

Раздел 3. ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 334.012.6

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА*Ананьева Анастасия Анатольевна (ananieva.aa@mail.ru)**Орлов Евгений Владимирович**ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет»*

В статье рассмотрены особенности субъектов малого предпринимательства, определены их отличия от других субъектов экономики и отраслевой состав. Описаны информационные технологии, применяемые в современной деловой среде, указаны основные составляющие информационного обеспечения, подробно рассмотрены те из них, которые нашли широкое применение в основных отраслях малого предпринимательства или имеют перспективы такого применения.

Ключевые слова: малое предпринимательство, критерии, отраслевой состав, информационные технологии, информационные ресурсы.

Формирование и развитие рыночных отношений предполагает свободное и равноправное сосуществование и развитие различных форм собственности и различных секторов внутри каждой формы собственности.

Рассматривая частный сектор экономики можно говорить о трех группах предприятий, которые по общепринятой терминологии определяются как крупные, средние и малые предприятия в зависимости от их размеров.

Малый бизнес – важнейший элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство. Малый бизнес во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта [5].

Этот сектор экономики создает необходимую атмосферу конкуренции, способен быстро реагировать на любые изменения рыночной конъюнктуры, заполнять образующиеся ниши в потребительской сфере, создает дополнительные рабочие места, является основным источником формирования среднего класса, то есть расширяет социальную базу проводимых реформ.

Сектор малого бизнеса представляет самую разветвленную сеть предприятий и ИП, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг.

Малое предпринимательство занимает не заполненные крупным бизнесом ниши в экономическом пространстве страны. В основном это строительство, торговля и предоставление услуг населению.

Основные виды деятельности субъектов малого предпринимательства по данным Федеральной службы государственной статистики представлены на рисунке 1.

В соответствии с п.1 ст. 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [12], субъекты малого и среднего предпринимательства – это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Сегодня, для того, чтобы отнести организацию или ИП к субъектам малого предпринимательства должны выполняться условия, представленные в таблице 1 [12].

В отношении индивидуальных предпринимателей актуальны следующие критерии разделения на категории: по годовой выручке и численности работников.

Основные отличительные особенности малого бизнеса обусловлены «малым» масштабом деятельности каждого конкретного предприятия этого сектора, узостью рынков сбыта, высокими рисками ведения деятельности, ограниченностью располагаемых материальных, трудовых и финансовых ресурсов («ресурс бедности») [10].

Основные особенности малого бизнеса лежат в системе управления и методах принятия решений. В силу своей массовости малый бизнес выступает одним из важнейших потребителей компьютерных средств и технологий. Современные информационные технологии представляют собой инструмент, с помощью которого эффективность управления может быть существенно повышена.

