

## ПРОБЛЕМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ В УКРАЇНІ

Міграційні процеси все більше привертають увагу вчених провідних країн світу. Особливе місце займає інтелектуальна міграція, оскільки саме людина, а особливо її інтелект, став справжнім капіталом.

Інтелектуальним капіталом називають інтелектуальні здатності людей у сукупності зі створеними ними матеріальними й нематеріальними засобами, які використовуються в процесі інтелектуальної праці [1]. І саме міграція населення формує основну частину цього капіталу.

Безпосередніми причинами міграції переважно є невідповідність між рівнем розвитку особистості та її потреб і неможливістю ці потреби задовільнити в умовах рідної держави.

Основними причинами інтелектуальної міграції в Україні є:

- Ø недооцінка державою важливості діяльності людей в науковій сфері;
- Ø низька заробітна плата;
- Ø застарілість більшої частини обладнання;
- Ø недостатнє фінансування сфери науки;
- Ø незадовільні умови праці;
- Ø відсутність перспектив професійного розвитку;
- Ø падіння престижу науки в країні;
- Ø страх залишитися без роботи;
- Ø незацікавленість в підвищенні кваліфікації тощо.

В наш час, в період війни в країні та складних економічних умовах, державі складно виділяти суттєві кошти на розвиток науки і наукових досліджень, хоча це є гострою необхідністю та інвестиціями в майбутнє науки в Україні.

Згідно даних Міністерства освіти та науки, фінансування з державного бюджету наукової галузі складає менше 0,3% внутрішнього валового продукту. Для порівняння, Японія витрачає на науку 3,4% ВВП, Південна Корея – 3,3% ВВП, США – 2,6% ВВП [2].

Основними наслідками інтелектуальної міграції для України є:

- Ø занепад науки в країні;
- Ø зменшення кількості перспективних, молодих і обдарованих дослідників і як наслідок старіння наукових кадрів;
- Ø зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світових ринках;
- Ø відставання України в технологічному розвитку;
- Ø загроза національній безпеці;
- Ø гальмування розвитку окремих галузей економіки та освіти тощо.

Молоді фахівці вважають за краще виїжджати за кордон, головним чином до Німеччини, Ізраїлю, США, Канади тощо. Як правило, виїжджають спеціалісти з наукових дисциплін, які визначають основні тенденції розвитку сучасної науки й технології, в першу чергу програмісти, хіміки, фізики-теоретики, фахівці з фізики твердого тіла, молекулярної біології, прикладної механіки, фахівці з космічних досліджень та представники перспективних напрямів медичної науки [3].

За підрахунками деяких науковців, щорічна інтелектуальна еміграція з України налічує приблизно 95,4 тис. фахівців, тобто емігрує кожний 25 – 26 спеціаліст з вищою освітою [3].

Україна повинна сформулювати свою політику в інтелектуальній сфері таким чином, щоб знання, винаходи і розробки вітчизняних науковців слугували, насамперед, розвитку економіки своєї країни, а вже потім іншим державам.

Варто запропонувати наступні шляхи вирішення проблеми інтелектуальної міграції в Україні:

- Ø створення сприятливих соціальних умов (визнання наукових заслуг вчених та можливість реалізації їхнього творчого потенціалу);
- Ø створення сприятливих матеріальних умов (поступове наближення показника середнього рівня оплати праці до європейського);
- Ø дотримання законодавчої бази (захисту патентів, авторського права тощо);
- Ø підвищення якості освіти і підготовки науково-освітніх кадрів;
- Ø підвищення ефективності науки (зосередити зусилля і кошти на виконанні досліджень, що можуть дати кінцевий результат у вигляді сучасних технологій та конкурентоспроможних товарів);
- Ø використання грантової системи (наука, яка базується на коштах, які виділяються приватною фірмою-замовником на строго визначені дослідження).

Отже, можна зробити висновок, що проблеми інтелектуальної міграції є досить істотними для України. Вирішення цього питання допоможе підняти рівень науки в державі і економіки загалом. Тому першочергове завдання, що постає перед державою є створення позитивного іміджу серед молоді, адже саме вони можуть створити умови для процесу гальмування подальшої інтелектуальної міграції в країні. Позитивний імідж представляє собою створення сприятливих умов для розвитку інтелектуальної сфери в нашій країні.

1. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтелектуальний\\_капітал](https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтелектуальний_капітал)

2. Н. Пархоменко. Особливості інтелектуальної міграції з України в добу незалежності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. [Електронний ресурс] Режим доступу:

[http://papers.univ.kiev.ua/1/ukrainoznavstvo/articles/parkhomenko-n-percularities-of-intellectual-migration-from-ukraine-in-the-age\\_25276.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/1/ukrainoznavstvo/articles/parkhomenko-n-percularities-of-intellectual-migration-from-ukraine-in-the-age_25276.pdf)

3. Медіна Т., Пендюр Н. Інтелектуальна міграція з України: причини та наслідки . Міжнародний часопис: Релігія та Соціум – 2014 - №1-2 (13-14)

**О.І. Гнатів**

**студ. групи МЕ-21**

*Науковий керівник – к.е.н., доц. каф. ММП Адамик В. В.*

## **ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ БРЕНДОВИМ ОДЯГОМ**

У XXI 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 воно зроблене. Це обумовить мито при ввезенні. Обов'язковим є також проведення санітарно-епідеміологічної експертизи для всього одягу, який ввозиться. На сьогодні багато компаній займають активну позицію щодо закупівлі, беручи до уваги широке коло трудових, соціальних та екологічних питань, включаючи умови праці, екологічність і безпечність продукції. Споживачі та покупці стають свідомішими в питаннях застосування шкідливих хімічних речовин у процесі виробництва одягу. Крім цього, багато провідних світових виробників мають зареєстровані торгові марки, під якими випускають свій одяг як об'єкт інтелектуальної власності. Це означає, що будь-яке переміщення таких товарів можливе тільки з дозволу власника цієї торговельної марки, що створює перешкоди для легкого ввезення брендових речей на територію України.

Світові бренди, одяг яких розповсюджені 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 шують 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.

Зрозуміло, що одяг відомих європейських марок, який двічі проходить через митницю, в нашій країні дуже дорогий. Ціна кінцевого продажу у порівнянні з ціною реалізації продукції вітчизняної фабрики для внутрішнього ринку є більшою у 4, а то й більше разів. Зауважимо, що цінова політика може бути різною для країн Європи. Очевидно, коли ми говоримо про одяг із нових колекцій, то ціна є завищеною. Проте, якщо порівняти ціни в Україні та за кордоном на один і той самий одяг відповідної фірми, то у Польщі або Чехії вони будуть помітно дешевшими, а асортимент ширшим.

Цікавим є те, що *Inditex* та *ASOS* є двома великими європейськими виробниками/власниками брендів одягу, які здійснюють закупівлі за принципом географічної близькості. Це дозволяє задовольняти попит споживачів у сегменті "швидкої моди". Інші відомі європейські роздрібні торговці сегмента "швидкої моди" – *Top Shop, Mango i Next*.

На сьогодні можливості для прямого продажу без послуг агентів, дистриб'юторів, імпортерів та оптових продавців зростають. Це зумовлено, передусім, переходом до онлайн-продажу. Пряма доставка від власника бренду до споживача через пункти отримання й пряма доставка додому через центри електронного виконання замовлень трансформують класичні оптово-роздрібні моделі. Частка електронної торгівлі зростає й надалі. Використання соціальних медіа буде активнішим і стане стартовою точкою в купівлі одягу. Однак, зазначимо, що онлайн-замовлення з-за кордону є вкрай небезпечними для іноземного продавця, оскільки є випадки шахрайства, коли намагаються заробити, продаючи куплене оптом в онлайн-магазинах. У випадку України для захисту легального бізнесу від нечесної конкуренції створено Митний реєстр об'єктів прав інтелектуальної власності, у якому вказано, хто володіє правами на цей бренд, і кого власник наділив правом завозити в Україну або вивозити з України товари під цим брендом. Якщо товар завозиться особою або організацією, яка не зазначена в реєстрі, тоді Державна фіскальна служба України зупиняє митне оформлення, повідомляє про це правласнику і відправляє товар на експертизу. Вона повинна встановити оригінальність товару й вирішити, чи можна його завозити в країну.

Доходимо висновку, що торгівля брендовим одягом є не легким процесом як для імпортерів, так і для експортерів. Проте, ця індустрія має перспективи розвитку в Україні, а тому необхідно і надалі посилювати контрольну та регуляторну функції державного управління у цій сфері.

1. Мірошниченко О. Експорт одягу до Європейського Союзу. Гід для українських підприємців / О. А. Мірошниченко, М. Г. Неліна, О. В. Феленюк. – Київ: 2017, 25-30 с.