

Главным источником финансирования инноваций в 2012 году являются средства бюджетов 43,60%. Второе место после средств бюджетов в структуре источников финансирования инновационной деятельности занимают в 2012 году собственные средства – 26,56%. Средства иностранных инвесторов занимают 9,51 %, а средства других организаций – 19,77%.

Снижение или устранение влияния негативных факторов на инновационную активность является первоочередной задачей государства. Будущее за теми компаниями, которые способны усилить свою инновационную активность, использовать свой инновационный потенциал и встать на инновационный путь развития.

Коваленко С.В., асистент
Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

ЗАЙНЯТІСТЬ БЕЗРОБІТНИХ – ОСНОВА РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Необхідними умовами сталого соціально-економічного розвитку АПК (агропромислового комплексу), як найважливішої сфери економіки України, є зміна ролі робітника на підприємстві, посилення значення його людського капіталу для підвищення продуктивності праці. Це обумовлено тим, що відбувається переміщення основних джерел економічного зростання і добробуту людей із фізичного капіталу до наукових знань, інформаційних ресурсів, тобто до формування людського капіталу.

Еволюційний шлях та сучасні темпи розвитку економіки не завжди збігалися з накопиченням людського капіталу, розвиток провідних країн світу протягом майже всього ХХ століття проходив під знаком підвищення ролі людських ресурсів, і був тісно пов'язаний із умовами формування людського капіталу. Ці тенденції продовжують діяти і сьогодні.

Під «людським капіталом» вважаємо за доцільне розуміти сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) його власника [1].

На сучасному етапі розвитку аграрного сектора економіки в Україні спостерігається тенденція збільшення кількості безробітних у сільській місцевості (2007 р. – 379,4 тис. осіб, 2012 р. – 509,7 тис. осіб) [2]. Причинами цієї ситуації є зниження чисельності сільськогосподарських підприємств, зменшення обсягу сільськогосподарського виробництва. Спостерігається тенденція до зниження зайнятості населення в АПК.

Не дивлячись на сформовану негативну ситуацію на селі, АПК потребує кваліфікованих і досвідчених працівників, залучення й ефективного використання наявного людського капіталу. У зв'язку з цим, важливою є мотивація праці безробітних і вже зайнятих в аграрному секторі з метою забезпечення зайнятості та формування людського капіталу працівників.

Мотивація являє собою процес створення системи мотивів керівництвом підприємства, які мають вплив на поведінку працівника, направляють його в потрібну для організації сторону, спонукають проявляти сумлінність, наполегливість, старанність у досягненні цілей. З нашої точки зору, розвиток людського капіталу – це процес, спрямований на зміну людського капіталу працівника з метою його вдосконалення, за допомогою розвиненої системи мотивації праці. Мотиви праці – це активні внутрішні сили, які спонукають працівника до трудової діяльності. Внутрішні сили базуються на потребах особистості, а в якості зовнішніх сил виступають стимули. Мотиви праці впливають на працівника і сприяють або зростанню продуктивності праці і збільшенню його доходів, або зниженню продуктивності та зменшенню доходів співробітника.

Вважаємо за необхідне розрізнати прямий і непрямий вплив. Мотиви праці виступають в якості стимулів працівника до формування і розвитку наявного у нього людського капіталу, і мають прямий вплив. А стимули – це інструменти, які викликають дію певних мотивів праці, використання яких спрямоване на формування і розвиток людського капіталу, і має, на наш погляд, непрямий вплив.

Працівники, які підвищили свій професійний рівень, легше і швидше вирішують різні виробничі завдання, частіше знаходять раціональні шляхи їх вирішення, тим самим підвищуючи продуктивність і конкурентоспроможність підприємства. Тому, інвестуючи гроші в навчання, перенавчання та підвищення кваліфікації свого персоналу, підприємство збільшує вартість людського капіталу своїх трудових ресурсів. Є ще один важливий момент – коли підприємство вкладає грошові кошти в свого співробітника, а він потім переходить до конкурентів. У даному випадку, найчастіше, провина лежить не на конкурентах, а на самому підприємстві, яке або не забезпечує співробітникам гідного рівня заробітної плати відповідно до займаної посади та виконуваних функцій, або результати навчання співробітника не були затребувані, їх робота не стала більш змістовною, відповідальною, немає можливості для кар'єрного росту.