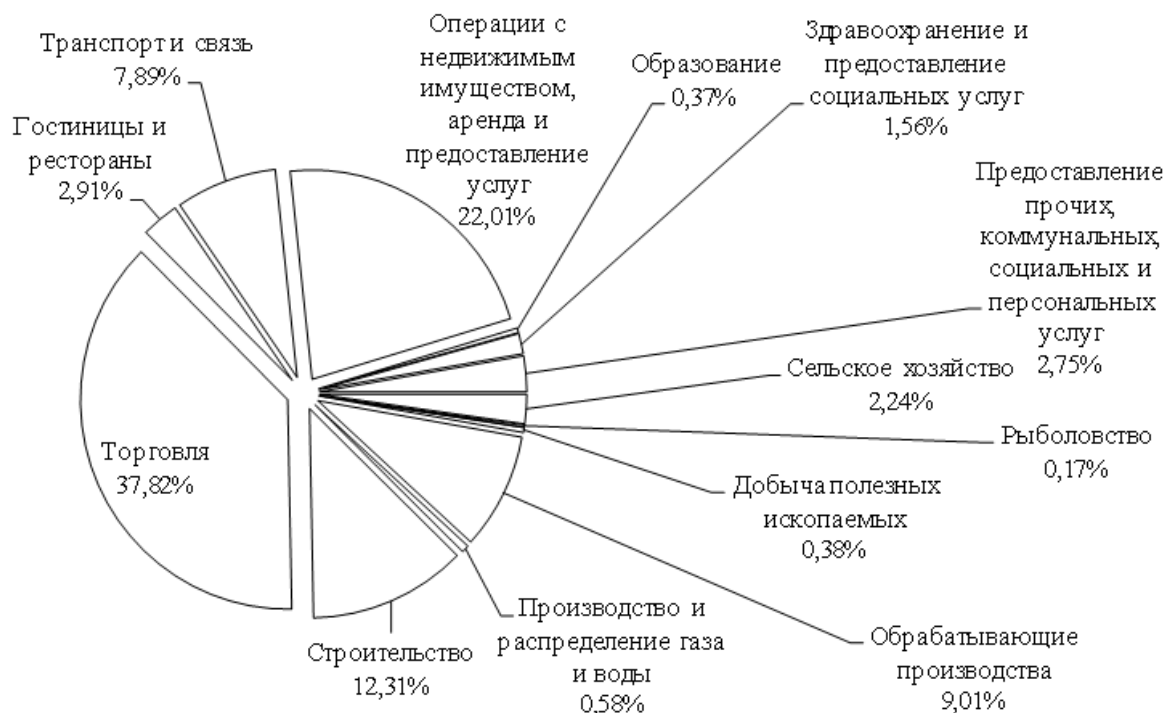


Рисунок 1. Основные виды деятельности субъектов малого предпринимательства [8]

Таблица 1

Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства в 2017 году

ОБЩИЕ КРИТЕРИИ ДЛЯ ВСЕХ		
Предельное значение среднесписочной численности работников за предыдущий календарный год	15 человек – для микро-предприятий; 16-100 человек – для малых предприятий;	п. 2 ч. 1.1 ст. 4 Закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ
Доходы за год по правилам налогового учета не превысят	120 млн. руб. – для микро-предприятий; 800 млн. руб. – для малых предприятий;	п. 3 ч. 1.1 ст. 4 Закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ ДЛЯ ООО		
Суммарная доля участия в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) организации	Не более 25 процентов принадлежит: - государству, - субъектам РФ; - муниципальным образованиям; - общественным и религиозным организациям (объединениям); - благотворительным и иным фондам	п. 1 ч. 1.1 ст. 4 Закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ
	Не более 49 процентов принадлежит: иностранным организациям; организациям, которые не являются субъектами малого и среднего предпринимательства	

Под информационными технологиями (ИТ) следует понимать использование вычислительной техники и систем связи для создания, сбора, передачи, хранения, обработки информации для всех сфер общественной жизни [7].

Независимым информационным агентством был проведен опрос 4000 представителей

субъектов малого предпринимательства о необходимости и направлениях использования информационных технологий в их деятельности [4]. Ответ на вопрос о значимости ИТ для малого бизнеса представлен на рисунке 2.

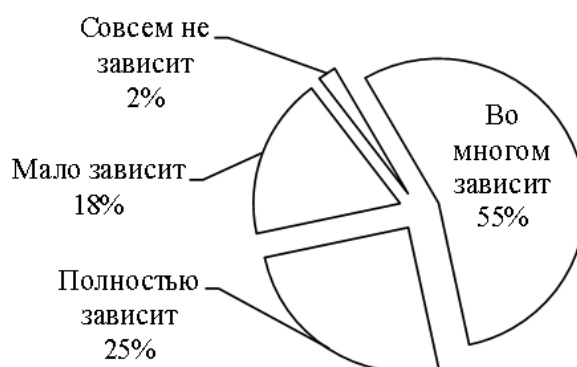


Рисунок 2. Значимость ИТ для малого бизнеса

Малый бизнес стимулирует производителей информационных технологий на создание специализированных продуктов, учитывающих своеобразие деятельности и особенности использования информационных технологий этой

категорией субъектов экономики. Особенности использования ИТ в управлении малым бизнесом представлены таблице 2 [10].

