

УДК 338

БЛОЧНАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ РИСКОВ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

С.В. Кузнецова

Ивановский государственный химико-технологический университет

В статье представлены результаты анализа рынка розничной торговли на основе экспертной модели оценки рисков, с учетом основных факторов риска, связанных с деятельностью компаний розничной торговли; выявлены корпоративные финансовые риски, присущие рынку розничной торговли. В ходе исследования рынка розничной торговли автором разработана модель оценки рисков, заключающаяся в установлении экспертами групп факторов, воздействующих на риски, присущие торговой отрасли, а также в определении их экспертных оценок, анализе рисков факторов посредством SWOT-анализа, дальнейшей их оценке и классификации.

Ключевые слова: риск, классификация рисков, модель оценки рисков, розничная торговля.

Актуальность темы исследования. Риск, являясь неотделимой частью экономической, политической, социальной жизни общества неизбежно сопровождает все сферы деятельности и направления любой организации, которая функционирует в условиях рынка. В связи с этим главным и неперемным критерием нормальной дееспособности современного предприятия является умение высшего руководства, опираясь на строго научную основу прогнозировать, проводить профилактику, рационально контролировать и эффективно управлять рисками. Риск связан с управлением и напрямую зависит от эффективности, обоснованности и своевременности управленческих решений.

Современный этап развития российских компаний характеризуется существенным ростом интереса к тематике корпоративного управления, которое становится всё более технологичным, точным и измеряемым. Корпоративное управление связано с акционерной формой организации компании, охватывает внешнюю для неё сферу деятельности и оперирует инструментами, переходящими границы юридических лиц.

Структурные преобразования в экономике России требуют новых систем управления, позволяющих повышать эффективность хозяйственной деятельности предприятий. Динамизм внешней среды

организации, проявляющийся в изменении запросов потребителей и усилении конкурентной борьбы, вынуждает предпринимателей принимать нестандартные решения, осознанно идти на так называемый разумный риск. Ввиду возможности появления для отдельной производственно-хозяйственной единицы больших потерь, связанных с реализацией экономического риска, проблема управления рисками на уровне фирмы особенно важна

В любой предпринимательской деятельности риск присутствует постоянно. [2]

Исследования ученых (в первую очередь А.С. Лифшица, В.В. Глушенко, М.А. Вортмана) показывают, что четверть предприятий прекращает свою деятельность из-за управленческой некомпетентности предпринимателей и их неготовности осуществлять управленческие функции, особенно стратегического характера, по причине отсутствия в парадигме управления звена учета рисков и управления рисками. В современных условиях деятельность каждого хоз. субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений [4]. Следовательно, необходимо внедрение в практику хозяйствования качественно иной управленческой парадигмы, позволяющей учитывать различные ситуации с позиции множества участников корпоративных отношений,

осуществляющихся в условиях неопределенности и риска. Для этого, в свою очередь, требуется применение совокупности приемов и методов, позволяющих не только анализировать текущую ситуацию, связанную с возникновением тех или иных рисков ситуаций, но и прогнозировать будущие события с высокой точностью. Таким образом, не вызывает сомнений факт, что риски на современном предприятии необходимо учитывать и по возможности снижать, что и объясняет актуальность выбранной темы.

В ходе исследования разработана модель оценки рисков, заключающаяся в установлении экспертами групп факторов, воздействующих на риски, присущие торговой отрасли, а также в определении их экспертных оценок, анализе рисков факторов посредством SWOT-анализа, дальнейшей оценке и классификации.

Для оценивания рисков деятельности компаний была рассмотрена экспертная модель рисков (ЭМР), разработанная А.В. Моргуновым и А.Н. Полетайкиным, которая дает возможность учесть степень согласованности групп экспертов, оценить риски, установить область риска и его уровень [1].

Следует отметить, что данная модель разработана для оценки риска предприятий машиностроительной отрасли. Однако, по мнению автора, она также могла бы быть использована для построения модели рисков предприятий и других отраслей, например, на предприятиях торговой отрасли. Это объясняется тем, что структура данной модели включает в себя некоторые элементы анализа, которые носят общий характер и их легко адаптировать для любой отрасли. Например, при формировании экспертной группы нет необходимости менять источники аргументации, касающиеся количества лет работы эксперта в отрасли, степени его образованности в области обсуждаемой проблемы, отсутствии личной заинтересованности и т.д. В данном случае изменяться будет только сфера

этих интересов (отрасль исследования). В других блоках модели отличие будет состоять только в выборе тех групп факторов и самих факторов в частности, которые присущи только торговой отрасли и выявлены по результатам предварительно проведенного SWOT-анализа.

