

Научная статья  
УДК 323.212  
DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-2-147-154

## Использование системного анализа в изучении тенденций развития розничной торговли Свердловской области

Никита Дмитриевич Воронов<sup>1</sup>, Ольга Александровна Баранова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

<sup>1</sup>nikitos.voronov2015@mail.ru, <sup>2</sup>oa.09.12@mail.ru

### Информация о статье

Статья поступила  
в редакцию 17.04.2023

Одобрена после  
рецензирования 26.05.2023

Принята к публикации  
29.05.2023

### Ключевые слова:

конкуренция, маркетинг, потребительское поведение, ритейл, розничная торговля, системный анализ, структура рынка, территориальная дифференциация, торговое предприятие, торговый формат

Состояние розничной торговли, включая текущий уровень и динамику цен, структуру и обилие ассортимента, территориальную близость торговых точек к покупателям и качество предлагаемой продукции, определяется доступностью потребительских товаров для населения, оказывает огромное влияние на уровень жизни граждан. Территориальная обеспеченность населения предприятиями торговли и оптимальное соотношение стоимости товаров уровню доходов покупателей являются одним из основополагающих условий социально-политической стабильности и устойчивого экономического развития любого региона. Исследования посвящены изучению особенностей розничной торговли Свердловской области и выявлению тенденций её развития в условиях импортозамещения и перестройки логистических цепочек поставок. В исследовании обоснована возможность использования системного анализа в изучении тенденций развития рынка розничной торговли конкретного региона, отличающегося особенностями экономического развития, географического положения, изменчивого покупательского поведения. Использование данного метода позволило решить поставленные задачи (выявление ключевых компонентов системы розничной торговли; определение факторов, влияющих на региональную розничную торговлю и их значения; выявление перспектив развития регионального рынка розничной торговли) и представить розничную торговлю Свердловской области в виде системы множества структурных элементов, уровней управления, внутренних и внешних взаимосвязей. Исследования включают количественный и качественный анализ параметров развития розничной торговли в Свердловской области. Проанализированы актуальные тенденции развития и направления трансформации ритейла, их влияние на рынок Свердловской области с учётом региональной специфики. Сформулированы и выделены ключевые проблемы развития розничной торговли в Свердловской области: территориальная дифференциация торговых сетей, давление федеральных торговых сетей и сокращение торговли, осуществляемой субъектами местного малого и среднего бизнеса, кадровый дефицит, низкое качество торговых площадей и др.

### Original article

## Experience and Significance of the System Analysis in Identifying and Solving Problems of Retail Trade Development in the Sverdlovsk Region

Nikita D. Voronov<sup>1</sup>, Olga A. Baranova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Transbaikal State University, Chita, Russia

<sup>1</sup>nikitos.voronov2015@mail.ru, <sup>2</sup>oa.09.12@mail.ru

### Information about the article

Received April 17, 2023

Approved after reviewing  
May 26, 2023

Accepted for publication  
May 29, 2023

The state of retail trade, including the current level and dynamics of prices, the structure and abundance of the assortment, the territorial proximity of retail outlets to customers and the quality of the products offered, determines the availability of consumer goods for the population, having a huge impact on the standard of living of citizens. The territorial security of the population with trade enterprises and the optimal ratio of the cost of goods to the level of income of buyers are one of the fundamental conditions for socio-political stability and sustainable economic development of any region. The article is devoted to the study of the retail trade features in the Sverdlovsk region and the identification of trends in its development in the context of import substitution and restructuring of logistics supply chains. The study substantiates the possibility of using system analysis in studying the development trends of

**Keywords:**

competition, marketing, consumer behavior, retail, retail trade, system analysis, market structure, territorial differentiation, trade enterprise, trade format

the retail market in a particular region, which differs in features of economic development, geographical location, and volatile consumer behavior. The use of this method has made it possible to solve the tasks set (identifying the key components of the retail trade system; determining the regional retail trade factors and their significance; identifying the prospects for the development of the regional retail trade market) and presenting the retail trade of the Sverdlovsk region as a system of many structural elements, management levels, internal and external relationships. The article contains a quantitative and qualitative analysis of the parameters of the retail trade development in the Sverdlovsk region and the internal and external factors affecting it. The current development trends and directions of retail transformation, their impact on the market of the Sverdlovsk region are analyzed, taking into account regional specifics. The key problems of the retail trade development in the Sverdlovsk region are formulated and highlighted: territorial differentiation of retail chains, pressure from federal retail chains and a reduction in trade carried out by local small and medium-sized businesses, a shortage of personnel, poor quality of retail space, etc.

