

Список литературы:

1. Економіст [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ua-ekonomist.com>– Загл. с экрана.
2. World-economics [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.world-economics-journal.com>. – Загл. с экрана.
3. Theoretical Economics [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://econtheory.org>. – Загл. с экрана.
4. Актуальні проблеми економіки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://eco-science.net>. – Загл. с экрана.
5. Focus.ua [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://focus.ua>. – Загл. с экрана.
6. Українська правда: економічна правда [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.epravda.com.ua>. – Загл. с экрана.
7. Николаева М.И., Шевяков А.Ю. Теневая экономика: методы анализа и оценки. М.: ЦЭМИ, 2004. С.3.
8. Лученок А.И. Мошенничество в бизнесе. – М.: Амалфея, 2002. – 272 с

ТЕОРИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКОНОМИКИ

Слеткова А., студентка группы МН-13-1

Научный руководитель: д. эк. н., профессор Пилипенко А. Н.

Повышение образовательной и культурно-технической подготовки работника и уровня его жизни на определённой ступени развития выдвигает высокие требования к качеству самой трудовой деятельности. Именно поэтому так важно преобразовать труд в возможность реализации индивидуальных склонностей и способностей, накопленных знаний и опыта в труде, чтобы создавать и совершенствовать новую технологию или организацию производства.

В настоящее время потенциал каждого отдельного человека оценивается значительно выше, чем все другие формы богатства, вместе взятые. Английский экономист Нассау Сениор считал, что «человек – это капитал с затратами на содержание, вкладываемыми в человека с ожиданием получения выгоды в будущем». Понятие сущности «человеческого капитала» легче всего определить, рассматривая в отдельности эти два слова: *человеческий* он, так как является неотделимой собственностью человека и *капитал*, как теперешний / будущий источник дохода [1]. Из этого следует, что исключительно путём инвестирования в человеческий капитал индивид улучшает своё благосостояние. Наиболее частым примером инвестиций выступают затраты на образование, которые осуществляются на:

- макроуровне (бюджетное финансирование);
- мезоуровне (инвестиции предприятий);
- микроуровне (инвестиции частных лиц).

Человеческий капитал повышает эффективность экономической деятельности человека, в то время как доход от него приносит и денежную (рост доходов отдельного человека, рост прибыли предприятия, экономический рост страны), и неденежную форму (культурное развитие, расширение круга общения, формирование моральных и нравственных принципов). Полученное образование позволяет индивиду быть способным учеником, а, вскоре, востребованным работником и, как правило, облегчает дальнейшее накопление новых знаний. Человек с большим багажом знаний быстрее осваивает новые технологии и, как правило, внедряет их для максимизации прибыли. В результате этого выигрывает не только отдельный индивид, но и всё общество.

Появление теории человеческого капитала тесно связано с научными трудами таких известных экономистов, как У. Пэтти, А. Смита, А. Маршалла, которые впервые начали рассматривать человека как капитал. Однако, понятие человеческого капитала ввели американские ученые Т. Шульц и Г. Беккер.

Большинство экономистов считают, что человеческий капитал - это совокупность приобретенных знаний и навыков, включая мотивацию и энергию, которые человек накапливает и использует в течение определенного времени для производства товаров и услуг. Под инвестициями в человеческий капитал понимаются затраты, необходимые для увеличения в будущем производительности труда, а также приводящие к повышению квалификации и способностей человека и влияющие в дальнейшем на увеличение доходов индивида, фирмы и государства.

Инвестируя в себя люди увеличивают свои способности в роли как производителей, так и потребителей. Неудивительно, что с увеличением доходов человека увеличиваются и капитальные вложения в самого себя. Важно понять, что человеческий капитал - не врожденное свойство, а накопленное, которое создаётся в процессе жизнедеятельности человека, врожденные свойства выступают только в качестве фактора, который способствует накоплению человеческого капитала. Человеческий капитал нельзя отделить от самого человека, его нельзя продать или передать по наследству как материальную ценность.

