

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НРЗВО «КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ» (Україна)
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (Україна)
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ (Україна)
НАЦІОНАЛЬНИЙ НАУКОВИЙ ЦЕНТР «ІНСТИТУТ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ» (Україна)
ГО «ФЕДЕРАЦІЯ АУДИТОРІВ, БУХГАЛТЕРІВ І ФІНАНСИСТІВ АПК УКРАЇНИ» (Україна)
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
UNIWERSYTET EKONOMICZNY WE WROCLAWIU (Польща)
WYKSZA SZKOŁA GOSPODARKI (BYDGOSZCZ) (Польща)
JHOSESKA UNIVERZITA V CESKYCH BEDEIOVICICII (Чехія)
STATE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES IN KONIN (Польща)
КАРШИНСЬКИЙ ІНЖЕНЕРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ (Узбекистан)

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ФОРУМ

**«ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ»**

**м. Кам'янець-Подільський
2022**

УДК 658:344.73

Ф 59

Рекомендовано до поширення в мережі «Інтернет» Вченою радою НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут» (протокол № 2 від 19 жовтня 2022 р.)

Головний редактор: ТРПАК Мар'ян – заслужений працівник освіти України, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри інклюзивної економіки, кібернетики і комп'ютерних наук, в.о. ректора НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут».

Заступник головного редактора: ГУМЕНЮК Ірина – кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія.

Технічний редактор: ШЕВЧУК Олександр – кандидат педагогічних наук, викладач кафедри соціальної роботи, психології та соціокультурної діяльності ім. Т. Сосновської.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

КОРКУШКО Олег – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **ГОДНЮК Ірина** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **СЛОБОДЯН Володимир** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **КУШНІР Людмила** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **ЛАВРУК Олександр** – доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **ТИМКІВ Андрій** – викладач кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **ШЕВЧУК Наталія** – викладач кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія; **ЛУПЕНКО Юрій** – доктор економічних наук, професор, академік НААН, директор, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»; **ГЕРАЙМОВИЧ Віолета** – кандидат економічних наук, доцент, НУБІП України; **ПРОКОПИШИН Оксана** – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку та оподаткування ЛНУП; **ШЕНДЕРІВСЬКА Юлія** – виконавчий директор ГО «Федерація аудиторів, бухгалтерів і фінансистів АПК України»; **ПИЛИПЕНКО Катерина** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та готельно-ресторанного бізнесу Мелітопольського державного педагогічного університету ім. Богдана Хмельницького; **CHERNIAVSKA Tetiana** – Doctor of Economic Sciences, Professor of the State University of Applied Sciences in Konin; **ERGASHEV Rahmatulla** – doctor of economic sciences, professor, Karshin Engineering and Economic Institute, Uzbekistan.

Ф 59 **Фінансово-економічна діяльність суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. Міжнародний науково-практичний форум** (м. Кам'янець-Подільський, 20-21 жовтня 2022р.). Кам'янець-Подільський: НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут». 2022. 208 с.

ISBN 978-617-7915-75-0

Збірник містить матеріали **Міжнародного науково-практичного форуму «Фінансово-економічна діяльність суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану»**, який відбувся 20-21 жовтня 2022 р. (НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський), з актуальних питань сучасної фінансової системи, аудиту, обліку та оподаткування в умовах воєнного стану.

Відповідальність за висвітлений матеріал у публікаціях несуть автори наукових праць.
Видано в авторській редакції.

ISBN 978-617-7915-75-0

© НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут, 2022

Вітальне слово до учасників форуму



В умовах воєнного стану надзвичайно важливим є забезпечення належного та безперервного функціонування діяльності суб'єктів господарювання, особливо їх фінансово-економічна діяльність.

Неабияка актуальність цього річного форуму полягає в тому, що тематика доповідей є справді широкою і проходить в форс-мажорних обставинах. Наші учасники завжди ставлять перед собою високі наукові і практичні завдання та знаходять цікаві рішення актуальних проблем, напрацьовують нові вектори розвитку фінансово-економічних можливостей суб'єктів господарювання, враховуючи реалії воєнного стану, в яких ми живемо. Цьогорічний форум має надзвичайно широку географію, адже її учасниками є чимало науковців та практиків, здобувачів освіти з багатьох іноземних університетів-партнерів.

Сподіваємося, що визначені учасниками Міжнародного науково-практичного форуму в доповідях аспекти, привернуть увагу суб'єктів господарювання, можливо, у дискусійному сенсі, але за будь-яких умов (навіть воєнного стану) вони стануть об'єктом подальшого і глибшого вивчення, що сприятиме їх розвитку та економічному зростанню.

Мар'ян ТРІПАК

Заслужений працівник освіти України,

кандидат економічних наук, доцент,

в.о. ректора Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти

«Кам'янець-Подільський державний інститут»

Шановні учасники і гості форуму!



Нинішня російсько-українська війна стала важким випробуванням спроможності народу України зберегти незалежність своєї держави. Однак, усі ми розуміємо, що битви виграє армія, а війну – економіка.

Фінансово-економічна діяльність суб'єктів господарювання та можливості відновлення її функціонування в умовах воєнного стану – саме ця тема стала предметом розгляду учасниками Міжнародного науково-практичного форуму, який є знаковою подією не лише для Кам'янець-Подільського державного

інституту, але й наукової спільноти в цілому.

Вражає, що форум об'єднав близько сотні науковців з України, Польщі, Чехії, Іспанії, Німеччини, Литви, Узбекистану, здобувачів вищої освіти, стейкхолдерів, які обговорили питання умов ведення бізнесу під час війни та можливості залучення фінансування своїх проєктів, створення стійкої бізнес-екосистеми відновлення та розвитку економіки.

Реалізація пропозицій міжнародного форуму сприятиме обміну науковими думками, практичним досвідом, іноземною підтримкою та рекомендаціями, дозволить поглибити підприємницьке мислення, допоможе напрацювати здатність приймати оперативні управлінські рішення в умовах воєнного стану.

Михайло СИМАШКЕВИЧ

Голова Кам'янець-Подільської районної ради

Голова Ради стейкхолдерів

НРЗВО «Кам'янець-Подільського державного інституту»

Зміст

<i>Мар'ян Тріпак, Владислав Левицький</i>	
Організація оплати праці працівників державних органів в період воєнного стану	10
<i>Уляна Андрусів, Галина Зелінська, Олексій Бойчук</i>	
Аналіз зарубіжного досвіду імплементації бізнес-процесів підприємств у контексті інноваційного управління соціально-економічними системами ..	12
<i>Олена Барілович</i>	
Веб-сайт як інструмент маркетингу підприємства	14
<i>Олена Бачинська, Іван Собко</i>	
Міжнародні торговельні відносини України під час війни	16
<i>Юлія Бугель</i>	
Напрями підтримки фінансово-економічної системи України в умовах воєнного стану	18
<i>Оксана Василик, Вероніка Атаман</i>	
Роль контенту на офіційному сайті у просуванні будівельних компаній	20
<i>Оксана Василик, Владислав Гриник</i>	
Розвиток комерції в соціальних мережах	23
<i>Станіслав Василішин</i>	
Окремі аспекти формування кібербезпеки та захисту облікових даних підприємств	25
<i>Ангелія Вольська, Олександр Вольський</i>	
Державний та місцеві бюджети України: доходи і видатки у воєнний час ..	27
<i>Іванна Гаврилюк</i>	
Сучасний маркетинг: стан та перспективи розвитку	29
<i>Юлія Гайбура, Едвін Смицький</i>	
Формування фінансового потенціалу підприємства : основні аспекти	31
<i>Ірина Гарбарець</i>	
Заощадження домогосподарств в Україні в умовах економічної кризи ...	33
<i>Violeta Heraimovych, Angelina Brizhata</i>	
Financial levers of economic recovery	37
<i>Віолета Гераймович, Богдана Гераймович</i>	
Енергетичний маркетинг як шлях до енергозбереження	39
<i>Віолета Гераймович, Денис Гільов</i>	
Управління системою дистрибуції підприємства	41
<i>Violeta Heraimovych, Maryna Zakharchenko</i>	
Implementation of marketing systems in enterprises of the agricultural sector of Ukraine as one of the methods of ensuring competitiveness	43
<i>Violeta Heraimovych, Valentyn Kashlyuk</i>	
Marketing of services during the war	45
<i>Віолета Гераймович, Станіслав Кравцов</i>	
Управлінська парадигма маркетингу - якість	47
<i>Віолета Гераймович, Ольга Мулик</i>	
Сучасні інструменти інтернет-маркетингу	49

<i>Віолета Гераймович, Назарій Оксенюк</i> Особливості маркетингових досліджень на продовольчому ринку	52
<i>Віолета Гераймович, Ілля Перевозчиков</i> Організаційні структури продажів	54
<i>Віолета Гераймович, Мирослав Прилипка</i> Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна	56
<i>Віолета Гераймович, Марія Смішко</i> Дослідження психологічної ефективності рекламної діяльності	58
<i>Violeta Heraimovych, Anna Toiunda</i> Marketing tools for the study of the modern consumer	61
<i>Violeta Heraimovych, Alina Kharchenko</i> Modern marketing: factors, status and prospects of development	63
<i>Ірина Годнюк, Валентин Кардаш</i> Особливості банківської системи України в умовах воєнного стану.....	66
<i>Ірина Годнюк</i> Оподаткування суб'єктів малого підприємництва в умовах воєнного стану	68
<i>Альона Годованюк, Микита Антонов, Каріна Гончарук</i> Послуга в сфері хореографічного мистецтва як предмет маркетингового трьохрівневого аналізу	71
<i>Ірина Гуменюк, Анна Білоус</i> Działalność audytorska na Ukrainie: zmiany legislacyjne	73
<i>Ірина Гуменюк, Людмила Валіцька</i> Облік основних засобів: реалії сьогодення.....	76
<i>Ірина Гуменюк, Ірина Вишневська</i> Податкова система України: сучасний стан та напрями вдосконалення....	77
<i>Ірина Гуменюк, Володимир Хазанов</i> Особливості оподаткування в період воєнного стану	79
<i>Інна Гуменюк, Денис Гуменюк</i> Адміністративно - правові форми захисту приватної власності суб'єктів господарювання в Україні	81
<i>Дергач А.В., Радченко В.Є.</i> Маркетингова діяльність в зернопереробних підприємствах.....	84
<i>Богдан Деревянко</i> Легалізація активів у порядку одноразового (спеціального) добровільного декларування в Україні: вплив воєнного стану	86
<i>Олександр Дзюблюк, Лілія Окренка</i> Банківське кредитування як запорука фінансової безпеки підприємств ..	89
<i>Наталія Домбровська</i> Інвестиції в Україну як напрям відновлення економіки	91
<i>Рахматула Ергашев, Марина Іваськова</i> Зміни у податковій системі України та можливі післявоєнні реформи. ...	93
<i>Наталія Жидовська, Оксана Прокопишин</i> Діджиталізація міжнародних вантажних перевезень в умовах воєнного стану	95

<i>Галина Зелінська, Лілія Бігун</i>	
Розвиток малого і середнього підприємництва в Україні в умовах воєнного стану з врахуванням зарубіжного досвіду	97
<i>Олег Коркушко, Анастасія Охотська</i>	
Економіка країни в поствоєнний період	100
<i>Уляна Костюк, Соломія Скрипник</i>	
Порівняльна характеристика оподаткування заробітної плати в США і Україні.....	102
<i>Ігор Кравчук, Андрій Даткун</i>	
Досвід ЄС у формуванні інноваційної політики.....	104
<i>Viktoriya Kulyk, Lyudmyla Kushnir</i>	
Problems of economic security of enterprises in the conditions of martial law..	106
<i>Людмила Кушнір, Катерина Беженар</i>	
Організація обліку, митного оформлення товарів та їх контролю в умовах воєнного стану	109
<i>Людмила Кушнір, Ірина Боршуляк</i>	
Бухгалтерський облік як наука і практична діяльність	111
<i>Людмила Кушнір, Ілля Гораи</i>	
Особливості ведення бухгалтерського обліку в умовах воєнного стану	114
<i>Олександр Лаврук, Тарас Косюк</i>	
Трансформація фінансового та організаційного забезпечення надання медичних послуг в умовах воєнного стану	116
<i>Василь Лучик, Олександр Горін</i>	
Публічна служба в період воєнного стану	118
<i>Володимир Макарчук, Галина Грещук</i>	
Щодо видів підприємств у Стародавньому Римі та в Україні	120
<i>Тетяна Маренич, Тетяна Ковальова</i>	
Професійне судження бухгалтера та його застосування.....	121
<i>Світлана Масловська, Олег Коркушко</i>	
Особливості оподаткування суб'єктів спрощеної системи в період воєнного стану	123
<i>Яна Мельничук, Вадим Хіневич</i>	
Особливості соціального захисту дітей і молоді	125
<i>Zoriana Myronchuk, Ruslana Andrushko</i>	
Impact digitalization on transformation in the organization accounting: status and prospects of development.....	127
<i>Микола Павлюк, Ангеліна Охотська</i>	
Наслідки впливу воєнного стану на організацію бухгалтерського обліку	129
<i>Kateryna Pylypenko, Yelyzaveta Pukas</i>	
What is it to be a human? Exploring the power of vitality	132
<i>Pylypenko Kateryna</i>	
Найкращі інвестиції у людській капітал	134

<i>Віктор Пилявець</i>	
Наслідки інтеграції вітчизняного бухгалтерського обліку в світову економічну систему.....	136
<i>Ірина Пилявець</i>	
Оплати праці в бюджетній сфері України: стан та перспективи.....	138
<i>Лариса Праскова, Ірина Годнюк</i>	
Діджиталізація в системі бухгалтерського обліку: реалії часу.....	140
<i>Уляна Савків</i>	
Система управління ризиками на підприємстві в умовах воєнного стану.....	143
<i>Алевтина Санченко</i>	
Про актуальність оновлення концептуальних засад соціально відповідального господарювання в Україні.....	145
<i>Ольга Свирида, Анастасія Коробчук</i>	
Електронні гроші: суть та облікове відображення.....	149
<i>Богдан Сенів, Олег Каленюк</i>	
Фінансова глобалізація як умова розвитку банківської системи.....	151
<i>Галина Сидор</i>	
Банківська система України в період запровадження воєнного стану....	154
<i>Віктор Синчак</i>	
Особливості оподаткування юридичних осіб – платників єдиного податку третьої групи в умовах воєнного стану.....	157
<i>Віктор Синчак, Юлія Гладун</i>	
Особливості фінансового контролю в умовах воєнного стану.....	159
<i>Михайло Сіماشкевич, Максим Галкін</i>	
Облік і звітність у банках в умовах воєнного стану.....	164
<i>Володимир Слободян, Галина Кирилюк</i>	
Психологічний супровід в умовах війни.....	166
<i>Світлана Стендер</i>	
Особливості обліку запасів: в мирний час та під час війни.....	168
<i>Андрій Тимків, Олег Козак</i>	
Етапи розвитку глобальної економіки	171
<i>Андрій Тимків, Олег Окаринський</i>	
Становлення принципів державного управління	173
<i>Андрій Тимків, Андрій Рибка</i>	
Особливості державної економічної політики	175
<i>Андрій Тимків, Віталій Рудан</i>	
Зарубіжний досвід партисипаторного бюджетування: уроки для України.....	177
<i>Андрій Тимків, Дмитро Билина</i>	
Інноваційна банківська діяльність у фінансовому обслуговуванні реального сектора економіки.....	180
<i>Андрій Тимків, Тарас Борис</i>	
Стратегії економічного розвитку України в умовах воєнного стану та поствоєнного відновлення економіки	182

<i>Андрій Тимків, Вадим Кирилюк</i>	
Проблеми управління державним боргом України в умовах воєнного стану та поствоєнного відновлення економіки.....	184
<i>Мар'ян Тріпак, Іван Лунда</i>	
Роль електронного врядування для впровадження інновацій у розвиток територіальних громад в умовах воєнного стану та поствоєнного відновлення держави	186
<i>Мар'ян Тріпак, Олександр П'ятницький</i>	
Перспективи розвитку цифровізації економіки України	188
<i>Inna Nahm, Oleg Korkushko</i>	
The state of the labor market in Ukraine during the war	191
<i>Роман Хірівський</i>	
Вплив маркетингу в управлінні сучасною освітою	192
<i>Надія Ціцька, Ольга Малецька</i>	
Удосконалення організації обліку виробництва продукції тваринництва на автоматизовано – інформаційному рівні	194
<i>Олександр Шевчук, Анастасія Ткачук</i>	
Властивості та статистика імпортно-експортних операцій.....	196
<i>Олександр Шевчук, Катерина Якубовська</i>	
Особливості диджиталізація економіки	198
<i>Юлія Шендерівська, Ігор Вояк</i>	
Політика бюджетного стимулювання економічного зростання: зарубіжний досвід та уроки для України	200
<i>Олександр Шерстюк</i>	
Трансформація завдань незалежного аудиту в умовах воєнного стану ..	203
<i>Алла Яшина, Вікторія Вишневецька</i>	
Відновлення економіки у післявоєнний час	205

Мар'ян Тріпак

*в.о.ректора, кандидат економічних наук,
доцент, професор кафедри інклюзивної
економіки, кібернетики та комп'ютерних наук
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Владислав Левицький

*магістрант з
публічного управління та адміністрування
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Державна служба – це публічна, професійна, політично неупереджена діяльність із практичного виконання завдань і функцій держави.

В свою чергу державний службовець - це громадянин України, який займає посаду державної служби в органі державної влади, іншому державному органі, його апараті (секретаріаті) (далі - державний орган), одержує заробітну плату за рахунок коштів державного бюджету та здійснює встановлені для цієї посади повноваження, безпосередньо пов'язані з виконанням завдань і функцій такого державного органу, а також дотримується принципів державної служби [1].

Під час війни більшість державних службовців (83,4%) не змінили своє місцезнаходження. З них 67,8% продовжують виконувати посадові обов'язки у штатному режимі та 7,2% поєднують дистанційну роботу з роботою у штатному режимі. Найбільший відсоток державних службовців, що продовжили працювати у штатному режимі в умовах воєнного стану простежується у державних органах п'ятого (77,7%) та першого (71,6%) рівнів. Найменше – серед державних органів другого рівня (21,6%).

Змінили своє місцезнаходження 16,3 % респондентів. З них 13,6% – внутрішньоопереміщені та 3% перебувають за кордоном. Серед тих, хто вимушено змінив своє місце проживання більшість проживало в областях де ведуться активні бойові дії. Відсоток внутрішньоопереміщених державних службовців з Луганської області – 95,1%, Донецької – 69,7%, Харківської – 45,9%, Херсонської області – 33,2%. Оплата праці державним службовцям, що продовжують виконувати службові обов'язки здійснюється відповідно до Закону України «Про державну службу», постанови КМУ від 18 січня 2017 року №15 “Питання оплати праці працівників державних органів”, інших актів законодавства з питань державної служби [2].

У разі оголошення простою оплата праці здійснюється з урахуванням статті 113 КЗпП України, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 7 березня 2022 року № 22. Тобто, керівник може самостійно визначати розмір оплати часу простою працівників, але не нижче від двох третин посадового окладу.

Оплата праці державних службовців проводиться відповідно до Закону України “Про державну службу”, постанови Кабінету Міністрів України від 18

січня 2017 року № 15 «Питання оплати праці працівників державних органів», інших актів законодавства.

Керівник державної служби має право самостійно визначати розміри надбавки за інтенсивність праці державних службовців у межах затвердженого фонду оплати праці відповідного державного органу.

Обмеження в нарахованій заробітній платі для державного службовця під час запровадження воєнного стану немає. Оплата праці державним службовцям, що продовжують виконувати службові обов'язки здійснюється відповідно до Закону України «Про державну службу», постанови КМУ від 18 січня 2017 року №15 «Питання оплати праці працівників державних органів», інших актів законодавства з питань державної служби [2].

Працівник за погодженням з керівником та наявності відповідних технічних можливостей може бути переведений на дистанційну роботу, оплата праці не змінюється. У разі відсутності організаційних або технічних умов, необхідних для виконання роботи, відповідно до статті 34 КЗпП України оголошується простій щодо окремих працівників або структурних підрозділів.

Оплата праці державних службовців за період евакуації з зон бойових дій та на час облаштування за новим місцем перебування здійснюється з урахуванням статті 113 КЗпП України, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 7 березня 2022 року № 221. Керівник самостійно визначає розмір оплати часу простою, але не нижче від двох третин тарифної ставки встановленого працівникові тарифного розряду (посадового окладу) (роз'яснення Мінекономіки та НАДС від 10.03.2022 № 4706-06/9551-03)

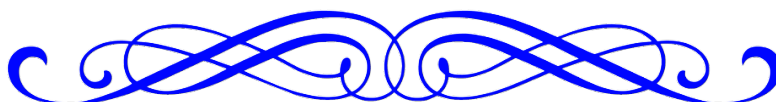
Зазначимо, що в Україні планово збільшився розмір прожиткового мінімуму для працездатних осіб із 1 липня 2022 року. Він зріс із 2 481 гривні до 2 600 гривень, що передбачено у держбюджеті за 2022 рік.

Законодавство встановлює, що посадовий оклад держслужбовців не може бути меншим за два розміри прожиткових мінімумів.

Держава в період воєнного стану характеризується багатоманітністю завдань і функцій, від професійного і чіткого здійснення яких залежить існування всієї політичної системи. Весь світовий досвід і стан суспільних відносин, навіть у найдемократичніших державах, свідчить, що сучасне суспільство не може нормально функціонувати і розвиватися поза державою і встановленими нею межами. Цим і обумовлюється необхідність кваліфікованого і потужного державного апарату.

Література:

1. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» 2015, № 28, ст.250 із змінами № 2561-ІХ від 06.09.2022
2. Закон України «Про державну службу» № 1774-VIII від 06.12.2016, редакція від 07.05.2022, підстава – 1780-ІХ
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 18 січня 2017 р. № 15 із змінами, внесеними Постановою Кабінету Міністрів України від 12 липня 2022 р. № 788



Уляна Андрусів,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії економіки та управління
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

Галина Зелінська
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри прикладної економіки
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

Олексій Бойчук
студент групи МНР-21-1
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Дієвим і актуальним засобом досягнення конкурентних переваг є процесний підхід, який орієнтує діяльність підприємства на бізнес-процеси, а систему управління підприємством – на управління кожним бізнес-процесом окремо та їх сукупністю на підприємстві в цілому та/чи в межах певних проектів, що реалізують підприємства в контексті інноваційного управління соціально-економічними системами.

Проблема впровадження бізнес-процесів на підприємствах є актуальною для країн з різним рівнем економічного розвитку. Зокрема, науковці Nam, et al. (2019) розробили інтегративну модель впровадження бізнес процесів та пройшли тестування з 170 корейськими фірмами. Аналіз підтвердив доцільність впровадження бізнес-процесів на всіх етапах управління підприємством. Науковці Marrella, et al. (2018) у своїх дослідженнях запропонували модель стійкості «Model Management Case and Notation», де основою є кількісна оцінка відстані між моделлю процесу рішення та повним досягненням рівня стійкості.

У праці Antunes, P., & Mourão, H. розроблено рамку стійкості на основі двох критеріїв: контролю, який може бути змішаним або дискреційним, та відповіді, з огляду на заплановані та не заплановані дії. Автори розробили набір послуг, що інтегрують підтримку стійкості в системах BPM, включаючи виявлення, діагностику, відновлення та ескалацію. У роботі Marrella, et al. запропоновано SmartPM - модель та прототип системи управління процесами, що містить набір методів, що забезпечують підтримку автоматизованої адаптації процесів, що вимагають знань, під час виконання.

Ще одним доказом того, що бізнес-процеси є важливим об'єктом управління є праця Abdelkafi, N., & Täuscher, K. (2016), де автори запропонували бізнес-модель сталого розвитку (BMfS), спрямовану на створення цінностей для різних зацікавлених сторін і природного середовища. Ця модель побудована на

створенні посиленої петлі зворотного зв'язку між створеною цінністю для клієнтів, значенням, зафіксованим фірмою, та значенням для природного середовища. Chapman, et al. (2003) у своїй роботі обґрунтували, що бізнес-процеси відіграють важливу роль в інноваційних логістичних послугах, що базується на обслуговуванні, перетвореної з бізнес-концепції перевезення на службу для всіх логістичних потреб клієнтів.

Науковці з Латвії Vikse, et al. (2018) провели дослідження щодо створення інноваційних підприємств та впровадження у їх діяльність бізнес-процесів. Розглянули реалізацію стартапів і пов'язали концепцію стартапу з бізнес-інкубацією, що вказує на перспективи розвитку інноваційної інфраструктури в країні. У праці Fomina, I. G., & Makolski, M. S. (2017) проведено аналіз інноваційного співробітництва між університетами та високотехнологічними підприємствами в Росії. Встановлено, що рівень інноваційного розвитку Росії є одним з найнижчих у світі та запропоновано нову модель ділового партнерства між навчальними закладами та високотехнологічними компаніями на основі впровадження у процес управління дієвих бізнес-процесів.