**Введение.** Актуальность исследования обусловлена важностью розничной торговли для социально-экономического развития конкретного региона и страны в целом, но и значительными трансформациями, которые переживает отрасль на протяжении последних лет. Сфера торговли занимает около 15 % в валовом региональном продукте Свердловской области, предоставляет более 200 тыс. рабочих мест и остается одним из базовых источников доходов регионального и муниципальных бюджетов [6; 9; 10].

Спровоцированный сложной обстановкой на международной арене процесс импортозамещения, активно стартовавший в 2014 г., снижение платежеспособности населения и нестабильность рыночной конъюнктуры вынудили торговые предприятия оперативно корректировать ассортиментную, ценовую и маркетинговую политику. Последовавшая далее пандемия коронавирусной инфекции и противоэпидемические ограничения нанесли огромный экономический ущерб сфере частного предпринимательства, включая ритейл, и коренным образом изменили принципы потребительского поведения, оказав сильнейшее воздействие на структуру рынка розничной торговли. Резкое обострение внешнеполитической ситуации в 2022 г. стало причиной очередной перестройки ландшафта розничной торговли на фоне ухода с российского рынка ряда крупных игроков ритейла и поставщиков товаров, нарушения логистических цепочек, введения жестких экономических санкций, а также случившегося на первоначальном этапе «ценового шока». Все эти события создают серьезные вызовы для участников рынка розничной торговли, что в совокупности с социальной значимостью отрасли формирует высокую актуальность проблематики её развития.

**Объект исследования** – розничная торговля Свердловской области.

**Предмет** – особенности трансформации структуры розничной торговли Свердловской области.

**Цель исследования** состоит в выявлении факторов, определяющих развитие розничной торговли региона, отличающегося географическим положением, специфическим потреблением и развитой промышленностью.

Для реализации поставленной цели необходимо выявить ключевые компоненты системы розничной торговли; определить факторы, составляющие иерархию компонентов розничной торговли и обозначить их значение; выявить общие черты дальнейшего развития регионального рынка розничной торговли.

**Методы исследования.** Оптимальной методикой в данном случае становится системный анализ, предполагающий комплексный, междисциплинарный характер и направленный на единство познавательных функций с прикладными аспектами решения практических задач по преобразованию объекта исследования и разрешению проблемных ситуаций. Будучи современной формой синтеза научных знаний, системный анализ позволяет изучать и проектировать сложные системы, а также управлять ими в условиях неполноты информации и ограниченности ресурсов, концентрируя внимание на лучшей альтернативе. По мнению учёного А. В. Антонова, системный анализ актуален в ситуациях, когда выбор этой альтернативы требует изучения сложно-структурного комплекса информации различной природы. Под эти критерии подходит розничная торговля, в рамках исследования которой наблюдается неоднозначность сценариев развития, информационная асимметрия и высокая степень воздействия экономических, политических, социокультурных, природных и иных факторов.

Авторы многочисленных исследований В. М. Никоноров и В. К. Тютюкин подтверждают тезис об определении розничной отрасли как сложной экономической системы и обосновывают актуальность применения системного анализа к данному объекту особенностями структуры, состоящей из целого ряда подсистем, компонентов и элементов, и максимальной добавленной стоимостью в сравнении с другими секторами народного хозяйства [9]. Экономисты П. Л. Алтухов и Н. В. Алтухова также подчёркивают системный характер ритейла и его интенсивное взаимодействие с внешней средой, что обуславливает необходимость системного подхода к анализу, как отдельных бизнес-процессов, так и деятельности торговых сетей в рамках отрасли [1]. Исследователи Т. В. Гаибова и Д. З. Хабибулина отмечают, что лишь методы системного анализа способны охватить весь комплекс целей, задач и критериев деятельности розничных предприятий для выявления проблем их развития и принятия эффективных управленческих решений. При этом опыт системного анализа не ограничивается организационным уровнем, а экстраполируется на всю отрасль [3].

**Результаты исследования и их обоснование.** Современная наука оперирует множеством подходов к определению структуры розничной торговли, которые встречаются в работах А. А. Анненковой, Л. В. Артемьевой, Е. Е. Синявской, В. М. Никонорова, В. К. Тютюкина, С. В. Щепиной [8; 11]. Самой распространённой является классификация по отраслевому признаку, предусматривающая выделение рынков продовольственных и непродовольственных товаров, которые при исследовательской необходимости дробятся на более мелкие рынки по узким товарным группам. На современном этапе подобная классификация преобразовывается в определение укрупнённых сегментов – товары длительного пользования и товары повседневного спроса, именуемые рынком FMCG [14; 15].