Таблица 2

Использование информационных технологий в малом бизнесе

Особенность малого бизнеса	Проекция особенности на сферу ИТ
Малый масштаб деятельности при сохранении большинства функций управления	Потребность в автоматизации широкого спектра функций управления при ограниченной глубине их реализации порождает потребность в широких по функциям интегрированных системах, построенных по принципу «Все в одном».
Ограниченность ресурсов	Малый бизнес ограничен в возможностях: а) использования дорогостоящих технических средств и технологий и создания целостной ИТ инфраструктуры; б) приобретения широкого спектра программных средств; в) разработки собственных систем и технологий; г) привлечения высококвалифицированных специалистов для создания и обслуживания ИТ – инфраструктуры.
Единство права собственности и управления, быстрота принятия решений	а) решения о внедрении информационных технологий принимаются узким кругом, чаще одним собственником-руководителем. Качество решений зависит от индивидуальных особенностей руководителя и уровня его знаний в области компьютерных технологий; б) минимальное разделение труда в деятельности работников предприятия порождает спрос на интегрированные продукты, реализующие несколько функций управления в рамках одной системы.
Узкая специализация вкупе с многовекторностью малых предприятий	а) потребность в реализации разноплановых функций учета и управления; б) сложность использования комплексной информационной системы в силу разноплановости реализуемых функций.
Высокие риски и склонность к быстрой смене вида деятельности	а) высокие риски вложения финансовых средств в ИТ инфраструктуру, специализированные информационные системы и технологии; б) потребности в быстрой переориентации ИТ инфраструктуры на новый вид деятельности; в) ориентированность на универсальные информационные системы общего назначения, малозатратные прикладные решения
Выбор и частая смена режимов налогообложения	а) учет специальных налоговых режимов при использовании типовых систем; б) потребность в быстрых изменениях при смене системы налогообложения
Отраслевая специфика	Требует использования специализированного ПО с более высокой стоимостью

Из перечисленных особенностей наиболее критичными для эффективного применения информационных технологий в секторе малого бизнеса являются ограниченность материальных, финансовых и человеческих ресурсов.

Внедрение и грамотное использование информационных технологий в малом бизнесе обеспечивает укрепление и развитие позиций данного вида деятельности, а также обеспечивает выход на мировой уровень, что в свою очередь стимулирует экономическое развитие страны.

Деятельность любого субъекта хозяйственной деятельности, в т.ч. малого предприятия связана с информационными потоками. Информационный поток – это коммуникация, на-

правленная на перемещение сведений о состоянии процессов в изучаемом объекте от источника к пользователю для удовлетворения его информационных потребностей [7].

Как правило, выделяют три информационных потока в организации [9], представленные на рисунке 3:

- входящий поток – поток, берущий начало за пределами компании и завершающийся внутри её;
- внутренний поток – поток, начинающийся и прекращающийся внутри компании;
- исходящий поток – поток, начинающийся в пределах компании, и уходящий вовне ее.



Рисунок 3. Информационные потоки в малом бизнесе

Поток входящей информации в значительной части представлен информацией, поступающей от:

- клиентов: в части объемов и цен, по которым они готовы покупать;
- поставщиков, в части условий заключаемых договоров, цен, объемов поставки, взаимных прав и обязанностей,
- конкурентов (акции, цены, качество, каналы поставки продукции, реклама и т.д.)
- государства, в первую очередь в части законодательства (развитие, принятие новых законов, вступление в силу поправок и изменений к действующим законам, налогообложение, льготы, государственная поддержка – субсидии, адресная помощь), также в части политической и экономической обстановки (новости, публикации в СМИ о курсах валют, инфляции, размере МРОТ, изменениях величины прожиточного минимума, котировок цен на нефть и т.д.);
- органов статистики (отраслевые нормативно-справочные документы, данные о состоянии отрасли, основных рынков сбыта и сырья, данные о состоянии мировой экономики);

- рынка труда, представленного биржами занятости, агентствами по подбору персонала и т.д. (информация о соискателях, востребованных вакансиях и т.д.);

- налоговых органов (о процедуре постановки на учет, об условиях применения режима налогообложения, о необходимости уплаты налогов, сборов, наличии/отсутствии задолженности и т.д.).