Burukhina, et al. (2019) розробили сучасну концепцію впровадження бізнес-процесів у діяльність будівельних фірм, зокрема, «Конкурс студентів MultiComfort House», проведеного Сен-Гобеном ISOVER. Вчені (Popadinets et al. 2021, Витвицький, 2016), представили методику оцінювання інноваційної діяльності підприємств, де довели, що впровадження нових бізнес-процесів в систему управління є вимогою часу.

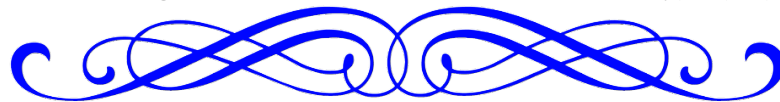
У праці (U. Andrusiv, & O. Galtsova, 2017), авторами запропоновано методичний підхід щодо оцінювання рівня інноваційної діяльності підприємств будівельної галузі, де основний акцент зроблено на впровадження бізнес-процесів на всіх рівнях управління підприємством. У роботі (Черчата, А., 2019) наголошено на виокремленні економічних категорій «результативність» та «ефективність» в процесі оцінювання бізнес-процесів, оскільки результативність та ефективність визначають різні аспекти їх функціонування. При формуванні методики виміру бізнес-процесів запропоновано застосовувати концепцію Balanced Scorecard (BSC). Авторами (Cherchata A., & Andrusiv U., 2018) розглянуто основні питання, що пов'язані з процесно-орієнтованим управлінням на підприємствах та розроблено процедуру вибору бізнес-процесів, що підлягають реінжинірингу (BPR – *business-process reengineering*) з метою вдосконалення цих бізнес-процесів.

Отже, можна стверджувати, що процесно-орієнтоване управління визначається як один із дієвих інструментів управління підприємствами у працях багатьох учених, проте у них недостатньо сформована інформаційно-аналітична основа управління бізнес-процесами, що і буде перспективою наших майбутніх досліджень.

Література:

1. Andrusiv, U. Y., Mazur, I. M., & Kinash, I. P. (2016). Systematic approach to the formation of management mechanism of construction enterprises innovation activity. *Economic Processes Management: International Scientific E-Journal*, 4, Retrieved from: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2016_4/epm2016_4_2.pdf

2. Витвицький Я. С., Андрусів У. Я. (2015). Механізм управління підприємствами сфери виробництва будівельних матеріалів на інноваційних засадах. *Інноваційна економіка: науково – виробничий журнал* 4'2015 [59], ТНЕУ, с. 12-20.
3. Popadinets, I., Andrusiv, U., Galtsova, O., Bahorka, M., Yurchenko N. (2021) *Management of motivation of managers' work at the enterprises of Ukraine: innovative aspects. Management Systems in Production Engineering*. Vol. 29 Issue 2, pp. 120-131. Available: <https://DOI: 10.2478/mspe-2021-0016>
4. Andrusiv U.Y., Cherchata A. O. (2018). Reengineering of business-processes of enterprise as an instrument of their improvement and development. Problems of modern science: Collection of scientific articles. Fadette editions, Namur, Belgium, 59-63 p.
5. Cherchata, A. O. (2019). Project management in business: application in the context of interaction with functional and processing approaches. *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry)*, (1 (19)), 172-179.



Олена Барилевич
кандидат економічних наук, доцент
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
м. Київ, Україна

ВЕБ-САЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному конкурентному середовищі дуже складно знайти бізнес, який не був би представлений онлайн. Основна причина полягає в тому, що інтернет створює інформаційний простір, у якому присутні потенційні споживачі практично кожного виробника чи представника бренду, тобто його цільова аудиторія. Саме тому і великі компанії, і малі підприємства, і потужні бренди, і дрібні місцеві виробники маловідомих товарних марок – всі мають свій сайт. Веб-сайт для кожного з них має свої особливості побудови залежно від цілей і напрямків використання, але незмінним залишається одне – уявити сучасний бізнес без присутності в онлайн-середовищі і наявності сайту практично неможливо!

Веб-сайт компанії відкриває для неї нові можливості створення, побудови та управління взаємовідносинами з клієнтами. Веб-сайт може використовуватися також для послідовного переміщення клієнтів через етапи купівельної спроможності та трансформації потенційних клієнтів у реальних споживачів.

Використання веб-сайтів дозволяє компаніям отримати ряд істотних переваг: підвищення продуктивності, поява додаткової нової можливості продажу, прямий доступ до ринку, покращення якості обслуговування клієнтів, вдосконалення брендів і бізнес-процесів, покращення взаємовідносин з клієнтами, також вони можуть стати важливим джерелом інформації для прийняття маркетингових рішень [1].

У сучасній практиці маркетингової діяльності корпоративний веб-сайт став важливим елементом комунікаційної політики та центральним елементом стратегії онлайн-маркетингу. Це зумовлено цілим рядом причин:

- Веб-сайт – це місце, де компанія може повністю виразити свій бренд та маркетингове повідомлення будь-яким способом. Це також основне джерело точних фактів та інформації про бізнес та продукцію.

- Веб-сайт – це не просто інформаційна сторінка: він може бути потужним інструментом маркетингу та бізнесу. Наприклад, якщо ви проаналізуєте дані про відвідувачів вашої сторінки, то зможете добре уявити, хто зацікавлений у вашій пропозиції. Ви також можете налаштувати інтернет-магазин, створити блог та інші функції, а також налаштувати свій веб-сайт так, щоб він точно відображав ту інформацію, яку шукає ваш цільовий ринок.

- Веб-сайт є центром, до якого ведуть усі інші маркетингові стратегії. По суті, це кінцевий пункт призначення для всіх інших напрямків онлайн-діяльності.

- Сучасна аудиторія очікує, що у будь-якої серйозної компанії має бути веб-сайт із усією необхідною інформацією, який легко знайти та ще простіше на ньому зорієнтуватися.

- Веб-сайт – це інтернет-будинок бренду компанії. Веб-сайт – це та частина мережі, яка повністю присвячена конкретному бренду та маркетинговому повідомленню. Він служить орієнтиром для клієнтів, колег та навіть власного персоналу. Сайт також може використовуватися як торговий майданчик, соціальна спільнота та дошка оголошень.

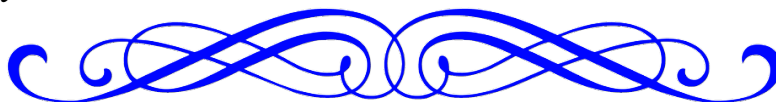
- Він стабільний. Хоча сторінки в соціальних мережах, рекламні кампанії, e-mail розсилки змінюються, веб-сайт завжди залишатиметься на тому ж місці (за тією ж веб-адресою). Це надзвичайно важливо у мінливому онлайн-середовищі, особливо стосовно посилань, які ведуть до важливого контенту.

Веб-сайт є інструментом, що відображає індивідуальність компанії, створює ефект присутності та взаємодії з нею. Відвідування веб-сайту компанії можна порівняти з реальним візитом, проте це швидше, зручніше і часто ефективніше, оскільки дозволяє споживачеві прийняти рішення про купівлю у спокійній обстановці, без тиску з боку продавця. Сайт допомагає показати індивідуальність бренду, а візуальні рішення та контент можуть використовуватися співробітниками компанії як засоби привертання уваги, переконання та спонукання до певної цільової дії, тобто бути ефективним інструментом маркетингу.

Отже, на сьогодні будь-який бізнес у будь-якій сфері діяльності вимагає наявності продуманого і якісно розробленого веб-сайту. Конкретний вид, зміст і наповнення сайту значною мірою залежатимуть від сфери діяльності компанії та мети його створення.

Література:

1. Барилевич О.М. Використання інтернет-маркетингу в комунікаційній діяльності молокопереробних підприємств. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2020. Том 11. Випуск 4. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/view/15196>



Олена Бачинська

кандидат економічних наук, доцент кафедри інклюзивної економіки,
кібернетики та комп'ютерних наук

Іван Собко

студент НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна

МІЖНАРОДНІ ТОРГОВЕЛЬНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Сьогодні Україна перебуває в складних умовах, які зумовлені не лише воєнними подіями, а і постпандемічною нестабільністю. За оцінкою Світової організації торгівлі, воєнні дії в Україні завдали світовій економіці серйозного удару, тому що призвели до підвищення цін на продовольство та зменшення доступності товарів, які Україна експортує. Одним із довгострокових ризиків є те, що війна може спровокувати розпад світової економіки на окремі блоки. Економічні санкції можуть змусити великі економіки рухатися до «відокремлення» з геополітичних міркувань з метою досягнення більшої самодостатності у виробництві та торгівлі. Навіть якщо формальних блоків не з'явиться, приватні суб'єкти можуть вирішити мінімізувати ризик шляхом переорієнтації ланцюгів постачання [1].

За даними Державної митної служби, структура експорту та імпорту продукції України перед початком військових дій зображена на рис. 1.



Рис. 1. структура експорту та імпорту продукції України [2]

Протягом першої половини 2022 р. фізичні обсяги експорту скоротились на 30,1 %. Скорочення відбулось в усіх секторах, проте нерівномірно. Найбільш суттєво скоротилися фізичні обсяги експорту продукції хімічної промисловості (на 68,9 %), металів та виробів із них (на 57,2 %), а також машин, устаткування та транспорту (на 43,2 %) і мінеральних продуктів (на 30,7 %). Меншими були темпи скорочення фізичних обсягів експорту паливно-енергетичних товарів (на 22,5 %), до того ж, їхні вартісні обсяги зросли на 16,6 %.

Чи не найбільший вияв глобального ефекту від воєнних дій в нашій країні спостерігається на ринку зернових. Зменшення постачань зерна та інших продовольчих товарів призвело до підвищення цін на сільськогосподарські товари, що посилює ризики для продовольчої безпеки в ряді регіонів світу. Крім того, відчутно зросли ціни на пшеницю у світі. Так, середня ціна пшениці м'яких сортів зросла на 43,6 % (з 274 до 393 дол. США за метричну тонну), а пшениці твердих сортів – на 59 % (з 286 до 455 дол. США за метричну тонну). Значна роль, яку Україна відіграє на світовому ринку соняшникової олії (36,4 % від світового експорту в 2021 р.) та кукурудзи (10,8 %), сприяла зростанню цін на ці товари. Так, середня світова ціна метричної тонни соняшникової олії зросла на 32,3 %, а кукурудзи – на 21,5 %. Також більше як удвічі зріс індекс цін на добрива.

Суттєвим (на 48 %) було скорочення фізичних обсягів імпорту товарів. При цьому скорочення відбулось у всіх групах товарів, а його обсяги перевищували 30 % для кожної з груп, за винятком машин, устаткування та транспорту, імпорту яких скоротився на 20,4 %. Водночас фізичні обсяги імпорту мінеральних продуктів скоротилися на 61,9 %.

Загалом, вищі темпи скорочення експорту товарів, на противагу імпорту, призвели до нарощування негативного сальдо зовнішньої торгівлі більш ніж удвічі (з 1,2 до 2,6 млрд. дол. США), хоча за підсумками I кварталу 2022 р. було сформовано позитивне сальдо – 120 млн. дол. США [3].

Крім того з рядом логістичними проблемами зіткнувся український бізнес, зокрема [4]:

➤ *Відмова від накопичення.* Чим більше товарів знаходиться на складах, тим вищий обсяг заморожених фінансів. До того ж довго тримати товари на складах небезпечно – у разі атаки їх можна втратити.

➤ *Зміна складських умов.* Найбільший хаб (70-80% професійних складських площ) знаходився у Київській області. З початком бойових дій компанії змушені були перевезти товари на захід України, де в принципі не було складських площ такої величини.

➤ *Складнощі з закупівлею товарів.* Проблеми пов'язані насамперед з обмеженістю асортименту й постачальників, блокуванням портів та навантаженням на залізничну інфраструктуру.

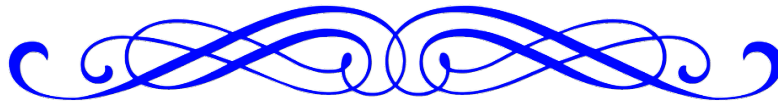
➤ *Ускладнення логістичних операцій.* Блокпости, огляди, комендантська година – все це ускладнює перевезення вантажів. Крім того, необхідно заздалегідь планувати запасні маршрути, оскільки є ризик нових атак.

Незважаючи на те, що сьогодні ми переживаємо надзвичайно важкий період в історії нашої країни, економіка України також не припиняє боротьби: бізнес відроджується, люди працюють, бюджет наповнюється.

Література:

1. WTO Secretariat note examines impact of the crisis in Ukraine on global trade and development. URL: https://www.wto.org/english/news_e/-news22_e/devel_08apr22_e.htm

2. Як Україна торгує в умовах війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/25/684674/>
3. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 року). URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/vplyv-viyny-na-zovnishnyu-torhivlyu-ukrayiny-za-pidsumkamy>
4. Логістика під час війни: як українському бізнесу організувати транспортні потоки. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3566470-logistika-pid-cas-vijni-ak-ukrainskomu-biznesu-organizuvati-transportni-potoki.html



Юлія Бугель

кандидат економічних наук, доцент

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу

Західноукраїнського національного університету

м. Чортків, Україна

НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабна війна стала величезним викликом для нашої держави, спричинила катастрофічні руйнування, завдала значних економічних та фінансових втрат, до яких ніхто не був готовим. За таких умов, дедалі очевиднішим є факт, що вітчизняна економіка стає одним із пріоритетних фронтів, який визначатиме як подальший перебіг військових дій, так і спроможність нашої держави успішно відбудовуватись у післявоєнний час. Враховуючи зазначене, ми можемо констатувати, що уряд одразу, в екстреному порядку, запровадив низку важливих регуляторних заходів, за яких економіка та фінансова система були переведені з ринкових засад управління на управління у «ручному» режимі для реагування на безпрецедентні виклики. Цей підхід спрацював. Він дав змогу стримати паніку та стабілізувати роботу фінансово-економічної системи. Проте, за поступового відновлення економіки, негативні та дестабілізуючі ефекти від «ручного» управління фінансовою системою та величезного дефіциту бюджету стають відчутнішими.

Запроваджена модель управління фінансовою системою держави фактично будується на трьох конфліктуючих засадах:

- фінансування Національним банком переважної частини бюджетного дефіциту за рахунок емісії породжує девальваційний та інфляційний тиск;
- збереження Міністерством фінансів низької доходності гривневих державних облігацій, яка не покриває інфляції, стимулює споживання (тобто посилює інфляційний тиск) і перетікання заощаджень у валюту (посилює девальваційний тиск);
- посилення валютних обмежень дає змогу стримати цей девальваційний та інфляційний тиск.

Нетривалий успіх впровадження даного режиму має свою ціну:

- жорсткі обмеження на рух капіталу (валютні обмеження, ліміти на зняття коштів, неможливість вільного переказу капіталу) та занижені відсоткові ставки за ОВДП оплачують власники швидко знецінених гривневих заощаджень і доходів;

- зниження податків перекривається переважно емісією НБУ (а значить, інфляційним податком з усіх, хто використовує гривню) та міжнародними позиками і грантами.

Сьогодні економіка поступово прилаштовується. Економічна логіка починає заміщувати психологічний шок початку війни і переважання благодійних мотивів. Бізнес намагається максимізувати прибуток, а громадяни — збільшити доходи та захистити заощадження.

Така зміна в психології бізнесу та громадян має враховуватися й у економічній політиці. Тому поступово варто переходити до більш ринкових механізмів, ураховуючи, що тривале застосування «ручного» режиму управління економікою зумовлює низку проблем, основними серед яких є наступні:

1. Доларизація та вивід заощаджень із фінансової системи.
2. Зниження конкурентоспроможності українських виробників через зниження податків на імпорт.

3. Тінізація економіки для обходу обмежень.

4. Втрата довіри до гривні через емісійне фінансування та відсутність можливості утримувати обмінний курс на готівковому ринку.

5. Замкнене коло проблем для державного бюджету, які лише збільшуватимуться:

- зниження податкових надходжень через тінізацію та тиск на українського виробника;

- неможливість ринкового фінансування бюджету в гривні, оскільки попит на гривневі ОВДП знижується через ризики її знецінення з огляду на ризики девальвації та інфляції;

- висока питома вага боргових зобов'язань держави у валюті, що призводить до неможливості девальваційно-інфляційного розв'язання проблем бюджету.

Із часом усі наведені проблеми лише посилюватимуться, що призводитиме до необхідності приймати більш болючі рішення у подальшому майбутньому. Податкова база знижуватиметься, гривня втрачатиме довіру, що унеможливилюватиме боргове фінансування бюджету в гривні у майбутньому. Отже, відкладена потреба в значному підвищенні податків і скороченні бюджетних видатків лише зростатиме.

Зазначені проблеми визначають необхідність переходу до наступного етапу фінансово-економічної політики — переходу до прийнятного дефіциту бюджету з ринковими джерелами фінансування. Він дасть можливість створити передумови для повернення до традиційних монетарних інструментів і ринкових засад функціонування валютної системи.

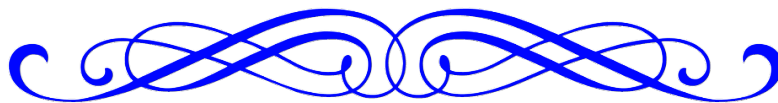
Враховуючи зазначене, ми можемо спостерігати, що уряд уже, в екстреному порядку, запровадив низку важливих регуляторних заходів, покликаних зменшити фіскальне навантаження на бізнес та стимулювати розвиток малого

підприємництва. До того ж, відбулась певна лібералізація законодавства. Окреслені заходи з лібералізації економіки свідчать, що в уряді чітко усвідомлюють прямий взаємозв'язок, який існує між ступенем економічної свободи і темпами економічного розвитку.

Разом із цим, варто зазначити, що започатковані зміни повинні не лише продовжуватися, але і посилюватися у повоєнний час. А відтак, уже сьогодні необхідно формувати стратегію повоєнного економічного розвитку України, орієнтовану на її максимальну дерегуляцію та демонополізацію. При цьому, важливо зберегти та розвинути започаткований курс на мінімізацію регуляторного впливу владних інституцій на операційне функціонування економіки держави.

Література:

1. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 № 389-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
2. Сафонов Ю. М., Григор'єв Г. С. Механізм державного регулювання фінансово-економічних процесів. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/11.pdf
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану»: Закон України від 15 березня 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>



Оксана Василик

кандидат економічних наук, доцент

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Вероніка Атаман

студентка групи ПТ-19-1

м. Івано-Франківськ, Україна

РОЛЬ КОНТЕНТУ НА ОФІЦІЙНОМУ САЙТІ У ПРОСУВАННІ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ

Компанії забудовників, як будь-які інші компанії, потребують сучасних технологій по залученню клієнтів і ділових партнерів. Найефективнішою концепцією є створення сайту для будівельної компанії, завдяки чому можна налагодити вигідні взаємини зі споживачами, охопити якнайбільше цільової аудиторії, розвинути свій бізнес і в результаті цього збільшити прибутковість організації в декілька разів [1].

Сфера будівництва в Івано-Франківську завжди була розвинутою. У місті є дуже велика кількість забудовників, які мають безліч вдалих проєктів. Галузь будівництва розвивається стрімко, кожних декілька років приходять нові виробники, які створюють нові проєкти, які в майбутньому можуть стати домівками для тисяч містян.

У місті Івано-Франківськ є досить багато забудовників. Станом на 2021 рік на ринку працювало 30 компаній [2], з яких для аналізу було обрано чотири – «Blago Developer», «Sttk Development», «Socium Developer», «Вертикаль». Всі вони реалізують велику кількість проектів, а також уже здали домівки для значної частини івано-франківців. Досліджувані компанії мають доволі сучасні сайти, кожному з яких притаманний свій особистий стиль. Якщо розглядати кожен сайт самостійно, можна побачити що в них є певні плюси та мінуси, які розглянемо у таблиці 1.

Таблиця 1.

Порівняння сайтів окремих будівельних компаній

	«Blago Developer» https://blagodeveloper.com/	«Sttk Development» https://sttk.com.ua/	«Socium Developer» https://socium.if.ua/	«Вертикаль» https://vertykal.ua/
Про компанію	Створена у 2002 р.; На рахунку 18 житлових комплексів; Зорієнтовані на будівництво багатоповерхівок, а також мають проект котеджного містечка.	Створена у 2020 р.; На рахунку компанії 5 житлових комплексів, а також безліч майбутніх проектів приватних будинків; Зорієнтовані на будівництво таунхаусів і приватних будинків.	Створена у 2019 р.; На рахунку компанії 8 житлових комплексів; Зорієнтовані на будівництво багатоповерхівок, а також мають проект котеджного містечка.	Створена у 2010 році; На рахунку компанії 5 житлових комплексів; Зорієнтовані на будівництво багатоповерхівок.
Основні розділи	Головна Про нас Проекти Контакти Новини Фільтр квартир Квартири готові до ремонту Квартири 3 ремонт Blago сервіс Кнопка для замовлення дзвінка	Головна Про нас Наші проекти Контакти Будинок під ключ Поширені запитання	Головна Команда Проекти Контакти Новини Хід будівництва Як ми будемо Оберіть квартиру	Про компанію Проекти Контакти Новини Умови купівлі Часті запитання Тендерні закупівлі Архітектурно-проектне бюро Акції
Загальні враження	Велике враження справили особливості сайту. Також дизайн сайту який є дуже сучасним, його доповнює хороша анімація та приємні кольори компанії. Немає жодних зауважень.	На сайті можна відмітити гарну побудову сайту його особливості та дизайн який є дуже стильним і сучасним, також можна відмітити логотип.	Сайт сучасний, з корисними розділами, які справлять хороше враження на клієнта. Відмінний дизайн сайту доповнює хороша анімація у ньому.	Хоча це нова компанія на ринку, вона позиціонує себе гарно, сучасний сайт, корисні розділи, правильна побудова сайту, позитивно впливає на клієнтів.

Джерело: сформовано автором на основі власного спостереження

Проведений аналіз дав можливість виявити такі основні характеристики структури контенту, розміщеного на офіційних сайтах:

1) у компанії «Blago Developer» дуже зручним є розділ Фільтр квартир, бо в ньому можна вибрати комплекс, у якому ви хотіли б придбати квартиру, кількість кімнат, на якому етапі зараз знаходиться квартира, у якому районі повинна знаходитись квартира, ціновий діапазон та діапазон площ. Також внизу кожної сторінки можна знайти кнопку «підписатись», увівши в ній свою адресу електронної пошти.

2) у «Sttk Development» можна виділити розділ Поширені запитання, який слугує хорошим прикладом взаємин з клієнтами. Також розділ про інформацію будинку під ключ.

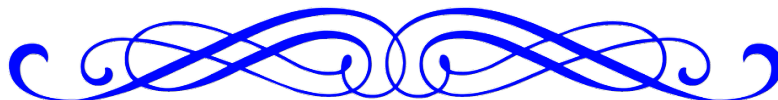
3) на сайті компанії «Socium Developer» можна відмітити розділ «Як ми будуємо» на якому можна прочитати про кожен етап будівництва: як відбувається перепланування; встановлюються вікна, двері, ліфти, дах; і тд. А також розділ Оберіть квартиру, який допоможе з вибором кількості кімнат у квартирі, житлового комплексу, а це полегшить пошук квартири.

4) на сайті «Вертикаль» можна зауважити розділ Часті запитання, які допомагають клієнту з вирішенням запитань без участі когось з компанії. А також є кнопка, за допомогою якої можна замовити відеоогляд квартири, це дуже корисна функція, якщо клієнти не з цього міста.

Проаналізувавши наведені приклади сайтів, можна виділити ряд потрібних і корисних розділів для споживача, зокрема: фільтр квартир, поширені запитання, відеоогляд квартир, проекти, новини, контакти. Більшість забудовників розміщують дані розділи на своїх сайтах, адже за допомогою правильного сайту можна залучити більшу кількість споживачів, і, як наслідок, збільшити обсяги збуту та прибуток. Тому при створенні сайту необхідно провести користувацьке дослідження, проаналізувати конкурентів, щоб максимізувати прибуток та мінімізувати робочі проблеми.

Література:

1. Створення сайту для будівельної компанії. URL : <https://termobud.com.ua/ua/news/sozdanie-sayta-dlya-stroitelnoy-kompanii.html> (дата звернення 8.11.2022).
2. Топ-5 забудовників Івано-Франківська. URL: <https://pobudovano.com.ua/news/top-5-zabudovnikiv-ivano-frankivska> (дата звернення 8.11.2022).



