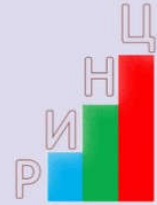


МІЖНАРОДНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ
www.economy-confer.com.ua



Світ економічної науки

Збірник тез міжнародної
науково-практичної
інтернет-конференції

Випуск 22

29 квітня 2020 р.



Тернопіль 2020

"Світ економічної науки. Випуск 22": матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. - Тернопіль, 2020. – 79 с.

УДК 330 (063)
ББК 65я431

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей економічної наукової інтернет-конференції «Світ економічної науки. Випуск 22», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

Наші збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "РІНЦ / RSCI".

Адреса оргкомітету:
46005, Україна, м. Тернопіль, а/с 797
тел. +380977547363
e-mail: economy-confer@ukr.net

Оргкомітет економічної наукової інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язковим.

Черняєва Александра Александрівна, Алексєєва Катерина Дмитрїївна
**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕТОДОЛОГІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ
ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ.....52**

Податкова система. Бюджетна система. Правові відносини в економічній системі

Коробка Іван Миколайович **КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ В
УКРАЇНІ.....54**

Кушнір Ірина Миколаївна, Чаус Андрій Олегович **ОСОБЛИВОСТІ
ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ
ПІДПРИЄМСТВ НА КОНТРОЛІНГОВИХ ЗАСАДАХ.....56**

Марущак Ілона Володимирівна **ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО
НАВАНТАЖЕННЯ НА ТІНЬОВУ ЕКОНОМІКУ.....58**

Шейгус Марина Ігорівна **РОЛЬ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ У
ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ САМОСТІЙНОСТІ МІСЦЕВИХ
БЮДЖЕТІВ.....60**

Інвестиційно-інноваційні процеси в економіці

Костецька Наталія Миколаївна, Чубка Ольга Михайлівна
ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ.....63

Свистун Тетяна Володимирівна **ОСНОВИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ РОЗРОБОК І ВПРОВАДЖЕНЬ.....65**

Світова економіка та міжнародні відносини

*Антонюк Павло Олегович, Антонюк Олег Петрович, Головаченко
Людмила Михайлівна* **АГРОПРОДОВОЛЬЧА ПРОДУКЦІЯ В
ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ ОБЛАСТЕЙ ПРИЧОРНОМОР'Я.....68**

Проте, незважаючи на позитивні зрушення, Україна залишається інвестиційно непривабливою у порівнянні з розвиненими країнами через: відсутність надійного законодавства, неточністю податкового регулювання і його непередбачуваністю, відсутністю ефективної інфраструктури для іноземного підприємництва, економічною і політичною нестабільністю (до економічних факторів можна віднести, нестабільну систему зовнішньо-економічної діяльності, незбалансованість економіки, непевність валютного ринку, тощо [6]).

Всі ці чинники стримують розвиток інвестиційної привабливості України, потребують вдосконалення та потребують розробки ефективної методики управління інвестиційними ризиками.

Список використаних джерел:

1. Investment attractiveness index. Електронний ресурс. – [Режим доступу]: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2019/12/EBA-Investment-Attrativeness-Index-2H2019-ukr.pdf>
2. Штепенко К.П. Особливості іноземного інвестування в Україні в умовах економічної кризи / К.П. Штепенко// Електронне наукове видання «Ефективна економіка». – 2019. - № 5
3. Нікітіна А.В. Особливості та способи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства за умов глобалізації світогосподарських відносин / Нікітіна А.В. // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://global-national.in.ua/archive/22-2018/17.pdf>
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. The economic impact of FDI on Ukraine. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://www.ier.com.ua/en/publications/consultancy_work?pid=6002
6. Вербицька Г.Л. Проблеми та перспективи розвитку залучення івестицій в економіку України /Вербицька Г.Л. // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2016 // ст. 49-52

ОСНОВИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ РОЗРОБОК І ВПРОВАДЖЕНЬ

Свистун Тетяна Володимирівна

кандидат економічних наук, Одеська національна академія харчових технологій

Комерціалізацію результатів наукових розробок і впроваджень розуміють як:

1. Грошовий результат, отриманий шляхом просування результатів наукових досліджень і розробок на ринок.

2. Процес просування або трансфер результатів наукових досліджень і розробок на ринок.

