

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ



УДК 338.1

Обеспечение экономической безопасности организации розничной сети

В.А. Ермакова, В.В. Зверева, Д.М. Простова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Российская Федерация

Аннотация

Изучены ключевые концепции, касающиеся экономической безопасности как в общем смысле, так и в контексте деятельности торгово-розничной сети. Оценен уровень экономической безопасности ООО «О'Кей», на основе чего выявлены главные угрозы, которые могут препятствовать нормальному функционированию и развитию компании. Кроме того, предложены конкретные направления для укрепления экономической безопасности данной организации в области торгово-розничной сети.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы, укрепление экономической безопасности, внешние факторы, экономическая безопасность организации, уровень экономической безопасности

Для цитирования. Ермакова В.А., Зверева В.В., Простова Д.М. Обеспечение экономической безопасности организации розничной сети. *Молодой исследователь Дона*. 2025;10(3):133–141.

Ensuring Economic Security of a Retail Chain Company

Victoria A. Ermakova, Valeria V. Zvereva, Dina M. Prostova

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russian Federation

Abstract

The basic economic security concepts were studied both in the general context and with regard to the retail trade chains. The economic security level of the “O’Key” LLC was assessed, which enabled identification of the main threats hindering normal work and development of the company. In addition, definite ways of strengthening the economic security of this retail chain company were proposed.

Keywords: economic security, threats, strengthening the economic security, external factors, economic security of a company, economic security level

For Citation. Ermakova VA, Zvereva VV, Prostova DM. Ensuring Economic Security of a Retail Chain Company. *Young Researcher of Don*. 2025;10(3):133–141.

Введение. Экономическая безопасность является ключевым элементом успешной деятельности любой организации, определяющим ее устойчивость и конкурентоспособность в условиях рыночной экономики. В современных условиях, когда наблюдается нарастание как внешних, так и внутренних угроз, способных значительно повлиять на финансово-экономическое положение предприятий, обеспечение надежной системы защиты от потенциальных рисков становится одной из основных задач. Организации, сталкивающиеся с множеством факторов, включая колебания макроэкономических показателей, изменения в законодательном регулировании, усиливающееся конкурентное давление и внутренние управленческие ошибки, вынуждены создавать комплексные механизмы, способные противостоять этим угрозам. Таким образом, разработка эффективной стратегии экономической безопасности, которая включает мониторинг возможных рисков, своевременное выявление кризисных тенденций и создание превентивных мер, становится необходимым условием для устойчивого развития современных предприятий.

Актуальность данной темы определяется рядом существенных факторов. Прежде всего, экономическая безопасность приобретает все большее значение как важнейший элемент общей системы национальной безопасности, способствующий устойчивому социально-экономическому развитию государства. Также современные тенденции экономического роста, вызванные динамическими изменениями как в глобальной, так и в национальной хозяйственной системе, оказывают существенное воздействие на ключевые отрасли экономики, включая сферу

розничной торговли. Усиливающийся прессинг внешних вызовов, влияющих на стабильность функционирования организаций в рамках национального хозяйства, также требует разработки эффективных механизмов, способных нейтрализовать негативные последствия, что делает вопрос обеспечения экономической безопасности предприятий особенно актуальным в современных условиях.

Цель данной работы заключается в определении уровня экономической безопасности организации розничной сети и выявлении перспектив ее укрепления с учетом современных реалий развития.

Основная часть. Экономическая безопасность представляет собой состояние национальной экономики и уровень адаптивности государственных институтов, при котором обеспечивается надежная защита стратегических интересов страны от возможных внутренних и внешних угроз, создавая тем самым условия для устойчивого социально-экономического развития. В рамках данного подхода важно обратить должное внимание на формирование механизмов противодействия негативным факторам, которые могут дестабилизировать хозяйственную систему, а также на снижение зависимости от внешних рисков и укрепление оборонного потенциала, содействующего поддержанию национального суверенитета и экономической самостоятельности [1].

