

поведінкову економіку в його книзі «The Undoing Project: A Friendship that Changed the World». В ній він наводить дуже цікавий феномен, що має назву Anchoring або якоріння. Він проявляється абсолютно випадковим чином. Ідея в тому, що, приймаючи рішення, людина ґрунтується на першій-ліпшій інформації, що спадає на думку. Причому вона не завжди релевантна. Тобто дуже часто підґрунтям на якому будуються певні рішення покупців є інформація отримана або в момент прийняття рішення або нещодавно.

Щодо прийняття фінансових рішень, враховуючи поведінкові фактори економічних суб'єктів, то ми радимо збирати більше правдивої інформації, не робити вибору за замовчуванням, робити оцінку на основі більшої кількості інформації та намагатися мінімізувати вплив емоцій.

**А. Вірун**

*Науковий керівник: к.е.н., доц. С. Комаринець*

## **РОЗВИТОК ОСНОВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ НАВИЧОК МАЙБУТНЬОГО**

Світ праці знаходиться у постійному русі, змін зазнають професійні навички та якості управлінців і менеджерів. Минулий успіх не гарантує майбутнього досягнення мети.

Сучасна модель управління передбачає те, що менеджер допомагає усунути перешкоди на шляху працівників до досягнення успіху. Традиційно, ідея менеджменту полягала у ретельному здійсненні контролю над працівниками, іноді за допомогою страху чи тиску. У сучасному світі вона стала неактуальною і набула негативного змісту. Раніше працівники робили все, аби керівник досяг успіху. Тепер менеджери, навпаки, допомагають підлеглим у досягненні мети.

Важливим навиком для майбутніх менеджерів є розуміння новітніх технологій. Менеджер, який вміє працювати із сучасним програмним забезпеченням, завжди готовий до змін, спроможний легко до них адаптуватися і є конкурентоздатним на ринку праці. Технології виступають вагомою рушійною силою, а розуміння того, що є актуальним для споживачів (особливо у соціальних мережах) і які наслідки із цього випливають, формують чинники впливу на маркетинг підприємств. Автоматизація процесів дозволяє заощадити час, що є важливим для управлінця.

Сучасний менеджер має виступати прикладом для працівників. Його завдання продемонструвати, що за допомогою спільного об'єднання ресурсів із підлеглими, можна досягти спільної мети. Попередньо менеджер вважався вищим за ієрархією, аніж підлегли. Він надалі володіє більшими повноваженнями, проте намагається бути ближчим до працівників і виступати не лише як керівник, але як друг і порадник. Менеджер майбутнього ніколи не здається, і постійно розвивається. У сучасному світі усе змінюється з шаленою швидкістю, як і знання, які швидко втрачають свою актуальність. Працівники повинні мати бажання бути схожими за рядом характеристик на свого керівника, який постійно самовдосконалюється.

Менеджери майбутнього не ізолюють працівників від процесу прийняття управлінських рішень. Вони переконані, що у працівників є доступ до усієї необхідної інформації, щоб задовільно виконати свою роботу.

**Гладинець В.І.**

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Русін М.В.*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ «ПАСТКИ СЕРЕДНЬОГО ДОХОДУ» В УКРАЇНІ**

Проведені статистичні дослідження економічного розвитку України протягом останніх років засвідчують циклічність основних процесів, що мають місце в економіці нашої країни. Прояви економічної активності та економічного зростання супроводжуються доволі затяжними періодами фінансово-економічних криз та спаду як промислового виробництва, так і занепаду розвитку економіки країни.

Метою дослідження є визначення сутності «пастки середнього доходу» та шляхів її подолання на прикладі України.

В економічній науці феномен, що характеризує становище, в яке може потрапити країна, що розвивається, після певного етапу економічного піднесення та при наявності ряду негативних ознак, таких як низький рівень припливу інвестицій, повільне зростання виробництва, недостатня диверсифікація промисловості, слабе зростання продуктивності, незадовільні умови на ринку праці, повільні темпи економічного розвитку, отримав назву «пастка середнього доходу» (Middle-income trap).

Пояснити суть цього явища можна тим, що з одного боку, країна, яка досягла певного рівня економічного розвитку та рівня доходів, вже не є конкурентоспроможною у частині оплати праці порівняно з країнами, що розвиваються та слаборозвиненими країнами, а отже, перестає бути інвестиційно привабливою. З іншого боку, вона ще не є достатньо конкурентоспроможною щодо високорозвинутих країн, які володіють сучасними технологіями виробництва продукції.

Так, недавнє дослідження Світового банку показало, що майже зі ста держав, які до 1960 року вважалися країнами з середнім доходом, протягом 50-ти років до вищої ліги вдалося прорватися лише 13. Решта залишилися в так званій «пастці середнього доходу».