Оксана Василик

кандидат економічних наук, доцент

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Владислав Гриник

студент групи ПТ-19-1

м. Івано-Франківськ, Україна

РОЗВИТОК КОМЕРЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Сьогодні людство проживає пік технічного розвитку. Кожного дня з'являються нові технології, які змінюють умови підприємництва та змушують бізнеси підлаштовуватись під нові правила ринку. Відтак, підприємства, які не встигають адаптуватися під ці зміни, ставлять себе під значний ризик.

У цій роботі розглянемо один з основних інструментів ведення бізнесу у 21 столітті, а саме – соціальні мережі.

Згідно з дослідженнями Accenture, протягом останніх років у рейтинг каналів збуту виходить соціальна комерція (купівля товарів у соціальних мережах). Більше того, аналітики вважають, що вона зростатиме втричі швидше, ніж традиційна електронна комерція: з \$492 млрд у 2021 році до \$1,2 трлн до 2025 року. [1]

Експерти з Insider Intelligence зазначають, що у США, 35,9% онлайн-користувачів роблять як мінімум одну покупку в соціальних мережах протягом року. А 97% споживачів покоління Z (люди, що народились у 1996-2010 рр.) використовують соціальні мережі як основне джерело натхнення для здійснення покупок. 40% користувачів мереж підписані на бренди, які їм подобаються у Facebook, Instagram, TikTok та Pinterest та інших каналах. [2]

І, схоже, соціальні мережі підлаштовуються під потреби брендів та їхніх споживачів. До прикладу, у 2020 році Instagram запустив функцію шопінгу, яка дозволяє користувачам купувати товари одразу з фото та відео в будь-якому розділі додатку.

Admitad Affiliate зазначає, що в Україні спостерігається схожа тенденція. У 2021 році сума продажів через соціальні мережі збільшилася на 17%, а середній чек зріс на 30% і становив \$23,5. [3]

Також Admitad Affiliate запевняє, що левову частку цього зростання можна пов'язати з впливом коронавірусу на всі онлайн-канали продажів: більшість офлайн-покупців переходить в інтернет. Також не можна забувати про факт, що тенденція зростання продажів у соцмережах триває вже не перший рік. Платформи розвивають свої рекламні інструменти та полегшують роботу як інфлюенсерам, так і маркетологам та підприємцям загалом. [3]

Нижче на рисунку зображені категорії товарів, які значно зросли у продажах у 2021 році. Топ найпопулярніших категорій пояснюється просто – значна частина мешканців України досі більше часу проводить вдома, враховуючи пандемію. А з огляду на російсько-українську війну 2022 р., ця тенденція може зберегтись.

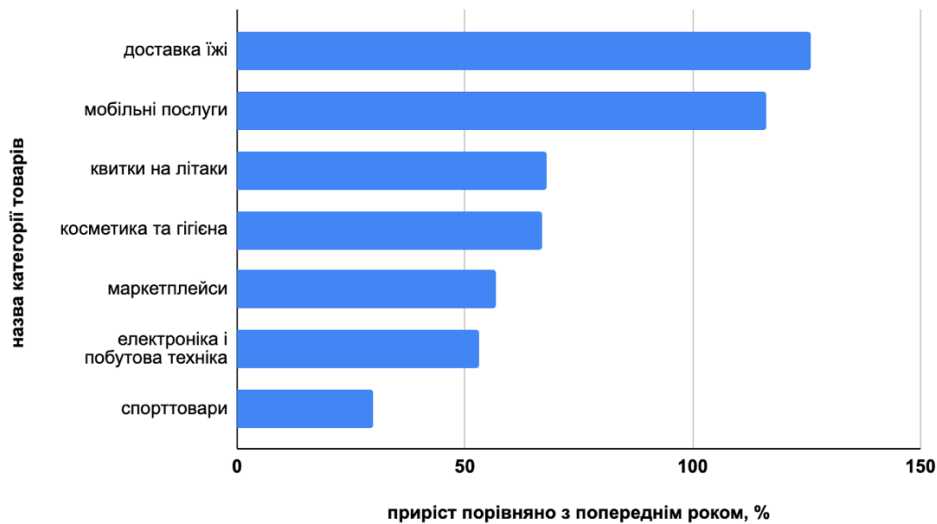


Рисунок 1. Рейтинг категорій з найбільшим приростом продажів у соцмережах станом на 2021 р.
Сформовано автором на основі даних Admitad Affiliate. [3]

Говорячи про те, в яких соцмережах користувачі найчастіше купляють, то відповідно до даних Admitad Affiliate, рейтинг очолюють: Instagram, Pinterest та Facebook. На рисунку 2 зображений рівень приросту кількості замовлень у цих мережах у 2021 р.

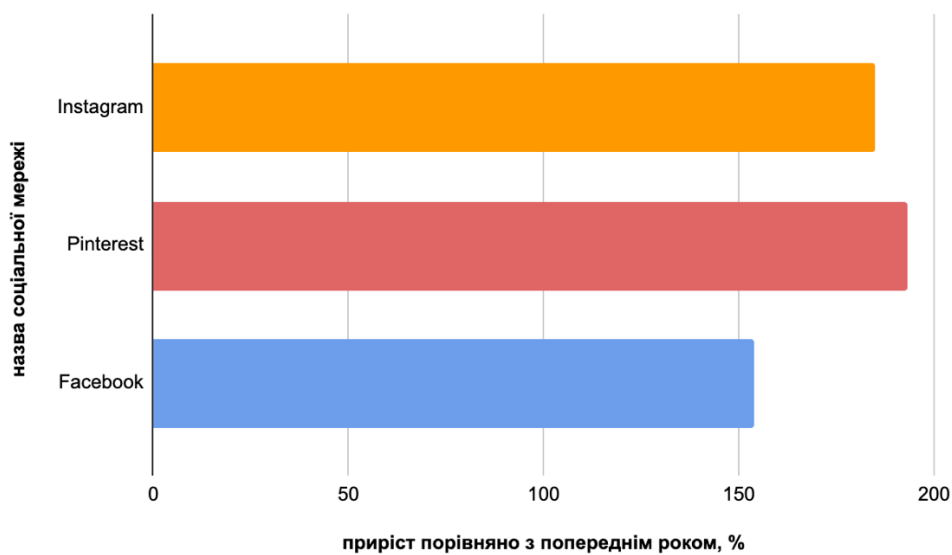


Рисунок 2. Приріст кількості замовлень у соціальних мережах станом на 2021 р.
Сформовано автором на основі даних Admitad Affiliate. [3]

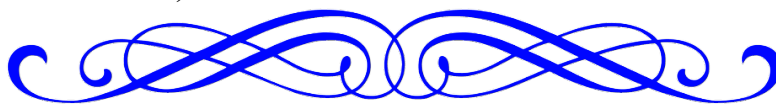
Для проведення цього дослідження партнерська мережа Admitad Affiliate проаналізувала понад 12,4 млн замовлень. [3]

Підсумовуючи, можна зазначити, що соціальні мережі є важливим і популярним каналом збуту. І для того, щоб продажі були ефективними, необхідно доносити інформацію про свій продукт там, де є покупці, а не навпаки. Тобто брендам необхідно підлаштовуватися під споживчі запити та

розширювати свою екосистему, канали присутності на цифровому ринку. Вміння бізнесу підлаштовуватись під сучасні тенденції і тренди в маркетингу є вирішальною запорукою успіху в підприємстві.

Література:

1. Дослідження Accenture, Social Commerce. URL: <https://newsroom.accenture.com/industries/consumer-goods--services/shopping-on-social-media-platforms-expected-to-reach-1-2-trillion-globally-by-2025-new-accenture-study-finds.htm> (дата звернення 09.11.2022.)
2. Insider Intelligence report, Social Commerce Forecast 2022. URL: <https://www.insiderintelligence.com/content/social-commerce-forecast-2022#page-report> (дата звернення 09.11.2022.)
3. Продажі в соцмережах в Україні зросли на 17% за 2021 рік – дані Admitad Affiliate. URL: <https://rau.ua/novyni/prodazhi-socmerezah-admitad/> (дата звернення 09.11.2022.)



Станіслав Васи́шин

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна*

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ ТА ЗАХИСТУ ОБЛІКОВИХ ДАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досягнення оптимального стану стабільності і захищеності інформаційної оболонки підприємства, який унеможливорює її втрату, несанкціоноване розповсюдження та забезпечує її захист в інтересах власників підприємства або держави можливе лише за умови застосування системно-наукового підходу до формування стратегій і тактик кіберзахисту в діджиталізованому світі. Завчасне розроблення заходів протидії діджиталізаційним ризикам є запорукою конкурентного розвитку аграрних підприємств і успіху розвитку країни, підвищуючи рівень її інвестиційної привабливості.

Незважаючи на зростання суспільного резонансу та розкриття масштабних кібератак, бізнес і сьогодні недостатньо фінансує кібербезпеку, що призводить до мільярдних збитків.

Крім того, якщо великим компаніям завдають великих збитків кібератаки у вигляді витрат, то для середніх і малих компаній вони можуть становити загрозу їх існуванню взагалі. Величезна шкода через відсутність стратегії розвитку підприємств у разі кібератак актуалізує необхідність пошуку новітніх методів захисту інформаційної оболонки як системоутворювального принципу обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою.

Діджиталізація економіки сприяла появі новітніх інтегрованих систем обробки та зберігання фінансової інформації, тому на зміну традиційним формам обліку прийшла автоматизована, яка базується на використанні комплексу

програмного забезпечення, що автоматизує до 90 % усіх ручних операцій бухгалтера.

Кібербезпека в сучасному світі є вирішальним інструментом розвитку бізнесу та його стратегічного розвитку, оскільки втрати світових компаній від кіберзлочинності щороку зростають. Серед найрозповсюдженіших у бухгалтерській практиці діджиталізаційних ризиків, які часто призводять до порушення інформаційної оболонки підприємства, експерти називають вірусні атаки внутрішньої комп'ютерної мережі, відкриття вірусних файлів, які надійшли на електронну пошту, перебої з електрикою і фізичне пошкодження носіїв інформації. Ця ситуація свідчить про важливість постійного навчання персоналу бухгалтерських служб основам кіберзахисту, використання складних і надійних інструментів захисту корпоративних електронних пошт підприємств.

Крім електронної пошти, уразливими до діджиталізаційних ризиків залишаються програми автоматизації бухгалтерського обліку. Більшість експертів експертів найвразливішими до кібератак програмою назвали MEDoc, Клієнт-банк, 1С:Бухгалтерію. Водночас найбільш надійними програмами експерти вважають SAP ERP, SAP S4/HANA, SAP Business One, УПП та BAS ERP.

Отже інформаційна безпека (кібербезпека) є вагомою складовою загальної економічної безпеки, оскільки вона спрямована на захист бухгалтерської інформації підприємства від загроз, і, як результат – негативних економічних наслідків. Водночас під час розгляду діджиталізаційних ризиків важливо встановити стадію впливу на інформаційну оболонку, тому пропонуємо розглядати їх як кіберзагрози, кіберінциденти та кібератаки.

Як кіберзагрози можна розглядати можливі, з певним ступенем імовірності, несприятливі події, які можуть завдати шкоди інформаційній безпеці підприємства. Кіберінцидент – це подія, що вже відбулася, але піддається оперативному вирішенню. Найбільш деструктивною є кібератака, наслідком якої може бути втрата глобальних баз даних і безповоротне знищення (втрата) інформації, що може призвести до призупинення бізнес-діяльності. Наголосимо, що заходи з попередження та подолання наслідків кіберінцидентів, а особливо – кібератак, повинні відбуватися виключно в правовому полі з відповідним залученням правоохоронних органів, зокрема Департаменту кіберполіції Національної поліції України.

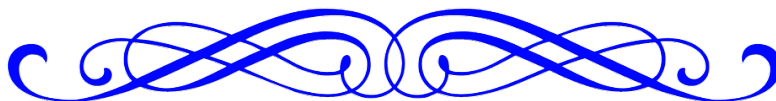
Разом з тим уважаємо, що захист облікової інформації має бути компетенцією експертної групи з інформаційної безпеки, яка є складовою служби економічної безпеки і виконує функції моніторингу кіберзагроз, координації тактичних дій та формування стратегій кіберзахисту підприємств.

На нашу думку, великим представникам бізнесу, які відповідно мають і більш потужні інформаційні потоки, під час вибору методів забезпечення безпеки хмарних сервісів доцільно обирати приватні або гібридні хмарні сервіси з обов'язковим залученням внутрішнього персоналу, наприклад, експертної групи інформаційної безпеки. Водночас в умовах обмеженості фінансових ресурсів у представників малого агробізнесу, особливо фермерських господарств і господарств-початківців, розумним є залучення хмарних сервісів, керованих

провайдером. Усі адаптивні типи хмарних сервісів є єдиним універсальним методом попередження невідворотних утрат, витоку інформації або комерційної таємниці підприємства.

Таким чином, реалізація політики захисту облікової інформації дозволить зміцнити економічну безпеку підприємства і підвищити якість інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень зовнішніми та внутрішніми користувачами. Головна функція цього процесу – захист інформації підприємства, що в умовах невідворотного розвитку комп'ютерних технологій і автоматизованих управлінських систем в обліку, аналізі, аудиті й оподаткуванні набуває вирішального значення.

Єдність дій щодо попередження впливу кіберзагроз, ураховуючи мережі, програмне забезпечення, інформацію та бази даних, персонал, дозволяє досягти синергетичного ефекту заходів з кіберзахисту інформаційної оболонки аграрних підприємств. Установлено, що запобігання невідворотним утратам стратегічно важливої облікової інформації має відбуватися на основі збільшення витрат на кіберзахист бухгалтерських програм і використання кібернадійних хмарних сервісів зберігання даних.



Ангелія Вольська

кандидат економічних наук, доцент

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,

м. Кам'янець-Подільський, Україна

Олександр Вольський

студент спец. 072 Фінанси, банківська справа та страхування,

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,

м. Кам'янець-Подільський, Україна

ДЕРЖАВНИЙ ТА МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ УКРАЇНИ: ДОХОДИ І ВИДАТКИ У ВОЄННИЙ ЧАС

В умовах воєнного стану надзвичайно важливим є забезпечення оперативного, належного та безперервного виконання державного та місцевих бюджетів.

До війни державний бюджет переважно наповнювався за рахунок різних податків і зборів, а також деяких інших джерел, зокрема, від приватизації держмайна. В умовах війни держава гостро залежить від зовнішнього фінансування та внутрішніх запозичень.

Наразі держава позичає кошти трьома шляхами: через випуск ОВДП; запозичення в міжнародних фінансових організацій та ЄС; залучення грантового фінансування.

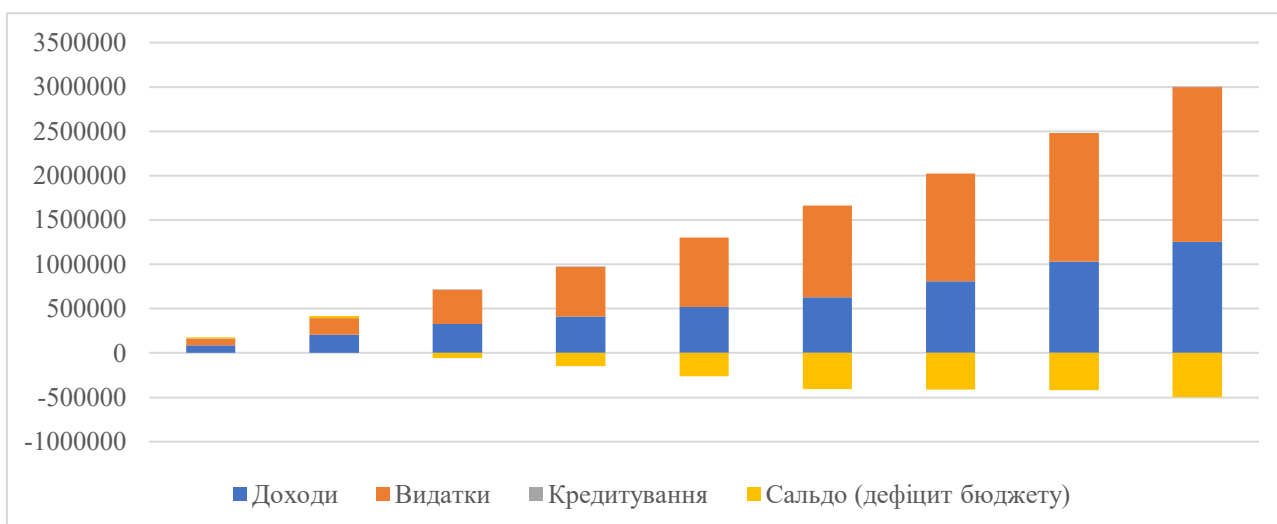


Рис. 1 Виконання державного бюджету України в 2022 р. (млн. грн.)

Щодо місцевих бюджетів, то загалом за 8 місяців 2022 року до загального фонду (без урахування міжбюджетних трансфертів) надійшло 245,8 млн грн, що становить +10,5% або + 23,4 млрд. грн приросту проти січня-серпня 2021 року. Це в основному зумовлено значним ростом податку з доходів фізичних осіб (+23,8%), адже втрати від надходжень плати за землю в порівнянні із відповідним періодом минулого року складають -21,4%

Плата за землю в минулому році складала більше 10% обсягу надходжень загального фонду місцевих бюджетів, нині тільки 7,5%.

Значно гірша ситуація із надходженнями акцизного податку, зокрема акцизу на пальне. В порівнянні із січнем-липнем 2021 року, надходження знизились на 68,5% або 2,9 млрд грн. Причиною значного зниження є встановлення акцизу на імпорт пального на рівні 0 євро за 1000 літрів (Закон України №2120-IX від 15.03.2022).

Акцизний податок з пального в минулому році забезпечив місцевим бюджетам надходження в обсязі 9,6 млрд грн.

В умовах обмеженості ресурсів влада обережно ставиться до видатків.

Таблиця 1.

Видатки державного бюджету України в 2022 р., станом на 1.10.2022 (млн. грн.)

Показники	Видатки	Питома вага, %
1	2	3
Усього	1746859,5	100.00%
Загальнодержавні функції	136975,0	7.84%
Оборона	700617,5	40.11%
Громадський порядок, безпека, судова влада	276187,3	15.81%
Економічна діяльність	39264,3	2.25%
Охорона навколишнього середовища	2863,6	0.16%
Житлово-комунальне господарство	34,5	0.00%
Охорона здоров'я	127493,0	7.30%
Духовний та фізичний розвиток	7551,3	0.43%
Освіта	40560,5	2.32%
Соціальний захист та соціальне забезпечення	312688,9	17.90%
Міжбюджетні трансферти	102623,5	5.87%

Скоротилися всі капітальні видатки, їх спрямували у резервний фонд. Крім того, не фінансуються видатки розвитку і в обмеженій кількості – поточні та захищені видатки. При цьому, найбільше коштів в період січня-серпня 2022 року з державного та місцевих бюджетів витрачено на ЗСУ (392.8 млрд.грн.), на виплату пенсій (майже 145 млрд.грн.), на закупівлю, модернізацію та ремонт військової техніки (майже 103 млрд.грн.) та на обслуговування державного боргу (102 млрд.грн.).

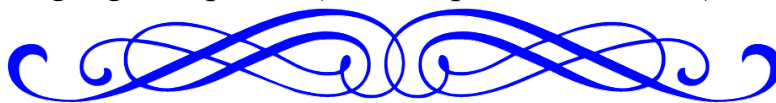
Звісно, в галузевому розрізі найбільшим є обсяг видатків на оборону, соціальне забезпечення та загальнодержавні функції. Житлово-комунальне господарство в повній мірі забезпечується за рахунок власних коштів місцевих бюджетів. Найбільшим напрямом фінансування з місцевих бюджетів залишається освіта, як делеговане повноваження.

Бюджетний дефіцит, що викликаний скороченням надходжень до бюджету й зростанням витрат з бюджету, є одним з головних чинників інфляції.

Розуміємо, що національна економіка відіграє важливу роль в перемозі України, а протидія агресору залежить від здатності держави фінансувати оборону та інші сфери. Зауважимо, що складно передбачити, які підприємства продовжать працювати і скільки відновлять свою роботу, адже війна триває.

Література:

1. Видатки держбюджету України. URL <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/> (дата звернення 08.11.22).



Іванна Гаврилюк

кандидат економічних наук, в. о. доцента

Львівський національний університет природокористування

м. Львів, Україна

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Міжнародна економіка має всі показники глобального характеру і за останній час зазнала певних трансформацій. Внаслідок інформатизації суспільства та успіху в науково-технічному прогресу географічні та культурні дистанції між країнами дещо зменшилися. Це підвищує можливості та дає компаніям наростити географічне охоплення ринків, об'єми виробництва та продажів. На сьогоднішній час компанії не тільки стараються продавати на міжнародних ринках як найбільше продукції, що виготовляються всередині країни, але й купують за кордоном велику кількість комплектуючих та сировини. Опанування міжнародних, європейських ринків продукції, товарів та послуг українськими компаніями вимагає нових форм та умінь до розроблення нових та ефективних стратегій маркетингу.

Маркетинг як філософія бізнесу – це цілісне сприйняття людиною своєї бізнес-діяльності, спрямованої на виявлення та задоволення потреб [1, с. 10].

У маркетингу відбуваються зрушення від об'єктивних аналітичних і формальних оцінок, від орієнтації на зовнішні ідеали в бік повсякденних турбот

споживачів. Кількість інновацій і нових продуктів, збільшення кількості часу, який люди проводять в мережі Інтернет роблять працю маркетологів все більш складною і значущою. Укріплення Інтернету як провідного медіа-майданчику багато в чому обумовлено загальною міграцією користувачів традиційних медіа в онлайн-сферу, суттєвим зростанням часових і кількісних показників перебування користувачів у мережі [2, с. 167].

Головними трендами, що стосуються маркетингу в Україні, є високий вплив маркетингу на ділянки людської діяльності, думки та манери поведінки людини, а також чим далі більш прихильне реагування маркетингу як системи на всі важливі зміни у суспільстві. Дані тенденції зобов'язують постійної та надмірної фахової уваги, яка дозволяє покращує існуючі маркетингові стратегії та технології, пристосовувати їх до нових умов, а також переглянути місце та роль маркетингової діяльності у сьогоdnішньому світі та на майбутнє. Маркетингова діяльність важлива сама по собі.

Досить великі перспективи має маркетинг в нашій країні, але його прогрес уповільнюється тим, що дана галузь діяльності вимагає досить великих інвестицій на навчання, дослідження, реорганізацію виробничої діяльності та збутової функції. Проте в умовах конкуренції, що поглиблюється, його будуть пізнавати, ним будуть займатися всі, хто хоче забезпечити компанії тривалий успіх.

Сьогодні поширюється твердження про кризу маркетингу, спричинену глобалізаційними процесами, посиленням конкуренції, прискоренням науково-технічного прогресу, зміною споживача, його поведінки та стилю життя, зниженням ефективності традиційних маркетингових комунікацій тощо. І це твердження має своє підкріплення. Світ змінився, змінилися умови та можливості маркетингової діяльності. Тепер система маркетингу повинна стати більш гнучкою і динамічною [3, с. 202].

На сьогоdnішній час тривають розгорнуті дослідження в галузі маркетингу, популяризацією ідей займаються такі організації, як, зокрема, Американська асоціація маркетингу, Європейське суспільство по вивченню суспільної думки і маркетингу, Європейська асоціація промислового маркетингу, Українська асоціація маркетингу. На твердженнях маркетингу будує свої системи управління більшість фірм США, Європи, Японії, Китаю.

Сучасний маркетинг повинен базуватися на швидкому, гнучкому плануванні нововведень. Маркетингові зусилля мають бути спрямовані на розробку і пропозицію такого продукту, про який споживач ще не знає. В центрі нововведень завжди повинен бути споживач. Для того щоб знати свого споживача, рекомендується застосовувати CRM-технології. Підприємствам слід приділяти велику увагу проблемам росту бізнесу, але такому, який би сприяв росту ринкової вартості підприємства, наявності вільних коштів та прийнятному ризику ведення даного бізнесу [3, с. 205].

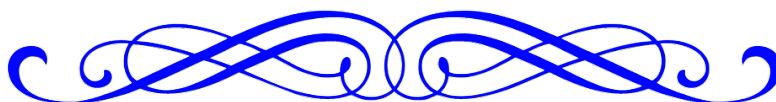
Узагальнюючи, можна сказати наступне: новітній маркетинг в Україні знаходиться в процесі розвитку. В системі маркетингу є багато проблем, за котрих маркетингові служби в українських компаніях працюють з низькою результативністю. Існує ряд циклів негативних дій, котрі роблять українські

підприємці: невмотивоване застосування західних методик, асоціювання маркетингу тільки з рекламою, не оригінальний підхід до маркетингової діяльності, покладання надій тільки на короткострокову перспективу.

