

Кризис является неотъемлемой частью жизнедеятельности любого объекта. Именно поэтому так важно изучение истории возникновения кризисов (умение предугадывать кризисы и пути их развития), методологии борьбы с ними. Наиболее ценным в данном случае является взгляд на кризис гениев экономической мысли – таких, как Джон Мейнард Кейнс. Из всех экономических теорий XX века наибольший вклад в экономику США и Западной Европы внесла именно его теория. Это один из наиболее известных и видных экономистов за всю историю человечества. По его теории экономика Западных стран и особенно США прожила почти 45 лет.

Существует различное количество определений понятия «кризис». Сам Кейнс характеризовал «кризис» как «внезапную и резкую смену повышательной тенденции на понижательную».

Непосредственной причиной появления разработок Дж. М. Кейнса был самый сильный кризис капитализма 1929-1933 гг., названный Великой депрессией, которая характеризовалась огромной безработицей, с одной стороны, и избытком совершенно неиспользуемых мощностей – с другой. Необходимо было найти выход из этого положения. Тут и появляется теория Дж. М. Кейнса. Главными плюсами теории являются ее абсолютно практический характер, переход в анализе с микроуровня к макроуровню.

Теорию Кейнса можно разделить на несколько составляющих:

а) новый подход к регулированию производства и занятости в обществе с помощью активной роли государства. Дж. М. Кейнс показал роль государства как очень активной экономической силы, как важнейшего участника и регулятора экономической жизни общества;

б) острота проблемы взаимосвязи между склонностью людей к сбережениям и инвестициями в экономику (чем выше доход населения, тем больше люди копят и меньше потребляют). Кейнс показал взаимосвязь между психологией поведения человека и реальными экономическими процессами;

в) новое направление в экономической науке (данное направление продолжает уточняться и углубляться и сегодня);

г) конкретные рекомендации государствам по организации экономического процесса;

д) толчок к появлению или развитию некоторых смежных специальностей и наук – введение новых экономических категорий.

Главная работа Дж. М. Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег» (1936) содержит, по сути, конкретные рекомендации по проведению экономической политики в стране.

Основные из них:

– проводимая государством политика должна быть направлена на понижение процентной ставки. Ссуду в банке можно будет брать под очень низкий процент и вкладывать в реальный сектор экономики;

– государство должно проводить такую бюджетную политику, которая приведет к росту инвестиций в реальный сектор экономики. Поскольку частные инвестиции растут недостаточно, так как у населения есть склонность к сбережению, их надо компенсировать за счет государственных инвестиций в экономику;

– государству необходимо воздействовать на потребительский спрос через более равномерное распределение национального дохода. Увеличение доходов и покупательной способности малообеспеченных слоев населения через повышение пенсий, стипендий, льготное налогообложение. Это стимулирует увеличение спроса на предметы потребления, а, следовательно, ведет к росту производства внутри страны и стабилизирует экономику;

– просматривается прямая взаимосвязь между инвестициями и ростом национального дохода. В данном случае Кейнс говорит о теории мультипликатора.

Главным в практической программе Дж. М. Кейнса является идея о том, что капиталистическая экономика не может быть предоставлена сама себе, иначе это приведет к глубоким кризисам. Необходимо активное государственное вмешательство в экономику.

Значение теории Кейнса и его работы «Общая теория занятости, процента денег» для развития экономической мысли неопределимы. Главная идея работы состоит в том, что система рыночных экономических отношений отнюдь не является совершенной и саморегулируемой. Кейнс считает, что максимально возможную занятость и экономический рост может обеспечить только активное вмешательство государства в экономику. Данная идея вызвала и так называемую «кейнсианскую революцию».

Кейнс возбудил веру в то, что правительства могут ликвидировать депрессию и безработицу, регулируя государственные расходы и налоги. Его взгляды на экономику в целом, на кризис и достаточно практические рекомендации по выходу из него, делают Кейнса одним из самых гениальных экономистов мира. Несмотря на разрыв в период его жизни и настоящим временем, его гениальные разработки продолжают быть актуальными.