Со времен определения понятия человеческого капитала формируются и его неизменные спонсоры: государство, негосударственные общественные организации и фонды, международные организации и фонды, фирмы, домохозяйства. Для примера, государство использует скорее принудительный метод (обязательное для всех среднее образование), когда на уровне домохозяйства выполняется воспроизводство человеческого капитала (рождение и уход за детьми), а фирмы создают наиболее перспективные направления вложений средств (переподготовка, квалификация).

Г. Беккер полагал, что основой увеличения доходов является образование, отождествлял его с капиталовложениями, которые в будущем принесут доход. В большинстве стран затраты на образование составляют значительную часть государственных расходов. Отдача от образования оценивается в виде денежных издержек и выгоды. Если рассудить, то затраты государства нельзя

сравнивать с затратами отдельных семей, так как финансирование происходит в больших масштабах. Государство же не так бескорыстно, как кажется на первый взгляд, поскольку затраченные расходы на образование возвращаются обратно, только в разных формах. Если взять в качестве примера, рост налоговых отчислений, то по странам ОЭСР (Организации экономического сотрудничества и развития) человек с высшим образованием, за весь период своей трудовой деятельности выплатит в виде подоходного налога и социальных платежей на 119 000 долларов больше, чем человек с полным средним образованием. Если вычесть издержки государства на образование, то приблизительно останется 86 000 долларов, что в 3 раза превышает государственные расходы на одного учащегося в высшем профессиональном образовании [2].

Взаимосвязь между ожидаемой заработной платой и ее ростом значительно связаны со специальностью, полом, возрастом, курсом обучения на момент опроса, осознанием своих способностей и уровнем образования семьи. Затем, ожидаемые абсолютные и относительные перспективы трудоустройства зависят от специальности, а также от уровня образования семьи, которое предполагает, что личные связи играют важную роль в европейском рынке труда для выпускников вузов. Также следует отметить, что ожидаемая заработная плата выпускников университета существенно выше, чем реальный доход.

Когда дело доходит до инвестиций, то вполне естественно, что совершая их, человек жертвует меньшим сегодня, чтобы получить большее завтра. Однако поступать так будет резонно только в том случае, если затраты окупятся. Часто развитие человеческого капитала может остановиться/приостановиться из-за многих негативных аспектов.

Во-первых, человеческий капитал подобен физическому в том, что он хоть и является благом длительного пользования, но срок его службы ограничен. Также, время от времени, он нуждается в восстановлении или содержании и может устаревать раньше того, как произойдет его физический износ.

Во-вторых, индивидуальная кривая спроса на инвестиции в образование, которая показывает уровень отдачи может иметь отрицательный наклон в силу ряда взаимосвязанных причин:

- физические и интеллектуальные нагрузки (на протяжении длительной усердной учебы КПД учащегося, чаще всего, падает);
- упущенные доходы при накоплении студентом человеческого капитала (потерянные заработки определяют ценность времени);
- укороченный период дохода от более поздних инвестиций (максимальная отдача наступит, если накопление капитала произойдет намного раньше);
- увеличение риска при повышении объема вложений (исходя из верхнего пункта, длительное обучение уменьшает отдачу от образования и понижает его преимущества).

Далее, во всех странах и на всех достигнутых уровнях образования, женщины зарабатывают значительно меньше, чем мужчины. Более того, гендерный разрыв в доходах не влияет на высокий уровень образования. Для развивающихся стран, отдача от образования для мужчин является самой высокой для начального образования (14,3%), уменьшается для среднего образования (9,2%), и увеличивается для высшего образования (12,3%). Для женщин, отдача от образования является самой низкой для начального образования (7,2%), самой высокой для среднего образования (13,1%), и падает до 10,1% для высшего образования. То есть, в развивающихся странах, в среднем, отдача от начального образования для женщин ниже, чем для мужчин. Относительно более низкая отдача от образования для женщин на начальном уровне образования в развивающихся странах является серьезной проблемой, так как многие семьи могут принимать решение отправить сыновей, а не дочерей, в школу [3; 4] .