Экономическая безопасность конкретной организации определяется её деятельностью, позволяющей достигнуть рационального и эффективного использования ресурсов, что минимизирует потенциальные риски, предотвращает возможные угрозы и обеспечивает стабильное и непрерывное функционирование в условиях конкурентной среды. Формирование системы экономической безопасности включает в себя комплекс превентивных мер, направленных на защиту финансово-экономических интересов организации, укрепление её рыночных позиций и повышение адаптивности к изменяющимся внешним и внутренним факторам [1].

Сущность экономической безопасности организации в сфере розничной торговли заключается в обеспечении её устойчивости и защищенности от возможных внешних и внутренних угроз посредством реализации комплекса стратегических и оперативных мероприятий. Достижение необходимого уровня экономической безопасности подразумевает системный мониторинг и анализ данных, направленных на своевременное выявление потенциальных рисков, а также разработку эффективных механизмов их нейтрализации. В этом контексте особенно важно найти оптимальные способы реагирования на возникающие угрозы, что позволяет минимизировать возможные негативные последствия и гарантировать стабильное развитие организации в быстро меняющейся рыночной среде [2].

Уровень экономической безопасности той или иной организации тесно связан с защищенностью её ключевых функциональных составляющих, что подчеркивает необходимость их комплексного укрепления. Достижение высокого уровня экономической безопасности требует создания эффективной системы защиты каждого структурного элемента, поскольку их стабильность и надежность напрямую влияют на общую устойчивость организации. Таким образом, максимальная безопасность функциональных компонентов становится необходимым условием формирования крепкого экономического фундамента предприятия и его успешного развития в конкурентной среде.

На рис. 1 представлена примерная структура функциональных составляющих экономической безопасности предприятия.

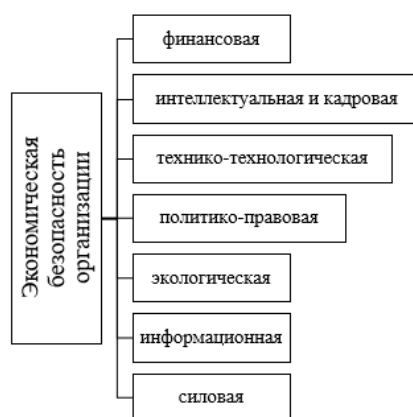


Рис. 1. Функциональные составляющие экономической безопасности организации [1]

Обеспечение экономической безопасности торгового предприятия в современных условиях должно быть направлено на координацию всех элементов системы экономической безопасности. Это возможно только при условии грамотно составленного механизма обеспечения экономической безопасности организации, которому отводится одна из ключевых ролей в управлении компанией. Особую значимость приобретает работающая система внутреннего контроля и управления рисками на предприятии [3].

Для разработки необходимых мероприятий, способствующих обеспечению экономической безопасности, следует определить перечень угроз, с которыми сталкивается предприятие розничной торговли. Угрозы классифицируются в зависимости от их происхождения на внешние и внутренние (рис. 2).



Рис. 2. Внешние и внутренние угрозы экономической безопасности организации [4]

Далее рассмотрим ряд внешних и внутренних угроз экономической безопасности розничной торговли (рис. 3).



Рис. 3. Внешние и внутренние угрозы экономической безопасности организации розничной торговли [4]

Все перечисленные на рис. 2 проблемы свидетельствуют о том, насколько разнообразны угрозы для функционирования организаций. Однако важно отметить, что это не является исчерпывающим списком угроз. Необходимо предпринимать меры для уменьшения влияния указанных угроз на экономическую безопасность ритейлеров.

ООО «О'кей» — российская сеть магазинов, управляемая компанией «О'кей Групп» и строящая торговые комплексы через компанию «Доринда». Группа представлена двумя форматами: гипермаркетами под брендом «О'кей» и дискаунтерами под названием «ДА!» [5].