Ситуація останніх 20-ти років в Україні чітко вказує на те, що економіка нашої країни також перебуває в цій пастці, зокрема їй притаманний дисбаланс в соціально-економічному розвитку та дедалі більше відчувається гостра потреба в реалізації моделі економічного зростання та забезпечення належного рівня добробуту суспільства. Адже середня заробітна плата українців є значно нижчою порівняно із доходами мешканців більш розвинутих країн та часто не задовольняє потреби українців (див. рис.1).

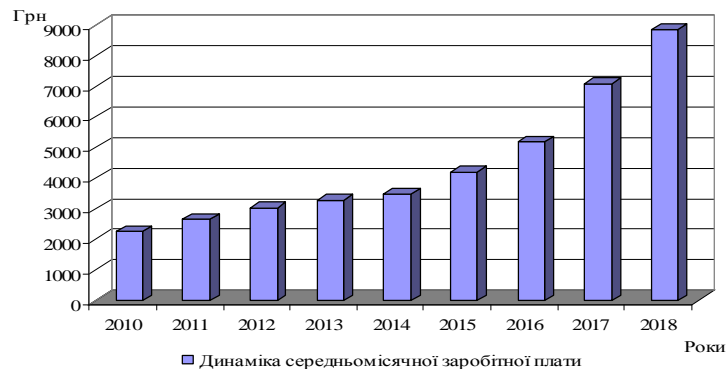


Рис. 1. Динаміка розміру середньої заробітної плати в Україні у 2010-2018 рр.

Найголовнішою проблемою слугує недосконала виробнича структура та інституціональна система, якій характерна корупція, недосконале законодавство й регулювання, недостатній захист прав власності. Недоліком можна назвати й низьку енергоефективність, залежність від імпорту дорогих енергоносіїв, наявність збиткових галузей, які субсидує держава.

З огляду на зазначене, вважаємо, що вирішення даної проблеми можливе через: постійне збільшення показника продуктивності праці; технологічний прогрес та структурні зміни, що сприяють більш ефективному розподілу наявних ресурсів в економіці, а саме праці, капіталу (фізичного і людського), землі тощо; заохочення інвесторів та підприємців бути резидентами країни, створивши для цього сприятливі умови на державному рівні; переорієнтацію економіки з аграрного на індустріальний тип розвитку, інвестуючи у фізичний капітал (інфраструктура, обладнання, заводи, фабрики тощо); фокусування на збільшенні обсягів експорту та постачанні несировинної кінцевої продукції; підвищення фінансової грамотності та економічної свідомості громадян шляхом внесення коректив у систему освіти.

Отже, для того, щоб уникнути пастки середнього доходу, Україна повинна зробити якісний прорив у соціально-економічній сфері, зокрема здійснити переорієнтацію на інноваційний тип розвитку та виробництва товарів і послуг з використанням сучасних наукоємних технологій, збільшити попит на вітчизняну продукцію, диверсифікувати зовнішні ринки, стимулювати розвиток інституціональної складової тощо.

**О. І. Гнатів**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Комаринець С.О.

## ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ БРЕНДОВИМ ОДЯГОМ

У ХХІ ст. індустрія моди стрімко розвивається та дедалі більше маловідомих раніше брендів виходять на світовий ринок. Це супроводжується труднощами, пов'язаними із імпортом та експортом брендового одягу.

Процес імпорту одягу супроводжується низкою ускладнень. Перш за все, потрібно чітко визначитися з класифікацією згідно УКТ ЗЕД, яка залежить від виду виробу, матеріалу, з якого він виготовлений, що обумовить розмір ввізного мита. Обов'язковим є також проведення санітарно-епідеміологічної експертизи для всього одягу, який ввозиться. На сьогодні багато підприємств займають активну позицію щодо закупівлі, беручи до уваги широке коло трудових, соціальних та екологічних питань, включаючи умови праці, екологічність і безпечність продукції. Споживачі стають більш свідомими в питаннях застосування шкідливих хімічних речовин у процесі виробництва одягу [1]. Крім цього, багато провідних світових виробників мають зареєстровані торгові марки, під якими випускають свій одяг, який є об'єктом інтелектуальної власності. Це означає, що будь-яке переміщення таких товарів можливе тільки з дозволу власника торговельної марки, що створює перешкоди для легкого ввезення брендових речей на територію України.

Світові бренди, одяг яких розповсюджений у країнах Європи, виробляють також і в Україні, однак відразу там не продають. Серед них: *Adidas, Benetton, Esprit, Hugo Boss, Zara, Mexx, Marks & Spencer, Next, s.Oliver, Triumph, Tommy Hilfiger* тощо. Переважно, одяг вивозять у Німеччину. Одяг для *Zara* та *New Look* українські майстрині шиють на львівській фабриці «Троттола», яка налічує 8 філій у Західній Україні. Щомісяця фабрика виготовляє до 100 тис. одиниць одягу, який повністю експортується до Європи. Іншим прикладом є Балтська швейна фабрика (Одеська обл.), яка активно співпрацює з *Benetton, Esprit, Kookai, Laura Ashley, Max Mara, Mexx, Next, Steilmann, Top Shop, Wallis*. Відповідно готові вироби відразу експортуються.