Отдача от образования по признаку пола, %

Уровень образования	Мужчины	Женщины
Начальное	20,1	12,8
Среднее	13,9	18,4
Высшее	11	10,8
В целом	8,7	9,8

Источник: (Psacharopoulos, Patrinos, 2004)

Теория человеческого капитала имеет немалую историю своего формирования и развития. Экономисты XXI века продолжают развивать теорию человеческого капитала, отводя ей важное место в экономическом развитии общества. Доля расходов на образование в ВВП в значительной степени зависит от уровня экономического развития страны - более богатые страны тратят на образование больше средств (Украина на 2006-2010 гг. расходует на образование 5,3% ВВП), чем более бедные [5]. Человеческий фактор в экономике приобретает с каждым днём всё большую роль, как основа национального богатства страны, так как одновременно является и производителем и потребителем всех созданных товаров и услуг на определённой территории. Развитие и модернизация требуют крупных вложений в человеческий капитал, так как это важнейший элемент ускорения экономического роста.

Список литературы:

1. Политическая экономия: Учебник для вузов / Медведев В.А., Абалкин Л. И., Ожерельев О. И. и др. - Москва: Политиздат –1988. – С. 136-137.
2. Левашова О.Е. Инвестиции в человеческий капитал и их отдача в современной российской экономике (на примере образования): магистерская диссертация. – Москва: МГУ –2011– 91 с.

3. Доклад о человеческом развитии 2013. Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. Резюме – М. : Весь мир. – 2013. – 152 с.

4. Нуреев Р. М. Человеческий капитал и проблемы его развития в современной России. – М.: РЭА им. Г. В. Плеханова. –2010 – 33 с.

5. Рейтинг стран мира по уровню расходов на образование [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/expenditure-on-education/info>. – Загл. с экрана.

АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ СОКОВ

*Скрябина Е.В., студентка группы МКфэ-13-1
Научный руководитель: к.э.н., доцент Геращенко С. А.*

Цель маркетинга — хорошо изучить клиента, исследовать насколько, что товар или услуга будут подходить потребителю и активно продавать свой товар. Для внедрения продукта на рынок, который будет удовлетворять нужды среднестатистического покупателя, маркетологи используют маркетинговый опрос среди населения. Маркетинговое исследование – это сбор и анализ данных, позволяющих получить информацию, необходимую для успешной разработки, производства и доведения до покупателя товаров и услуг, предоставляющих для него потребительскую ценность. Маркетинговые исследования как статистическая наука была инициирована Артуром Нильсеном (Arthur Nielsen) вместе с созданием компании ACNielsen Company в 1923 году.

Предмет нашего исследования – рынок соков. Сок – продукт правильного питания, пользуется популярностью среди людей, которые заботятся о своем здоровье и самочувствии. Однако многие потребители употребляют соки также ради удовлетворения своих определенных вкусовых потребностей. Самые важные с физиологической точки зрения составные части соков – это минеральные вещества. В них содержатся ионы кальция, магния, натрия, калия, железа, меди, марганца и алюминия. Также содержатся анионы фосфорной, серной, салициловой, а иногда и соляной кислот.

Для получения модели потребительского выбора подходящего для среднестатистического покупателя продукта «сок» мы использовали маркетинговый опрос населения. Опрос был осуществлен с помощью онлайн-анкеты, которую могли заполнить в любой точке города и Украины. Анкетирование потребителей проходило в течение месяца. В данном опросе принимало участие 64 человека, 13 из которых были мужчины, а 51 – женщины. Возраст целевой аудитории опроса был различный. В первую категорию вошли люди в возрасте от 18 до 30 лет. Во вторую категорию – от 31 до 40 лет. И в третью люди в возрасте от 41 до 60 лет.

Как показал опрос, доход потребителей соковой продукции может быть различным, но в первую очередь, большинство – это люди, которые имеют доход до 1000 гривен. Как правило, это студенты высших учебных заведений. Затем идут потребители с доходом от 1000 до 3000 гривен, после них с доходом от 3000 до 5000, и замыкают выборку люди с доходом свыше 5000 гривен.