестиций) [9] и экстенсивных способов (слияние, укрупнение, расширение, интеграция, создание объединений и т.д.)

¹ Сейфуллаева М.Э. Ритейл в условиях пандемии: настоящее и будущее // Торговля будущего: вызовы времени, концепции, стратегии и модели развития: материалы Международной конференции – круглого стола к 115-й годовщине РЭУ им. Г.В. Плеханова. М.: Русайнс, 2022. С. 128–132. EDN: WRKHNT

² Там же.

³ Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ.

В совокупности внешняя и внутренняя среда торговли формируют тенденции ее трансформации, определяя направления развития, которые торговые организации используют как способы повышения эффективности деятельности.

Развитие технологий и массового производства обусловили увеличение количества производимых товаров и услуг. Рост спроса, дифференциация товаров, услуг, культурные особенности потребления, социальная мобильность в совокупности с технологической конвергенцией привели к возникновению «новых», высокотехнологичных товаров. Это в свою очередь определило развитие как новых рынков и отраслей, так и развитие родственных и поддерживающих отраслей «новых товаров». В таких условиях одной из задач торговли как организатора рынка является обеспечение процесса доведения товаров до конечных потребителей посредством создания каналов товародвижения. При этом следует отметить, что процесс распределения и доведения товаров до конечных потребителей имеет специфические особенности в формах, видах и форматах торговли в силу существенных различий в организации бизнес-процессов, в том числе и торгово-технологических процессов. В таких условиях торговые организации независимо от вида торговли, типа предприятия, адаптируя свою деятельность, стремятся обеспечить эффективность функционирования каналов товародвижения, используя различные способы взаимодействия. Так, организации электронной торговли имеют возможность использовать логистическую инфраструктуру крупных электронных торговых площадок (маркетплейсов), что свидетельствует как о социальном взаимодействии (заключение договоров), так и экономическом (выплата установленной комиссии за пользование логистической инфраструктурой) [10]. Интегрированные торговые структуры, имеющие распределительные центры, частично интегрируют бизнес-процессы в сферу оптовой торговли, оказывая существенное влияние на адаптацию деятельности оптовых торговых организаций.

Развитие внешнеэкономических отношений, мировой торговли, финансовой сферы и ряд других условий предопределили выход национальных предприятий на различные рынки, расширяя сферу их присутствия, а значит, и способствуя их экстенсивному развитию. Важно отметить, что появление новых субъектов конкуренции приводит к изменению и перераспределению рыночных долей. Так, развитие электронной торговли обеспечило увеличение количества хозяйствующих субъектов [11]. Поскольку электронная торговля входит в состав розничной, в таком случае и организации традиционной розничной торговли вынуждены адаптировать деятельность в условиях роста количества торговых организаций (электронной торговли), но также и организации, функционирующие в электронной торговле, адаптируют деятельность в силу изменения интенсивности конкуренции, изменения концентрации рынка в электронной торговле [12].

Эффективность деятельности торговых организаций в таких условиях зависит, во-первых, от возможности быстрой адаптации деятельности хозяйствующих субъектов; во-вторых, от способов социально-экономического взаимодействия организаций традиционной и электронной торговли [13]. Например, современные розничные организации размещают на территории торгового предприятия постоматы или организуют пункты выдачи товаров собственного предприятия, обеспечивая увеличение количества потребителей. Традиционные торговые организации используют отдельные элементы торгово-технологических процессов организаций электронной торговли для повышения эффективности деятельности.

