

Секция «Инновационная экономика и эконометрика»

Развитие организационно – управленческих механизмов в докризисный и посткризисный периоды на примере розничной сети Retail Group.

Косаева Ю.¹, Найшева А.Ю.²

*1 - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Московская школа экономики (факультет), 2 - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Московская школа экономики (факультет), Москва, Россия
E-mail: julia.kosaeva@gmail.com*

В настоящее время в России проблема нестабильного развития компаний является очень острой. По данным Единого федерального реестра сведений о банкротстве за период с 1 января 2013 года по 31 декабря 2013 года получено 62 сообщения о ликвидации юридического лица в России [4]. Причиной данного факта является неспособность многих предприятий успешно функционировать в условиях нестабильной экономической ситуации, а именно - своевременно принимать антикризисные меры, а также прогнозировать его наступление. Методы антикризисного управления фирмой являются основополагающими факторами, которые помогут избежать затяжного кризиса на предприятии, и не приведут его к состоянию банкротства.

Розничная торговля – это одна из ключевых отраслей в экономике, которая обеспечивает и поддерживает стабилизацию экономических показателей внутри страны. По данным Росстата доля оптовой и розничной торговли в структуре ВВП в 2011 году составила 19 % [6]. Необходимо отметить, что розничная торговля является одной из первых отраслей, которой удалось восстановиться после мирового экономического кризиса, и к тому же способствовать развитию других областей экономики.

Учитывая, что финансово – экономическая устойчивость предприятий влияет на стабильность всей национальной экономики, необходимо вовремя провести диагностику финансово – хозяйственной деятельности предприятия.

Целью нашего исследования является поиск управленческих механизмов, которые способствуют успешному преодолению кризисной ситуации в компании.

Крупнейшая в России продовольственная розничная компания по объемам продаж -X5 Retail Group N.V. – является объектом нашего внимания. На примере данной компании мы хотим показать, как важно быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры.

Проведенное исследование показало, что компании, выделяющие значительные средства на реализацию антикризисных программ, способны не только не снижать эффективность, а даже наоборот повышать свою рентабельность.

Литература

1. Сидоров Д.В. Розничные сети. Секреты эффективности и типичные ошибки при работе с ними. М.:Вершина. 2007.
2. Шеметев А.А. Самоучитель по антикризисному управлению для директоров и владельцев фирм. Е.: Полиграфист. 2009.
3. <http://www.x5.ru/> (Розничная компания Retail Group в России).

Конференция «Ломоносов 2014»

4. <http://www.fedresurs.ru/> (Единый федеральный реестр сведений о банкротстве).
5. http://www.expert.ru/dossier/companies/X5_retail_group/
6. <http://www.gks.ru/> (Федеральная служба государственной статистики)