Экономист Э. А. Круг, проанализировав множество научных трудов по исследованию структуры розничной торговли, обобщил широкий спектр классификаций розничных предприятий, выделив такие признаки, как форма собственности, товарная специализация, вид, локализация, масштаб и стационарность торговых объектов, условия реали-

зации товаров, форма обслуживания покупателей, метод продажи, ценовой сегмент и целевая аудитория, тип размещения, степень диверсификации ассортимента, цель маркетинговой стратегии, торговый формат, социально-экономическая роль и положение на рынке [5; 7]. На сегодняшний день наиболее актуальным видится деление на онлайн- и оффлайн-рынки, последние из которых классифицируются по торговым форматам – торговые центры, гипермаркеты, супермаркеты, магазины «у дома», микроотделы и киоски, а также объекты нестационарной торговли.

Для лучшего понимания принципов функционирования розничной торговли, стоит представить её в виде системы, состоящей из функциональных единиц, тесно связанных между собой. Авторская схема иерархии ключевых компонентов системы розничной торговли отражена на рис. 1.

Все элементы представленной системы подвержены постоянной трансформации под воздействием факторов различной природы. Эти факторы условно можно разделить на два уровня. Факторы первого уровня определяют ключевые параметры функционирования рынка розничной торговли и так называемые «правила игры», оказывая влияние на все подсистемы и компоненты ритейла. При этом данное влияние носит односторонний характер, и участники рынка лишь адаптируются под него, не обладая возможностью изменить конфигурацию первичных факторов. В свою очередь факторы второго уровня предполагают специфическое воздействие на особые элементы системы и в значительной степени зависят, как от факторов первого уровня, так и от действий самих игроков рынка розничной торговли посредством механизмов обратной связи. Комплекс факторов первого и второго уровней схематично представлен на рис. 2.

Детальное рассмотрение каждого из функциональных компонентов и влияния на них комплекса факторов, позволяет выявить основные взаимосвязи и определить проблемы/дисфункции всей системы. Далее в рассмотрим воздействие ключевых внешних факторов и тенденций на различные структурные компоненты розничной торговли Свердловской области и проанализируем состояние этих подсистем в связи с данным влиянием.



Рис. 1. Ключевые компоненты системы розничной торговли / Fig. 1. Key components of the retail system



Рис. 2. Природа факторов, определяющих параметры функционирования рынка розничной торговли / Fig. 2. The nature of the factors determining the parameters of the retail market functioning

*Численность населения.* В рамках анализа системы розничной торговли значимую роль играет демографическая проблематика. Количественные и качественные характеристики населения определяют основные параметры рынка его объём и векторы развития, задавая особую конфигурацию для ориентирующей и организующей подсистем. Население Свердловской области с 2000 по 2022 г. сократилось почти на 7 %, за счёт сокращения численности в 59 муниципальных образованиях из 73 существующих. Снижение численности населения оказалось столь высоким, что его не компенсирует рост населения в Екатеринбурге на 15 % [11]. Такая демографическая структура в территориальном разрезе становится одной из базовых причин диспропорций в развитии рынка розничной торговли, а общее снижение показателя численности выступает барьером для устойчивого роста.

Сдерживающее влияние на развитие розничной торговли оказывает и «стареющая» *возрастная структура населения*, поскольку пенсионеры формируют особенное потребительское поведение. Доля жителей старше трудоспособного возраста возросла с 20,7 % в 2000 г. до 24,6 % в 2015 г., а по состоянию на 2021 г. достигла 25,3 %. При этом наиболее быстрый рост демонстрирует категория граждан старше 70 лет, уже превысив уровень 10 % [11]. Стоит также отметить, что территориальное распределение тенденции старения носит неоднородный характер. Наименее заметна она в промышленных агломерациях, так как компенсируется притоком молодёжи и рабочей силы трудоспособного возраста. В малых городах тренд выглядит ощутимее, а наиболее угрожающим старение населения проявляется в сельской местности. Помимо деструктивной трансформации спроса, сокращение трудоспособного населения негативно сказывается на кадровом компоненте подсистемы обеспечения, снижая его ресурсный потенциал на отдельных территориях.