Технологическое совершенствование сферы производства логически предполагает и необходимость трансформации сферы товарного обращения, а значит, и торговли. Стоит отдельно отметить возрастающую роль информационных (в особенности электронных) систем в сфере товарного обращения. Естественно, что в силу так называемого информационного неравенства или информационного разрыва имеются различные возможности использования данного ресурса – такая ситуация присуща и отдельным регионам внутри страны. Однако отметим, что современные экономические системы предполагают, в том числе и формирование информационного пространства, что обуславливает трансформационные процессы в торговле и методы адаптации субъектов в торговле [8]. Скорость внедрения информационных технологий в деятельность торговых организаций, адаптация к постоянно меняющимся информационным продуктам и их использование в организации бизнес-процессов диктует в том числе изменение состава и структуры внутренней торговли: увеличение количества организаций, использующих информационные технологии и рост их удельного

веса в структуре торговли и уменьшение количества организаций, не использующих в своей деятельности информационные технологии [14].

При переходе к рыночной системе в функционировании торговли преобладали экстенсивные формы ее развития посредством освоения новых территорий торговыми организациями, расширения их сети, укрупнение через слияние, поглощение, создание интегрированных торговых структур, превалировало развитие крупных торговых организаций (супермаркетов, гипермаркетов, моллов и др.) [15]. В первую очередь такое развитие направлено на количественный рост субъектов торговли посредством использования имеющихся ресурсов, а в случае применения стратегий слияния, поглощения и создания интегрированных структур (вертикальных и горизонтальных) предполагается использование ресурсов и других организаций торговли. Результатами использования экстенсивных способов развития в традиционной торговле являются полученные преимущества в виде более низких транзакционных затрат, позволяющих использовать имеющиеся ресурсы для финансовых операций на фондовом рынке, уменьшая издержки финансирования организации; использование эффекта масштаба, рекламы при географической диверсификации, «гибкого» реагирования на изменение факторов внешней среды. Необходимость применения способов интенсивного развития во многом обусловлена тенденциями трансформации конкуренции в торговле, в том числе и активное проникновение на отечественный рынок зарубежных организаций торговли, которые в свою очередь также адаптируют свою деятельность в соответствии с современными условиями. В таком случае отечественные торговые организации в связи с увеличением количества субъектов торговой деятельности трансформируют подходы к организации бизнес-процессов. Применение интенсивных методов развития в традиционной торговле создает условия для повышения качества обслуживания, выраженное через совершенствование торгово-технологических процессов, углубление ассортимента, применение новых методов его формирования [16], оптимизации звенности товародвижения, использования новых способов обслуживания потребителей [17].

С переходом к рыночной системе хозяйствования прослеживается тенденция сокращения доли нестационарной торговли в структуре внутренней торговли России. На конец 2024 г. удельный вес крупных торговых организаций составил 59,5% (рост за последние два года составил 8,3 п.п.), субъекты среднего предпринимательства в торговле – 2,5%, индивидуальные предприниматели, осуществляющие стационарную торговую деятельность – 17%, продажа товаров на розничных рынках и ярмарках – 4%⁴. Прослеживаются рост количества крупных торговых организаций и увеличение доли валовой прибыли крупных организаций торговли в структуре валовой прибыли внутренней торговли в целом. Продолжается рост электронной торговли в структуре дистанционной; товарооборот электронной торговли в 2024 г. составил 4,4 трлн руб., что также является проявлением трансформации конкуренции в торговле [18].

В условиях рыночных отношений поведение коммерческих организаций направлено на получение прибыли и повышение эффективности деятельности, поэтому интеграционные процессы в традиционной торговле являются естественными процессами развития, поскольку предоставляют ряд преимуществ. Развитие вертикальной и горизонтальной интеграции предопределили качественную и структурную трансформацию сферы обращения товаров (распределения и потребления). Одним из наиболее распространенных видов интеграции во внутренней торговле является поглощение и слияние. Отдельно стоит отметить, что интеграционные процессы происходят как в розничной, так и в оптовой торговле. Помимо использования средств экстенсивного развития (слияния, поглощения, создание объединений и т.д.), интегрированные организации активно совершенствуют используемые технологии, коммерческую работу, что в свою очередь приводит к развитию деятельности в рамках именно этой организации [4]. Стоит уточнить, что современные интегрированные торговые организации могут осуществлять свою деятельность в различных формах (дистанционная торговля, разносная и развозная торговля, интернет-торговля, межрегиональная торговля); в различных видах (оптовая, розничная, оптово-розничная торговля); через стационарные и нестационарные объекты, что в свою очередь является специфической особенностью развития интегрированных торговых структур. Так, по данным TAdviser товарооборот посредством интернет-покупок

⁴ Российский статистический ежегодник. 2024.

URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegovodnik_2024.pdf

через платформы доставки из «Пятерочка», «Перекрестка» по итогам 2024 г. увеличился в 8,1 раза, однако доля в структуре товарооборота составляет всего 9%. X5 Retail Group открыла магазин с полностью автоматизированной системой покупок, основанного на принципе «умного дома». Оплата и выбор товаров осуществляется посредством приложения «Пятерочка с собой». Современная практика развития торговых организаций показывает, что интеграционные процессы в торговле обеспечивают их прогрессивное развитие. Однако существует вероятность вытеснения интегрированными структурами иных видов торговли.

Функционирование каналов товародвижения посредством повышения эффективности логистических процессов – одна из ключевых задач обеспечения эффективности торговых организаций. Логистические процессы торговых организаций позволяют развивать технологические взаимосвязи и являются неким связующим звеном экономических интересов всех субъектов рыночных отношений, в которых приоритетами являются сокращение издержек обращения и потребления, увеличение скорости обращения и оборачиваемости активов, повышение качества торгово-технологических процессов [19].

Одной из тенденций трансформации торговли является развитие сети распределительных центров, обеспечивающие рационализацию товародвижения посредством ряда технологических процессов.

Современные крупные розничные торговые сети («Лента», X5 Retail Group, «Магнит» и др.), осуществляли экспансию в регионы посредством организации товародвижения через собственные распределительные центры [5], часто связывая их с функционирующими в регионах оптовыми структурами (табл. 1).

Наличие распределительных центров снижает влияние стохастических факторов на организацию товародвижения, снижает транспортные затраты, повышает качество торгово-технологических процессов, создает предпосылки для развития, увеличения доли собственных торговых марок в структуре ассортимента, сокращает площади, необходимые для хранения товарных запасов, повышая эффективность использования торговых площадей, создает возможность предпродажной подготовки товаров.

Использование собственных распределительных центров торговыми структурами обуславливает трансформацию состава и структуры оптовых посредников, усиливая необходимость экономической адаптации в региональной оптовой торговле. Так, в Республике Татарстан за последние пять лет прослеживается тенденция сокращения независимых оптовых посредников на 4,5%. Однако налицо тенденция роста деловой активности крупных оптовых посредников ООО «Смайл», ООО «Айс Фреш», ООО «А-Олимп» и др.

Отметим также, что прослеживается тенденция изменения спроса на складскую недвижимость со стороны хозяйствующих субъектов (рис. 1): увеличение спроса организациями электронной торговли, сокращение спроса со стороны оптовых организаций (с 18 до 10%), что также свидетельствует о трансформации внутренней торговли.

В силу сложности и многогранности торговли как организатора товарного обращения и рынка, ее трансформацию необходимо исследовать как сложный механизм, состоящий из множества взаимосвязанных элементов, определяющих характер, состав и структуру внутренней торговли. Являясь связующим звеном между производством и потреблением, немаловажным аспектом для изучения является эффективность (экономическая, социальная, рыночная) формируемых торговлей связей между производством и потреблением, их влияние на развитие, повышение эффективности, формирование преимуществ самой внутренней торговли. В свою очередь формируемая эффективность торговли определяется многообразием методов социально-экономической адаптации хозяйствующих субъектов в условиях трансформации торговли посредством, например, выбора формата и вида этой сферы, размещения торговой организации (стационарное или интернет-магазин), организации торгово-технологических и бизнес-процессов в торговле.

Таблица 1

Динамика изменения количества распределительных центров крупных розничных торговых сетей в 2020–2024 гг.