Далее будет проведена оценка современного уровня экономической безопасности ООО «О'кей», на основе которой будет выявлен уровень экономической безопасности. В таблице 1 представлена оценка финансовой функциональной составляющей экономической безопасности компании «О'кей».

Таблица 1

Интегральная балльная оценка ООО «О'КЕЙ»

Показатель финансового состояния	2018	2018	2019	2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023
	факт. знач.	балл	факт. знач.	балл	факт. знач.	балл	факт. знач.	балл	факт. знач.	балл	факт. знач.	балл
Коэффициент абсолютной ликвидности (L2)	0,3	12	0,2	8	0,2	8	0,2	8	0,1	4	0,3	12
Коэффициент быстрой ликвидности (L3)	0,4	0	0,3	0	0,3	0	0,3	0	0,1	0	0,4	0
Коэффициент текущей ликвидности (L4)	0,9	0	0,8	0	0,8	0	0,7	0	0,3	0	0,9	0
Коэффициент автономии (U1)	0,2	0	0,2	0	0,2	0	0,1	0	0,1	0	0,1	0
Коэффициент обеспеченности собственными средствами (U3)	-1,4	0	-1,3	0	-1,3	0	-2,9	0	-2,6	0	-2,6	0
Коэффициент финансовой независимости в части запасов (U4)	0,6	5	0,6	5	0,6	5	0,7	7,5	0,6	5	0,7	7,5
Итого		17		13		13		15,5		9		19,5

Таким образом, в 2018, 2021 и 2023 годах наблюдался 4-й класс экономической безопасности, что говорит о неустойчивом финансовом состоянии предприятия. Это, в свою очередь, указывает на сложности в осуществлении его деятельности. В период 2019–2020 и 2022 годов уровень финансовой составляющей экономической безопасности перешел в 5-й класс, что свидетельствует о кризисном финансовом состоянии и неспособности компании выполнять свои обязательства, что ставит под угрозу её экономическую устойчивость. В связи с этим ООО «О'кей» необходимо предпринимать меры для повышения уровня финансовой составляющей, для того чтобы иметь возможность функционировать на рынке ритейлеров и развивать свою сеть.

Рассмотрим политико-правовую составляющую ООО «О'кей». В таблице 2 представлены показатели, необходимые для оценки уровня этой составляющей экономической безопасности.

Таблица 2

Оценка правовой составляющей экономической безопасности ООО «О'кей»

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Общее кол-во дел в роли ответчика (Not), ед.	254	280	340	412	514	489
Кол-во не проигранных дел в роли ответчика (Kot), ед.	46	30	13	65	54	59
Общее кол-во дел в роли истца (Ni), ед.	125	138	174	223	259	261
Кол-во не проигранных дел в роли истца (Ki), ед.	23	15	45	63	74	26

Коэффициент не проигранных арбитражных дел (Rap)	0,18	0,11	0,09	0,19	0,15	0,12
Общее кол-во проверок (Nпр), ед.	379	418	514	635	773	750
Кол-во нарушений, связанных с несоблюдением законодательства РФ (Кз), ед.	0	0	0	0	0	0
Кол-во нарушений, связанных с несоответствием внутренних документов (Квн), ед.	0	0	0	0	0	0
Кол-во нарушений, связанных с неспособностью организации своевременно приводить юридический аудит внутренних документов (Км), ед.	0	0	0	0	0	0
Кол-во нарушений, связанных с неэффективной организацией правовой работы (Кэф), ед.	0	0	0	0	0	0
Кол-во нарушений, связанных с нарушением условий договора (Кд), ед.	379	418	514	635	773	750
Коэффициент соблюдения требований законодательства (Рсзн).	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Сумма оплаченных финансовых обязательств, тыс. руб.	2548,3	2522,3	3541	5331,2	54541	49852
Всего финансовых обязательств, тыс. руб.	2548,3	4736,9	6874,8	15451,4	65848,5	68462
Коэффициент платежной дисциплины (Рпл)	1,00	0,53	0,52	0,35	0,83	0,73
Правовая составляющая экономической безопасности (Рпр)	0,37	0,24	0,23	0,24	0,32	0,29

Чтобы определить уровень политико-правовой составляющей экономической безопасности ООО «О`кей» необходимо проанализировать результаты по следующим условиям, представленным в таблице 3.