У процесі вирішення даних проблем вагому роль відіграє вивчення теорії та методології маркетингу, а також підготовка профільних фахівців нового профілю, які застосовують нові способи, інструменти для вирішення маркетингових завдань компаній в сьогочасних реаліях українського бізнесу. Під час кризи багато компаній радикально зменшують свої витрати на маркетинг і будь-які публічні прояви. Це цілком природно — особливо в умовах бойових дій. Водночас треба ще прискіпливіше ставитися до маркетингових кампаній та їх ефективності, щоб витрати були гнучкими та приносили результат. А рухатися краще короткими спринтами, щоб оперативно реагувати на показники та швидко вносити зміни.

Література:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. М., 1996. 634 с.
2. Лирик І.В. Маркетинг в українській економіці : [монографія]. Київ : КНЕУ, 2008. 243 с.
3. Череп А.В., Абліцова Т.С. Розвиток сучасного маркетингу та вимоги до нього / Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 1. С. 202–205.



Юлія Гайбура,

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри фінансів, банківської справи, страхування
та електронних платіжних систем*

Едвін Смицький,

*здобувач вищої освіти ОС «магістр»
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Закладу вищої освіти «Подільський державний університет»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

**ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА :
ОСНОВНІ АСПЕКТИ**

Фінансовий потенціал є одним із основних факторів, який визначає діяльність підприємства, її ефективність, масштаби та прибуток. І чим вищим є прибуток, тим конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство. Саме тому, однією з основних характеристик економіки підприємства в сучасних умовах, є фінансовий потенціал. Як основа формування прибутку підприємства, фінансовий потенціал може використовуватись для фінансування всіх напрямів економічної діяльності підприємства. В умовах обмеженості доступу до багатьох джерел фінансування та нестачі фінансових ресурсів, які існують на вітчизняних підприємствах, актуальними на даний час є

питання дослідження фінансових ресурсів, як складових фінансового потенціалу та джерел його формування [2, с. 76].

В умовах сьогодення фінансовий потенціал виконує для підприємства наступні функції:

– розподільчу: забезпечує розподіл та перерозподіл фінансових активів між суб'єктами економічних відносин відповідно до попиту, пропозиції, потреб, доцільності, мотивації, цілей та стратегії розвитку;

– відтворювальну: формує достатню кількість фінансових активів у розпорядженні суб'єктів економічних відносин для забезпечення їх фінансово-господарської діяльності;

– контрольну: забезпечує контроль над формуванням, накопиченням, використанням та відтворенням фінансових активів суб'єкта економічних відносин відповідно до чинної нормативно-правової бази, поточних та довгострокових пріоритетів його розвитку;

– індикативну: дає змогу визначати фінансовий стан, тенденції, ризики, спроможність суб'єкта економічних відносин забезпечити процес відтворення для виконання завдань та цілей [3, с. 56].

Оцінювання фінансового потенціалу підприємства доцільно проводити як для внутрішніх, так і зовнішніх користувачів інформації. За умов оптимального використання фінансового потенціалу підприємство збільшує свою ринкову вартість, що є сигналом для потенційних інвесторів, кредиторів, акціонерів, державних структур та інших зовнішніх суб'єктів оцінювання щодо доцільності інвестування коштів у досліджуване підприємство та його платоспроможності.

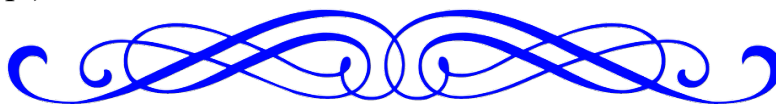
Тому оцінювання існуючого фінансового потенціалу підприємства має ґрунтуватися на аналізі показників його ділової активності, рентабельності, ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, майнового стану тощо. Детальне вивчення динаміки значень наведених фінансових показників дасть змогу отримати комплексну характеристику діяльності підприємства, його конкурентоспроможності, надійності, а відтак, стане основою для розробки стратегії управління фінансовим потенціалом суб'єкта господарювання [4, с.].

Детальний аналіз значень наведених фінансових показників допоможе отримати комплексну характеристику діяльності підприємства, його конкурентоспроможності, надійності, тобто стане підґрунтям для розроблення стратегії управління фінансовим потенціалом суб'єкта господарювання. Вибір показників оцінки фінансового потенціалу важливо враховувати, що фінансовий потенціал є агрегованим уявленням системи кількісних і якісних показників, які характеризують фінансовий потенціал економічної системи як на поточний момент часу, так і на перспективу. Тому перелік показників має бути розроблений із застосуванням системного, комплексного і стратегічного підходів. Через відсутність достатньої інформаційної бази кількість показників має бути обмежена, містити мінімум суб'єктивної інформації, пов'язане з особливостями фінансової діяльності для проведення порівнянної оцінки фінансового потенціалу підприємства [1, с. 254].

Отже, фінансовий потенціал виступає однією з найважливіших характеристик ефективності фінансово-господарської діяльності та надійності підприємства. Він визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у ділових стосунках, є основою ефективної реалізації фінансових інтересів усіх учасників господарської діяльності.

Література:

1. Ареф'єва О.В., Андрієнко М.М., Кравченко О.Р. Управління фінансовим потенціалом підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск 18. С. 252–256.
2. Громова А.Є. Фінансовий потенціал, як основа формування прибутку підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 5. С. 75 – 78.
3. Дараган, А. В., & Геворкян, А. Ю. Формування складників фінансового потенціалу підприємства. *Економічний простір*. 2021. (167), 55-58. URL : <https://doi.org/10.32782/2224-6282/167-10>.
4. Партин Г.О., Задерецька Р.І., Граціян О.В. Формування фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4754> (дата звернення 11.11.2022 р.).



Ірина Гарбарець

в.о. директора Відокремленого структурного підрозділу Кам'янець-Подільський фаховий коледж НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут» Кам'янець-Подільський, Україна

ЗАОЩАДЖЕННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Сьогоднішній рівень життя формує фінансову поведінку населення, що сприяє чи стримує економічне зростання країни. Домогосподарства розподіляють доходи на витрати та заощадження і їх використання. Це впливає на економічні можливості держави та покращує добробут населення.

Збільшення заощаджень населення стимулює пожвавлення споживчого та інвестиційного попиту суб'єктів господарювання та підприємницької діяльності практично в усіх галузях економіки.

У багатьох частинах світу заощадження домогосподарств вважаються джерелом інвестицій. Вони визначають здатність національної економічної системи створювати капітал і є джерелом зростання суспільного багатства.

Головні причини для здійснення заощаджень можна об'єднати в такі групи (див.рис. 1)

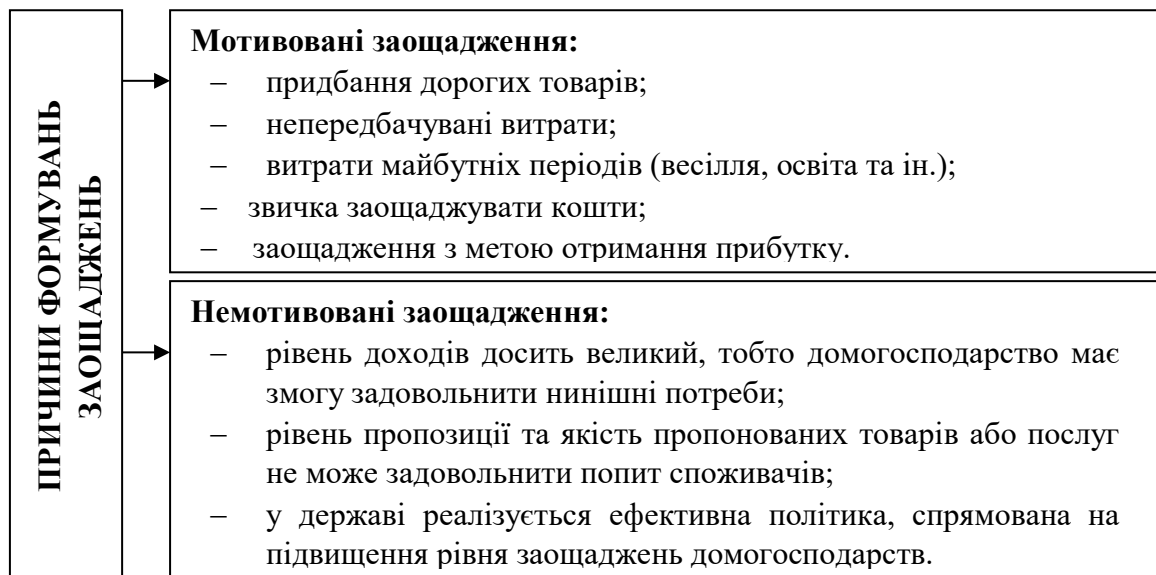


Рис. 1. Причини формування заощаджень.

Розроблене автором.

Мотивовані заощадження добровільні і вони визначаються бажанням збільшити або хоча б зберегти задоволення потреб домогосподарства в майбутньому. Громадяни свідомо і добровільно відмовляються від частини свого поточного споживання, щоб задовольнити майбутні потреби.

Проте бувають ситуації, коли через певні незалежні обставини громадяни змушені відмовитися від звичного споживання і збільшити свої заощадження. У таких випадках має місце невмотивовані (примусові) заощадження.

Відсутність мотивації до створення заощаджень не означає необґрунтованість їх створення. Якщо потреби людей не задовольняються повністю, заощадження виникають і проти їх волі, якщо платоспроможний попит не відповідає пропозиції продукції [1].

На формування заощаджень впливають як економічні, так неекономічні чинники. До економічних чинників належить рівень доходів домогосподарства, наявність у них товарів тривалого користування та причини заощаджень.

Психологічні та соціальні чинники включають готовність членів домогосподарства заощаджувати та ризикувати, рівень довіри до держави та фінансових установ, минулий досвід фінансової поведінки та їх суб'єктивну оцінку, фінансова грамотність, джерела інформації, що використовуються при прийнятті рішень.

Приймаючи рішення для того, щоб здійснити заощадження, члени домогосподарств стикаються з проблемою вибору найефективніших форм заощадження, зокрема: збереження готівки в іноземній та національній валюті; залишки на банківських та небанківських рахунках (кредитні спілки, недержавні пенсійні фонди тощо); інвестиції в акції та облігації, у дорогоцінні метали, антикваріат тощо.

Формуючи особисті заощадження, населення в першу чергу виконує завдання-мінімум – збереження власних заощаджень і, по можливості, досягає

завдання-максимуму – найбільш вигідного збільшення капіталу з мінімальним ризиком втрати доходу [2].

Особливістю перехідних економік є значна питома вага неорганізованих заощаджень домогосподарств у їх загальній структурі. Більшість неорганізованих заощаджень домогосподарств зберігається в готівці, яка є найзручнішою з точки зору ліквідності. Неорганізовані заощадження населення у національній готівковій формі в сучасних умовах мають тенденцію до зниження під впливом інфляційного зростання цін. Така форма заощадження є збитковою, оскільки в країні завжди є певна інфляційна база. Однак головною перевагою зберігання готівкових коштів є її висока ліквідність.

Незначне використання вітчизняними домогосподарствами такої форми заощаджень як цінні папери пояснюється недовірою суспільства до діяльності інституцій фондового ринку.

Якщо ж інвестор не хоче, щоб його заощадження «лихоманило» разом із фондовим, валютним та іншими нестійкими ринками, то форму особистих заощаджень він може обрати нерухомість. Навіть під час кризи, коли ціни на нерухомість дещо знижуються, куплену квартиру, наприклад, можна здавати в оренду (що приносить дохід, порівняний з банківським депозитом), а через деякий час, коли ціни знову зростуть, продати.

Таким чином, аналіз основних форм заощадження показує, що конкретні рішення домогосподарств щодо можливості здійснення заощаджень та вибору інструментів для вкладення тимчасово вільних коштів поєднують елементи об'єктивної оцінки загальної економічної ситуації та доходів та суб'єктивні мотиви співвідношення доходності і ризику обраних форм заощаджень.

Можна виділити фактори, що впливають на заощадження домогосподарств в Україні, є:

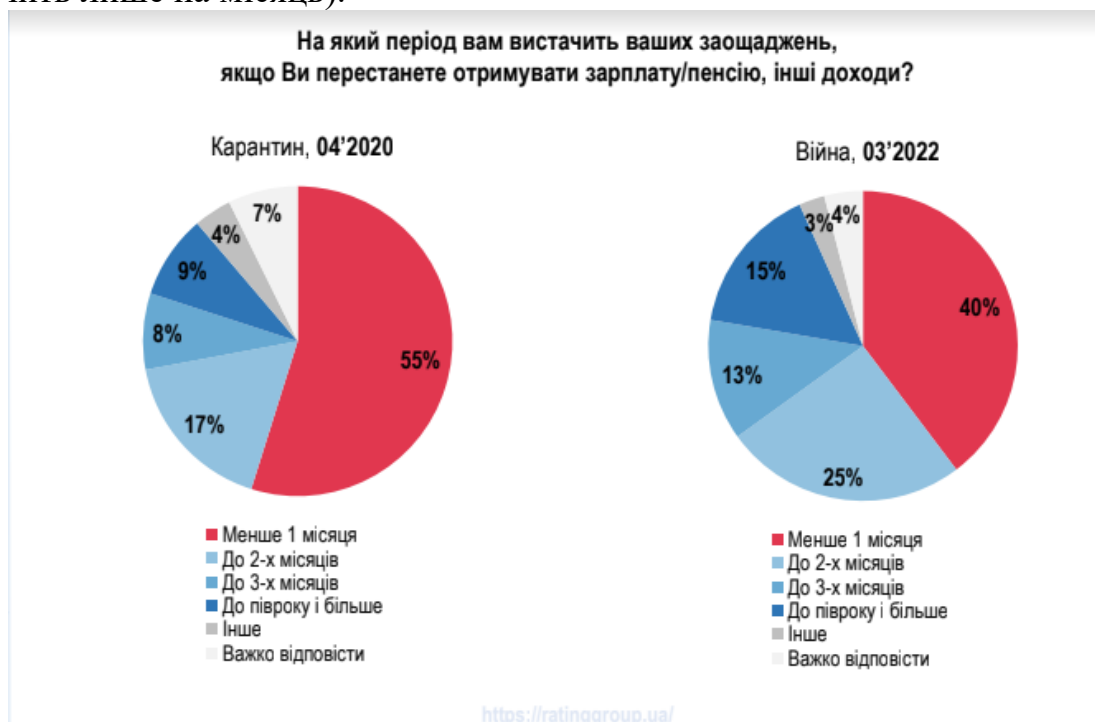
- очікування домогосподарств щодо динаміки цін та кількості товарів на ринку;
- відсоткові ставки;
- податкові ставки;
- очікування домогосподарств щодо майбутньої тенденції поточних доходів та загального фінансового стану;
- розвиток системи державного соціального забезпечення; розвиток ринків капіталу;
- демографічні показники тощо.

Після вторгнення росії в Україну війна поставила українців у фінансові та економічні труднощі. Хтось втратив усе: будинки зруйновані, майно знищено, хтось залишив місто з останніми сотнями доларів у кишнях, а хтось опинився за кордоном, не розуміючи, як жити зі своїми скромними заощадженнями.

Для населення, яке все ще має певні заощадження, необхідно знати про небезпеку пограбувань та незахищеності від мародерів. Кожне переміщення всередині країни несе ризик втрати грошей, які зберігаються в готівці, доларах США, євро та будь-якій іншій валюті.

Як свідчать результати опитування соціологічної групи «Рейтинг», на сьогоднішній день 53% опитаних українців, які мали роботу до війни, наразі не працюють. Водночас 40% заявили, що мають заощаджень лише на один місяць. Серед українців, які мали роботу до війни, половина (53%) сьогодні не працюють, 22% працюють у звичному режимі, 21% – віддалено або частково, лише 2% – знайшли собі нову роботу. Найбільше це торкнулося мешканців сходу (74%), молоді до 35 років (60%) та тих, хто покинув своє місто (66%).

За даними опитування, економічне становище внаслідок війни не змінилося лише у 18% громадян, у 52% значно погіршилося, у 28% скоріше погіршилося. Щодо збережень, то 40% опитаних вважають, що їх заощаджень вистачить лише на місяць. Соціологи розповідають, що пандемія COVID-19 навчила українців заощаджувати і відсоток тих, хто підвищив свою матеріальну безпеку в кризу виріс (під час першого карантину (04.2020) 55% вважали, що заощаджень їм вистачить лише на місяць).



Під час війни, офіційно купувати валюту не можна. Купувати валюту на чорному ринку не варто, бо не можна сказати, яким буде курс після закінчення війни, якщо курс буде завищеним то заробити на зворотній конвертації не факт, що вийде, вкладати кошти у нерухомість під час війни недоцільно.

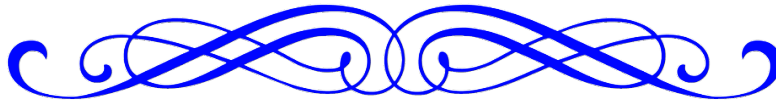
Важливим напрямом теорії і практики сімейних заощаджень є вивчення впливу окремих факторів на цей процес. Найважливішим фактором є, звичайно, розмір доходу, який має суб'єкт домогосподарства після сплати всіх податків та інших обов'язкових платежів.

Таким чином, негативні тенденції, які на даний час спостерігаються в заощаджуваній поведінці домогосподарств України зумовлені низькими темпами зростання реальних доходів населення: необхідністю вимушеного переселення, відновлення майна, через соціально-економічну нестабільність, лікування й реабілітації постраждалих внаслідок військового конфлікту на сході країни, зростанням витрат на житлово-комунальні послуги, криза спричинена

поширенням COVID-19 в Україні і на сьогоднішній день самим вагомим чинником соціально-економічної кризи – це війна в Україні.

Література:

1. Eurostat. URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database (Last accessed: 02.03.2022).
2. Волков С. Чому замість глобального проекту відновлення краще розвивати тисячі маленьких громад. У Мінекономіки розповіли, який об'єм інвестицій знадобиться Україні для швидкого післявоєнного відновлення. ZN,UA. 2022. 22 квітня. URL : https://zn.ua/ukr/economics_of_regions/chomu-zamist-hlobalnoho-projektu-vidnovlennjakrashche-rozvivati-tisjachi-malenkikh-hromad.html (дата звернення: 26.04.2022).
3. <https://portal.lviv.ua/news/2022/03/23/iak-zminylos-ekonomichne-stanovyshche-ukraintsiv-pid-chas-vijny-opytuvannia>



Violeta Heraimovych

PhD of Economics, Associate Professor of Marketing and International trade Department of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Angelina Brizhata

student, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

FINANCIAL LEVERS OF ECONOMIC RECOVERY

In order to restore and develop the economy of Ukraine, it is necessary to make investments in production attractive. The main task of post-war recovery is to attract capital for the creation of new plants, as well as the modernization and scaling of existing ones. It is through this link that the chain of development must be pulled in order to preserve and create jobs, increase purchasing power, increase budget revenues and financial stability.

This will require a set of incentives, mechanisms and institutions that improve the business case for industrial investors. Both for locals and for foreigners. Even in conditions of high uncertainty and high risks. It is important to create such «rules of the game» under which the benefits of investors in the real sector will significantly outweigh the risks. It's time to look for another recipe for attracting investments, creating jobs and filling budgets. While many types of activities are profitable even in the worst environment (currency exchange, trade in imported goods, export of raw materials), the development of production, especially in the early stages, requires «greenhouse conditions». That is, if a «policy of non-interference» is quite enough for primitive types of activity, then more complex businesses (production, R&D, Hi-Tech industry) need an active economic policy and comprehensive support of the state. It is not for nothing that the first US Treasury Secretary Alexander Hamilton, the father of the American economic system, introduced the term «infant industries» and justified their special treatment. His ideas and approaches are diametrically opposed to the

policy of non-intervention. And it was Hamilton, who is depicted on the 10-dollar banknote, who laid the foundation for the economic greatness of the United States, a country which, according to historian Paul Baruch, is «the motherland and bastion of modern protectionism.»

Of course, the toolkit of economic engineering, which today is studied at Harvard and used by the governments of many countries, is much more complex and sophisticated than in the time of Alexander Hamilton or the founder of the German historical economic school, Friedrich List. However, the basic ideas and mechanisms of economic development still work today, just like the laws of physics discovered in ancient times.

How can we make market conditions more attractive to direct capital flows and entrepreneurial energy in a certain direction (production, technology, innovation) instead of another (import of finished goods or export of raw materials)? This cannot be done either with precepts or slogans. A fish is looking for something deeper, and an entrepreneur is looking for something more profitable. This is completely logical and natural. Therefore, means of economic engineering will be needed, which will create super-attractive conditions in certain areas of entrepreneurial activity.

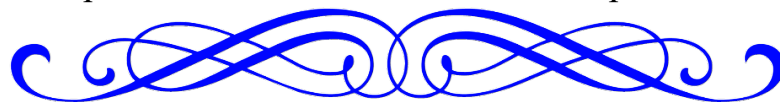
In fact, there are not so many economic levers that the state can use to influence the attractiveness of doing business. The main ones are:

Taxes, customs duties, Loans (%%, terms, pledges), Tariffs (energy, transport), State procurement, Subsidies, Regulatory rules

Each of these levers can be both a catalyst for business and the economy, as well as a brake or an obstacle, depending on its direction and settings. By varying these parameters for different industries, types of activity, product groups or territories, the state can influence the attractiveness of business. Among the positive cases of such economic engineering in Ukraine, it is worth noting:

introduction of FOPs rapid development of the IT industry, moratorium on the export of roundwood increase in woodworking and furniture production, increase in export duty on scrap metal protection of the metallurgical industry, raising the export duty on sunflower seeds -> global leadership in the export of sunflower oil, high «green tariff» -> rapid growth of alternative energy, partial compensation to farmers for the cost of domestic agricultural machinery development of agricultural engineering.

It is unlikely that anyone would consider it reasonable to refuse resuscitation, treatment and rehabilitation to a «difficult» patient, offering him instead to surrender to the «invisible hand of free nature.» It even sounds absurd, doesn't it? But the rejection of purposeful development of the economy, one's own strategy and economic engineering in favor of laissez-faire policy and the «invisible hand of the free market» finds many supporters even today in Ukraine. Most of them sincerely believe in the dogmas of the free market and the policy of non-intervention. The minority, in fact, produces these dogmas, using them for their own benefit. But, looking at the experience of successful countries, we are convinced that they built their «economic miracle» quite purposefully and consciously. And by the way, using quite similar tools. Ukraine can use many of them for post-war reconstruction and development.



Віолета Гераймович

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБІП України*

Богдана Гераймович

*студент НУБІП України
м. Київ, Україна*

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ШЛЯХ ДО ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

У сучасному глобалізованому світі успіху, зазвичай, домагаються ті компанії, чия діяльність орієнтована бажання споживачів. Останнє навряд чи можливе без застосування методів та інструментів маркетингу. У найзагальнішому вигляді маркетинг означає процес, з якого компанії створюють цінність клієнтам і формують міцні відносини із нею із єдиною метою подальшого отримання цінності них. Іншими словами, сучасний маркетинг – це не просто збут товарів та послуг, не просто реклама в друкованих виданнях, Інтернеті та TV, і навіть не просто орієнтація компанії на потреби клієнтів, а формування їх потреб та управління попитом. Безперечно, що подібні завдання зараз постають і перед енергетичними компаніями.

Енергетичні компанії є ключовим елементом інфраструктури будь-якої території. Вони покликані здійснювати не тільки суто комерційну діяльність, а й виконувати цілу низку суспільних завдань та функцій, забезпечуючи стабільність соціальної, економічної та політичної ситуації, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість конкретної території. Політика таких компаній, як правило, передбачає досягнення трьох ключових цілей - це отримання прибутку, задоволення потреб споживачів та суспільних інтересів в енергопостачанні, забезпечення його економічної, екологічної та соціальної безпеки. Маркетинг в електроенергетиці чи енергетичний маркетинг можна як процес, з якого енергетичні компанії створюють цінність клієнтам і формують міцні відносини із нею із єдиною метою подальшого отримання цінності них. Однак на відміну від класичного розуміння маркетинг в електроенергетиці має низку суттєвих особливостей.

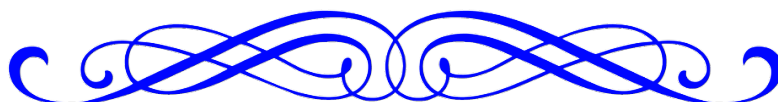
В електроенергетиці країни, регіону чи міста чітко виділяються, перш за все, дві ключові сфери – це суб'єкти електроенергетики та споживачі енергетичної продукції та послуг.