Качество внутреннего информационного поля предприятия зависит от четкости организационной структуры управления, рациональности распределения функциональных обязанностей, надежности учета, достаточной эффективности схемы документооборота. Внутреннее информационное поле формируется за счет собственных источников информации, которые также необходимо проверять на полноту и достоверность [6].

К внутренним информационным потокам относятся:

- организационно-распорядительная информация (устав, правила внутреннего распорядка и т.д.);

- информация в части управления персоналом (определение потребности в кадрах, повышение их квалификации, нормирование трудозатрат, кадровый учет; табельный учет; подготовка отчетности для ПФР);

- учетная информация, относительно бухгалтерского учета фирмы (оплата труда, расчеты с поставщиками и подрядчиками, приобретение и выбытие основных средств, расчеты с кредиторами и дебиторами и т.д.);

- информация о текущей деятельности, данные финансового и экономического анализа (анализ финансового состояния предприятия; формирование бюджета фирмы и контроль его исполнения; анализ рентабельности);

- маркетинговая информация (доля компании на рынке, уровень обслуживания клиентов, ценовые скидки и планируемые пересмотры цен, реклама и т.д.).

Исходящими называются документы, отправляемые из организации, включающие информацию для следующих субъектов:

- налоговые органы (декларации, расчеты, бухгалтерская отчетность, пояснения, уточнения и т.д.);

- органы статистики (среднесписочная численность персонала, данные бух. отчетности и т.д.), ФСС, ФОМС и ПФР;

- неопределенный круг лиц: реклама, цены, скидки, акции;

- конкретные потребители (клиенты, контрагенты) о ценах, объемах, сроках доставки, изготовления заказа и т.д.;

- инвесторы (финансовое состояние фирмы, степень вероятности банкротства, объем кредиторской задолженности и т.д.);

- поставщики (данные о потребности в чем-либо: оборудовании, материалах, транспортных услугах, бухгалтерских услугах и т.д.);

- биржа труда (о вакансиях).

Важнейшим элементом информационного обеспечения являются информационные ресурсы. Информационный ресурс – это индивидуальные и коллективные экспертные знания, отдельные документы, отдельные массивы документов, а также документы и их массивы, составляющие базы и банки данных, базы знаний, библиотеки, архивы, фонды, компьютерная техника, сети, информационные системы и другие системы в определенной предметной тематической области, которые удовлетворяют функциональным потребностям и запросам потребителей информации [7]. Данное определение, по нашему мнению, весьма точно очерчивает границы понятия «информационный ресурс».

В общем случае под информационными ресурсами понимают весь имеющийся в информационной системе объем информации, отчужденной от ее создателей и предназначенной для общественного использования.

Значимым информационным ресурсом сегодня является персональный компьютер. Его можно рассматривать как систему, состоящую из подсистем [2]:

- аппаратное обеспечение (устройства ввода и вывода информации, а также её переработки и хранения);

- программное обеспечение (операционная система, системные, служебные, прикладные и клиент - программы);

- файлы, содержащие информацию и обрабатываемые при помощи первых двух подсистем (текстовые, звуковые, графические, видео).

Все малые предприятия пользуются персональными компьютерами, а также приобретают соответствующее аппаратное обеспечение (клавиатура, мышь, принтер, сканнер и т.д.). На компьютер устанавливается современная, как правило лицензированная, операционная система (Windows 7, Windows 8 и т.д.) и необходимое программное обеспечение, ПК подключается к сети интернет.