Процес комерціалізації результатів НДР непростий, ризикований і пов'язаний з певним парадоксом: з одного боку, все, що нас оточує і зроблено руками людини – використовує велику кількість результатів наукових розробок і впроваджень, це створює ілюзію, що ці результати є самоцінним, з іншого боку – просувати результати досліджень і розробок на ринок – справа дуже ризикована і часто закінчується невдачею [1].

Причина цього парадоксу полягає в тому, що критерії успіху на ринку і в науці відрізняються один від одного.

Критерії успіху на ринку:

1. Власність (чиє це, хто цим розпоряджається, хто користується, хто отримує прибуток).

2. Користь або вигода:

2.1. тих, хто буде користуватися результатами, отриманими на основі наукових розробок,

2.2 тих, хто поставляє товари і послуги, засновані на цих результатах.

Критерії успіху в науці:

1. Новизна результатів.

2. Оригінальність результатів.

Різниця в розумінні успіху призводить до складності та ризикованості процесу комерціалізації.

Повертаючись до того, що комерціалізація результатів наукових розробок і впроваджень це грошовий результат. Виникають такі питання:

1. Хто отримує цей грошовий результат?

Зовсім не обов'язково, що його отримує розробник. Комерціалізація результатів наукових розробок і впроваджень може бути самостійним бізнес-заняттям, і тому хтось може взяти чиїсь результати і просувати їх на ринок. Інша справа: на якій підставі він їх буде брати і як буде розплачуватися з тим, кому вони належать. Зовсім не факт, що найкращим промоутером результату є його розробник. Найчастіше якраз навпаки.

Людина, яка є професійним вченим, тобто людиною, яка отримує гроші за свою наукову роботу, може бути в самих різних ситуаціях. Може бути, його роботу хтось оплатив, тоді права належать тому, хто оплатив. Може бути, він створив свої результати незалежно, тоді, можливо, він передасть їх тому, хто буде їх просувати, на якійсь комерційній основі. При цьому, коли вчений буде шукати такого партнера, він повинен мати хоч якусь гіпотезу про те, як цей результат буде просуватися і до якої мети [2].

2. Як влаштовано просування результатів наукових досліджень і розробок на ринок? Чи є воно однозначним або існують варіанти?

3. Які результати ми просуваємо? Яких розробок? Чиїх розробок? Хто їх зробив? Кому належать права?

4. На який ринок ми просуваємо результати наукових досліджень і розробок?

Існують два ринки:

1. Споживчий – це ринок, на якому продаються і купуються товари і послуги, які люди використовують для реалізації своїх цінностей і для задоволення своїх потреб. Це ринок товарів споживчого призначення, ринок послуг, ринок нерухомості.

2. Корпоративний – це ринок, на якому здійснюються операції з інвестування в акціонерні товариства для встановлення власницької контролю, тобто покупка контрольного пакета звичайних акцій, що мають право голосу. На корпоративному ринку діє тільки один товар – конкурентоспроможність.

Крім того, ринок буває локальним і глобальним. І поведінка на них по-різному. Чим сильніше результат з точки зору ринкової новизни, тим більше шансів, що ви потрапляєте на світовий ринок, а там життя зовсім інше, ніж на ринках локальних.

Також слід пам'ятати, що крім економіки приватної, коли мова йде про створення товарів і послуг, існує ще й робота на державу, у якої дуже багато проблем і яка відповідає за економічну інфраструктуру, і тому вона є повноцінним споживачем наукових результатів і розробок.

Однак, спосіб, яким користується держава, істотно відрізняється від того способу, як це робить бізнес.

5. Як підприємства можуть урізноманітнити або поліпшити свою діяльність при використанні результатів наукових досліджень і розробок?

Таким чином, ми бачимо, що просування результатів досліджень і розробок на ринок – дуже непростий процес.

Список використаних джерел:

1. Меньяло В. Комерціалізація результатів наукових досліджень вищих навчальних закладів України як пріоритет державної політики у сфері вищої освіти / В. Меньяло. // Вісник Національної академії державного управління. – 2012. – №4. – С. 130–137.

2. Фоміна Є.В. Комерціалізація наукових розробок як основний елемент інноваційної економіки / Є.В. Фоміна. // Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2017. – №6. – С. 124–128.