Як суб'єкти електроенергетики слід розглядати юридичних осіб, які здійснюють свою діяльність у сфері електроенергетики. Ця сфера має кілька видів діяльності, де реалізація маркетингового підходу виявляється необхідною: по-перше, дослідження суб'єктів електроенергетики – постачальників, посередників та різних організацій, які виявляють певний інтерес до електроенергетики; по-друге, виробництво енергії, яке здійснюють як оелектростанції; по-третє, формування оптимальної цінової політики на енергетичну продукцію та послуги; по-четверте, розробка нових видів послуг в електроенергетиці та управління попитом на енергетичну продукцію та послуги; по-п'яте, реалізація енергетичної продукції та послуг. Друга сфера – це

споживачі енергетичної продукції та послуг. Як споживачі енергетичної продукції та послуг слід розглядати фізичних та/або юридичних осіб, які використовують енергетичну продукцію для своїх власних потреб. Перед енергетичною компанією виробником завжди виникають 3 ключові завдання: по-перше, мінімізація витрат при виробленні електроенергії, по-друге, продаж виробленої електроенергії з максимальним прибутком, і, нарешті, по-третє, інвестиційна діяльність з метою модернізації та розвитку виробничих потужностей та технологій. Реалізація зазначених цілей тісно пов'язана з таким поняттям, як «енергетична продукція» або «продукція енергетичного виробництва».

Енергетична продукція, безумовно, має свої особливості: вона не має зримої форми, ваги, обсягу та ін; її виробництво нерозривно пов'язане із її споживанням; вироблена потужність чітко визначається характером зміни режимів споживання і тому не можна зробити електричної потужності більше, ніж її потрібно зараз; її не можна відправити на склад і лише в незначних кількостях її можна акумулювати в акумуляторних батареях та конденсаторних установках; неможливо заздалегідь точно обумовити обсяги генерації та споживання електроенергії; неможливо з фізичного погляду визначити, хто справив електричну енергію, використану тим чи іншим споживачем; якість електроенергії залежить як від виробника, а й від споживача.

Енергетичні компанії пропонують продукцію досить обмеженого асортименту, але із стабільними параметрами. У разі пріоритетне значення для споживачів енергетичної продукції і, одночасно, важливою відмінністю електроенергетики проти іншими галузями промисловості є її ціна, тобто. тарифи на електроенергію. Слід зазначити також, що споживання енергетичної продукції відбувається нерівномірно і це, у свою чергу, створює певні складнощі щодо оптимального використання компанією-виробником власних генеруючих потужностей та вимагає від неї економічно зваженого раціонального виробництва енергетичної продукції з урахуванням потреб у резервах, профілактичних заходах та ремонті обладнання. Сучасний етап розвитку ринкових відносин нерозривно пов'язує будь-який товар із необхідністю його «супроводу», тобто наданням цілого ряду послуг. Енергетичні послуги - це невлімові вигоди, які енергетична компанія надає споживачеві енергетичної продукції. Наприклад, енергетичний аудит та консалтинг, обслуговування та ремонт експлуатованого енергетичного обладнання, технічна підтримка енергозбереження та енергоефективності, пільгові розрахунки зі споживачами-лідерами енергозбереження та енергоефективності тощо. Енергетичні послуги також мають особливі властивості: їх також як енергетичну продукцію не можна накопичити на складі; для її надання необхідна одночасна участь і виробника та споживача; її якість може змінюватися у процесі її надання. Питання використання маркетингу енергетичними компаніями на сьогодні залишається дуже актуальним питанням.



Віолета Гераймович
кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБІП України

Денис Гільов
студент НУБІП України
м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ДИСТРИБУЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Система дистрибуції товару – це сполучна ланка, що перебуває між виробником і покупцем. Так як товар проходить чималий шлях від конвеєра до будинку споживача, хтось повинен контролювати цей процес. Поки виробник приділяє весь час та ресурси на виробництво продукції, дистриб'ютори відповідають за її розподіл за торговельними точками та реалізацію. Дистрибуція необхідна масового виробництва. А дистрибуції, своєю чергою, потрібна грамотна система управління.

Якщо система показує максимальний результат при мінімальних витратах, можна говорити, що вона побудована правильно. Оцінити ефективність можна за допомогою ROI – співвідношення отриманого прибутку та понесених витрат.

На ефективність впливає безліч факторів, таких як: баланс між товарами, що швидко обертаються і повільно обертаються; організація транспортної та складської логістики; володіння інформацією та контроль ситуації у системі збуту.

Результат ефективно збудованої мережі – успішні фінансові показники та взаємовигідна співпраця всіх учасників. Як працює система дистрибуції та як організувати роботу зі збуту продукції. Незалежно від типу продукції (чи молочні продукти, одяг, меблі, ялинкові іграшки тощо), система дистрибуції складатиметься з таких учасників: виробник, зосереджений створення продукту; дистриб'ютор, який співпрацює з виробником і бере на себе відповідальність за розподіл продукції; торгові точки, що набувають великого і дрібного оптом; кінцеві споживачі. Побудова системи збуту починається з аналізу даних та розробки бізнес-плану. Після цього дистриб'ютор моделює мережу торгових точок, а виробник готує йому спеціальні ціни. Залежно від типу товарів та послуг впроваджується певна модель дистрибуції.

Дистрибуція: що таке простими словами? У наш побут це слово прийшло з англійських країн. Дослівно distribution перекладається як розподіл. Допустимо також вживання терміна «дистрибуція». Але як би ви не сказали, це поняття означатиме діяльність із розподілу товарів від виробника покупцю.

Залежно від типу продукції, її вартості, цільової аудиторії та географії збуту важливо вибрати найбільш підходящий вид дистрибуції. Кількісна та якісна дистрибуція. У першому випадку важливий відсоток представленості бренду на полицях. Враховується загальна кількість торгових точок та кількість магазинів із позиціями бренду постачальника. Якісна модель має місце там, де йдеться про

дорогі виробу, де не може бути великого обсягу збуту, але важлива якість і високий прибуток. Для розрахунку використовується проданий обсяг товарів бренду та загальний обсяг продажу категорії.

Пасивна та активна. У першому випадку основне завдання дистриб'ютора – перепродаж, у другому – він бере безпосередню участь у просуванні.

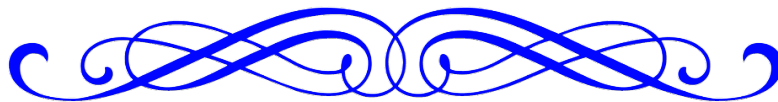
Ексклюзивна. У цьому випадку компанія, яка бере на себе побудову збуту, є офіційним представником виробника та отримує ексклюзивні права на товарообіг.

Цифровий. З'явилася з розвитком інформаційних технологій і полягає у розподілі програм та контенту.

Найпростіший опис цього процесу зводиться до того, що дистриб'ютор купує у виробника велику партію товарів за спеціальною ціною і займається збутом роздрібним покупцям. За фактом цей процес набагато складніший, і включає окрім торгівлі, ще ряд функцій, таких як маркетинг, зберігання, доставку, інформаційну підтримку клієнтів, а в деяких випадках і гарантійне обслуговування. Дистриб'юторська діяльність - бізнес, що вимагає уваги до багатьох деталей. Послабити його працездатність та ефективність можуть такі помилки:

- відсутність аналітики та нерозуміння змін споживчих переваг;
- співробітництво з кількома постачальниками – незважаючи на перспективу збільшення обсягу збуту, зростає і кількість завдань, ускладнюючи цим систему дистрибуції;
- неготовність або неможливість адаптувати мережу під мінливий ринок;
- відсутність зворотний зв'язок усередині каналів збуту.

Нездатність подолати ці проблеми може вплинути як на роботу дистриб'ютора, а й у основного постачальника. Гнучка система, грамотне планування та послідовність дій допоможуть уникнути проблем.



Violeta Heraimovych

*PhD of Economics, Associate Professor of Marketing and
International trade Department of National University of
Life and Environmental Sciences of Ukraine*

Maryna Zakharchenko

*student, National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine
Kyiv, Ukraine*

IMPLEMENTATION OF MARKETING SYSTEMS IN ENTERPRISES OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE AS ONE OF THE METHODS OF ENSURING COMPETITIVENESS

The agricultural sector plays an important role in the economy of our country, but it also has significant unrealized potential. The introduction of market economic relations in the country involves the optimization of management in agricultural enterprises and orientation to market conditions of management, as well as the possibility of prompt and flexible response to the influence of external and internal factors. In this regard, there is a need to implement modern effective marketing management tools.

It should be noted that at this stage of development, marketing at enterprises of the agricultural sector is mostly limited to advertising activities and sales of products. However, marketing activity has a comprehensive nature and covers a deep range of issues. Enterprises that do not use a marketing approach in their activities risk losing their own positions on the market, as well as the opportunity for development in the future. After all, without a constant and systematic analysis, primarily of buyers and competitors, an agricultural enterprise will not be able to respond in time to changes and fluctuations in market demand, and therefore will not be able to form effective product and price strategies aimed at specific consumer segments and provide certain competitive advantages [2].

Currently, as research results show, most agricultural enterprises (including agricultural holdings) do not have a marketing service (department) in their organizational structure [3]. Enterprises mostly use only certain marketing functions and tasks, which do not provide sufficient economic effect; the marketing tools are only used to function as separate elements. However, the effectiveness of their usage will be much higher with complex application [5]. Agrarian enterprises will be able to get the proper functioning of marketing innovations, if they add to their activities the analysis of the main indicators of the individual market that they need.

Currently, it is not enough to have a certain set of competitive advantages and use them to compete in the market. It is necessary to optimally combine the competitive advantages and competencies of the business entity, taking into account the strong and weak positions of the internal environment, on the one hand, and opportunities and threats - on the other; and taking into account these aspects, develop a long-term strategy and effectively use marketing tools [1].

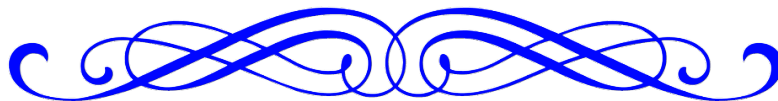
The organization of marketing activities at enterprises of the agricultural sector includes: creation of a marketing management structure; selection of specialists; determination of their rights, duties and responsibilities; establishment of relations between the marketing service and other divisions of this enterprise [4].

Marketing is a function that determines the policy, style and nature of management. The implementation of marketing in the practical activities of enterprises of the agricultural sector will provide an opportunity to form rational strategic programs, to have a flexibly approach and respond to market conditions, to be able to navigate in complex conditions of market competition. In general, at least two reasons for the implementation of marketing activities can be identified: 1) pressure from the market, sales problems, increased competition among manufacturers and products, etc., in this case, we can talk about reactive marketing, or marketing as a reaction to an event; 2) as a result of the initiative of modern management, in this case marketing is proactive, aimed at preventing possible market situations [3].

Therefore, in the modern world of innovation and increased competition, it is important to implement effective marketing systems at agricultural enterprises. Since the importance of their work will constantly increase due to the setting of new tasks for entrepreneurs. Such a process will be observed due to an increase in demand and supply in the markets of the agricultural sector, which will draw attention to the need for quick response and problem solving. Also, the use of marketing systems will lead to the improvement of the management work of the enterprise in general, which in the future will facilitate adaptation to conditions on the product market.

References:

1. Zbarsky V. K. Ensuring the competitiveness of agricultural formations on the basis of marketing: a monograph / Kuzmenko S. V., Lucii O. P., Chetveryk O. V., Ryabchyk A. V., Babicheva O. I. Part I. Kyiv: CP «COMPRINT», 2019. - 449 p.
2. Kurbatska L. M. Marketing in the enterprise management system. Efficient economy. 2013. No. 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3389>
3. Karpenko N.V. Marketing activities of enterprises: modern content. K.: «Center for Educational Literature», 2016. – 252 p.
4. Lagodienko, V. V. Organization of marketing activities in agricultural enterprises. Economic analysis. 2014. Volume 18. No. 3. P. 56-59.
5. Mandych O. V. Practical aspects of the formation of competitiveness of enterprises. Applied economics - from theory to practice. 2016. P.1.



Violeta Heraimovych

*PhD of Economics, Associate Professor of Marketing and
International trade Department of National University of
Life and Environmental Sciences of Ukraine*

Valentyn Kashlyuk

*student, National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine*

MARKETING OF SERVICES DURING THE WAR

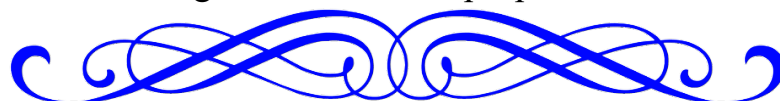
Most Ukrainian companies are actively involved in helping the country and supporting our defense. And this cannot help but please, because this war can be won not only by the army or politicians, but by the entire Ukrainian people together, including business. However, we can already see some marketing distortions and abuses of war. Posters, billboards and advertising in social networks were flooded with army themes: try the «Bayraktar» sushi set, order «Javelina» underwear, etc. In professional circles, this topic is already actively discussed, and there are reasons for this. First, the use of military terms in marketing banally blurs the lines between war with all its pain and fear and (relatively) peaceful life. Because of this, the very concept of the army, the protection of our state, loses its primary meaning. Such a tendency may lead to an unconscious decrease in interest in the war, and, accordingly, to a decrease in the amount of aid. If a person wants to help buy a drone, his first association should be a combat drone, and hence the desire to send money to volunteers. Consumer products entering this associative «territory» only weaken the cause-and-effect chain when a person has a certain thinking mechanism: «If I see something about the Armed Forces, I go to help.» Secondly, a moral and ethical issue becomes relevant. The line between military aid and PR on this topic is a very shaky one, but it's there, and it's worth following. Bayraktars or Chimars become «popular» - and therefore desirable for some marketers - only because they are used by specific people, our warriors. Who risk their own lives every day, get injured, lose friends. And no brand positioning itself as «progressive» and «empathetic» can afford to make a marketing show out of it. «Good deeds are done in silence» - such a principle has probably been instilled in us since the time of the Soviet Union. It was believed that charity and volunteering should be done so that as few people as possible knew about it. Because otherwise you will be considered proud and boastful. However, during the years of independence, the Ukrainian people have come a long way towards healthy relations with charitable activities. Bringing canapés and tea to the Maidan in 2013, raising money for body armor for the first time in 2014, donating for the purchase of ventilators during the covid pandemic and giving a large part of the profits to the army and volunteers during the war. Difficult times and large-scale challenges sharply «pumped» Ukrainians from the point of view of volunteering - and greatly changed public opinion about volunteer communication.

Now, almost every collection is accompanied by photos from the frontline or volunteer center, direct recipients of aid openly talk about those who helped them and

how, and large public organizations have already become real masters in so-called charitable communications. And so it should be. Such a principle, I believe, should be extended not only to people or public organizations, but also to ordinary commercial companies. We are now seeing this happening. It seems that for the first time, Ukrainian business has really «opened up» about its own charitable activities in 2020 during the coronavirus pandemic. Then, not only corporations with well-thought-out CSR strategies joined the flash mob of good deeds I write this without irony but literally everyone — from retailers and IT startups to brands in the field of clothing and entertainment. This not only increased loyalty to these brands on the part of consumers, as confirmed later by numerous studies, but also united Ukrainians and showed that everyone is struggling with a new challenge, and everyone helps each other.

War is certainly a much darker and more complex time, but openness and engagement play a big role even now. Daily photos with new batches of volunteer aid and multimillion-dollar gatherings rally the people, raise the fighting spirit and prove: if we are capable of such things, we will definitely win. Also, openness about charitable contributions encourages others to join. This phenomenon, for example, is researched by Pamela Wiepking, a professor at the Rotterdam School of Business. The results of her observations and analysis show that transparency about one's own volunteering or monetary contributions changes the attitude of other people to this issue - accordingly, also attracts them to charity. Therefore, the best thing that every company can do with its charitable activities now is to tell all Ukrainians about the process and the result. Finally, marketing activities are important in their own right. During the crisis, many companies radically reduce their spending on marketing and any public appearances. This is quite natural, especially in the conditions of hostilities, economic crisis and relocation/evacuation of employees. However, I do not see any moral or ethical obstacles to stop marketing activities to those companies that feel relatively stable financially. Of course, every responsible brand that supports Ukraine wants to spend every penny to help the army or volunteers. But commercial activity in itself is already a considerable support for the country.

During the war, everyone probably learned a simple truth: in big wars, the one who has a stronger economy wins. If your campaign brings in new or returning customers, you'll earn more revenue, which means you'll pay more in taxes. In the long term, this is sustainable and, importantly, stable assistance to the state. Therefore, I urge brands not only to donate to volunteers, but also to spend some budget on themselves. After all, to do better for yourself is to do better for the country. At the same time, it is necessary to be even more meticulous about marketing campaigns and their effectiveness, so that expenses are flexible and bring results. And it is better to move in short distances in order to quickly react to indicators and quickly make changes. After all, in the context of war, any advertising campaign or brand may seem small and unimportant. However, one should not underestimate one's own actions - a few «wartime» months of competent work can imprint positive impressions and feelings on the minds of people for the next decades of peace.



Віолета Гераймович

*кандидат економічних наук, доцент,
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
НУБІП України*

Станіслав Кравцов

*студент НУБІП України
м. Київ, Україна*

УПРАВЛІНСЬКА ПАРАДИГМА МАРКЕТИНГУ - ЯКІСТЬ

Система менеджменту якості, процеси сертифікації та стандартизації зараз виступають одними із загальноновизнаних та прийнятих за еталон інструментів формування якості продукту на виході. Маркетингова діяльність належить до зони активного контролю менеджменту якості. Між маркетингом та якістю існує цілком однозначний зв'язок.

Відповідно до концепції маркетингу задоволення потреб здійснюється шляхом обміну. Тому цілі маркетингу можуть бути досягнуті лише в тому випадку, коли на ринку для обміну пропонується продукція відповідної якості, а її просування забезпечується необхідними умовами. З іншого боку, необхідна якість може бути достовірно визначена та повною мірою забезпечена лише тоді, коли з необхідною точністю виявлено сучасні та майбутні потреби у такій продукції. Це є основним завданням маркетингу

Маркетинг якості наводить необхідні докази, переконує та виправдовує зроблений вибір. На нашу думку збалансована система маркетингу якості є передумовою успішного продажу, збільшення прибутку та ефективної конкурентної політики.

Необхідна якість може бути досягнуто лише контролю вже готової продукції. Вона має забезпечуватись ще в процесі вивчення ринку – до створення продукції, а також на всіх наступних стадіях її життєвого циклу. При цьому якість закладається за результатами маркетингових досліджень, а також при формуванні комплексу вимог та переваг споживача. Ці вимоги до продукції можуть бути забезпечені через систему керування якістю. Така система охоплює дві сторони – споживача та організацію. Для досягнення максимальної ефективності важливо, щоб облік потреб та потреб споживача та їх подальша реалізація (втілення) у пропонованій йому продукції здійснювалися за допомогою маркетингових інструментів.

У рамках маркетингової функції підприємства вирішуються такі завдання щодо забезпечення необхідного рівня якості продукту:

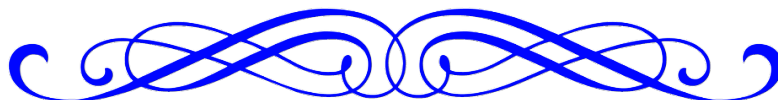
- на етапі концептуального опрацювання нового продукту формуються основні гіпотези щодо мінімального та максимального базових рівнів якості у певних цінових рамках;
- на етапі розробки та апробування продукту, що ще не вийшов на масовий ринок, визначається оптимальне співвідношення якості та ціни, релевантне цільовій аудиторії;

– на етапі активного просування продукт побічно чи прямо позиціонується за певними якісними характеристиками, які формуватимуть сприйманий рівень якості споживчою спільнотою.

Споживач сприймає продукти по-різному в залежності від відомості продукту, особистого досвіду та терміну знаходження продукту на ринку. Ставлення до продукту не статично, воно знаходиться в постійній динаміці. Споживач черпає інформацію звідусіль, і, як правило, у неусвідомленому режимі, «на автоматі», сортує та впорядковує її. У цьому випадку споживач працює як машина, як комп'ютер. Він не вдумується у свої запити, не вдумується в зміст та особливості продукту.

При цьому система оцінки продукту в психіці працює постійно: споживач помічає продукт або його нюанс, «перекладає» цю інформацію на свою внутрішню мову образів, порівнює з існуючими стереотипами, уявленнями про хороше і погане, порівнює зі своїм минулим досвідом і робить відповідний висновок. Споживач або формує оцінку продукту «з нуля», якщо ми говоримо про новинку, з якою людина ще не була знайома, або уточнює, корегує вже існуючу оцінку. Якщо споживач повністю задоволений продуктом, він оцінює його за «легкою» схемою, ніби підтверджуючи стереотип, що вже склався. І якісь нюанси можуть ігнорувати. Але якщо ці нюанси раптом виявилися важливими для нього, підсумкова оцінка в координатах «добре – погано» може змінитися. Практика показує, що оцінка продукту дуже легко змінюється на гірший бік, продукт починає сприйматися як найгірший за якістю. Поліпшити оцінку існуючого продукту набагато важче, особливо якщо незрозуміло, що саме змусило споживача змінити оцінку.

Споживач намагається купити максимально якісний продукт, який можна знайти за певні гроші. Іноді він схильний витратити деяку кількість часу на пошук та обмірковування того, «який товар кращий», іноді він, не думаючи, обирає звичні рішення, товари, які він уже купував раніше. Але у всіх випадках він вибирає «найкращу якість» або ж «найякісніший продукт» з усіх, що йому доступні за певну суму грошей. В цей час вступає в зону активного впливу маркетинг якості, що сприяє створенню необхідного рівня якості товару, що сприймається, при мінімальних ресурсо- витратах виробника. Таким чином, на думку автора, маркетинг якості є перспективною галуззю використання прихованого потенціалу на стику психології споживача, маркетингу та економіки.



Віолета Гераймович

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
НУБІП України*

Ольга Мулик

*студентка НУБІП України
м. Київ, Україна*

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Зараз інтернетом користується понад 5,2 мільярда людей, кількість активних користувачів щодня неухильно зростає. Тому компанії прагнуть зміцнити свої позиції у Світовій мережі. Для цього вони розробляють стратегії онлайн просування, спираючись на цифрові канали розповсюдження рекламних повідомлень.

Інтернет маркетинг – це загальний термін, що охоплює широкий спектр стратегій, спрямованих на просування компанії та її продукції за допомогою онлайн-інструментів. Головними цілями є залучення потенційних клієнтів, збільшення трафіку на сайт та зростання продажів [1].

Інтернет-маркетинг можна умовно розділити на два напрями. Перший пов'язаний із застосуванням інструментарію інтернету для розширення системи маркетингу традиційних підприємств. Другий напрям зумовлений появою нових видів моделей бізнесу, основою яких став сам інтернет і для яких він відіграє основну роль.

Для цих напрямів інтернет відіграє роль нового інструменту, мета якого – підвищити ефективність бізнес-процесів, скоротити витрати і забезпечити прибутковість бізнесу та ефективність діяльності [2].

Реклама в інтернеті дозволяє підприємствам адаптувати свої рекламні технології відповідно до потреб їх цільової аудиторії. Це гарантує, що послуга або товар вчасно досягне потенційних клієнтів. Крім того, це зміцнює імідж бренду компанії. Досягнення описаних цілей реалізується шляхом використання спеціальних інструментів, а саме пошукового просування, контекстної реклами, контенту та соцмереж. Інструменти інтернет-маркетингу є ефективними та доступними, тому вони включені до будь-якого бізнес-плану та маркетингової стратегії [3].

Серед ключових інструментів інтернет-маркетингу виділяють наступні: SEO, SMM, контекстна реклама, таргетована реклама, веб-аналітика, банерно-медійна реклама, контент-маркетинг, email-маркетинг.

При цьому з усіх перерахованих веб-аналітика впливає найменше на призначений для користувача трафік, хоча й залишається дуже важливим непрямим драйвером для зростання бізнесу [4].

Пошукове просування (SEO) дозволяє оптимізувати веб-сторінку, виділяючи її серед подібних конкурентних сторінок. Успішна SEO-кампанія працює на довгострокову перспективу. Пошукова оптимізація дає помітні

результати тільки через 3-6 місяців грамотної роботи. Проте якісна пошукова оптимізація продовжує залучати користувачів, навіть якщо роботи в цьому напрямку будуть мінімізовані.