Новизной в использовании данной модели, помимо перечисленных выше положений, является формирование корпоративных рисков не только по отдельной компании, как это предлагается в машиностроительной отрасли, но и целом по всем компаниям, представляющим торговую отрасль региона исследования, а также составление прогноза уровня риска по отрасли в целом.

Отметим, что при моделировании корпоративных финансовых рисков будем исходить не только из оценки рисков каждого предприятия в отдельности, но также на основе сравнительного анализа полученных результатов выявлять риски, характерные конкретно для рассматриваемой отрасли и для большинства предприятий, осуществляющих в ней свою деятельность. Следовательно, исходя из поставленных задач, схема экспертной модели рисков будет выглядеть следующим образом (рис. 1).

Таким образом, цель данного исследования заключалась в выявлении основных корпоративных финансовых рисков наиболее крупных компаний, осуществляющих свою деятельность в торговой отрасли, и формирование рисков, характерных для отрасли в целом.

В качестве основных задач определим следующие мероприятия:

- определить группу экспертов для реализации метода экспертных оценок;
- выявить группу внешних факторов риска, оказывающих воздействие на результаты деятельности предприятия;
- оценить факторы, оказывающие наибольшее влияние на возникновение риска деятельности компании;

- оценить возможные области риска деятельности компании на основе сравнительного анализа;
- обобщить полученные результаты по каждой компании и сформировать корпоративные финансовые риски торговой отрасли.