Наряду с демографическими характеристиками большим значением при оценке проблематики розничного рынка обладает *фактор доходов населения*, от которых зависит платежеспособность покупателей, их потребительские ценности и структура востребованных товаров. Реальные доходы населения Свердловской области за 2012–2021 гг. сократились на 17,2 %, а за первые 6 месяцев текущего года упали ещё на 1,9 % [11]. За чертой бедности проживает 367,9 ты-

сяч человек или 8,6 % от общей численности населения. Из положительных тенденций в уровне жизни населения стоит отметить снижение последнего показателя, а также уменьшение коэффициента Джини, измеряющего неравенство доходов до 0,396, в то время как среднероссийские значения остаются выше 0,4 [11].

Специфика рынка розничной торговли Свердловской области во многом определяется *выгодным географическим положением региона*, позволившим получить роль связующего звена между европейской и азиатской частями страны и разместить в регионе многочисленные транспортно-логистические комплексы, что повышает привлекательность Свердловской области для крупных ритейлеров и позитивно отражается на функционировании товарного компонента подсистемы обеспечения.

Сокращение доходов населения генерирует *изменение структуры магазинов розничной торговли* за счёт роста популярности дискаунтеров – магазинов, ценовая политика которых строится на принципе минимальных цен. Отдельно стоит выделить формат жёстких дискаунтеров, получивших распространение на фоне высокой эластичности спроса по цене. Характерными признаками данного формата являются значительное ценовое преимущество, ограниченный ассортимент с низкой долей товаров категории «фреш», паллетная либо коробочная выкладка и использование стеллажей складского типа [2; 13]. Классическим примером жёсткого дискаунтера является торговая сеть «Светофор», открывшая свои магазины уже в 41 населенном пункте Свердловской области и ставшая ключевым игроком на рынке торговли малых и средних городов с депрессивной экономикой. X5 Retail Group также запустила сеть жёстких дискаунтеров «Чижик», насчитывающая 24 торговых точки на территории региона. Действуют 47 магазинов федеральной сети «Доброцен», не сумевшей закрепиться в уральской столице, однако распространившейся в других городах региона. В Екатеринбурге и Нижнем Тагиле функционируют три гипермаркета формата жесткого дискаунтера «Маяк».

В рамках анализа организационного контура розничной торговли стоит обратиться к тенденциям *изменения структуры данной отрасли*, за счет сетевизации сферы торговли с доминированием федеральных и международных компаний, примерами кото-

рых являются «Магнит», «Пятерочка», «Перекресток», «Лента», «О'кей», «Детский мир», «Красное & Белое», «Верный», «ОBI», «М.Видео», «Leroy Merlin», «Metro Cash&Carry» и другие торговые сети, охватившие фактически все сегменты ритейла. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли Свердловской области в июне 2022 г. составила 46,1 %, увеличившись по сравнению с 2010 г. в 3,4 раза [11].

Влияние тренда сетевизации на розничный рынок и региональную экономику неоднозначно. С одной стороны, проникновение федеральных и международных компаний влечет приток инвестиций, увеличение совокупного спроса, улучшение инвестиционного климата и ценовую выгоду для населения. Однако предполагается и негативный эффект – вытеснение проигрывающих конкуренцию уральских компаний, в особенности в сегменте FMCG.

В Свердловской области практически все присутствующие на рынке торговые сети на данный момент запустили сервисы доставки через собственные сайты и мобильные приложения либо посредством онлайн-агрегаторов «Delivery Club», «Яндекс Еда» и «СберМаркет».

Активное развитие *онлайн-сегмента* значительно усилило роль Интернет-магазинов и маркетплейсов в структуре розничных продаж, также оказав мощное воздействие на все компоненты подсистем ориентирования и управления. Лидерами рынка в данной сфере стали компании «OZON», «Wildberries», «AliExpress», «Яндекс Маркет», «Lamoda» и другие известные фирмы, реализующие широкий спектр товаров в Интернет-пространстве и использующие, как свои пункты доставки, так и многочисленные почтовые сервисы. Тренд усиления рекламной «слепоты» и избегания информационного шума обуславливает перестройку маркетинговой политики предприятий.

Указанные тренды проявляются преимущественно в крупных городах Свердловской области, концентрируясь в промышленных агломерациях и фактически минуя малые населенные пункты, где сохранилась «советская» модель потребления и покупательского поведения с доминированием устаревших форматов торговли. Территориальная дифференциация поведенческих характеристик формирует противоречивый запрос перед ор-

ганизующей подсистемой ритейла, вынуждая компании комбинировать подходы к основным бизнес-процессам и применять различные каналы коммуникации с населением [12].