Контекстна реклама – це реклама в інтернеті, покази якої здійснюються для користувачів, що вже проявили зацікавлення до певного товару або послуги. Сервіси показу платних оголошень розміщуються в результатах тематичної пошукової видачі. Така реклама відображається у верхній, бічній, нижній частині сторінки з результатами пошуку. Це найпопулярніший інструмент інтернет-маркетингу, так як він дозволяє дуже швидко отримати цільовий трафік та займає більше 80% всього ринку реклами в інтернеті.

Таргет – це оголошення, які спрямовані на показ певній цільовій аудиторії. За основу таргет бере загальнодоступну інформацію, опубліковану в профілях користувачів. Так, таргетована реклама з високою точністю визначає цільову аудиторію і показує ймовірно цікаві товари та послуги. Відповідь на запитання, звідки соцмережі черпають таку інформацію, проста. Коли користувач реєструє свій аккаунт, на запит соцмережі вказує свої дані про вік, місце проживання, роботу та хобі, стать, сімейний стан. Ставить уподобання та підписується на спільноти, групи, осіб, інформацію, контент яких вважає корисним та цікавим.

Рекламодавцю залишається вибрати необхідне поєднання: студент, що відвідує кав'ярню вранці, чи молода мама, яка купує дитячий одяг в інтернеті. Це забезпечує точні налаштування на аудиторію. Наприклад, можна знайти жителів певного району чи любителів екстремального відпочинку, клієнтів доставки їжі чи користувачів доглядової косметики.

Контент-маркетинг відповідає за створення і поширення продаваного контенту. Його присутність важлива для залучення цільової аудиторії і заклику потенційного покупця до дій. Контент підвищує авторитет і створює довіру між виробником і споживачем. Завдання контент-маркетингу: вказати на переваги товару або послуги, позбавити покупця його невпевненості [3].

Просування в соціальних мережах (SMM) — ключовий інструмент, що дозволяє налагодити двосторонній зворотний зв'язок компанії зі своєю аудиторією. Ефективною практикою є підтримка зв'язку з клієнтами через соціальні мережі, публікація контенту різного типу (не так орієнтованого на прямі продажі, скільки освітнього і залучаючи-ігрового). Правильний розвиток спільноти дозволяє сформувати відмінний імідж «людської» компанії, з якою хочеться мати справу.

Facebook, Instagram, TikTok об'єднують в собі величезну кількість людей і дають можливість компаніям розвивати свої спільноти, публікувати і просувати свій контент.

Банерно-медійна реклама (display ads) в екосистемі Google дозволяє провести масштабну рекламну кампанію з великим охопленням. При цьому можна гнучко налаштувати параметри цільової аудиторії (жінки 25-40 років, що проживають в Києві, користувачі телефонів на платформі Android з інтересами в сфері домашні тварини)).

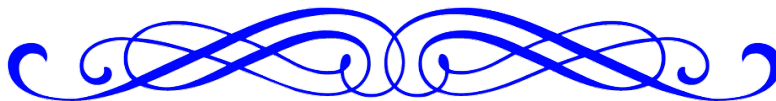
У форматі рекламних повідомлень (креативів) можуть використовуватися статичні й анімовані зображення («банери») а також відеоролики (для платформи Youtube) [5].

Email-маркетинг є неймовірно потужним інструментом просування, оскільки є прямим каналом зв'язку між бізнесом і поточними чи потенційними клієнтами. Водночас це досить складний інструмент, оскільки він потребує збору бази електронних адрес та вибудовування комунікації з передплатниками таким чином, щоб вони не вважали листи спамом [4].

Отже, інтернет маркетинг є системою заходів, що спрямована на збільшення присутності компанії у Світовій мережі. Головні цілі таких дій – організувати продаж товарів та послуг в інтернеті та покращити впізнаваність бренду. При цьому використовуються тільки онлайн-канали взаємодії зі споживачами, оригінальні стратегії та спеціальні сервіси для збирання аналітики, налаштування таргетингу. Інструменти інтернет-маркетингу допомагають в залученні клієнтів та дають можливість оперативно реагувати на зміни на ринку, сьогодні вони користуються попитом і не втратять актуальності в найближчому майбутньому.

Література:

1. Гузенко С., Міщенко С. Що таке інтернет-маркетинг? Elit-Web: веб-сайт. 2022. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-rabotaet-pravilnyj-internet-marketing-3-shaga-k-uspehu> (дата звернення: 10.11.2022).
2. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2018. №15. С. 482-488.
3. ТОП інструментів інтернет-маркетингу. Best Marketing: веб-сайт. 2021. URL: <https://bestmarketing.com.ua/ua/top-instrumentiv-internet-marketynhu/> (дата звернення: 10.11.2022).
4. Колінько А. 3 інструменти digital-маркетингу, які окупаються практично відразу. Промодо: веб-сайт. URL: <https://promodo.ua/ua/blog/3-instrumenta-digital-marketinga-kotorye-okupayutsya-prakticheski-srazu.html> (дата звернення: 10.11.2022).
5. Інструменти інтернет-маркетингу. Дія. Бізнес: веб-сайт. 2020. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/instrumenti-internet-marketingu> (дата звернення: 10.11.2022).



Віолета Гераймович

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
НУБІП України*

Назарій Оксенюк

*студент НУБІП України
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

Сьогодні ринок продовольчих товарів, його ефективність і доцільність пов'язується з поняттям маркетингу, що являє собою один з найважливіших елементів сучасної ринкової економіки, методологічну основу діяльності учасників ринку. Безумовно, що маркетинг ринку продовольчої продукції АПК має свої особливості і відмінності, які перш за все пов'язані зі специфікою аграрної сфери, які наводилися вище.

На мою думку, головне в маркетингових дослідженнях продовольчого ринку – їх цільова орієнтація та комплексність, тобто вони повинні охоплювати всі окремі складові діяльності по виробництву сільськогосподарської продукції її переробки і доведенням до кінцевих споживачів продуктів харчування.

Необхідно відмітити і те, що при маркетинговому дослідженні ринку продовольчої продукції АПК виникають деякі проблеми, а саме: характеристика ринку, його кон'юнктури; визначення місткості та ємності ринку; вибір сегментів продовольчого ринку; вивчення стану та тенденцій зміни попиту та пропозиції; виявлення тенденцій розвитку та прогнозування.

При дослідженні продовольчого ринку велика увага приділяється стану ринку, або його місткості. Місткість ринку характеризує, яку кількість продукції можна реалізувати за певний період на конкретному ринку. Ємність продовольчого ринку може бути розрахована за формулою: об'єм виробництва продовольчих товарів – обсяг виробничого споживання продовольчих товарів + залишки товарних запасів + об'єм імпорту – об'єм експорту. При визначенні ємності продовольчого ринку необхідно аналізувати фактори платоспроможного попиту на конкретну категорію товарів. Також необхідно враховувати показник насиченості ринку даним товаром. Отже, ємність ринку тим вища, чим нижче його насиченість, і, навпаки, по мірі насичення ринку відповідним товаром ємність його скорочується. Дослідження цін дає змогу визначити такий рівень співвідношення цін, який би давав можливість отримання найбільшого прибутку при найменших витратах. Маркетингове дослідження цін повинно включати: дослідження витрат на виробництво та збут продовольчої продукції АПК, а також їх питомої ваги в ціні; вивчення впливу конкуренції як з боку інших підприємств, так і з боку продукції - аналогів; дослідження еластичності попиту, тобто дослідження взаємозв'язку між ціною на продукти харчування і попитом.

Наступним, на мій погляд, не менш важливим, об'єктом маркетингових досліджень є продукція, а точніше споживач з його запитом по відношенню до продовольчої продукції. Вивчають заходи по підвищенню конкурентоздатності

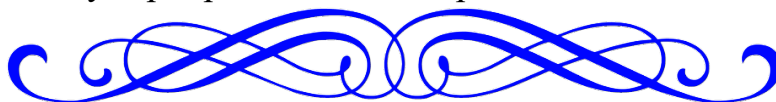
продукції, перш за все його якісних характеристик, які відповідають запитам споживачів, створенню нової продукції, оптимізації її асортименту, подовженню життєвого циклу.

Суттєве місце в маркетингових дослідженнях займають дослідження товароруку та продаж. Мета цього дослідження – виявити найбільш ефективні шляхи, способи і засоби швидкого доведення продовольчої продукції до споживача та їх реалізація. У процесі досягнення цієї мети важливо уникнути або звести до мінімуму розриви в часі, місті, а також праві на власність під час руху товару до споживача. Поряд з дослідженням товароруку значне місце в маркетингових дослідженнях займає дослідження стимулювання збуту та реклама. Стимулювання збуту наближує товар до споживача. Мета даного дослідження – виявити як, коли і за допомогою яких засобів краще стимулювати збут.

Для того щоб оцінити свої переваги в боротьбі за ринок збуту підприємству потрібна інформація про своїх конкурентів. Зазначу, що рівень конкуренції на продовольчому ринку досить високий. Перш за все це пояснюється тим, що більшість населення основну частку своїх грошових доходів витрачає на придбання продовольчих товарів. Тобто, саме за цю частку доходів і слід боротися. Сутність маркетингових досліджень конкурентів заключається в тому, щоб отримати необхідні дані для забезпечення конкурентної переваги на продовольчому ринку, а також, можливо, знайти можливості співробітництва і кооперації з можливими конкурентами.

На мою думку, з метою удосконалення і розвитку маркетингу і надання відповідних послуг підприємствам-виробникам продовольчої продукції доцільним є створення мережі маркетингових служб, об'єднаних в систему ринкової інфраструктури області та регіону в цілому, які запропонують нові можливості, допоможуть у конкурентній боротьбі. Основними складовими її можуть бути: служби збуту сільськогосподарських товаровиробників, районні маркетингові служби, обласні (регіональні) маркетингові служби.

Маркетинг є одним з найважливіших підходів до формування регіонального ринку продовольчої продукції АПК. Адже взаємопов'язаний маркетинговий комплекс дослідження ринку продовольства дає можливість об'єднати зусилля виробників сільськогосподарської продукції, переробних підприємств та підприємств оптової та роздрібної торгівлі не тільки на стадії реалізації продукції, але і на стадії її виробництва, визначення взаємних умов просування продукції з врахуванням максимального задоволення потреб кінцевих споживачів. Розробка та впровадження методики проведення маркетингових досліджень ринку продовольчої продукції АПК дасть можливість збалансувати діяльність підприємств в ланцюгу «виробництво – переробка – торгівля», забезпечити ефективне управління виробничо-збутовою діяльністю товаровиробників, орієнтувати продовольчий ринок на задоволення потреб населення у продуктах харчування, що являється однією з головних умов ефективного розвитку агропромислового виробництва.



Віолета Гераймович
кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
НУБІП України

Ілля Перевозчиков
студентка НУБІП України
м. Київ, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ ПРОДАЖІВ

Структура відділу продажів продуктів вказує на метод організації відділу продажів, коли кожен продавець може спеціалізуватися на продажу лінії продуктів, або окремого продукту, або пов'язаних продуктів, або невеликої підмножини лінійки продуктів. Продавці повинні знати продукти, які вони продають, особливо коли це складні, численні та непов'язані товари. Ця вимога та розвиток управління продуктами змусили багато компаній прийняти структуру відділу продажів продуктів, де продавці продають уздовж продуктових ліній. Наприклад, Kodak має окремі відділи продажів промислової та плівкової продукції. Спеціалісти з продажу плівкової продукції займаються простою продукцією для інтенсивного розповсюдження. З іншого боку, відділ продажів промислової продукції обробляє складні продукти, і їм необхідно технічне розуміння цього.

Проблема зі структурою продажів часто полягає в тому, щоб вимагати від ваших людей займатися занадто багатьма різними аспектами процесу продажів. Якщо більше ніж 1/3 ваших продавців не працюють за трьома найкращими показниками ефективності, швидше за все, у вас проблема зі структурою продажів.

Існує чотири основних типи організаційних структур продажів:

- функціональна структура
- географічна структура
- ринкова структура
- структура відділу продажів продукції

Кожна з них має свої плюси та мінуси, які слід враховувати перед впровадженням будь-якої структури у ваш бізнес. Функціональна структура відноситься до структури організації продажів, яка зосереджена на спеціалізації в рамках маркетингової групи. Це означає, що кожен має власну мету в команді, яка базується на його спеціальностях, інтересах та інших факторах.

Наявність команди продажів, яка керується функціональною структурою, є більш ефективною, але вона пов'язана з безліччю проблем. Це може здатися чудовим, якщо кожна людина спеціалізується на своїх завданнях, але продажі — це дуже взаємопов'язаний відділ. Це означає, що людям потрібно багато координувати в команді продажів, яка працює за функціональною структурою.

Спеціалізація також може бути складною, коли ви працюєте з клієнтами та обліковими записами з різних географічних регіонів. Деякі люди можуть не вміти керувати багатомовними обліковими записами або не знати, як взаємодіяти з людьми інших культур. Крім того, можуть виникнути деякі проблеми з дублюванням інформації. Оскільки в офісі бігають завдання та справи, цілком імовірно, що кілька людей отримають один обліковий запис одночасно. Це пов'язано з тим, що процеси в команді продажів зазвичай виконуються одночасно. Наявність дублюючих процесів спочатку може здатися ефективним, але це може завдати шкоди обліковому запису. Це особливо, якщо обидва торгові партнери взаємодіють із клієнтом одночасно. Виконувати кілька процесів на одному клієнті одночасно може бути надзвичайно важко. Географічні структури продажів схожі на те, чим вони є. Команди продажів, які керують цією структурою, організовуються за місцем розташування. Отже, припустімо, що у вас є одні клієнти в Атланті, інші в Бостоні, а інші в Нью-Йорку. Завдяки географічній організаційній структурі ви, швидше за все, розділите свою команду продажів між цими містами. Це також відоме як територіальна структура продажів. Географічні структури продажів надзвичайно популярні у світі продажів. Вони мають надто багато переваг, щоб їх ігнорувати.

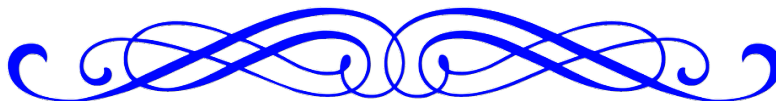
По-перше, групи продажів, які організовані на основі географічного розташування своїх клієнтів, коштують набагато менше. Щоб залишити певних торгових представників у певних областях, не потрібно багато часу. Якщо ви не організували на основі регіону, вам, можливо, доведеться переміщати своїх торгових представників скрізь, що з часом може збільшити витрати.

По-друге, успішна команда продажів в одному географічному регіоні веде до постійного зростання в цьому регіоні, а також у прилеглих регіонах. Доглядаючи за одним регіоном за раз, ви, швидше за все, досягнете успіху в догляді за цим регіоном.

По-третє, клієнти в певному географічному регіоні дуже добре дізнаються про вашого торгового представника в цьому регіоні. Навіть якщо у вас кілька, цілком імовірно, що це невелика команда, яка розділить клієнтів у цьому регіоні.

Якщо клієнти добре знають ваших торгових представників, ви, швидше за все, збільшите продажі та підвищите лояльність клієнтів. Це означає збільшення доходів у майбутньому та кращі відносини з клієнтами в цілому.

Для компаній, які не зосереджені на одній галузі чи кількох галузях, ймовірно, що ринкова структура буде вигідною. Це особливо враховуючи те, що вище керівництво команди може переходити від галузі до галузі, на якій спеціалізуються торгові представники. Стратегічно організувавши свою команду таким чином, ви зможете збільшити продажі та побудувати міцніші зв'язки зі своїми клієнтами.



Віолета Гераймович
кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБІП України

Мирослав Прилипка
студент НУБІП України
м. Київ, Україна

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ЗЕРНА

Перед актуалізацією зернової галузі, не менш важливою темою залишається, процес здійснення маркетингового дослідження. Від його розуміння залежить якість та повнота кінцевого результату. Важливо, що під час пошуку інформації ми часто стикаємось з іншими дослідженнями, розуміння процесу їх проведення, допомагає нам критично оцінити його структурність та об'єктивність. Відокремлюючи неякісну інформацію ми маємо змогу зробити нашу роботу більш якісною та впевнитися в її актуальності.

Маркетингові дослідження – це систематизований процес визначення цілей, обсягів та обробки об'єктивної ринкової інформації для розробки рекомендацій щодо прийняття конкретних управлінських рішень, будь-яких елементів продуктово-ринкової стратегії суб'єктів господарювання для досягнення ними найвищих цілей. Важливими критеріями маркетингового дослідження необхідно вважати систематизацію та об'єктивність під час його проведення. Систематичність передбачає здійснення дослідження у відповідності до розроблених та у строгій відповідності до необхідних етапів. Важливими принципами є також комплексність здійснення взаємопов'язаних дій, котрі забезпечують ефективність один одному; безперервність - процес повторення, який відбувається у зв'язку зміни факторів маркетингового середовища; оперативність—можливість швидко та своєчасно направити процес дослідження у правильне русло.

Процес кон'юнктурних дослідження об'ємний та складний, що складається з трьох основних етапів: спостереження(збір та оброблення необхідної інформації), аналіз кон'юнктури та прогнозування кон'юнктури для прийняття відповідних управлінських рішень. Під дослідженням кон'юнктури розуміється: вивчення, аналіз, виявлення особливостей та тенденцій розвитку на певному ринку, окремій галузі за для прогнозування основних параметрів і розроблення можливих альтернатив у прийнятті рішень. Об'єктом кон'юнктурного дослідження є ринок зерна та процеси, які відбуваються на ньому.

Важливо, що розвиток ринку зерна відбувається не ізольовано і вивчення кон'юнктури товарного ринку передуює аналіз загальноекономічної ситуації - стадії циклу, на якому перебуває економіка. Під час дослідження вивчаються кон'юктуро утворювальні фактори, які поділяються на дві групи: фактор які діють постійно та фактори які діють тимчасово. До перших можна віднести науково-технічний прогрес, державне регулювання, валютно та кредитно-грошова система, екологічні проблеми тощо. До других відносяться, фактори, що діють тимчасово, випадково: сезонність, стихійні лиха, політичні та соціальні

конфлікти. Для здійснення аналізу і оцінки стану зернової галузі України використовують такі економічні характеристики: «розмір ринку; темпи росту ринку (%); стадії життєвого циклу галузі; структуру конкуренції, число споживачів і їх фінансові можливості; темпи технологічних змін і продуктивних інновацій; обсяг інвестицій та інновацій; середньогалузевий прибуток».

На сьогодні, під час агресії Росії до України, кожна галузь та практично кожен ринок понесли збитки та колосальні витрати. Зернова галузь мала теж свої складнощі, проте, через знаходження основних підприємств на Півночі країни (Вінницька, Житомирська та Київські області), більша частина ринку вціліла та не зазнала значних втрат. Дана галузь досі залишається однією із найприбутковіших для країни. За даними USDA, посідаючи 8 місце у рейтингу світових виробників зерна з часткою 3,3-3,5%, Україна забезпечує майже 15% потреб глобального експорту. За станом на листопад 2020 року загальний валовий збір українських сільгоспвиробників по основних культурах досяг 80, 9 млн. тонн, а роботи проведено на 23,8 га. В Україні найчастіше вирощували зернові (кукурудзу, пшеницю) і олійні культури (соняшник). Останніми роками ціна на ринку на дану сировину почала знижуватися, а витрати на вирощування і виробництво зростають. У пошуку більшого заробітку і зменшення витрат на вирощування українські аграрії почали вирощувати зернобобові культури, які є нетрадиційними для української землі. Найбільшу частину засіяних площ займає горох – близько $\frac{3}{4}$, на другому місці – квасоля і вже сочевиця, нут, маш, люпин та інші.

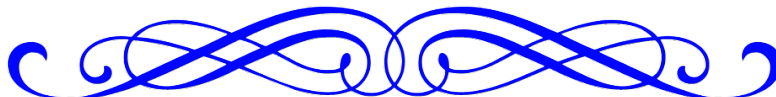
Табл. 1

Динаміка посівних площ, виробництва та урожайності зернобобових у 2016-2020 роках.

Рік	Площі посіву, тис. га	Виробництво тис. тонн	Врожайність ц/га
2016	320,6	876,6	27,3
2017	506,3	12387,9	24,6
2018	565,4	9445,9	17,2
2019	598,6	14582,3	26,9
2020	602,3	14985,6	27,1

Починаючи з 2016, кількість площ під зернобобовими культурами збільшилася майже на 100% і склала 602,3 тисячі га. Проте, з 2016 року врожайність знизилася і у 2018 році складала 17,2 ц/га, а у 2020 27,1 ц/га.

Попит на міжнародному ринку на зернобобові значно перевищує пропозицію. Через цей фактор збільшення кількості саме зернобобових є виправданим. Вирощування зернобобових є вигідним для підприємств, орієнтованих на експорт, оскільки окреслені культури мають велику маржинальність порівняно з культурами сімейства олійних або просто зернових. Аналізуючи все вищесказане, можна прийти до висновку, що в умовах війни, ринок зерна потребує деяких модифікацій та можливість розширення до зернобобових, що збільшить прибутки від експорту.



Віолета Гераймович
кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБІП України

Марія Смішко
студентка НУБІП України
м. Київ, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Реклама постійно супроводжує людину впродовж життя і, незалежно від бажання, впливає на стиль життя, цінності та поведінку. Роль реклами визначається взаємодією між суб'єктами господарювання, виробниками і споживачами товарів чи послуг. Однією із найбільш складних аспектів рекламної діяльності – є дослідження ефективності реклами. Складність визначення полягає у наявності великої кількості факторів впливу, тому важливою є чітко поставлена мета дослідження ефективності рекламного продукту. Сьогодні у рекламних дослідженнях широко застосовуються різні методи збору інформації. Наприклад, анкетування, опитування та фокусні групи зазвичай дають лише загальне, досить поверхнєве уявлення про психологічну ефективність рекламних продуктів. Для більш детального дослідження ставлення людей до реклами та їхньої споживчої поведінки необхідні насамперед лабораторні та «польові» експерименти.

Сьогодні велика увага приділяється вивченню психологічної ефективності реклами. Проте, методи, які застосовуються для її визначення не завжди є актуальними і потребують вдосконалення. В першу чергу це стосується інтернет-реклами, насамперед реклами в соціальних мережах. Ринок рекламних послуг розвивається дуже швидко, так само швидко змінюються смаки, вподобання і стиль життя споживачів, що зумовлює вдосконалення методів дослідження психологічної ефективності реклами. Метою вдосконалення досліджень є визначення найбільш результативних методів дослідження психологічної ефективності застосування рекламних засобів споживача.

Ефективність реклами є основним показником раціонального застосування засобів реклами з метою досягнення високих результатів господарської діяльності підприємства при найменших витратах часу, енергії та грошових коштів. Оцінка ефективності реклами дозволяє отримати інформацію про доцільність реклами, виявити результативність окремих засобів її розповсюдження, визначити умови оптимально впливу реклами на потенційних споживачів [2]. На ефективність реклами впливають деякі організаційні та методологічні чинники. В першу чергу це планування та організації рекламних кампаній, заходів, акцій, попередні дослідження маркетингової ситуації, витрати на дослідження.

В залежності від виду ефективності реклами застосовуються різні методи та інструменти її дослідження. Існують три основних методи оцінки

психологічного впливу – опитування, спостереження та експеримент. Розглянемо детально кожний з методів [4].

Метод спостереження застосовується для дослідження впливу на споживачів окремих рекламних засобів. Цей спосіб носить пасивний характер, оскільки дослідник не впливає на покупця, а, навпаки, веде приховане спостереження. За попередньо розробленою схемою спостерігач фіксує отримані дані, які в подальшому детально аналізуються. Тривалість спостереження залежить від характеру засобів реклами, дієвість якого належить встановити [1].

Метод опитування також належить до активних методів проведення досліджень. Можна оцінити вплив реклами на покупця та встановити, які елементи його оформлення привертають до себе найбільшу увагу та краще запам'ятовуються. Існують різні протиріччя щодо достовірності даного методу, одні вчені та практики стверджують, що опитування набагато достовірніше за інші методи, так як дозволяє виявити безпосередньо у покупця його ставлення не тільки до рекламного засобу в цілому, але і до окремих складових елементів цього засобу [3]. Інші фахівці вказують на певні недоліки опитування, що полягають у недостовірності отриманих даних, зокрема через те, що респондентам зазвичай пропонують питання без візуалізації об'єктів, які оцінюються [1].

Метод експерименту проводиться в штучно створених умовах, де вивчається реакція потенційного або реального споживача на досліджуваний об'єкт. Проте, даний метод має певну особливість, його в основному застосовують в тому випадку, коли заздалегідь відомо, що рекламований товар користується попитом [5].

Варто відзначити, що дослідження психологічної ефективності реклами пов'язана з нейромаркетингом, як комплексом методів вивчення поведінки покупців, впливу емоційних та поведінкових реакцій. У рекламній діяльності все частіше використовуються зорові, слухові, смакові та дотикові види відчуттів, які вимірюються за допомогою спеціальних програм та приладів.