Людський капітал можуть формувати такі суб'єкти, як держава, підприємство, сім'я (домогосподарство) і сам працівник. Держава – за допомогою системи освіти, охорони здоров'я. Підприємства виступають в якості роботодавця і дозволяють накопичувати досвід, фінансують курси підвищення кваліфікації, стажування, тренінги. Сім'я з народження є основним суб'єктом формування людського капіталу, тому саме в родині відбувається зародження фундаменту для подальшого розвитку людського капіталу, в тому числі отримання освіти, виховання, формування здоров'я дитини. Сама людина починає виступати суб'єктом формування, коли в неї з'являється бажання і потреба в самоосвіті, досвід і можливість заробляти гроші, які вона спрямовує на свою освіту, профілактику здорового способу життя, культурні заходи, що підвищують якість її людського капіталу.

Отже, вибудовуючи ефективну систему мотивації працівників сільськогосподарських підприємства, можна забезпечити зайнятість в аграрному секторі, і створювати умови для формування і розвитку їх людського капіталу, так як стабільні доходи працівника – це основа для розвитку людського капіталу.

Література

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / Грішнова О.А. - К.: Знання, 2004. - 535 с.
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Anna Korzeniowska, PhD
Maria Curie-Skłodowska University in Lublin

THE ANALYSIS OF PREFERENCES OF YOUNG POLISH PEOPLE TO USE OF PAYMENT CARDS

Most students in Poland are 20-25 years old. Many of them during their studies starts in gainful employment. From the first year of their study students often become banks clients, because they used a personal account to receive a scholarship and to receive financial support from their parents. Banks expect their loyal customers to continue this cooperation also after graduation so they strive to offer customized personal accounts to meet clients' needs by facilitating their access to settlement products, as well as insurance and even investment.

The aim of this work is to analyze the preferences of young Polish people for realizing payments by cash or cashless with the use of payment cards against the background of the payment card market in Poland.

In 2002 Poland, through adopting a law on electronic payment instruments, implemented the provisions of the Directive 2000/46/WE on running activities by institution of electronic money. According to law an electronic payment instrument (eip) is every payment instrument, including the access to funds at the distance, allowing the holder to perform operations via data storage media or electronic identification of the holder necessary to perform a transaction, a payment card or an instrument of electronic money in particular [1].

An electronic money instrument is understood as an electronic device where electronic money is stored, and an electronic card in particular, which allows to submit the account and a hard disk drive [2]. So, every payment card is an electronic payment instrument which is defined by the law on payment services as a card allowing cash withdrawals or enabling lodging a payment order through the acceptor or transfer agent, accepted by the acceptor in order to receive means due to him [3].

By the Polish National Bank's data, at the end of 2Q 2013 there were 34,4m payment cards issued, 80,7% of which were debit cards, 18,4% credit cards, and 0,9% charge cards. Payments cards with the function of cash withdrawals from the cash dispenser accounted for 98,8% of the total. With regard to the type of security, the large part of cards on the market is hybrid cards, i.e. cards equipped both with a magnetic stripe and a microprocessor. These cards account for 87,39% of the cards functioning in Poland and they effectively replace the cards secured with only a magnetic stripe, which remain at the level of 12,2%. Only 0,36% (approx. 124 000) account for virtual cards [4].

Young people who only now enter onto the financial market are specific clients for banks. This generation is referred to as Generation Y. These are persons for whom the access to technology is vital. They feel at ease while using digital media and new technologies. Many of these persons regularly use social networks. They are prospective and at the same time difficult clients for banks. In December 2012 there was research carried out on a sample of 420 students which aimed at analyzing the attitudes of these persons towards cash and card payments. There were 257 females and 162 males in the group (one person did not mark the gender), and 92,8 % of the respondents were at the ages 19-26. Almost 77% of the respondents were full-time students, and for 75,5% of them their studies were free of charge. As for their domicile 26,9% of the respondents pointed at the country, and 41,9% - a city with the population over 200 thousand people. The rest pointed at smaller towns. About a half of the respondents declared that the average balance in their bank accounts do not exceed PLN 1000-1500.

Among the respondents, 33 persons declared they do not hold any payment card at all, 61,7% hold one debit card, and 9,3% - two or more. 17 persons (4% of the respondents) hold virtual cards, with 2 persons hold more than one card of this kind. 24,3% of the respondents hold one credit card, and 1,7% hold two such cards. 7 persons (1,7% of the respondents) declared holding a pre-paid card. Taking into account the system, in which