Многие предприятия малого бизнеса устанавливают дополнительное программное обеспечение: антивирусные программы, графические редакторы, текстовые редакторы, видео и аудио проигрыватели, и т.д.

В качестве наиболее известного программного обеспечения, которое применяют субъекты малого предпринимательства, можно выделить пакет программ MS Office, который позволяет подготавливать необходимые документы, презентации, отчеты, пользоваться возможностями Excel для объемных расчетов и т.д. Однако не все СМП могут позволить себе приобрести лицензированные пакеты программ фирмы MicroSoft, многие пользуются Linux и OpenOffice или же устанавливают пиратские версии.

Предприятия, которые имеют наемных работников и большое количество контрагентов, как правило, используют специально разработанные программы бухгалтерского и кадрового учета для автоматизации процесса ведения учета и формирования отчетности. У малых фирм, располагающих достаточными финансами, это зачастую программы на базе 1С (Бухгалтерия, УСН, зарплата и кадры, Кадмин), не столь обеспеченные предприятия используют онлайн программы, которые обходятся им намного дешевле: Мое дело, Контур.

Сегодня интернет (прикладное программное обеспечение) является неотъемлемым элементом функционирования любого субъекта хозяйствования, в т.ч. микро-, малых фирм и ИП. Предприниматели пользуются следующими источниками информации в сети интернет:

- сервисы электронного документооборота и обмена сообщениями (yandex почта, mail.ru, gmail, google);

- браузеры и поисковики (yandex, google);

- информационные порталы, форумы;
- официальные сайты государственных органов РФ (Банк России, Росстат и т.д.);
- собственная реклама в сети интернет и потенциальных контрагентов (услуги, продукция и т.д.);
- интернет-магазины;
- базы данных (Гарант, Консультант);
- конференции и семинары;
- онлайн программы;
- публикации, статьи, учебные пособия по интересующим темам;
- сайты новостей (деловые СМИ);
- соцсети (Вконтакте, Одноклассники) с целью создания собственных групп, демонстрации предлагаемой продукции, услуг, проведения опросов, выявления пожеланий.

В ходе исследования независимым аналитическим агентством информационных предпочтений бизнесменов в РФ задавался вопрос: «Какой информации не хватает для вашего бизнеса?», результаты которого представлены на рисунке 4 [11].

Опрашиваемым можно было выбрать несколько вариантов ответа, либо предложить свой. Лидером среди ответов оказалась «мар-

кетинговая информация» (о тенденциях рынка, предпочтениях потребителей и т.п.), 41% опрошенных отметил эту категорию. Смежная информация – коммерческая – нужна 19% опрошенных. Высокий уровень потребности в нормативно-правовой информации (32%) - имеется в виду обеспечение бизнеса информацией о законах, инструкциях, нормах, правилах, устанавливаемых государством, либо нормоустанавливающими организациями. Здесь же нужно добавить, что 22% опрошенных нуждаются в официальной информации от федеральных и региональных властей. Кроме того, 23% руководителей нужна статистическая информация, которая предоставляется государственными органами статистики. Она имеет косвенное отношение к бизнесу и касается экономической, демографической, социальной ситуации в стране и регионе, позволяет строить различные прогнозы. Что характерно, бизнес аполитичен: никто из опрошенных не нуждается в политических новостях, которые чаще всего, действительно, не имеют никакого отношения к созданию добавочного продукта.



Рисунок 4. Источники информации, которыми бизнес пользуется чаще всего

Интернет является платным ресурсом, а также содержит множество платных источников информации: определенные журналы требуют подписку (Главбух, Бератор), за скачивание ряда программ, текстовых файлов и т.д. взимается плата, размещение объявлений на специальных досках в сети интернет тоже оплачивается и т.д.

Но при этом интернет включает и возможности бесплатного скачивания множества офисных программ и редакторов (в т.ч. специальных программ для подготовки документов с сайта ФНС, пользования в бесплатном или демо-режиме базами данных (Гарант, Консультант+ и т.д.), информационными сайтами поддержки предпринимательства, форумами и порталами, электронной почтой.