Нейромаркетинг не є новітньою методикою, його інструменти успішно використовують в багатьох країнах світу, натомість в Україні нейромаркетинг знаходиться на етапі розвитку. Ефективність психологічного впливу реклами характеризується кількістю задіяних споживачів, яскравістю і глибиною вражень, які залишають у пам'яті людини та ступенем залучення уваги [6].

Як було вище зазначено дослідження психологічної ефективності реклами доцільно проводити декількома методами для отримання більш точних результатів. Таким чином виокремимо два етапи процесу:

– І етап – опитування (анкетування) респондентів з відповідною репрезентативністю вибірки. Виходячи з потреб споживача, що можуть диференціюватися по різних ознаках: гендерних, вікових, за соціальним статусом. Також при формуванні анкети варто звернути увагу на те, що споживачами багатьох товарів або послуг є різні соціальні групи. В такому випадку потрібно врахувати особливості кожного споживача. При цьому до соціально-демографічного блоку (паспорту) анкети входять стандартні запитання щодо статі, віку, рівня доходів, мотивів покупки.

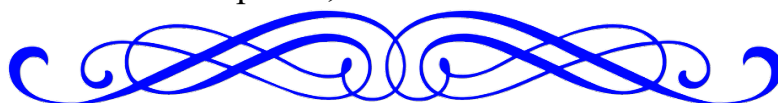
– II етап – оцінка психологічного впливу реклами, наприклад перегляд відео контенту (реklamних роликів) з визначенням впливу відео на споживача. Після перегляду респонденту пропонується відповісти на запитання, що стосуються побаченого, поставивши позначки від 1 до 5, де 5 найвища оцінка. Окрім критеріїв оцінки наведених в таблиці до анкети можуть бути внесені питання, які стосуються появи бажання придбати товар після перегляду реклами та ймовірність рекомендації представленого продукту друзям/знайомим/колегам.

Також можливе використання методики айтрекінгу, процесу відстеження руху очей людини з використанням спеціального пристрою – айтрекера. В класичному варіанті доцільно проводити дослідження впливу реклами в першу чергу тій аудиторії, що є споживачем представленого товару чи послуги. При цьому варто враховувати мотивацію і потреби покупців, реклама має бути зрозумілою і запам'ятовувалася. Саме від цих трьох процесів – уваги, розуміння і запам'ятовування – залежить ефективність реклами.

Дослідження психологічної ефективності реклами показує ефективність впливу на споживача товару або послуги, проте, визначити прямий вплив реклами досить складно. Для проведення досліджень використовуються непрямі методи такі як опитування, спостереження та експеримент. Щоб отримати достовірні дані ефективності впливу рекламних повідомлень на споживача доцільно застосувати одразу декілька методів до одного і того ж об'єкту дослідження. Так, не залежно від вибірки можна отримати інформацію щодо реакції споживача на певний вид реклами. Використання результатів дослідження психологічної ефективності реклами дозволить сформулювати портрет споживача та спрогнозувати подальшу рекламну політику. Тому реклама повинна базуватися на різноманітних моделях, які враховують психологію споживача, адже результат, який досягається рекламними зверненнями, безпосередньо залежить від ступеня психологічної ефективності її дії.

Література:

1. Зазимко О.В., Корольчук М.С., Корольчук В.М. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
2. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність. Київ : МАУП, 2002. 240 с.
3. Пазуха М.Д., Ігнатович М.В. Реклама у підприємницькій діяльності : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2006. 176 с.
4. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності : навчальний посібник. Дрогобич, 2007. 108 с.
5. Турченко М.О., Швець М.Д. Маркетинг: підручник. Київ : Знання, 2011. 318 с.
6. Гупаловська В.А. Психологія реклами: навчальний посібник. Львів : вид. Центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 384 с.



Violeta Heraimovych

*PhD of Economics, Associate Professor of Marketing and
International trade Department of National University of
Life and Environmental Sciences of Ukraine
Kyiv, Ukraine*

Anna Toiunda,

*student, National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine,*

MARKETING TOOLS FOR THE STUDY OF THE MODERN CONSUMER

Work in the market is always related to the formation of effective patterns of consumer behavior. Given that today's market is a competitive market. The business faces the task of maintaining and strengthening its position in the market, which is possible only if individual needs are met. The importance of the consumer sector grows every year, as technology, materials and marketing tools improve. The question of the relationship between consumers and sellers is relevant not only for specific enterprises, but also for society as a whole. Knowing and understanding the choice behavior Consumers of products can maintain their loyalty to the company and its products and services, as well as attract new customers.

Growing competition in the market requires certain actions from each organization, which will help attract the attention of consumers. Marketing activities and the use of marketing tools are often aimed directly at the consumer, so it is important to know the factors that influence buyer behavior. In today's busy life, marketing activities are the main source of establishing contact with target customers and providing them with correct and important information. Any kind of business can be the use of proper advertising tools. [3].

Traditionally, print media such as brochures, posters, local newspapers and business cards, billboards, banners, in-store displays, word of mouth, advertising, public relations, direct marketing, trade shows, product placement and entertainment are used. to promote your business. These marketing communication tools allow you to convey your product offer to the consumer, to take a step towards creating your own business. However, the great development of technology has led to various technological marketing communication tools that companies can use to communicate and interact with their customers. [2].

There are two possible marketing strategies specific to social networks:

- a passive approach, in which social networks are considered as a means of analyzing the reaction of customers, namely, analyzing the marketing environment;
- a proactive approach where social networks are used as a channel for direct marketing and public relations, as a tool for customizing the products offered, and not least as a platform that facilitates collaboration with customers to create value and generate new ideas for the development and improvement of the provided products.

It can be concluded that social media as a marketing tool can be used for both communication and promotion. These technological marketing tools include social networks such as Facebook and Twitter, mobile media such as short message services (SMS), multimedia messaging services (MMS) and voice messages, websites, blogs and e-mail. [4].

Consumer behavior involves the thoughts and feelings that people experience, as well as the actions they take in the process of consumption. It also includes the environment that influences these thoughts, feelings and actions.

These include comments from other consumers, advertising, pricing information, packaging, product appearance, blogs, and more. This definition suggests that consumer behavior is dynamic, involving interactions and exchanges.

Consumers may also be in the marketplace and be bound by social aspects and subcultures in the micro- and macro-environments that are linked together by users. However, it is very important to study all macroeconomic and microeconomic impacts on the consumer. [1].

Customer behavior consists of three main steps:

- first, how people perceive the situation;
- second, how people use their perception of a situation to calculate whether a certain action will benefit their long-term interests;
- thirdly, what people rely on when they carry out contrived decisions, that is, situations where the client uses his will to make a decision, using social and cultural aspects, which together determine the influence of the micro and macro environment.

Marketing tools for consumer behavior, based on a theoretical model, are holistic, based on the correlation between a number of factors that can favorably affect consumer purchasing behavior:

- Sociological variables (family, membership groups, reference groups, social class, culture and subculture);
- External incentives (brand, price, quality, packaging, emotional value, product attributes, offers);
- Marketing communication (Message → Communication tools such as: Media advertising, Sales promotion, Direct marketing, Public relations, Representation, Internet marketing → Target audience). [2].

The conceptual model is very complex, it must be empirically tested on various groups of consumers to determine the sociological variables, external stimuli and integrated means of marketing communication that influence the purchasing behavior of the consumer.

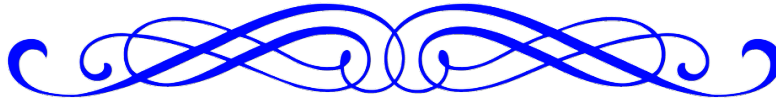
The use of various marketing tools allows you to increase business reach and influence consumer behavior. When considering factors that have a positive impact on the consumer's decision-making process, it is necessary to take into account both the micro- and macro-environment, taking into account that people can make different decisions depending on the surrounding cultural, social environment and market

contexts. Therefore, it is necessary to determine the means of increasing consumers in order to increase the desire to make a purchase.

There is a model of the influence of marketing tools on consumer behavior that there is a correlation between sociological variables, external stimuli and marketing communications, so a combination of these factors can influence consumer buying behavior [3].

References:

1. Abraham, K. (2011). A Study On Consumer Behavior. International Journal Of Enterprise Computing And Business Systems, 1(2).
2. Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2015). Paslaugų marketingas ir vadyba. KTU leidykla Technologija.
3. Barhemmati, N., Ahmad, A. (2015). Effects of social network marketing on consumer purchase behavior through customer engagement. Journal of Advanced Management Science. 3(4), 307- 311,
4. Andreyshina N.B. A conceptual approach to demand forecasting. Business Inform. 2013. No. 6. P. 120-124.



Violeta Heraimovych

PhD of Economics, Associate Professor of Marketing and International trade Department of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Alina Kharchenko

student, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

MODERN MARKETING: FACTORS, STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

The main trends related to marketing in Ukraine are the growing influence of marketing on all spheres of human activity, human consciousness and behavior, as well as the increasingly sensitive response of marketing as a system to all significant changes in society. These trends require constant professional attention, which makes it possible to improve existing marketing strategies and technologies, adapt them to new conditions, as well as rethink the place and role of marketing activity in the modern world.

Major environmental, raw material, and energy problems, which are being solved by society today, have significantly changed the views on the consumer concept of marketing, strengthening the focus on public needs and economic resources. The concept of public marketing is being formed. This concept defines the task of the firm as establishing the needs, interests of the target markets and satisfying needs more effectively than those of competitors, in ways that preserve or strengthen the well-being

of the consumer and society in general. This concept requires a balance of three factors, namely the company's profits, purchasing needs and the interests of society [2, p. 70].

Today, the statement about the marketing crisis caused by globalization processes, increased competition, acceleration of scientific and technical progress, changes in the consumer, his behavior and lifestyle, a decrease in the effectiveness of traditional marketing communications, etc. is spreading. And this statement has its own support. The world has changed, the conditions and possibilities of marketing activity have changed. Now the marketing system should become more flexible and dynamic [1, p. 202].

Directions of modern marketing:

1. Global marketing is the marketing of global organizations that conduct their production and sales activities, considering the whole world as one big market in which regional and national differences do not play a decisive role. The global marketing strategy is the dominant strategy of the company, designed for the long term, based on the promotion of the trademark and brand on the international market.

2. Individualized marketing, rejecting segment marketing, offers the creation of dialog databases with the consumer as an alternative. The modern development of means of communication provides a technical opportunity for the development of individualized marketing. Individualized marketing is an activity based on accurate, detailed market segmentation aimed at meeting the needs of a narrow circle of people or even a specific person. This process is based on a unique phenomenon occurring in the modern economy, called «demasification».

3. Maximarketing is a type of modern marketing that characterizes the approach to the trade process in terms of innovation and modern technologies. S. Rapp and T.L. Kolling, the founders of this term, gave it the following definitions: «maximarketing is a method of increasing trade turnover and profits to the maximum by selective distribution and involvement in the process of clearly defined potential consumers and customers.» A distinctive feature of maximarketing is the ability to obtain comprehensive information about each potential customer thanks to computer databases that are constantly updated and contain a detailed description of the client, including his behavioral characteristics.

Being a communication between the firm and the environment, marketing evolves, develops and will develop under the influence of changes occurring in the conditions of reproduction, realization of the social product and functioning of capital.

In the conditions of modern marketing, it is possible to highlight new prospects for the development of marketing, namely:

- «overmarketing» - concentration of efforts on creating a comprehensive offer that helps solve several consumer problems at the same time, rather than simply satisfying one need;
- «multi-marketing» - multi-channel merchandise movement;
- «turbo marketing» - shortening the time for creating a new product, for the appropriate reaction of the company to the identified demand.

Unfortunately, the market economy of Ukraine is focused on profit, and not on satisfying human needs, the dynamic development of modern marketing takes place precisely in these conditions. The most important problems of marketing are the goal of marketing and marketing activities, which is to sell, sell, sell goods in any way and of any quality. Such an economy will never work for the needs of people, its task is to stimulate people's demand for goods with the help of advertising and fashion, so that their implementation brings maximum profit. Therefore, marketers represent the interests of the producer, not the consumer.

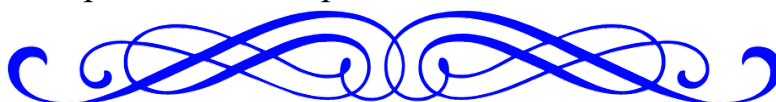
Modern marketing should be based on fast, flexible planning of innovations, in the center of which should always be the consumer. New products can create new markets, and in existing markets help to displace competitors. If most often priorities were given to minimizing the risk of entering the market with a new product, today priorities are shifting towards accelerating market entry, striving to become a pioneer in it, which, as a rule, has a larger market share. Losses from late entry to the market can significantly exceed those from insufficient efficiency of new products [1, p. 203].

In summary, we can say the following: modern marketing in Ukraine is in the process of formation. There are many problems in the marketing system, due to which marketing services at Ukrainian enterprises work with low efficiency. There are a number of negative actions taken by Ukrainian entrepreneurs: unjustified application of Western methods, non-systematic use of individual elements of marketing, association of marketing only with advertising, non-creative approach to marketing activity, orientation only on the short-term perspective.

Modern marketing should be based on fast, flexible planning of innovations. Marketing efforts should be aimed at developing and offering a product that the consumer does not yet know about. The consumer should always be at the center of innovations. In order to know your customer, it is recommended to use CRM technologies. Enterprises should pay great attention to the problems of business growth, but such that would contribute to the growth of the market value of the enterprise, the availability of free funds and the acceptable risk of conducting this business.

References:

1. Skull of A.V. The development of modern marketing and its requirements / A.V. Cherep, T.S. Ablitsova // Bulletin of the Khmelnytskyi National University. 2009. No. 1. P. 202–205.
2. Sokolenko V.A. Modern trends in marketing development / V.A. Sokolenko // NTU «KhPI». 2012 [Electronic resource]. Access mode: <http://blog.twitter.com/2012/03/numbers.html>.
3. Romanenko O.O. Types of internet marketing strategies / O.O. Romanenko // Economics: realities of time. 2014. No. 6 (16). pp. 70–76. [Electronic resource]. Access mode: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n6.html>.



Ірина Годнюк

канд. екон. наук, доцент кафедри
фінансів, обліку та оподаткування ім.С.Юрія,
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський

Валентин Кардаш

Керівник відділення АТ «А Банк»

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Фінансовий напрям є одним із ключових, адже саме стабільність фінансової системи забезпечує необхідний ресурс для країни, що знаходиться у стані війни.

Банківська система - складова частина фінансової системи, елемент економічного базису суспільства, що розвивається за законами ринкової економіки, сукупність різних видів банків та банківських інститутів, за допомогою яких здійснюється мобілізація коштів і надаються клієнтурі різноманітні послуги з прийому вкладів і надання кредитів [3].

Банківська система України в останні роки зазнала значних втрат кількісного складу. У 2022 році спостерігалась тенденція щодо скорочення

банків кількісь яких у 2022 році складала 69 одиниць, що на 17 менше порівняно з 2017 р [4].

В умовах воєнного стану банківська система не зупинялася ані на день, працювала без перебоїв, забезпечуючи платежі та доступ клієнтів до їх грошей. Банки підійшли до кризи операційно стійкими та ефективними, із значним запасом капіталу та ліквідності, із завчасно розробленими планами дій на випадок несприятливих подій та з високим рівнем довіри клієнтів. Побоювання щодо панічних відпливів коштів не реалізувалися, навпаки — станом на 1 липня порівняно з початком війни гривневі вклади громадян зросли на понад 20%.

Прийняті антикризові рішення Національним банком України ґрунтуються на трьох ключових принципах:

- захист інтересів клієнтів банків, перш за все вкладників. Вони мають зберігати доступ до власних та кредитних коштів, платежів і переказів;
- підтримання діяльності банків та їх ліквідності. Негативний тимчасовий вплив бойових дій на показники діяльності банків не має призводити до визнання найбільш постраждалих з них неплатоспроможними;
- чесне відображення реального фінансового стану банків.

Банківська система України працює з обмеженнями, встановленими Постановою Правління Національного банку України № 18 від 24.02.2022 року «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». Ці обмеження стосуються зняття готівки з рахунків клієнтів, видачі готівкових коштів в іноземній валюті, роботи валютного ринку, офіційного курсу іноземної валюти тощо [1].

В той же час Національним банком України передбачено, що: банки забезпечують роботу відділень в безперебійному режимі в умовах відсутності

загрози життю та здоров'ю населення; забезпечується доступ до сейфових скриньок в безперебійному режимі; безготівкові розрахунки здійснюються без обмежень; банкомати підкріплюються готівкою без обмежень; НБУ здійснює підкріплення готівкою без обмежень; НБУ здійснює бланкове рефінансування банків для підтримки ліквідності без обмежень за сумою терміном до одного року з можливістю пролонгації ще на один рік; платежі Уряду України здійснюються без обмежень, згідно із законодавством про особливий період.

Крім того, банки значно знизили комісії за свої послуги. Населення та підприємства можуть безперешкодно сплачувати за товари й послуги. Більшість магазинів та заправних станцій приймають безготівкові платежі.

Банки досить успішно впоралися з викликами для операційної діяльності, що виникли в перші місяці повномасштабної війни. Підтримуються усі критичні процеси, дані збережено. Багато функцій банки змогли легко перевести в цифрову площину. Ще в перші дні війни Національний банк України нормативно врегулював процес використання хмарних сервісів банками та процесинговими центрами. Тож наразі банківська система перебуває на високому рівні цифровізації.

Незважаючи на нижчі, внаслідок воєнних дій, темпи зростання операційних доходів банківський сектор залишається операційно прибутковим. Чистий операційний прибуток за результатами п'яти місяців 2022 року зріс на понад 30% р/р. Банки мають достатній капітал, щоб покрити втрати від кредитного ризику та достатній рівень операційної прибутковості, щоб відновити капітал після проходження глибокої фази поточної кризи.

Окремим викликом є протидія дезінформації. НБУ, зважаючи на подібні ризики, регулярно оновлює на офіційному сайті дані щодо стану банківського сектору та публікує його ґрунтовний аналіз у Звіті про фінансову стабільність.

В умовах війни коли ситуація постійно змінюється виникатиме потреба у постійному та регулярному перегляді бухгалтерських оцінок, відповідних моделей та підходів для відображення актуальної, доречної та правдивої інформації в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

З метою забезпечення надійності та стабільності функціонування фінансової системи в період дії воєнного стану Національний банк України постановою Правління Національного банку України від 07 березня 2022 року № 41 «Про складання та подання фінансової звітності в період запровадження воєнного стану» встановив порядок складання та подання фінансової звітності банками в умовах воєнного стану [2].

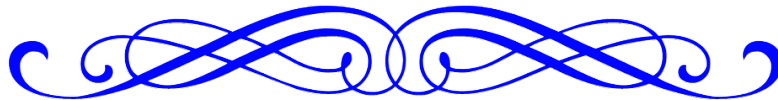
Згідно з Інструкцією про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затвердженою постановою Правління Національного банку України від 24.10.2011 № 373, банки складають фінансову звітність на підставі даних бухгалтерського обліку з урахуванням коригуючих проводок щодо подій, які коригують дані після дати балансу. Операції мають бути відображені в облікових регістрах у тому звітному періоді, в якому вони були здійснені.

Глибока криза, спричинена війною, матиме далекосяжні наслідки і головні виклики ще попереду. Найбільшу загрозу для банків становить реалізація

кредитного ризику. Руйнівні наслідки війни матимуть значний вплив на бухгалтерський облік та звітність банків.

Література:

1. Постанова Правління НБУ № 18 від 24.02.2022 року «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text>
2. Постанова Правління НБУ від 07 березня 2022 року № 41 »Про складання та подання фінансової звітності в період запровадження воєнного стану. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0041500-22#Text>
3. Рекіянов С. О. Сутність банківської системи України та її функції в сучасних умовах. Наукові праці МАУП. 2013. Вип. 2(37). С. 77–83.
4. М. Л. Швайко Сучасні тенденції розвитку банківської системи України. URL: <https://periodicals.karazin.ua/socoeconom/article/view/20864/19673>



Ірина Годнюк

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
обліку та оподаткування ім.С.Юрія,
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сьогодні, коли країна знаходиться в стані війни, податки є одним з основних фінансових інструментів, який регулює взаємовідносини малого, середнього і великого бізнесу з державою. Робота українського бізнесу під час війни є особливо важливим джерелом наповнення держбюджету та створення робочих місць. Малий бізнес є найактивнішим учасником усіх соціально-економічних процесів, адже саме він здатен швидко пристосуватися до умов сьогодення, заповнити нішу, яка виникає у сфері товарів, робіт, послуг та мінімізувати збитки для себе та національного ринку загалом. Тому для України актуальними є розробка та реалізація обґрунтованої та ефективної державної політики підтримки розвитку бізнесу.

Застосування спрощеної системи оподаткування тривалий час супроводжується дискусіями з питань її покращення та удосконалення. Досвід Сполучених штатів Америки, країн Європейського Союзу, Японії вказує, що малий бізнес вносить безпосередній вплив на формування показників економічного розвитку країни: забезпечує надходження до бюджету, утворює робочі місця, проводить свою діяльність в тих ринкових сегментах, де великий бізнес важко адаптується. Беручи до уваги дані чинники, західні країни всіляко підтримують та сприяють розвитку малого бізнесу через спрощення порядку реєстрації, кредитування на пільгових умовах, впровадження спеціальних режимів оподаткування, надання іншої фінансової підтримки [1].

Наша держава, на сьогодні, ставить за мету пошук оптимальної спрощеної

системи оподаткування, яка б, з одного боку, сприяла забезпеченню податковими надходженнями бюджетів усіх рівнів, а з іншого – стимулювала економічну активність та надавала підтримку суб'єктам малого підприємництва.

Спрощена система оподаткування була запроваджена Указом Президента №727/98 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» та передбачає спеціальний податковий режим для зниження податкового навантаження та стимулювання малого підприємництва в Україні.

У відповідності до п. 1 ст. 297 Податкового кодексу України спрощена система оподаткування, обліку та звітності представляє собою особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності [3].

Спрощена система оподаткування має певні переваги: звільняє від сплати окремих видів податків: податок на прибуток, податок на доходи фізичних осіб, ПДВ, земельний податок і т. д.; надання права вибору сплати ПДВ; спрощення бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Натомість вона передбачає тільки один вид податку: єдиний податок, який сплачується до місцевого бюджету. Незалежно від цього підприємці сплачують єдиний соціальний внесок, що зараховується на рахунки органів Міндоходів. За спрощеною системою оподаткування відбувається поділ платників на чотири групи, сплату єдиного податку, має обмеження у застосуванні за кількістю працівників, рівнем доходу, видами діяльності, ставками (таблиця 1).

Організація фінансової підтримки малого бізнесу є найважливішим кроком державної допомоги. На загальнодержавному рівні підтримка малого підприємництва гарантується Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 2290-ІХ від 31.05.2022, відповідно до якого «держава гарантує фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів господарювання, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу» [2].

Таблиця 1

Спрощена система оподаткування для ФОП та суб'єктів господарювання

	1 група	2 група	3 група	4 група
	для ФОП	для ФОП	для ФОП та юрид.осіб	для сільськогосподарських товаровиробників
Ставка ЄП	до 10% від прожиткового мінімуму	до 20% від мінімальної ЗП	5% з доходу	передбачена п. 293.9 ст. 293 ПК
Ставка ЄП для платників ПДВ	-	-	3% з доходу	передбачена п. 293.9 ст. 293 ПК
На період воєнного стану	-	-	2% з доходу	

Продовження таблиці

	1 група	2 група	3 група	4 група
Обсяг доходу	1 085 500 грн	5 421 000 грн.	7 585 500 грн	75% і більше складає частка сільськогосподарського товаровиробництва
На період воєнного стану			обсяг доходу не перевищує 10 мільярдів гривень	
Найменші працівники	-	10	не обмежено	не обмежено
Податковий період	1 рік	1 рік	1 квартал	1 рік
Види діяльності	«роздрібний продаж» та « <u>побутові послуги населенню</u> »	«послуги», «виробництво/продаж товарів», «ресторанне господарство» *	будь-які види діяльності, дозволені на спрощеній системі	

Основним завданням держави на шляху підтримки розвитку малого бізнесу в умовах війни є вдосконалення спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності. Урядом країни було запроваджено нові правила на підтримку підприємництва, що передбачають послаблення вимог щодо ведення бізнесу. А саме, на період воєнного стану суттєво розширено можливість платників податків застосовувати спрощену систему оподаткування.

- На третю групу із ставкою 2% зможуть перейти платники податків з обсягом доходу, що не перевищує 10 млрд грн; а також дозволено перебувати продавцям підакцизних товарів.