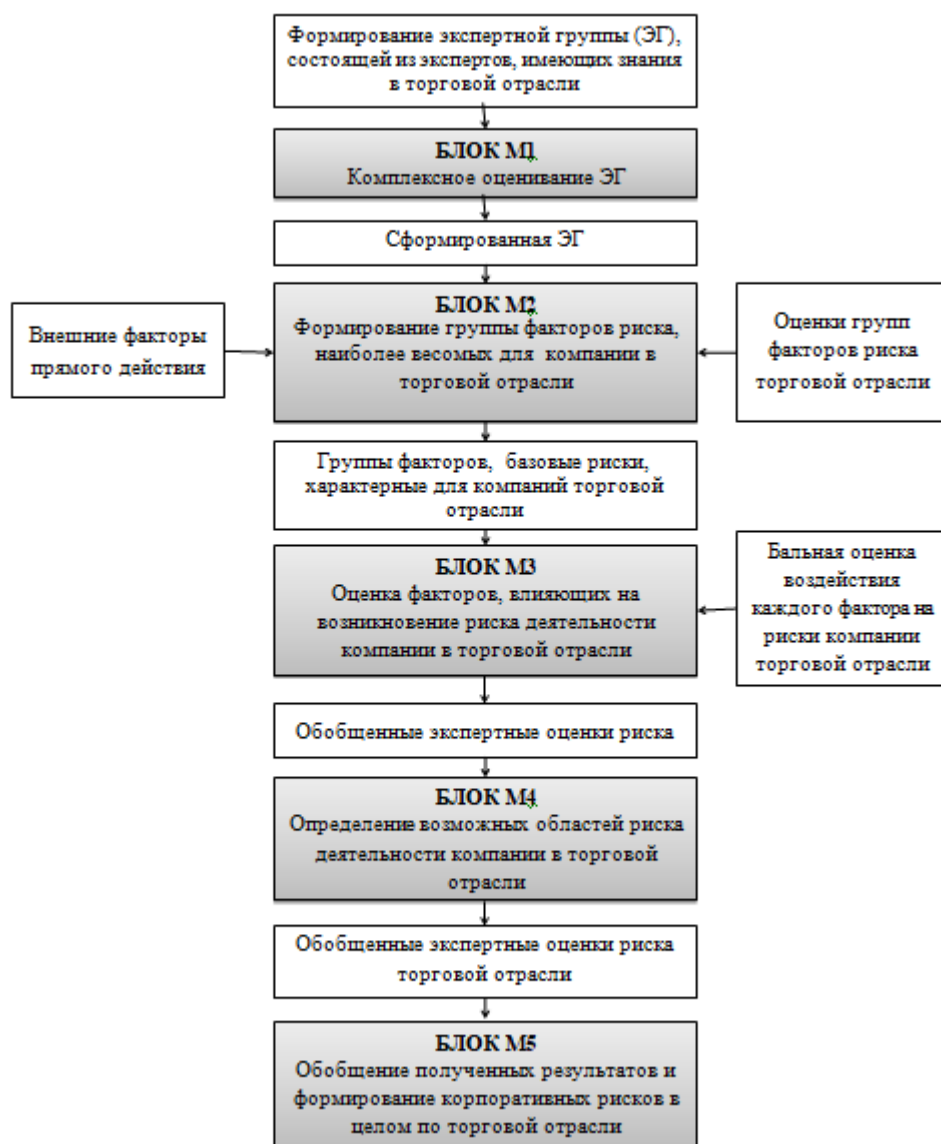


Рис. 1. – Авторская модель экспертной оценки рисков для торговой отрасли

Объектом исследования выступают наиболее крупные компании отрасли - ПАО «Магнит», X5 Retail Group N.V., «Ашан Ритейл Россия», ГК «ДИКСИ, группа компаний», ООО «Лента», ООО «О'Кей». Выполним оценку рисков по каждому блоку.

Блок М 1 схемы экспертной оценки рисков предполагает формирование группы экспертов, которые будут прово-

дить оценку. В качестве экспертов были выбраны лица, имеющие опыт работы в обсуждаемой области и обладающие знаниями в этой сфере, но при этом не имеющие прямого отношения к объекту исследования и обладающие деловой хваткой:

- генеральный директор ООО «Ласко Текстиль Групп»;
- директор ООО «Геллен опт»;

- генеральный директор ООО «Альба-В»;
- генеральный директор ООО «Лесопромышленная компания Ивановец».

Оценку аргументированности ответа эксперта произведем посредством балльной оценки с помощью пятибалль-

ной шкалы, которая позволит оценить уровень влияния каждого вида источника на высказанное им мнение. Полученные оценки влияния каждого источника на степень аргументации отразим в таблице 1.

Таблица 1

Оценка аргументированности группы экспертов

Источник аргументации	Балльная оценка и степень влияния источника на мнение эксперта			
	«1»	«2»	«3»	«4»
1	2	3	4	5
Количество лет работы в обсуждаемой области	3	4	5	2
Степень образованности в области обсуждаемой проблемы	4	5	4	3
Отсутствие личной заинтересованности в обсуждаемой проблеме	3	3	4	4
Деловитость, интуиция эксперта	3	4	5	4

Сформируем данные об уровне аргументированности экспертов в области изучаемого вопроса, а также произведем общую оценку аргументированности j -го

эксперта, используя формулы 1.1-1.2. Значения полученных результатов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Оценка уровня аргументированности экспертов в области изучаемого вопроса

Источник аргументации	Балльная оценка и степень влияния источника на мнение эксперта			
	«1»	«2»	«3»	«4»
1	2	3	4	5
Количество лет работы в обсуждаемой области (U_1)	$3 / 5 = 0,6$	$4 / 5 = 0,8$	$5 / 5 = 1,0$	$2 / 5 = 0,4$
Степень образованности в области обсуждаемой проблемы (U_2)	$4 / 5 = 0,8$	$5 / 5 = 1,0$	$4 / 5 = 0,8$	$3 / 5 = 0,6$
Отсутствие личной заинтересованности в обсуждаемой проблеме (U_3)	$3 / 5 = 0,6$	$3 / 5 = 0,6$	$4 / 5 = 0,8$	$4 / 5 = 0,8$
Деловитость, интуиция эксперта (U_4)	$3 / 5 = 0,6$	$4 / 5 = 0,8$	$5 / 5 = 1,0$	$4 / 5 = 0,8$
Комплексная оценка аргументированности $A_j U_1 * U_2 * U_3 * U_4 / 4$	0,65	0,80	0,90	0,65
Соответствие условию $AЭ_j > 0,5$	да	да	да	да

Как видно из проведенной оценки, двое экспертов (эксперты «2» и «3») имеют самый высокий из всех уровень

аргументированности при изучении данного вопроса, поскольку полученная их комплексная оценка близка к единице.