**Выводы.** Розничная торговля является сложной экономической системой и обладает многокомпонентной структурой, разветвленными внутренними и внешними связями, высокой степенью эластичности к большому количеству внешних факторов, определяющих параметры функционирования системы. Именно сложность системы розничной торговли обуславливает актуальность применения системного анализа как наиболее эффективного метода исследования по отношению к данному объекту, что подтверждают многие экономисты.

В ходе исследования проанализировано влияние основных факторов и тенденций на развитие розничной торговли в Свердловской области, основными из которых стали сокращение численности и старение населения, усиление территориальных диспропорций в социально-экономическом развитии районов, снижение реальных доходов жителей региона, увеличение цен на коммерческую недвижимость, сетевизация сферы ритейла, цифровая трансформация и рост онлайн-продаж, а также тренды рекламной «слепоты», осознанного потребления, здорового образа жизни и снижения интереса покупателей к гипермаркетам.

Ответом системы на указанные вызовы можно отнести распространение магазинов «у дома» с акцентом на формате дискаунтеров, развитие онлайн-сервисов продаж и доставки во всех товарных сегментах, появление торговых точек с приоритетным позиционированием экологичности и здорового питания, увеличение доли промо-предложений в общем ассортименте, перестройку маркетинговой политики и автоматизацию основных бизнес-процессов. При этом выделены проблемы, препятствующие развитию розничной торговли в Свердловской области, включая территориальную дифференциацию в развитии сферы, экспансию федеральных торговых сетей в ущерб местному малому и среднему предпринимательству, острый кадровый дефицит, низкую доступность качественных торговых площадей [4] и несовершенство государственного регулирования розничной деятельности на федеральном и региональном уровнях.

### Список литературы

1. Алтухов П. Л., Алтухова Н. В. Системный подход к развитию розничных торговых сетей // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. № 5. С. 38–41.
2. Воронкевич А. Б. Изменение особенностей потребительского поведения на рынке товаров массового потребления под влиянием цифровизации в России // Практический маркетинг. 2020. № 7. С. 10–18.
3. Гаибова Т. В., Хабибулина Д. З. Использование системного подхода к анализу данных розничной торговли // Технические науки – от теории к практике. 2012. № 9. С. 37–41.
4. Грибовский С. В. К вопросу о качестве кадастровой оценки объектов недвижимости для целей налогообложения // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2019. № 9. С. 24–29.
5. Ильенкова К. М. Основные этапы реализации категорийного менеджмента в торговых компаниях // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2018. № 6. С. 130–142.
6. Карх Д. А., Гаянова В. М., Фадеева З. О. Розничная торговля Свердловской области: проблемы логистики и интеграции // Управленец. 2017. № 5. С. 104–111.
7. Круг Э. А. Актуализированные признаки классификации розничных торговых предприятий: позиции разных авторов // Проблемы экономики и менеджмента. 2013. № 4. С. 36–44.
8. Никоноров В. М., Тютюкин В. К. Торговля и её элементы, системный подход // Российское предпринимательство. 2015. № 16. С. 4119–4126.
9. Разорвин И. В., Шарапова В. М., Усова Н. В. Сегментация потребительских рынков крупных городов Урала как инструмент формирования маркетинговых приоритетов их развития // Вопросы управления. 2016. № 1. С. 66–76.
10. Синявская Е. Е. Современные парадигмы российского ритейла // Петербургский экономический журнал. 2020. № 3. С. 32–42.
11. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 15.11.2022). Текст: электронный.
12. Чеглов В. П. Проблемы регулирования торговой деятельности в Российской Федерации и пути их решения // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2019. № 3. С. 43–50.
13. Щепина С. В. Развитие существующих и альтернативных форматов торговли сетевого ритейла в условиях пандемии // Baikal Research Journal. 2021. Т. 12, № 2. С. 1–10.
14. Daniel R. Denison. Corporate Culture and Organizational Effectiveness. New York: Wiley, 1997. 296 p.
15. Laudon K. C., Laudon J. P. Management Information Systems. Managing the Digital Firm. 7th ed. London: Pearson Education Publ., 2004. 520 p.