Таблица 3

Шкала оценки политико-правовой составляющей экономической безопасности [6]

Уровень экономической безопасности	Интервальное значение
Высокий	0,76–1,00
Приемлемый	0,51–0,75
Низкий	0,25–0,50
Опасное состояние	Менее 0,25

Таким образом ООО «О`кей» обладает низким уровнем политико-правовой составляющей экономической безопасности, а в период 2019–2021 годов наблюдалось опасное состояние.

Таблица 4

Уровень экономической безопасности ООО «О`кей»

Показатель	Уровень экономической безопасности					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Финансовая составляющая	Низкий уровень	Опасное состояние	Низкий уровень		Опасное состояние	Низкий уровень
Политико-правовая составляющая	Низкий уровень	Опасное состояние			Низкий уровень	
Итоговый уровень экономической безопасности	Низкий уровень	Опасное состояние				Низкий уровень

На основании данных из таблицы 4 можно отметить, что ООО «О`кей» имеет низкий уровень политико-правовой составляющей, что в некоторые годы приводило к опасному состоянию.

В таблице 5 представлен SWOT-анализ ООО «О`кей», который позволяет выделить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для компании.

Среди сильных сторон ООО «Окей» стоит отметить несколько ключевых аспектов. Во-первых, компания располагает хорошо развитой сетью: ритейлер вышел на рынок в 2002 году и на сегодняшний день насчитывает 243 магазина, расположенных в таких крупных городах, как Москва, Воронеж, Санкт-Петербург, Екатеринбург и других [5]. Во-вторых, «Окей» предлагает широкий ассортимент продукции, представленный приблизительно 30 тысячами наименований, что позволяет удовлетворить разнообразные потребности клиентов. В-третьих, важным конкурентным преимуществом компании является эффективная цепочка поставок. Как указывается в отчетных документах ООО «Окей», «Эффективная цепочка поставок «Окей» является одним из наших конкурентных преимуществ и позволяет удовлетворять потребности клиентов во всех регионах нашего присутствия» [7].

Однако у компании есть и слабые стороны. К числу недостатков можно отнести низкие показатели рентабельности, низкую ликвидность, а также недостаточное внимание к развитию онлайн-продаж. В настоящее время доля онлайн-продаж составляет примерно 2 % от общей выручки, что свидетельствует о необходимости улучшения присутствия «Окей» в цифровом сегменте [7].

Таблица 5

SWOT-анализ ООО «Окей»

Сильные стороны	Слабые стороны
S1 хорошо развитая сеть; S2 широкий ассортимент продукции (30 тыс. единиц продукции); S3 эффективная цепочка поставок.	W1 плохие показатели рентабельности; W2 низкая ликвидность; W3 недостаточное внимание к развитию онлайн-продаж.
Возможности	Угрозы
O1 расширение ассортимента товаров разного ценового сегмента; O2 развитие онлайн-продаж; O3 переключение покупателей на низкие ценовые и функциональные сегменты.	T1 сильная конкуренция на рынке; T2 снижение покупательной способности населения; T3 изменения экономической ситуации.

Среди возможностей можно выделить расширение ассортимента товаров, поскольку многие потребители положительно воспринимают появление новинок [8]. Также важно развитие онлайн-продаж, так как онлайн-магазины продолжают наращивать популярность благодаря удобству и возможности экономии, что отражается в наиболее позитивной динамике в сфере онлайн-продаж [8]. Переключение покупателей на низкие ценовые и функциональные сегменты также составляет потенциальную возможность: уровень продаж товаров, которые составляют основу рациона, не снижается и быстро восстанавливается даже после периода активных закупок [8].