Двое других экспертов получили оценку, превышающую значение 0,5. Следовательно, их также можно привлечь в группу экспертов по оценке изучаемого вопроса. В целом выбранная группа экспертов однородна и ее можно допустить к анализу уровня риска.

Блок М 2 заключается в построении факторов риска, которые устанавливаются экспертами на основании проведенного ранее SWOT-анализа по каждой компании, а также оценка каждой группы факторов.

Выбранная группа экспертов определяет основные факторы, воздействующие на результаты деятельности каждой принятой к анализу компании, и проводит оценку степени их влияния.

Для ПАО «Магнит», согласно SWOT-анализу, все факторы можно сгруппировать в три основные группы:

- 1) персонал – риски, связанные с деятельностью персонала;
- 2) конкуренты – риски, связанные с конкуренцией в торговой отрасли товарами повседневного спроса;
- 3) экономическая и политическая нестабильность.

Определим значимость каждой группы при оценке анализируемого риска с помощью десятибалльной шкалы по формуле 1.

$$WGk = BGkj / \sum BGkj, \sum WGk = 0,1 \leq WGk \leq 1, \quad (1)$$

где WGk - вес k-ой группы факторов риска;

BGkj - балльная оценка j-ой экспертом k-ой группы факторов, воздействующих на анализируемый риск.

Обобщенную оценку экспертов по каждой группе отразим в таблице 3.

Таблица 3

Основные группы факторов риска, воздействующих на результаты деятельности ПАО «Магнит»

Группа факторов	Эксперт 1		Эксперт 2		Эксперт 3		Обобщенная оценка экспертов по группе, WGk
	Балл	WGkj	Балл	WGkj	Балл	WGkj	
1	2	3	4	5	6	7	8
1-я группа	6	0,26	5	0,25	3	0,14	$(0,26+0,25+0,14)/3 = 0,22$
2-я группа	8	0,35	7	0,35	9	0,41	$(0,35+0,35+0,41)/3 = 0,37$
3-я группа	9	0,39	8	0,40	10	0,45	$(0,39+0,40+0,45)/3 = 0,42$
Итого	23	1,00	20	1,00	22	1,00	1,00

Таким образом, по результатам оценки было определено, что наиболее значимой для экспертов оказалась 3-я группа факторов, отражающих экономическую и политическую нестабильность. На долю этих факторов пришлось 42%. На втором месте по значимости – группа факторов, связанных с конкуренцией на исследуемом рынке.

Аналогичным образом произведен выбор групп факторов и их оценка по другим компаниям изучаемой отрасли.

По результатам оценки, наиболее значимой для экспертов оказалась 1-я

группа факторов, отражающая риски, связанные с конкуренцией в отрасли, а также финансами и маркетингом. На долю этих факторов пришлось 26 и 25% соответственно. На втором месте по степени влияния располагается 3-я группа, характеризующая риски экономики (18%).

Таким образом, по результатам проведенного анализа в данном блоке можно отметить, что согласно обобщенным оценкам экспертов, основными группами факторов, которые оказывают наибольшее влияние на деятельность

компаний торговой отрасли, являются выделенные в (табл. 4).

Как видно из таблицы, наибольшее влияние на деятельность компаний торговой отрасли оказывает отсутствие стабильности в экономике и законодательстве. В следующем блоке схемы проведем более глубокий анализ выявленных групп факторов.

Блок М3 представляет собой модель оценки уровня риска деятельности

предприятия, составление которой производится после установленных экспертами групп факторов и базовых факторов, воздействующих на риск, и определения их экспертных оценок. В том случае, если фактор группы не является источником возникновения риска, то эксперт выставляет ему оценку «1», а если фактор максимально воздействует на появление риска, то оценку «10».