Table 1

Dynamics of changes in the number of distribution centers of large retail chains in 2020–2024

Торговая сеть	2020	2021	2022	2023	2024
Магнит	38	43	45	45	46
X5 Retail Group	40	43	47	61	65
Лента	11	13	14	14	15

Источник: Отчеты и результаты ПАО «Магнит». URL: <https://www.magnit.com/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/>; Годовые отчеты X5 Retail Group.

URL: <https://www.x5.ru/ru/investors/reports/>; Годовые отчеты Группы «Лента».

URL: <https://www.lentagroup.ru/ru/investors/publications/?ysclid=mneu6eyql665949789>

Source: Reports and results of PJSC Magnit. URL: <https://www.magnit.com/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/>; Annual reports of X5 Retail Group.

URL: <https://www.x5.ru/ru/investors/reports/>; Annual reports of the Lenta Group.

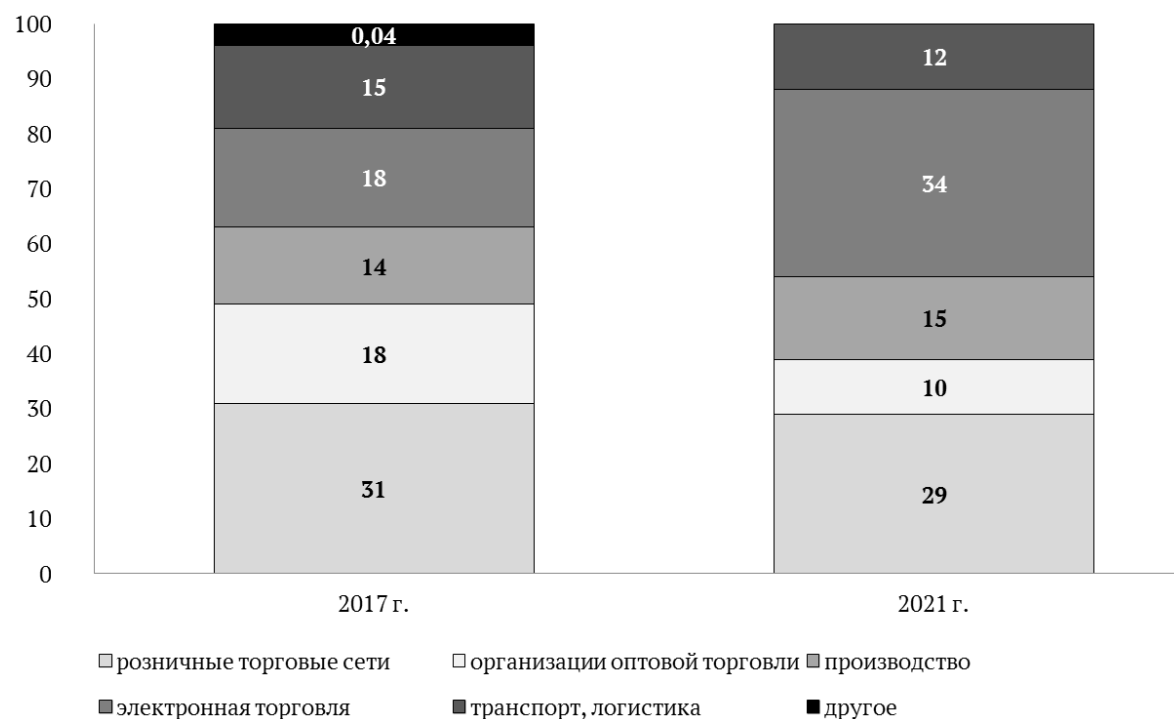
URL: <https://www.lentagroup.ru/ru/investors/publications/?ysclid=mneu6eyql665949789>

Рисунок 1

Динамика распределения спроса на складскую недвижимость, %

Figure 1

Dynamics of distribution of demand for warehouse real estate, percentage



Источник: Российский статистический ежегодник. 2024.

URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegendnik_2024.pdf

Source: Russian Statistical Yearbook. 2024.

URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegendnik_2024.pdf

Список литературы

1. Попенкова Д.К., Стукалова И.Б. Розничная торговля в России: тренды и вызовы // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. Т. 2. № 2. С. 41–50.
DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2024.02.02.004 EDN: UNKBLM
2. Салихова Р.Р. Организационно-экономические аспекты трансформации конкуренции в торговле // Региональные проблемы преобразования экономики. 2024. № 4. С. 197–203.
DOI: 10.26726/1812-7096-2024-4-197-203 EDN: VYQQIY
3. Попенкова Д.К., Стукалова И.Б. Трансформация розничной торговли в условиях цифровизации // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 2-1. С. 89–99.
DOI: 10.17513/vaael.2063 EDN: AGXTAI
4. Иванов Г.Г., Зверева А.О. Развитие торговых организаций в современной экономике: монография. М.: Дашков и К, 2020. 160 с. EDN: HHPNWQ
5. Никишкин В.В., Твердохлебова М.Д., Иванов Г.Г. Стратегия выбора поставщиков в меняющихся политико-экономических условиях // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2016. Т. 7. № 2. С. 94–116. EDN: WMPJND
6. Popenkova D.K., Nikishin A.F. The range of goods at a retail chain: The formation technology. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2019, vol. 10, iss. 6, pp. 1811–1823.
DOI: 10.14505/jarle.v10.6(44).24 EDN: MVZJTM
7. Чеглов В.П., Столярова А.Н. Тренды и особенности развития внутренней торговли России в условиях перманентного экономического кризиса // Практический маркетинг. 2019. № 3. С. 15–22. EDN: YZANTV
8. Салихова Р.Р. Трансформация внутренней торговли в условиях глобализации // Региональные проблемы преобразования экономики. 2021. № 3. С. 22–28. DOI: 10.26726/1812-7096-2021-3-22-28 EDN: KJUZZI
9. Салихова Р.Р., Иванов Г.Г. Трансформация внутренней торговли России в современных условиях: монография. М.: ИНФРА-М, 2022. 151 с.
10. Seifullaeva M., Panasenکو S., Ramazanov I. et al. Factors influencing the formation of the image of an “ideal” enterprise in the field of circulation in the context of world economy digitalization. *Relacoes Internacionais no Mundo Atual*, 2022, vol. 3, iss. 36, pp. 784–798. EDN: OKAZEF
11. Mann C.L., Eckert S.E., Knight S.C. *Global Electronic Commers: A Policy Primer*. Washington, Institute for International Economics, 2000, 213 p.
12. Ramazanov I.A., Panasenکو S.V., Cheglov V.P. et al. Retail transformation under the influence of digitalisation and technology development in the context of globalisation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2021, vol. 7, iss. 1, pp. 1–21.
DOI: 10.3390/joitmc7010049 EDN: REUQYJ
13. Panasenکو S.V., Mayorova E.A., Nikishin A.F., Aleksina S.B. *Social performance in trade business*. Tokyo, Kaizosha Publishing House, 2018, 36 p. EDN: YXJMJG
14. Салихова Р.Р. Формирование «новых комбинаций» во внутренней торговле России // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. 2021. Т. 10. № 1. С. 79–84.
DOI: 10.12737/2306-627X-2021-10-1-79-84 EDN: GPCTWQ
15. Иванов Г.Г., Зверева А.О., Мамедов О., Гарнова А.А. Дуальный характер процессов формирования и развития инфраструктуры товародвижения в торговле // Экономика, предпринимательство и право. 2024. Т. 14. № 5. С. 2507–2520. DOI: 10.18334/epp.14.5.120920 EDN: PZVNXZ