Не менее важными информационными ресурсами являются:

- знания и навыки людей, работающих с данными, которые можно рассматривать как платный информационный ресурс, т.к. работники получают заработную плату;

- информация, поступающая от контрагентов, которую также можно считать бесплатной, например, налоговые органы предоставляют данные о состоянии задолженности за определенную плату, которая взимается за подготовку акта сверки, государство публикует законодательные акты в сети интернет, которая сама по себе является платным ресурсом, тоже самое касается и информации от поставщиков, которая может содержаться на их интернет-сайтах, информация с сайта Росстата о состоянии дел в отрасли и т.д.

Бесплатной является информация, получаемая в ходе устного информирования. Например, информация от покупателей может быть получена в результате анкетирования, опроса, от поставщиков, налоговых органов – в ходе личной беседы.

Рассмотрим информационные ресурсы, применяемые в наиболее популярных отраслях деятельности субъектов малого предпринимательства. Так в строительстве используются автоматизированные системы проектирования и черчения, основной на сегодняшний день является программа AutoCAD, разработанная компанией Autodesk. Строительные компании и организации, осуществляющие услуги в сфере недвижимости (риэлтерские агентства, которые также являются одним из наиболее популярных направлений деятельности субъектов малого предпринимательства), как правило, используют собственные сайты, на которых потенциальный клиент может ознакомиться с имеющейся базой недвижимости, или получить дополнительную информацию, позволяющую клиенту самостоятельно осуществлять пользование информационными ресурсами органов регистрации прав и другими сервисами. Также агентства недвижимости активно предлагают свои услуги через условно бесплатные доски объявлений в сети интернет (Авито, Из рук в Руки, Юла) и т.д.

Автоматизация предприятий торговли сегодня в основном развивается в сторону внедрения управленческого и складского учета, управления закупками – это позволяет руководителям, с одной стороны, наладить четкое движение материальных и финансовых средств, уменьшить склад, оптимизировать закупки, а с другой – всегда иметь оперативную управленческую информацию по всем интересующим показателям деятельности предприятия в реальном времени. Примером информационных ресурсов в сфере торговли является программа 1С «Управление торговлей».

Организации, оказывающие бухгалтерские услуги, как правило используют программы автоматизации бухгалтерского учета. Организации, оказывающие информационные, консультационные, юридические услуги также используют собственные сайты, сеть интернет, специализированные автоматизированные справочно-правовые системы и т.д.

В деятельности организаций сферы ресторанного бизнеса могут быть использованы персональные сайты (содержащие информацию о меню, преискурант, часы работы заведения и т.д., а также предоставляющие возможность заказа еды на дом), компьютерные дисплеи покупателей в зале (где покупатель делает заказ, выбирая необходимые блюда).

Далее рассмотрим перспективные направления использования новых информационных технологий в работе субъектов малого предпринимательства в основных сферах их деятельности. Так Минстрой приступил к внедрению технологии информационного моделирования зданий (BIM – Building Information Modeling) в области промышленного и гражданского строительства. Уже утвержден план поэтапной работы. Информационное моделирование здания – это технология оптимизации процессов проектирования и строительства, в основе которой лежат использование единой модели здания и обмен информацией о любом объекте всеми участниками на протяжении всего жизненного цикла – от замысла владельца и первых набросков архитектора до технического обслуживания готового здания [1]. Трёхмерная модель здания, либо другого строительного объекта, связана с информационной базой данных, в которой каждому элементу модели можно присвоить дополнительные атрибуты.

В торговле перспективным направлением является открытие виртуальных продуктовых магазинов в сети интернет. Также, если рассматривать поставщиков и логистику, перспективными являются такие технологии, как «Синхронизированное планирование спроса и поставок», «Прозрачность и взаимодействие информационных систем контрагентов». В розничном магазине в этот перечень входят электронные помощники и киоски, предоставляющие покупателям информацию о товарах. Также это быстро трансформируемые – в зависимости от потребностей продавца – электронные ценники, электронная подпись, позволяющая быстро рассчитываться за приобретаемые товары [3]. Эти тенденции актуальны и для других направлений развития сферы услуг, в которых ведущую роль играют субъекты малого предпринимательства.