Таблица 4

Группы факторов, воздействующих на результаты деятельности компаний торговой отрасли

Группы факторов	Компании и оценка факторов
1	2
Экономическая и политическая нестабильность	ПАО «Магнит» (42%) X5 Retail Group N.V. (36%) ГК «ДИКСИ» (33%) ООО «Лента» (33%)
Конкуренция	X5 Retail Group N.V. (35%) ООО «Окей» (26%)
Торговый процесс и персонал	ГК «ДИКСИ» (35%) ООО «Лента» (35%)
Потребители	«Ашан Ритейл Россия» (33%)
Маркетинг	ООО «Окей» (25%)

Выполним оценку факторов, оказывающих влияние на возникновение риска по каждому из исследуемых предприятий, на основе ранее полученных в

Блоке М2 оценок. Оценка факторов, влияющих на возникновение риска деятельности ПАО «Магнит» представлена в таблице 5.

Таблица 5

Оценка факторов, влияющих на возникновение риска деятельности ПАО «Магнит»

Группы факторов риска и базовые риски, входящие в них	Оценка вероятностей воздействия фактора на риск				
	Вес	Эксперты			Расчет средневзвешенной оценки
		1	2	3	
1	2	3	4	5	6
Группа 1 - Персонал	0,22				
1.1. Невысокий доход работников торгов. зала.	0,12	5	4	5	$0,12 \cdot (5+4+5) / (3 \cdot 10) = 0,06$
1.2. Высокая текучесть кадров	0,31	8	7	9	$0,31 \cdot (8+7+9) / (3 \cdot 10) = 0,25$
1.3. Большая загруженность работой	0,28	3	4	4	$0,28 \cdot (3+4+4) / (3 \cdot 10) = 0,10$
1.4. Трудности в подборе квалиф. персонала	0,29	7	5	6	$0,29 \cdot (7+5+6) / (3 \cdot 10) = 0,17$

Продолжение табл. 5					
Обобщающая оценка по группе 1		0,12	0,11	0,13	$0,22*(0,06+0,25+0,10+0,17)=0,13$
Группа 2 - Конкуренты	0,37				
2.1. Высокий уровень конкуренции в отрасли	0,33	3	5	4	$0,33*(3+5+4)/(3*10)=0,13$
2.2. Наличие серьезных конкурентов	0,39	8	9	7	$0,39*(8+9+7)/(3*10)=0,31$
2.3. Постоянное растущее число конкурентов	0,28	7	6	5	$0,28*(7+6+5)/(3*10)=0,17$
Обобщающая оценка по группе 2		0,22	0,25	0,20	$0,37*(0,13+0,31+0,17) = 0,23$
Группа 3 - Экономическая и политическая стабильность	0,42				
3.1 Воздействие экон. стабильности на потребительский спрос	0,44	8	9	7	$0,44*(8+9+7)/(3*10)=0,35$
3.2 Возникновение неблагоприятных условий в результате конфликтов между фед.и и рег. органами власти	0,25	7	7	6	$0,25*(7+7+6)/(3*10)=0,17$
3.3 Отрицательное влияние политической нестабильности на стоимость инвестиций и акций компании	0,31	7	6	7	$0,31*(7+6+7)/(3*10)=0,21$
Обобщающая оценка по группе 3		0,30	0,30	0,28	$0,42*(0,35+0,17+0,21) = 0,30$
Обобщенная оценка уровня риска экспертами		0,65	0,66	0,60	$0,13 + 0,23 + 0,30 = 0,66$

Согласно представленным в таблице 5 данным, одним из главных факторов, оказывающих влияние на деятельность ПАО «Магнит» является, влияние экономической нестабильности экономики на потребительский спрос. На втором месте – присутствие в отрасли серьезных конкурентов, на третьем месте – высокая текучесть персонала.

Аналогичным образом осуществлялась оценка факторов, влияющих на возникновение риска деятельности по другим компаниям изучаемой отрасли.

На деятельность компании X5 Retail Group N.V. первостепенное влияние оказывает инфляционные процессы в экономике и ее нестабильность. На WTO

ром месте находятся риски, связанные с торговым процессом, а именно большое количество товаров китайского производства, характеризующиеся высоким процентом брака. На третьем месте риски, связанные со сложностью для компании в завоевании новых рынков сбыта продукции.