Сейчас активно ведется поиск виновных в случившемся глобальном финансово-экономическом кризисе. Но ведь это не первый таких масштабов кризис, который переживает мировая экономика. Именно в этой связи все чаще вновь звучит имя Джона Мейнарда кейнса – экономиста, который предлагал реальные меры по преодолению спада в экономике.

#### ИННОВАЦИОННЫЙ ТИП РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Ушакова А.В.

*Бердский филиал Новосибирского государственного  
технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

Приоритеты стабилизации российской экономики требуют новых подходов к организации производственно-хозяйственной деятельности, использования различных механизмов повышения конкурентоспособности. Такие возможности в настоящее время заложены, прежде всего, в сфере инноваций. Это связано с тем, что последнее десятилетие XX века в экономически развитых странах динамика производства и инновационный процесс превратились в однопорядковые понятия. Сегодня постоянная ориентация хозяйствующих субъектов на инновации воспринимается как само собой разумеющееся явление. Это – принципиальный вопрос, свидетельствующий о том, что российская экономика не сможет достичь реальной стадии восстановления, адекватного уровня национальной конкурентоспособности, если не будет в полной мере задействован механизм ее инновационной деятельности. Этот механизм инноваций касается всех составляющих и продуктов экономической деятельности – товаров, услуг, технологий, идей, методов организации управления, квалификации работников и пр. Особое значение эти процессы имеют для дальнейшего устойчивого развития отраслей промышленности.

Проблема формирования инновационного типа развития как фактора обеспечения конкурентных преимуществ промышленности России заключается в том, что данный процесс должен быть реализован в весьма сжатые исторические сроки, а во многом – и в условиях посткризисного восстановления экономики. Одно из важнейших условий решения данной задачи – отход от действующей ныне модели экономического развития страны, где главным приоритетом является топливно-энергетический комплекс, т.е. эксплуатация природных ресурсов. Опыт истекшего десятилетия показал, что высокая зависимость промышленного производства и экономики страны в целом от

экспорта сырьевых ресурсов – причина ее устойчиво низкой инновационности и конкурентоспособности. Чтобы занять достойное место на мировом рынке и использовать его преимущества для собственного развития, важно следовать международному опыту и в условиях быстро меняющейся экономической среды выработать стратегию в области инновационного развития, а на этой основе – повышения конкурентоспособности российской экономики в целом и российско-промышленного производства, в первую очередь.

В условиях трансформирующейся экономики инновационная деятельность во всех сферах социально-экономической активности, прежде всего, в отраслях промышленности, призвана не только закрепить результаты рыночных реформ, но и обеспечить устойчивость экономического роста и на этой основе – высокий уровень жизни граждан.

#### **РОЛЬ И МЕСТО ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Федяшина В.А.

*Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

В целях повышения эффективности системы управления персоналом необходим пересмотр подходов к оценке персонала, как важнейшего инструмента управления кадрами, который долгое время оставался формальным, чаще всего сконцентрированным на анализе соответствия работника занимаемой должности. Сегодня оценка персонала является как источником информации об уровне квалификации работника и его соответствии должности, так и методом изучения его потенциала. Это служит основой для принятия не только организационных решений (отбор или кадровые перемещения), но и таких как: зачисление в кадровый резерв, развитие, обучение, стимулирование к труду, формирование эффективных команд и многое другое. Таким образом, в условиях возрастания роли персонала в обеспечении конкурентоспособности компании и связанной с этим необходимостью получения достоверной информации о состоянии и перспективах его развития, оценка персонала должна стать инструментом контроля в регулировании как управленческих и экономических, так и психологических и социально-трудовых процессов, протекающих в организации и влияющих на уровень ее развития.