Таким образом, малый бизнес – важнейший сектор современной рыночной экономики, являющийся, в силу своей массовости, одним из ключевых потребителей информационных тех-

нологий, которые ввиду присущих данному сектору особенностей должны подстраиваться и адаптироваться под него, как в ценовом, так и в функциональном плане, и иметь основной своей целью упрощение ведения деятельности субъектами малого предпринимательства.

Сегодня уже никого не удивит новыми технологиями в малом бизнесе, но их использование выводит бизнес на качественно новый уровень. Благодаря инновационным решениям предприниматели получают возможность занять определенную нишу на рынке. Кроме того, новые технологии позволяют увеличить уровень производительности труда, сэкономить на энергоносителях и сделать продукт более качественным. На современном этапе отказ от внедрения инновационных решений приравнивается к неминуемому поражению, ведь стабильность дела в целом, а также его перспективы, в большинстве видов предпринимательской деятельности, напрямую связаны с новыми технологиями.

Литература

- 3D-проектирование будет использоваться в области промышленного и гражданского строительства. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.minstroyrf.ru/press/3d-proektirovanie-budet-ispolzovatsya-v-oblasti-promyshlennogo-i-grazhdanskogo-stroitelstva/> (дата обращения 20.11.2017).
- Аверчинков В.И., Лозбинев Ф.Ю., Тищенко Л.А. Информационные системы в производстве и экономике. – М.: ФЛИНТА, 2011.
- Информационные технологии для розницы: нужны ли торговле высокие технологии? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/73965/2017-05-152017-0514><http://www.retail.ru/articles/73965/> (дата обращения 20.11.2017).
- Информационные технологии на предприятиях малого бизнеса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://studbooks.net/1439037/menedzhment/informatsionnye_tehnologii_predpriyatiah_malogo_biznesa (дата обращения 20.11.2017).
- Кондраков Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 446 с.
- Лукина А.В. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
- Меняев М.Ф. Информационные системы и технологии управления организацией: Учебное пособие. - М.: Изд-во МГТУ им.Н.Э. Баумана, 2010. - 87 с.
- Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 20.11.2017).
- Построение эффективных бизнес-систем. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/143231/> (дата обращения 20.11.2017).
- Провалов В.С., Ефимова Е.В. Информационные технологии в малом бизнесе // Актуальные вопросы регионального хозяйства. Материалы всерос. науч.-практ. конф. Киров: Изд-во ВятГГУ. 2011.
- Территория развития. Информационные потребности и источники информации для бизнеса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.brainity.moscow/business/review/informatsionnye_potrebosti_i_istochniki_informatsii_dlya_biznesa/ (дата обращения 20.11.2017).
- Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 20.11.2017).

УДК 332.14

МЕТОДИКА РЕГИОНАЛЬНОГО АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Мерзликينا Галина Степановна (merzlikina@vstu.ru)

Кузьмина Екатерина Валерьевна

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»

В работе рассматривается сущность, цель и отличительные особенности регионального антикризисного управления. Предложена методика антикризисного управления на уровне региона. Определены пути повышения финансовой устойчивости региона посредством реализации региональной инновационной промышленной политики.

Ключевые слова: региональное антикризисное управление, методика регионального антикризисного управления, оценка уровня финансовой устойчивости региона.

Антикризисное управление. Циклический характер нестабильности экономики на микро- и макроуровне носит глобальный характер, требуя совершенствования методов и подходов к антикризисному управлению. Кризис предос-

тавляет вероятность увеличить показатели и динамику экономического развития, совершенствовать структуру и технологию производства, повысить уровень конкурентоспособности и экономической безопасности. Наряду с этим, в