### References

1. Altukhov P. L., Altukhova N. V. A systematic approach to the retail trade networks' development. Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University, no. 5, pp. 38–41, 2017. (In Rus.).
2. Voronkevich A. B. Changing the characteristics of consumer behavior in the market of consumer goods under the influence of digitalization in Russia. Practical marketing, no. 7, pp. 10–18, 2020. (In Rus.).
3. Gaibova T. V., Khabibulina D. Z. Using a systematic approach to the analysis of retail data. Technical sciences – from theory to practice, no. 9, pp. 37–41, 2012. (In Rus.).
4. Gribovsky S. V. To the question of the quality of the cadastral valuation of real estate for tax purposes. Property relations in the Russian Federation, no. 9, pp. 24–29, 2019. (In Rus.).
5. Ilyenkova K. M. The main stages of the category management implementation in trading companies. Bulletin of the Russian Economic University. G. V. Plekhanov, no. 6, pp. 130–142, 2018. (In Rus.).
6. Karkh D. A., Gayanova V. M., Fadeeva Z. O. Retail trade in the Sverdlovsk region: problems of logistics and integration. Manager, no. 5, pp. 104–111, 2017. (In Rus.).
7. Krug E. A. Updated signs of the classification of retail trade enterprises: positions of different authors. Problems of Economics and Management, no. 4, pp. 36–44, 2013. (In Rus.).
8. Nikonorov V. M., Tyutyukin V. K. Trade and its elements, a systematic approach. Russian Journal of Entrepreneurship, no. 16, pp. 4119–4126, 2015. (In Rus.).
9. Razorvin I. V., Sharapova V. M., Usova N. V. Segmentation of consumer markets in large cities of the Urals as a tool for the formation of marketing priorities for their development. Management Issues, no. 1, pp. 66–76, 2016. (In Rus.).
10. Sinyavskaya E. E. Modern paradigms of Russian retail. Petersburg Economic Journal, no. 3, pp. 32–42, 2020. (In Rus.).
11. Federal State Statistics Service. Web. 15.11.2022. <https://rosstat.gov.ru>. (In Rus.).
12. Cheglov V. P. Problems of regulation of trading activities in the Russian Federation and ways to solve them. Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N. I. Lobachevsky. Series: Social Sciences, no. 3, pp. 43–50, 2019. (In Rus.).
13. Shchepina S. V. Development of Existing and Alternative Trade Format of Chain Retail in a Pandemic. Baikal Research Journal, vol. 12, no. 2, pp. 1–10, 2021. (In Rus.).

14. Daniel R. Denison. Corporate Culture and Organizational Effectiveness. New York: Wiley, 1997. (In Eng.).
15. Laudon K. C., Laudon J. P. Management Information Systems. Managing the Digital Firm. 7th ed. London: Pearson Education Publ., 2004. (In Eng.).

#### **Информация об авторах**

---

*Воронов Никита Дмитриевич*, аспирант, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия; nikitos.voronov2015@mail.ru. Область научных интересов: трансформация сферы услуг, сетевизация сферы услуг, конкурентоспособность субъектов малого и среднего бизнеса в сфере услуг.

*Баранова Ольга Александровна*, канд. геогр. наук, доцент, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия; oa.09.12@mail.ru. Область научных интересов: институциональная экономика, управление социально-экономическими процессами территории.

#### **Information about the authors**

*Voronov Nikita D.*, postgraduate, Transbaikal State University, Chita, Russia; nikitos.voronov2015@mail.ru. Research interests: transformation of the service sector, networkization of the service sector, competitiveness of small and medium-sized businesses in the service sector.

*Baranova Olga A.*, candidate of geological sciences, associate professor, Transbaikal State University, Chita, Russia; oa.09.12@mail.ru. Research interests: institutional economics, management of socio-economic processes of the territory.

#### **Вклад авторов в статью**

---

Н. Д. Воронов – анализ состояния рынка розничной торговли Свердловской области, выбор метода исследования, сбор материалов, библиографии, написание текста.

О. А. Баранова – руководство написания и корректировка текста, согласование статистического анализа данных.

#### **The authors' contribution to the article**

N. D. Voronov – analysis of the retail market state in the Sverdlovsk region, choice of the research methods, collection of materials, bibliography, writing the text.

O. A. Baranova – guidance in writing and correcting the text, coordination of statistical data analysis.

#### **Для цитирования**

---

Воронов Н. Д., Баранова О. А. Использование системного анализа в изучении тенденций развития розничной торговли Свердловской области // Вестник Забайкальского государственного университета. 2023. Т. 29, № 2. С. 147–154. DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-2-147-154.

#### **For citation**

Voronov N. D., Baranova O. A. Experience and significance of the system analysis in identifying and solving problems of retail trade development in the Sverdlovsk region // Transbaikal State University Journal. 2023. Vol. 29, no. 2. P. 147–154. DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-2-147-154.