Основными угрозами для компании являются высокая конкуренция, поскольку ООО «Окей» занимает 9-е место среди конкурентов и имеет долю рынка в 1% [9]. Кроме того, следует отметить снижение покупательной способности населения из-за роста инфляции [8], а также изменения в экономической ситуации, которые включают изменения ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации, колебания стоимости валют и санкции, ведущие к росту инфляции.

На основе проведенного SWOT-анализа необходимо выявить согласующиеся пары, которые оказывают взаимодействие друг на друга (таблица 6).

Таблица 6

Вспомогательная матрица SWOT

	S сильные стороны	W слабые стороны	O возможности
T угрозы	S1T1	W1T1 W1T3 W2T3	O1T1
O возможности	S2O1	W1O2	
W слабые стороны	S2W3		

На основе полученных согласующихся пар необходимо описать их взаимодействие и описать стратегическую реакцию (таблица 7).

Таблица 7

Описание взаимодействия согласующихся пар

Пара	Описание взаимодействия	Значимость	Описание стратегической реакции
S1T1	Хорошо развитая сеть магазинов позволяет быть конкурентоспособной организацией.	3	Развитие сети магазинов.
S2O1	Расширение ассортимента товаров позволит привлечь больше покупателей за счёт большого выбора и различного ценового сегмента.	5	Расширение ассортимента товаров.
S2W3	Широкий ассортимент товаров может позволить увеличить прибыль от онлайн-продаж, тем самым повысить уровень конкурентоспособности организации.	5	Расширение ассортимента товаров; развитие онлайн-продаж.
W1T1	Сильная конкуренция на рынке, в совокупности с низкими показателями рентабельности, может снизить позиции в рейтинге ритейлеров и/или привести к банкротству компании.	5	Развитие рекламной кампании; повышение конкурентоспособности компании.
W1T3	Изменения экономической ситуации в худшую сторону негативно сказываются на показателях ликвидности и рентабельности компании.	5	–
W2T3			
W1O2	Развитие онлайн-продаж позволит повысить показатели рентабельности компании.	5	Развитие онлайн-продаж.
O1T1	Расширение ассортимента разных ценовых сегментов позволит стать более привлекательной для покупателей, что, в свою очередь, сделает компанию более конкурентоспособной.	5	Расширение ассортимента.

Таким образом, исходя из проведенного SWOT-анализа и анализа взаимодействия согласующихся пар, ООО «О`кей» сталкивается с несколькими угрозами, среди которых можно выделить наличие сильной конкуренции, низкие финансовые показатели, изменения в экономической ситуации, недостаточное развитие онлайн-продаж и плохая рекламная кампания. Эти угрозы могут негативно повлиять на уровень экономической безопасности компании, поэтому важно определить стратегические направления для нейтрализации данных угроз.

В современных условиях организации и торгово-розничные сети подвергаются различным рискам, которые могут снизить их экономическую безопасность. В данном разделе будут рассмотрены стратегические направления нейтрализации угроз, что в свою очередь обеспечит стабильное развитие ООО «О`кей».

В таблице 8 представлены мероприятия для нейтрализации выявленных угроз и ожидаемый результат.