На деятельность «Ашан Ритейл Россия» первостепенное влияние оказывают риски, связанные с потребителями. В частности это риск возникновения проблем, связанных с качеством товаров, его обмена, в случае несоответствия. На втором месте большое количество конкурентов в данной отрасли, на третьем – недостаточный уровень сервиса, что выражается частыми случаями переполненности

магазинов, некорректному обслуживанию потребителей в связи с низким уровнем квалификации торгового персонала.

Риски деятельности ГК «ДИКСИ» связаны с инфляционными процессами в экономике России и вероятностью очередного финансового кризиса, что оказывает дестабилизирующее влияние на финансовое состояние компании. На втором месте стоят риски, связанные с торговым процессом в компании, обуславливающиеся высокой долей продукции, не пользующейся спросом в ассортименте магазинов. На третьем месте – риски, связанные с высоким уровнем конкуренции, снижающей доходы компании.

Риски деятельности ООО «Лента» связаны с отсутствием возможности прогнозирования действий конкурентов на

рассматриваемом рынке, недостаточно эффективное использование собственных средств компании и высокий уровень конкуренции.

Риски деятельности ООО «О'Кей» обуславливаются выходом на рынок федеральных конкурентов, недостаточный имидж компании на рынке и неблагоприятное изменение цен на продукты.

Блок М 4. На основе полученных данных по компаниям, определим области риска, сравнивая полученные экспертами обобщенные оценки уровня риска со шкалой возможных областей риска деятельности компаний, которая представлена А.В. Моргуновым и А.И. Полетайкиным в разработанной ими методике по управлению корпоративными рисками (табл. 6).

Таблица 6

Шкала возможных областей риска деятельности компании

Величина риска	Наименование области риска
1	2
0	Безрисковая область
(0,01 - 0,25)	Область минимального риска
(0,25 - 0,50)	Область повышенного риска
(0,51 - 0,75)	Область критического риска
(0,75 - 1,00)	Область недопустимого риска

В таблице отразим обобщенные оценки уровней риска рассмотренных

компаний и определим области риска в соответствии со шкалой, представленной выше (табл. 7).

Таблица 7

Определение возможных областей риска компаний торговой отрасли

Наименование компании	Обобщенная оценка уровня риска	Наименование области риска
1	2	3
ПАО «Магнит»	0,65	Область критического риска
X5 Retail Group N.V	0,63	Область критического риска
«Ашан Ритейл Россия»	0,59	Область критического риска
ГК «ДИКСИ»	0,64	Область критического риска
ООО «Лента»	0,62	Область критического риска
ООО «О'Кей»	0,58	Область критического риска

Как видно из представленных данных, значения обобщенных оценок уровня риска всех компаний попадает в диапазон величины риска от 0,51 до 0,75,

что соответствует области «критического риска». Степень согласованности при оценке вероятности возникновения риска представлена в таблице 8.

Таблица 8

Определение степени согласованности по оценкам вероятности возникновения риска

Наименование компании	Обобщенные оценки уровня риска по экспертам			Обобщенная оценка уровня риска в целом по компании	Средне-квадратическое отклонение σ	Обобщенная взвешенная оценка риска $R_{вр}$
	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3			
1	2	3	4	5	6	7
ПАО «Магнит»	0,65	0,66	0,60	0,65	0,029	0,044
X5 Retail Group N.V	0,63	0,61	0,62	0,63	0,013	0,020
«Ашан Ритейл Россия»	0,61	0,53	0,54	0,59	0,045	0,076
ГК «ДИКСИ»	0,59	0,57	0,66	0,64	0,050	0,079
ООО «Лента»	0,61	0,66	0,61	0,62	0,025	0,041
ООО «ОКей»	0,55	0,53	0,57	0,58	0,029	0,050

По произведенным расчетам можно отметить, что все полученные значения близки к нулю, следовательно, при анализе уровня анализируемого риска степень согласованности экспертов достаточно высокая, и в соответствии со шкалой возможных областей риска деятельности компаний вероятность появления анализируемого риска, например,

ПАО «Магнит» составляет 0,65 и является достаточно точной расчетной оценкой.

Блок М5. На данном этапе сформируем основные корпоративные риски на основе выявленных ранее факторов, оказывающих значительное влияние, по мнению экспертной группы, на деятельность ведущих компаний торговой отрасли сегмента FMCG-торговли (табл. 9).