Исследование посвящено определению места и роли оценки персонала в кадровом менеджменте, как связующего звена и объединяющего все элементы системы управления персоналом в единое целое. Подчеркнуто, что процедуры оценки персонала являются базовыми для многих аспектов кадровой работы, в частности: при приеме на работу (оценка степени готовности кандидата к работе в должности, определение наличия или отсутствия у него необходимых для эффективной работы качеств); повышении по карьерной лестнице (оценка степени подготовленности кандидата к выполнению новых функций); обучении (оценка уровня профессиональной компетенции, выявление перечня необходимых знаний и навыков, а также определения направления, по которым должно идти обучение и развитие сотрудника); реорганизации (оценка возможности сотрудников адаптироваться к новым условиям работы, выбор наиболее адаптивных и эффективных сотрудников для дальнейшей работы в компании); сокращения и увольнении (оценка перспектив для сотрудника и рекомендации для более успешной работы); поощрении (установление мер, влияющих на размер вознаграждения) и др.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы для совершенствования системы оценки персонала российских компаний.

#### **ФОРМИРОВАНИЕ РЕКЛАМНО- ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Филатова Д.В.

*Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

На современном этапе развития интеграционных процессов во внутренней торговле России рекламно-информационная деятельность является одним из основных условий развития потребительского рынка. Рекламно-информационное пространство предприятий розничной торговли определяется как совокупность видов и средств рекламы, применяемых в местах продажи товаров, для создания экстерьера магазина, приемов и методов продвижения товаров, ориентированных на стимулирование продаж и формирование имиджа торгового предприятия. В ходе исследования предложено выделить следующие этапы формирования рекламно-информационного пространства:

1) разработка и содержание формирования рекламно-информационного пространства. Разработка рекламно-информационного пространства включает изучение маркетинговой стратегии продаж, сложившейся ситуации и ее тенденций на рынке розничной торговли, а также деятельность конкурентов в этой области. Содержание заключается в положениях торгового маркетинга и стратегии его внедрения, использовании мерчандайзинга, рекомендациях по оформлению мест продаж, проведении мероприятий по стимулированию продажи товаров в розничном предприятии (промоушн). Результатом данного этапа является разработка и внедрение методических рекомендаций по формированию рекламно-информационного пространства на предприятии;

2) внедрение сформированного рекламно-информационного пространства. Для внедрения требуются определенные трудовые и материальные ресурсы предприятия. Детальное планирование, разграничение обязанностей, выполнение в срок поставленных задач, личная компетентность и ответственность являются основными критериями достижения успеха во всех бизнес-процессах формирования рекламно-информационного пространства в предприятиях розничной торговли;

3) контроль и корректировка. Для обеспечения эффективного функционирования рекламно-информационного пространства предприятия обязаны следить за меняющейся ситуацией на рынке, учитывать новые потребительские предпочтения и активность конкурентов, на основе полученной информации производить корректировку тактики и стратегии, оперативно реагировать на возможные действия конкурентов или форс-мажорные обстоятельства.

Внедрение предложенных рекомендаций в практическую деятельность предприятий торговли позволит повысить эффективность продаж.

#### **МОЖЕТ ЛИ ЗЕМЛЯ ПРОКОРМИТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСТВО?**

Филенко М.С., Чернова Т.В.

*Авиационный колледж, Таганрог,  
e-mail: Lapochka987@yandex.ru*

Работа, посвящена очень важной проблеме человечества, которая касается каждого из нас. Каждый из нас потребитель. Но каждый ли задумывается о том, какой ценой достаются нам блага общества? Вряд ли. Помимо того, что человечество потребляет природные ресурсы, которые неизбежно сокращаются и не успевают восстанавливаться, так еще в этой проблеме важное место отводится социальной сфере жизни. Последствия всего этого ведут к страшной трагедии – голод, который в наше время, в 21 веке, уже сильно ощущают многие страны.