16. Panasenko S.V., Mayorova E.A., Nikishin A.F. Regulation of assortment policy in trade. New York, SLOVO\WORD, 2018, 28 p. EDN: YXJPSM
17. Ivanov G.G., Mayorova E.A., Nikishin A.F. Social trading performance in Russian Regions. *International Journal of Economic Research*, 2016, vol. 13, iss. 9, pp. 3991–3999. EDN: LJCVDP
18. Panasenko S.V., Cheglov V.P., Maiorova E.A. et al. The role of intangibles in forming the value of online retailers in Russian regions. *International Journal of Ecosystems and Ecology Science*, 2022, vol. 12, iss. 3, pp. 263–272. DOI: 10.31407/ijees12.333 EDN: IVNCFY
19. Чеглов В.П. Преодоление кадрового дефицита в системном торговом бизнесе в условиях цифровизации общественного сознания и экономики // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2025. № 2. С. 81–89. DOI: 10.33983/2075-1826-2025-2-81-89 EDN: EXKNFN

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

TRENDS IN THE TRANSFORMATION OF DOMESTIC TRADE IN MODERN CONDITIONS

DOI: <https://doi.org/10.24891/yhjksx>EDN: <https://elibrary.ru/yhjksx>

Regina R. SALIKHOVA

Corresponding author, Kazan State Power Engineering University (KSPEU), Kazan, Russian Federation

e-mail: regina-salixova@list.ru

ORCID: not available

Renata R. DYGANOVA

Kazan State Power Engineering University (KSPEU), Kazan, Russian Federation

e-mail: dyganova-renata@rambler.ru

ORCID: not available

Article history:

Article No. 179/2026

Received 27 Feb 2026

Accepted 13 Apr 2026

Available online

28 May 2026

JEL Classification: L81

Keywords: competition,
trade, efficiency,
transformation

Abstract

Subject. Transformation of trade in modern conditions.**Objectives.** To formulate and trends in the transformation of domestic trade in modern conditions.**Methods.** The methods of classification, analysis, modeling, abstraction, induction, and deduction were used.**Results.** The main trends in the transformation of domestic trade have been identified, affecting both retail, including online and offline, and wholesale.**Conclusions.** Domestic trade as an economic sphere links production and consumption. In modern conditions (including the development of digital technologies), trade organizations are transforming business processes in order to reduce costs in the organization of bringing goods to end consumers. At the same time, transformational processes affect not only the field of electronic commerce, but also traditional forms of trade – wholesale and retail – affecting the composition and structure, methods of socio-economic interaction and adaptation of domestic trade. The trends of transformation of domestic trade presented in the study reflect the changes characteristic of the sphere of trade under the influence of a changing external and internal environment.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2026

Please cite this article as: Salikhova R.R., Dyganova R.R. Trends in the transformation of domestic trade in modern conditions. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2026, iss. 5, pp. 155–164.

DOI: 10.24891/yhjksx EDN: YHJKSX

References

1. Popenkova D.K., Stukalova I.B. [Retail in Russia: trends and challenges]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*, 2024, vol. 2, no. 2, pp. 41–50. (In Russ.)
DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2024.02.02.004 EDN: UNKBLM
2. Salikhova R.R. [Organizational and economic aspects of the transformation of competition in trade]. *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*, 2024, no. 4, pp. 197–203. (In Russ.)
DOI: 10.26726/1812-7096-2024-4-197-203 EDN: VYQQIY
3. Popenkova D.K., Stukalova I.B. [Transformation of retail in the context of digitalization]. *Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava*, 2022, no. 2-1, pp. 89–99. (In Russ.) DOI: 10.17513/vaael.2063 EDN: AGXTAI