Таблица 9

Основные корпоративные риски торговой отрасли

Группы факторов риска	Базовые риски, входящие в группы
1	2
1) Экономическая и политическая нестабильность	Воздействие экономической стабильности на потребительский спрос
	Инфляция и вероятность очередного финансового кризиса в России дестабилизирует финансовое состояние компаний
2) Конкуренты	Низкий уровень географической экспансии
	Выход на рынок федеральных конкурентов
3) Потребители	Публичные инциденты с нарушениями в сфере защиты прав потребителей
4) Торговый процесс и персонал	Наличие в ассортименте продукции, не пользующейся спросом
	Отсутствие достаточного количества персонала

В целом на отрасль значительное влияние оказывает нестабильность экономики России, резкие изменения инфляционных процессов, захват федеральными сетями наиболее крупных регионов, что затрудняет территориальное и географическое расширение деятельности компаний. Достаточно часто происходят нарушения в сфере защиты прав потребителей. Другой проблемой является присутствие в ассортиментах компаний продукции, которая пользуется весьма низким спросом, либо вовсе не востребована потребителями. Также одной из значительных проблем следует отметить нехватку обслуживающего персонала в связи с его высокой текучестью.

Таким образом, следует отметить, что анализ основных факторов риска, связанных с деятельностью компаний торговой отрасли позволил выявить у каждой из представленных на торговом рынке компаний сильные и слабые стороны их деятельности, определить основные характеристики рыночной среды, неподвластные влиянию со стороны каждой из этих компаний, а также выполнить

группировку факторов, представляющих угрозу деятельности компаний торговой отрасли и снижающих эффективность их работы. Это позволило сформировать основные риски, характерные для отрасли в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранков, Г.В. Тотальные стратегии корпоративного риск-менеджмента / Г.В. Баранков // Известия СПбГЭУ. – 2012. – С. 65-71.
2. Моргунов, А.В. Управление корпоративными рисками на промышленных предприятиях при помощи метода экспертных оценок / А.В. Моргунов, А.Н. Полетайкин // Вестник СибГУТИ. - 2016. - №2. – С. 97.
3. Орлов, А.И. Организационно-экономическое моделирование. Ч.2. Экспертные оценки. - М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011. - 486 с.
4. Сергеева, И.Г. Управление корпоративными рисками в предпринимательской деятельности / И.Г. Сергеева, Е.А. Грачева // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экономический менеджмент». – 2014. - №4. – С. 280-285.
5. Федоренков, Д.И. Анализ маркетинговой деятельности крупных сетевых магазинов / Д.И. Федоренков // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2016. - № 3. – С. 56-62.

Рукопись поступила в редакцию 01.06.2019г.

BLOCK MODEL OF RETAIL MARKET RISK ASSESSMENT

S. V. Kuznetsova

The article presents the results of the analysis of the retail market on the basis of the expert model of risk assessment, taking into account the main risk factors associated with the activities of retail companies; corporate financial risks inherent in the retail market are identified. In the course of the retail market research, the author developed a risk assessment model, which consists in the establishment by experts of groups of factors affecting the risks inherent in the trading industry, as well as in determining their expert assessments, analysis of risk factors through SWOT analysis, their further assessment and classification.

Keywords: risk, risk classification, risk assessment model, retail trade.

References

1. Baranov, G. V. Total strategies of corporate risk management / G. V. Baranov // Izvestiya SPBGETU. - 2012. Pp. 65-71.
2. Morgunov, A.V. Management of corporate risks at industrial enterprises using the method of expert assessments / A.V. Morgunov, A. N. Poletaykin // Vestnik Sibguti. - 2016. - No. 2. - P. 97.
3. Orlov, A. I. Organizational and economic modeling. Part 2. Expert evaluation. - Moscow: MGTU. N. E. Bauman, 2011. - 486 p.
4. Sergeeva, I. G. Management of corporate risks in entrepreneurial activity / I. G. Sergeeva, E. A. Gracheva // Scientific journal of NIU ITMO. Series "Economics and economic management". - 2014. - No. 4. Pp. 280-285.
5. Fedorenko V., D. I. Analysis of marketing activity of large chain stores / D. I. Fedorenko // Economics and management of innovative technologies. - 2016. - No. 3. - Pp. 56-62.