Таблица 8

Стратегические направления нейтрализации угроз экономической безопасности ООО «О`кей»

Угроза	Стратегические направления нейтрализации угроз экономической безопасности	Ожидаемый результат
Наличие сильной конкуренции	1. Дифференциация и создание конкурентного преимущества: 2. Развитие уникального ассортимента товаров: предложить товары, отсутствующие у конкурентов, или товары с уникальными характеристиками. 3. Создание уникальной концепции магазина: разработать концепцию магазина, которая будет отличаться от предложений конкурентов. 4. Повышение качества обслуживания: разработать программу повышения квалификации сотрудников, создать систему обратной связи, обеспечить комфортные условия для покупателей. 5. Внедрение инновационных технологий: применить новые технологии для оптимизации процессов (например, системы онлайн-заказа, цифровые витрины, автоматизация складских операций). 6. Создание уникального клиентского опыта: разработать программы лояльности, проводить промо-акции, организовывать тематические мероприятия.	Увеличение доли рынка. Повышение лояльности клиентов. Рост узнаваемости бренда.

Низкие финансовые показатели	Оптимизация затрат, повышение эффективности работы и увеличение прибыли: 1. Оптимизация ассортимента товаров: провести анализ спроса, исключить нерентабельные товары, сократить издержки на хранение. 2. Сокращение затрат на логистику: пересмотреть логистические цепочки, оптимизировать маршруты доставки, найти более выгодные варианты хранения. 3. Повышение эффективности работы сотрудников: провести тренинги, внедрить систему мотивации, автоматизировать рутинные операции. 4. Внедрение систем управления запасами: использовать системы прогнозирования спроса, оптимизировать закупочные процессы, сократить потери от брака и просрочки. 5. Поиск новых источников финансирования: изучить возможности привлечения инвестиций, кредитования, государственных субсидий.	Повышение ликвидности. Рост рентабельности. Улучшение финансовой стабильности компании.
Изменение экономической ситуации	Гибкость и адаптация к изменениям рынка: 1. Мониторинг экономических показателей: регулярно анализировать изменения в макроэкономических показателях, чтобы прогнозировать изменения спроса. 2. Диверсификация ассортимента товаров: разработать стратегию, позволяющую быстро переключаться на более востребованные товары. 3. Оптимизация ценовой политики: скорректировать цены в соответствии с изменениями спроса, использовать системы динамического ценообразования. 4. Развитие альтернативных каналов продаж: развивать онлайн-продажи, открывать новые точки продаж в менее затратных форматах. 5. Снижение затрат на операционную деятельность: пересмотреть расходы на персонал, аренду, логистику, оптимизировать процессы.	Сохранение финансовой устойчивости компании. Снижение рисков от нестабильной экономической ситуации. Возможность быстрого реагирования на изменение спроса.
Недостаточное развитие онлайн-продаж	Развитие онлайн-продаж: 1. Создание интернет-магазина: разработать удобный и функциональный интернет-магазин, оптимизировать его под мобильные устройства. 2. Продвижение сайта: запустить контекстную рекламу, оптимизировать сайт под поисковые запросы, вести активность в социальных сетях. 3. Развитие мобильного приложения. 4. Внедрение системы доставки: обеспечить быструю и качественную доставку товаров, разработать удобные варианты доставки. Интеграция онлайн и офлайн: создать систему, позволяющую клиентам заказывать товары онлайн и забирать их в магазине, или наоборот, оформить заказ в магазине и получить его с доставкой.	Увеличение доли рынка. Рост объемов продаж. Повышение узнаваемости бренда. Расширение клиентской базы.
Плохая рекламная кампания	1. Разработка эффективной рекламной кампании: 2. Анализ целевой аудитории: определить целевую аудиторию, ее потребности и предпочтения, выбрать каналы коммуникации. 3. Разработка рекламной концепции: создать уникальное позиционирование бренда, разработать яркие и запоминающиеся креативные идеи. 4. Выбор рекламных каналов: определить наиболее эффективные рекламные каналы. 5. Измерение эффективности рекламной кампании: отслеживать показатели эффективности рекламы, оптимизировать кампанию. 6. Создание системы обратной связи: изучать отзывы клиентов, проводить опросы, чтобы понимать, как реклама влияет на их решения о покупке.	Повышение узнаваемости бренда. Увеличение спроса на товары и услуги. Рост продаж.