4. Ivanov G.G., Zvereva A.O. *Razvitie torgovykh organizatsii v sovremennoi ekonomike: monografiya* [The development of trade organizations in the modern economy: a monograph]. Moscow, Dashkov i K Publ., 2020, 160 p. EDN: HHPNWQ
5. Nikishkin V.V., Tverdokhlebova M.D., Ivanov G.G. [Sourcing strategy in the changing political and economic conditions]. *Marketing MBA. Marketingovoe upravlenie predpriyatiem*, 2016, vol. 7, no. 2, pp. 94–116. (In Russ.) EDN: WMPJND
6. Popenkova D.K., Nikishin A.F. The range of goods at a retail chain: The formation technology. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2019, vol. 10, iss. 6, pp. 1811–1823. DOI: 10.14505/jarle.v10.6(44).24 EDN: MVZJTM
7. Cheglov V.P., Stolyarova A.N. [Trends and features of domestic trade development in Russia in the context of a permanent economic crisis]. *Prakticheskii marketing*, 2019, no. 3, pp. 15–22. (In Russ.) EDN: YZAHTV
8. Salikhova R.R. [Transformation of domestic trade in the context of globalization]. *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*, 2021, no. 3, pp. 22–28. (In Russ.) DOI: 10.26726/1812-7096-2021-3-22-28 EDN: KJUJLI
9. Salikhova R.R., Ivanov G.G. *Transformatsiya vnutrennei torgovli Rossii v sovremennykh usloviyakh: monografiya* [Transformation of Russia's domestic trade in modern conditions: a monograph]. Moscow, INFRA-M Publ., 2022, 151 p.
10. Seifullaeva M., Panasenko S., Ramazanov I. et al. Factors influencing the formation of the image of an “ideal” enterprise in the field of circulation in the context of world economy digitalization. *Relacoes Internacionais no Mundo Atual*, 2022, vol. 3, iss. 36, pp. 784–798. EDN: OKAZEF
11. Mann C.L., Eckert S.E., Knight S.C. *Global Electronic Commers: A Policy Primer*. Washington, Institute for International Economics, 2000, 213 p.
12. Ramazanov I.A., Panasenko S.V., Cheglov V.P. et al. Retail transformation under the influence of digitalisation and technology development in the context of globalisation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2021, vol. 7, iss. 1, pp. 1–21. DOI: 10.3390/joitmc7010049 EDN: REUQYJ
13. Panasenko S.V., Mayorova E.A., Nikishin A.F., Aleksina S.B. *Social performance in trade business*. Tokyo, Kaizosha publishing house, 2018, 36 p. EDN: YXJMJG
14. Salikhova R.R. [Formation of "new combinations" in Russia's domestic trade]. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika firmy*, 2021, vol. 10, no. 1, pp. 79–84. (In Russ.) DOI: 10.12737/2306-627X-2021-10-1-79-84 EDN: GPCTWQ
15. Ivanov G.G., Zvereva A.O., Mamedov O., Garnova A.A. [The duality of creating and developing the infrastructure for distributing goods in trade]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*, 2024, vol. 14, no. 5, pp. 2507–2520. (In Russ.) DOI: 10.18334/epp.14.5.120920 EDN: PZVNXZ
16. Panasenko S.V., Mayorova E.A., Nikishin A.F. *Regulation of assortment policy in trade*. New York, SLOVO\WORD, 2018, 28 p. EDN: YXJPSM
17. Ivanov G.G., Mayorova E.A., Nikishin A.F. *Social trading performance in Russian Regions*. *International Journal of Economic Research*, 2016, vol. 13, iss. 9, pp. 3991–3999. EDN: LJCVPD
18. Panasenko S.V., Cheglov V.P., Maiorova E.A. et al. The role of intangibles in forming the value of online retailers in Russian regions. *International Journal of Ecosystems and Ecology Science*, 2022, vol. 12, iss. 3, pp. 263–272. DOI: 10.31407/ijees12.333 EDN: IVNCFY
19. Cheglov V.P. [Overcoming the labor shortage in systemic retail business amid the digitalization of public consciousness and the economy]. *Menedzhment i biznes-administrirovanie*, 2025, no. 2, pp. 81–89. (In Russ.) DOI: 10.33983/2075-1826-2025-2-81-89 EDN: EXKNFN

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.