Таким образом, выявленные угрозы экономической безопасности ООО «О`кей» подлежат нейтрализации с помощью мероприятий, описанных в таблице 8. Необходимо комплексно использовать различные стратегии, регулярно отслеживать результаты принятых мер, чтобы вовремя выявить слабые места. Это также позволит быстро реагировать на изменения внешней среды, адаптировать действия компании, внедрять новые технологии и подходы для повышения эффективности работы, учитывая потребности клиентов и создавая для них добавленную ценность.

Заключение. На основании изученного материала и проведенного анализа можно сделать вывод, что ООО «Окей» обладает низким уровнем экономической безопасности, что негативно сказывается на финансовом состоянии организации. Выявленные в ходе исследования угрозы оказывают значительное влияние на деятельность компании; поэтому необходимо реализовать меры по нейтрализации и снижению угроз экономической безопасности. Предложенные в таблице 8 меры помогут улучшить финансовое состояние ООО «Окей», а также в целом повысить уровень экономической безопасности организации.

Список литературы

1. Дворякина Е.Б., Силин Я.П., Новикова Н.В. *Экономическая безопасность*. Учебное пособие. 2-е издание, переработанное и дополненное. Екатеринбург: Издательство Уральского государственного экономического университета; 2016. 194 с.
2. Ефимова Е.Г., Гукасян А.О. Современное состояние и перспективы укрепления экономической безопасности организации розничной сети. *Вектор экономики*. 2022;12(78).
3. Тадевосян А.Г. Элементы управления экономической безопасностью предприятия розничной торговли. В: Труды международной научно-практической конференции «Право и общество в условиях глобализации: перспективы развития». Саратов, 12 декабря 2019 года. Саратов: Саратовский социально-экономический институт; 2020. С. 369–375.
4. Бондарь С.В. Факторы и условия обеспечения экономической безопасности организации розничной торговли. В: Труды девятой международной научно-практической конференции «Научные исследования молодых ученых». Пенза, 17 февраля 2021 года. Пенза: Наука и Просвещение; 2021. С. 117–120.
5. *О`КЕЙ*. URL: <https://www.okmarket.ru/about/information-disclosure/> (дата обращения: 15.03.2025).
6. Климова Е.З., Павлова И.А. Оценка уровня правовой составляющей экономической безопасности организации. *На страже экономики*. 2021;4(19):26–33.
7. *Лига Коммерсантов*. URL: <https://www.liga-commerciantov.ru/articles-all-iluha/vliyanie-sanktsii-na-riteil> (дата обращения: 15.03.2025).
8. *Sostav.ru*. URL: <https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-57271.html> (дата обращения: 15.03.2025).
9. *Retail.ru*. URL: <https://www.retail.ru/rbc/tradingnetworks/o-key/> (дата обращения: 15.03.2025).

Об авторах:

Виктория Алексеевна Ермакова, студент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета (620144, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62), ermakova_03@list.ru

Валерия Валерьевна Зверева, студент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета (620144, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62), zverevalera55@gmail.com

Дина Михайловна Простова, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета (620144, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62), citygirl81@yandex.ru

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

About the Authors:

Victoria A. Ermakova, Student of the Regional, Municipal Economics and Management Department, Ural State University of Economics (62, 8 Marta Str., Ekaterinburg, 620144, Russian Federation), ermakova_03@list.ru

Valeria V. Zvereva, Student of the Regional, Municipal Economics and Management Department, Ural State University of Economics (62, 8 Marta Str., Ekaterinburg, 620144, Russian Federation), zverevalera55@gmail.com

Dina M. Prostova, Cand.Sci. (Economics), Associate Professor of the Regional, Municipal Economics and Management Department, Ural State University of Economics (62, 8 Marta Str., Ekaterinburg, 620144, Russian Federation), citygirl81@yandex.ru

Conflict of Interest Statement: the authors declare no conflict of interest.

All authors have read and approved the final manuscript.