- При цьому для таких платників єдиного податку реєстрація платником податку на додану вартість буде призупинена,

- Фізичні особи - підприємці - платники єдиного податку першої та другої групи мають право не сплачувати єдиний податок, та відповідно не подавати звітність за ті періоди, який не буде сплачуватись податок.

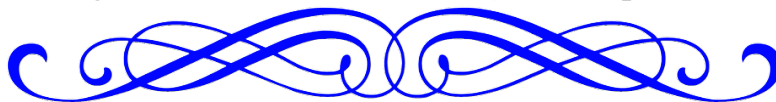
Також для вирішення проблем пов'язаних з оподаткуванням малого бізнесу в Україні слід прискорити прийняття Закону України «Про малий бізнес», який зміг би визначити та узагальнити організаційно-правові, економічні засади для підтримування малого бізнесу, дав би чітке і зрозуміле пояснення основних термінів, визначив би центральні напрями державного регулювання та підтримування малого бізнесу.

Актуальним залишається питання удосконалення системи інформаційної та консультативної державної підтримки бізнесу з метою стимулювання його розвитку.

Література:

1. Буй Т.Г. Податкове стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 9.

2. Грановська І.В. Сучасний стан розвитку оподаткування малого бізнесу в Україні URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/3_2021/20.pdf
3. Податковий кодекс України / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19> (дата звернення: 03.11.2022)



Альона Годованюк

*викладач ВСП Кам'янець-Подільський фаховий коледж
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Микита Антонов

*член Міжнародної ради танцю СІД ЮНЕСКО,
член Національної спілки хореографів України,
викладач Київської муніципальної академії естрадного та циркового мистецтв,
м. Київ, Україна*

Каріна Гончарук

*студентка Київської муніципальної академії
естрадного та циркового мистецтв,
м. Київ, Україна*

ПОСЛУГА В СФЕРІ ХОРЕОГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА ЯК ПРЕДМЕТ МАРКЕТИНГОВОГО ТРЬОХРІВНЕВОГО АНАЛІЗУ

Важливе місце в проектуванні маркетингового комплексу займає товарна політика. Це серія дій, які вживаються хореографічною студією для забезпечення стабільності відповідних характеристик продукції, розміщеної на ринку послуг у сфері хореографічного мистецтва, оптимізації асортименту хореографічної продукції, розробки нових продуктів, інклюзія продуктів хореографії в інші сфери для досягнення відповідних цілей. Основні завдання, які визначаються і вирішуються в рамках товарної політики хореографічної галузі, стосуються як окремих товарів, так і їх сукупності, тобто асортименту.

З точки зору кінцевого споживання розрізняють як споживчі товари сфери хореографії, які купуються для особистого чи сімейного використання, так і комерційні та технічні товари, які купуються для подальшої обробки та використання у процесі виробництва хореографічної послуги. Отже, товари хореографічного мистецтва - це хореографічні послуги, які мають свої відмінні риси та характеристики [1]

У маркетингу розглядають трьохрівневий аналіз товару, і сфера хореографії тому не виняток.

Базовий рівень – це суть хореографічної послуги або фізична послуга дотична до хореографічної сфери.

Другий рівень - це розширена хореографічна послуга або фактична послуга в хореографії, яка має такі характеристики: якість, особливості, зовнішній вигляд, торгова марка, упаковка.

Третій рівень представляє загальну хореографічну послугу або додаткові функції послуги у сфері хореографічного мистецтва, тобто сервісне обслуговування, гарантія, поставки та кредитування [4, с. 34]

Відповідно до вищезазначеного, можна зробити висновок, що існує три рівні послуги: послуга за задумом, послуга у реальному виконанні та послуга із підкріпленням (рис. 1)

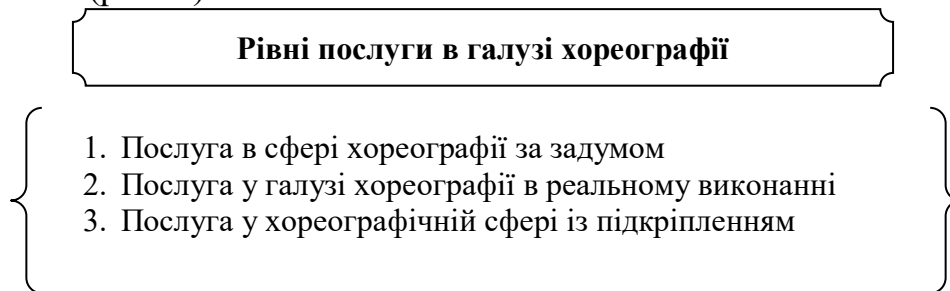


Рис. 1 Рівні послуги в сфері хореографічного мистецтва

1. Послуга в сфері хореографії за задумом - серцевина поняття послуги загалом. Адже, будь-яка послуга - це укладена в упаковку хореографічна послуга для вирішення якоїсь проблеми, тобто, споживачі купують не конкретний танець, а мистецтво рухатись в ритмі музики. Тому завдання діяча ринку (керівника хореографічної студії, хореографа тощо) - виявити приховані за будь-якою послугою потреби і продавати не властивості цієї послуги, а вигоди від нього [2, с. 113]. Отже, важливо продати результат – задоволення від танцю, композиції та емоцій, а не сам стиль танцю чи загальну хореографію.

2. Хореографу-постановнику належить перетворити послугу за задумом на послугу у реальному виконанні. Танець, номер, виступ тощо - все це послуга в реальному виконанні. Послуга у галузі хореографії в реальному виконанні може володіти п'ятьма характеристиками: якістю, властивостями, зовнішнім оформленням, марковою назвою та упаковкою (костюмами).

3. І, нарешті, хореограф-постановник може передбачити надання додаткових послуг та вигод (постачання та кредитування, післяпродажне обслуговування, гарантії), що становлять послугу у хореографічній сфері із підкріпленням. Якщо розглядати хореографію, то підкріпленням до послуги є костюм, мейк, зачіска, інвентар для танцю, корекція танцю в процесі виконання, гарантії високої якості елементів танцю тощо. Ідея підкріплення послуги змушує діяча ринку придивитися до існуючої у клієнта системи споживання в цілому [3, с. 71]

Фізичний продукт (або послуга у вузькому сенсі) має фізичні властивості, органічно притаманними йому (довжина, жанр, номінація, вікова категорія тощо). Однак за цими фізичними властивостями важко розрізнити конкуруючі послуги.

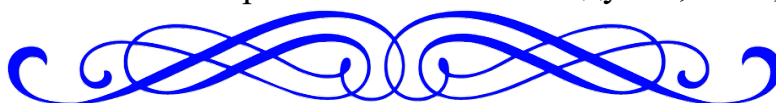
Розширений продукт – це фізичний продукт, наділений конкретними спеціальними характеристиками, що робить можливим відрізнити такий товар від аналогів-конкурентів.

Сукупний продукт – це розширений продукт з додаванням якостей, які споживач отримує з нього. Видобувні властивості мають місце внаслідок того, що споживач хореографічної послуги в тій чи іншій мірі отримує користь від володіння розширеним продуктом і його споживання. Причому ступінь видобування користі з послуги може коливатися в залежності від його власника, його потреб і переваг [4, с. 38]

Таким чином, послуга перетворюється в щось більше, ніж простий набір матеріальних характеристик. Споживачі послуги в хореографічній сфері схильні розглядати послугу як складний набір вигод, який задовольняє їхні потреби.

Література:

1. Єригіна І. О. Маркетинговий аналіз і його характеристики. URL: http://www.rusnauka.com/17_APSN_2009/Economics/48021.doc.htm
2. Плахотнюк О. Сучасне хореографічне мистецтво: підгрунття, тенденції, перспективи розвитку: навч.-методич. посіб. Львів: СПОЛОМ, 2018. Ч. II. 222 с.
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
4. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз. Тернопіль: Економічна думка, 2011, 267 с.



Iryna Humenyuk,
*Ph.D., Associate Professor of the Department of Finance,
Accounting and Taxation named after S. Yuriy
NRZVO Kamianets-Podilskyi State Institute*

Anna Bilous,
*Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej
plac Marii Curie-Skłodowskiej 5, 20-400 Lublin
specjalność: Stosunki Międzynarodowe*

DZIAŁALNOŚĆ AUDYTORSKA NA UKRAINIE: ZMIANY LEGISLACYJNE

Konsekwencje rosyjskiej inwazji wojskowej na terytorium Ukrainy objęły wszystkie sfery i wywarły istotny wpływ na otoczenie biznesu, a w szczególności działalność kontrolną, której funkcjonowanie zostało podzielone na przed i po 24 lutego. W pierwszych dniach wojny Izba Audytorska Ukrainy wystosowała apel do środowiska audytorów i księgowości na świecie z wezwaniem do zaprzestania wojny, otrzymując wsparcie Polskiej Izby Audytorów Obowiązkowych, Izby Rewidentów Finansowych Rumunii, audytorów Czech, Bułgarii, Słowenii, Niemiec, innych krajów

Europy i świata, autorytatywnych organizacji i związków międzynarodowych, zawodowych księgowych i audytorów.

Rada Izby Audytorskiej Ukrainy opublikowała obwieszczenia i pisma informacyjne «W sprawie wpływu agresji wojskowej Federacji Rosyjskiej na niektóre aspekty działalności podmiotów działalności kontrolnej»; «W sprawie wpływu agresji wojskowej Federacji Rosyjskiej na sprawozdawczość finansową i sprawozdania z audytu»; «Rozważenie przez audytora ciągłości działania podczas badania sprawozdań finansowych.»

17.06.2022 r. Ustawa Ukrainy «O zmianie ustawy Ukrainy «O badaniu sprawozdań finansowych i działalności rewizji finansowej» dotycząca wykonywania czynności rewizji finansowej w okresie stanu wojennego i powojennej naprawy gospodarczej» z dnia 05/ 31/2022 nr 2285-IX wszedł w życie.

Główne zmiany, na które warto zwrócić uwagę to:

1. Zmiany związane z rejestracją i prowadzeniem działalności przez audytorów.

Audytorzy nie podlegają wpisowi do Rejestru, a audytorzy wpisani do Rejestru również podlegają wykluczeniu z niego, jeżeli spełniają co najmniej jedno z poniższych kryteriów:

- są obywatelami państwa, który dokonuje zbrojnej agresji na Ukrainę;
- znajdują się w publicznych rejestrach audytorów i/lub są członkami organizacji zawodowych audytorów i/lub księgowych kraju, który dokonuje zbrojnej agresji na Ukrainę;
- wykonywania czynności rewizji finansowej w ramach firm audytorskich zarejestrowanych na terytorium kraju, które przeprowadzają agresję zbrojną na Ukrainę, których założyciele (uczestnicy, udziałowcy) i/lub ostateczni beneficjenci rzeczywiści (kontrolerzy) (dalej – CBV) są obywatelami kraju dokonującego agresji zbrojnej na Ukrainę i/lub SG, zarejestrowanego na terytorium kraju dokonującego agresji zbrojnej na Ukrainę i/lub posiadającego bezpośrednio lub pośrednio udziały w kapitale zakładowym i/lub prawach głosu w takich firmach audytorskich, niezależnie od formalnej własności lub udziału w ich organach zarządzających.
- Wykluczenie takich biegłych rewidentów z Rejestru następuje decyzją Rady Nadzorczej, podjętą na wniosek IAU lub Inspektoratu.

2. Podmioty czynności rewizji finansowej nie podlegają wpisowi do Rejestru, a podmioty czynności rewizji finansowej ujęte w Rejestrze również podlegają wykluczeniu z tego rejestru, jeżeli takie podmioty działalności rewizji finansowej spełniają co najmniej jedno z poniższych kryteriów:

- jeśli mają jako założycieli (uczestników, udziałowców) obywateli państwa dokonującego agresji zbrojnej na Ukrainę i/lub podmioty działalności kontrolnej, których CBV są obywatelami państwa dokonującego agresji zbrojnej na Ukrainę i/lub podmioty gospodarcze, zarejestrowane na terytorium kraju dokonującego agresji zbrojnej na Ukrainę i/lub osoby, które figurują w publicznych rejestrach biegłych rewidentów i/lub są członkami

organizacji zawodowych biegłych rewidentów i/lub księgowych kraju dokonującego agresji zbrojnej przeciwko Ukrainie i/lub w którym państwo dokonujące agresji zbrojnej na Ukrainę bezpośrednio lub pośrednio posiada udział w kapitale zakładowym;

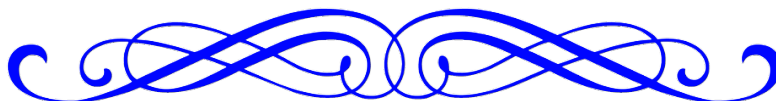
- są członkami sieci audytorskiej zarejestrowanej na terytorium państwa dokonującego agresji zbrojnej na Ukrainę, jeżeli taka sieć audytorska nie powiadomiła na piśmie Organu Nadzoru Publicznego nad Działalnością Audytową (dalej OSNAD) o rozpoczęciu procesu utraty statusu członka odpowiedniej sieci audytorskiej przez firmę audytorską, która zarejestrowała się na terytorium kraju przeprowadzającego agresję zbrojną na Ukrainę i nie zakończyła tego procesu do dnia 31 grudnia 2022 r.

Zmiany ustaliły również, że obciążenie finansowe audytorów i podmiotów działalności audytorskiej jest zmniejszane poprzez ustalenie procentowej możliwości czasowego niepłacenia składek od wartości umów o obowiązkowe audyty na rzecz OSNAD i IAU. Obniża się stałą opłatę na rzecz OSNAD (1 MZP) i na rzecz IAU (0,1 MZP), a podmioty działalności audytorskiej są zwolnione z opłacania składek członkowskich do IAU.

Tak więc, pomimo kryzysu, działalność audytorska jest dziś pilną kwestią. Chociaż w tym momencie ilość pracy firm audytorskich znacznie się zmniejszyła. Jednocześnie rosną wynagrodzenia najbardziej wykwalifikowanych specjalistów pracujących w przedstawicielstwach zagranicznych firm audytorskich oraz w zakresie audytu wewnętrznego przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego. To nowoczesny zawód, który w przyszłości może być bardzo opłacalny.

Literatura:

1. Ustawa Ukrainy «O zmianie ustawy Ukrainy «O badaniu sprawozdań finansowych i czynnościach rewizji finansowej» o zapewnieniu czynności rewizji finansowej w okresie stanu wojennego i powojennej naprawy gospodarczej» z dnia 31.05.2022 nr 2285- IX.



Ірина Гуменюк

*кандидат економічних наук
в.о. завідувача кафедри фінансів,
обліку та оподаткування ім. С. Юрія, доцент кафедри
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Людмила Валицька

*методист Відокремленого структурного підрозділу
Кам'янець-Подільський фаховий коледж НРЗВО «КПДІ».
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

Господарська операція яка, здійснена на підприємстві, відображається в бухгалтерському обліку із дотриманням принципів безперервності та послідовності. До господарських операцій відносяться дії або події, в результаті яких відбувається зміна структури активів та зобов'язань, а також власному капіталу підприємства.

Основні засоби - матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). Найчастіше саме вони займають найбільшу питому вагу в балансі підприємства та мають найбільшу вартість [1].

Об'єкт основних засобів визнається активом, якщо існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди від його використання та вартість його може бути достовірно визначена.

Неможливість повноцінно здійснювати свою діяльність, зумовили у бухгалтерів виникнення суперечностей щодо доцільності та правомірності нарахування амортизації основних засобів, які не використовуються через призупинення діяльності у зв'язку із веденням військових дій. У цьому випадку є два варіанти розвитку подій. Перший із них полягає у тому, що амортизація продовжує нараховуватись, так як воєнний стан є форс мажорною обставиною, а амортизація основних засобів припиняється лише на період їх модернізації, консервації, реконструкції, добудови та дообладнання. Тобто у діючих умовах амортизація повинна нараховуватися у звичному порядку. Другим варіантом є тимчасове виведення з експлуатації основного засобу шляхом видачі відповідного наказу [2].

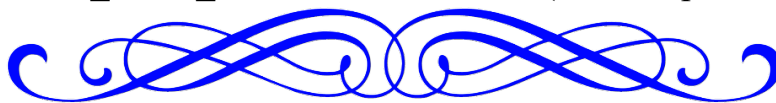
У такому випадку нарахування амортизації припиняється до моменту повторного введення в експлуатацію об'єкта. При цьому, негативним моментом припинення нарахування амортизації є те, що попри зупинку фізичного зноу об'єкту, він піддається моральному старінню за будь-яких умов. Проте, яким шляхом розраховувати амортизацію і чи нараховувати її взагалі вирішують вже самі підприємства, чітко встановлених правил для цього немає [3].

Унаслідок воєнних дій чимало суб'єктів господарювання зіштовхнулося з тим, що їх майно зазнало пошкоджень. І якщо його вже не можна експлуатувати, залишається - лише ліквідувати. Водночас багато компаній ще можуть використовувати своє майно, але його вартість за час воєнних дій суттєво зменшилась. У таких випадках основні засоби необхідно переоцінити, зазвичай, у бік зменшення.

Запровадження правового режиму воєнного стану суттєво вплинуло на звичний порядок ведення бухгалтерського обліку. Очевидно, що допоки воєнний стан триватиме, держава та бізнес будуть максимально намагатись адаптувати свою діяльність під нові умови.

Література:

1. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України №64/2022 від 24 лютого 2022 року. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> (дата звернення 04.05.2022).
2. Морозовська Г. Амортизація основних засобів під час воєнного стану: нараховувати чи ні. Група Компаній Баланс. 2022. URL: <https://balance.ua/uteka/article> (дата звернення 04.05.2022).
3. Куртенок С. ПДВ у воєнний час. Професійний бухгалтер. 2022. 11. URL: https://ibuhgalter.net/material/1301/25851?utm_source=eSputnik-promo&utm_medium=email&utm_campaign=rassylka_PV_novuj_nomer_&utm_content=1294897753 (дата звернення 04.05.2022).



Ірина Гуменюк

кандидат економічних наук, в.о. завідувача кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія, доцент кафедри, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

Ірина Вишневська

студентка спеціальності 071 Облік і оподаткування НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут» м. Кам'янець-Подільський, Україна

ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

У сучасних умовах докорінних змін у соціально-економічній та політичній сферах в Україні особлива увага науковців приділяється питанням розбудови ефективної податкової системи. Податковий механізм впливає на формування дохідної частини бюджету, який є основною фінансовою базою держави. Податкова система сприяє постійному та стабільному наповненню бюджету. Тому аналіз функціонування податкової системи в сучасних умовах системної кризи набуває актуальності.

Аналіз податкової системи України, її становлення та розвитку дозволив виявити її серйозні недоліки. Нестабільність податкової системи, спричинена

частими змінами податкового законодавства, негативно впливає на підприємницьку діяльність. В основі лежить фіскальна спрямованість податкової системи, недостатньо визначена регулююча функція основних податків. Податкова система є надто громіздкою, розрахунки деяких податків не виправдано ускладнені. Регулювання сучасних економічних відносин потребує гнучкої податкової політики, яка б давала змогу оптимально поєднувати загальнодержавні інтереси та інтереси бізнесу, платників податків. Перехід до ринкової економіки зумовлює необхідність трансформації податкової системи, а також розвитку методів обчислення та сплати податків. Зниження обсягів надходжень митних платежів можна обґрунтувати тим, що відбулось зменшення обсягу імпорту в Україну та повільними темпами виходу на зовнішні ринки [1].

Воєнний стан – це період невизначеності і зростаючих ризиків для всіх бізнесів. Влада вживає низку заходів для мінімізації негативних наслідків. Проте інколи ці заходи занадто радикальні й не до кінця продумані. Від цього страждає податкова визначеність, а з нею і передбачуваність не тільки для платників податків, а й для контролюючих органів.

Закон про податкову реформу на час воєнного стану є інструментом антициклічної фіскальної політики, яка спрямована не стільки на наповнення бюджету, скільки на порятунок бізнесу і підвищення ділової активності підприємств, аби вони мали можливість працювати.

У такому разі основним джерелом фінансування видатків бюджету стане середньострокове пільгове боргове фінансування та грантова/безповоротна фінансова допомога. Відповідно, держава найбільше розраховує на фінансові впливання з-за кордону від донорів та міжнародних фінансових організацій.

Основні стратегічні цілі податкової реформи: підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу; легалізація тіньового сектору економіки; активізація інвестиційних процесів; простота і зрозумілість податкових правил для суб'єктів господарювання; зменшення витрат платників податків на нарахування та сплату податків, а держави - на їх адміністрування; адаптація податкового законодавства України до законодавства ЄС; створення належних умов для дотримання платниками податків податкового законодавства; запровадження інформаційно-аналітичної системи державної фіскальної служби на загальнодержавному рівні; автоматизація процесів оподаткування з використанням сучасних технологій. Ключовим недоліком механізму оподаткування доходів громадян в Україні, що в часи фінансової нестабільності може призвести до соціальних заворушень, є зрівняння в застосуванні податкових ставок. На наше переконання, цей про олігархічний підхід до прибуткового оподаткування є вкрай негативним, адже статистичні дані свідчать, що в українському суспільстві понад 90% населення мають низькі доходи, а лише біля 10% надвисокі [2].

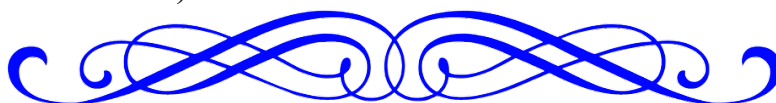
Ефективне формування та подальше функціонування податкової системи потребує розвитку максимально ефективної взаємодії держави, юридичних та фізичних осіб з приводу формування, розподілу та використання їх доходів, є однією з головних умов оптимального функціонування економіки та фінансів.

Від ефективності фінансової стратегії залежить подальший розвиток України, що забезпечує добробут населення, виконання державою своїх обов'язків і функцій. Тому стабільність та економічний розвиток держави залежать від її податкової політики. Однією з основних складових фінансової стратегії (як на рівні держави, так і на рівні підприємства) є податкова стратегія, що відповідає сучасним потребам.

Реформування податкової системи є найважливішою проблемою на етапах формування ринкового середовища та створення сприятливих умов для зниження податкового навантаження. Зниження податкового навантаження повинно відбуватися поступово для забезпечення стабільних надходжень до бюджету [3].

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період дії воєнного стану» від 24.03.2022р.
2. Про Державний бюджет України на 2022 рік : Закон України від 07.03.2022 № 1928-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1928-20#Text> (дата звернення: 24.04.2022).
3. Стратегічний план Державної податкової служби України на 2022—2024 роки: Наказ Державної податкової служби України від 22.11.2021 № 965. URL: <https://tax.gov.ua/diyalnist/planitazvitiroboti/396505.html> (дата звернення: 03.01.2022).



Ірина Гуменюк

*кандидат економічних наук, в.о. завідувача кафедри фінансів,
обліку та оподаткування ім. С. Юрія, доцент кафедри,
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Володимир Хазанов

*студент НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

З лютого 2022 року Україна почала жити по новому – в стані війни, що стало несподіваним для кожного.

Сьогодні не працює близько третини української економіки. Керівництво держави закликала підприємців відновлювати господарську діяльність і починати працювати на тих територіях, які не охоплені військовими діями, та вводити більш сприятливий режим оподаткування результатів господарської діяльності.

Верховна Рада прийняла Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану» (законопроект № 7125) [1].

Якщо під час дії воєнного стану в особи немає можливості своєчасно сплатити податки та збори, подати звітність (за винятком податкової), зареєструвати податкові та акцизні накладні тощо - вона звільняється від фінансової та адміністративної відповідальності. Таке звільнення поширюється як на фізичних так і на юридичних осіб.

Водночас такі обов'язки необхідно виконати протягом 3 місяців після припинення або скасування воєнного стану.

На цей період також зупиняється перебіг строків, контроль за дотриманням яких покладено на податкові органи. юридичні та фізичні особи, дохід яких не перевищив 10 млрд. грн., можуть обрати сплату єдиного податку на рівні 2% - це дуже низький рівень податкового навантаження. Рівень доходу обмежений в 10 млрд. грн. притаманний 95% підприємств України, тому скористатись цим видом оптимізації оподаткування можуть багато суб'єктів підприємництва. Ці норми передбачені законопроектом №7137-д про податкові стимули, який Верховна Рада ухвалила за основу і в цілому 15.03.2022р.

По перше, не треба панікувати, бізнес працював, працює і буде працювати в різних обставинах і навіть під час війни.

По друге, треба постійно і ретельно слідкувати за змінами в податковому та господарському законодавстві які відбуваються кожен хвилину, якщо цього не робити цілі пласти корисної інформації будуть втраченими.

У період дії воєнного стану, а також протягом 3 місяців після його завершення адміністративна та кримінальна відповідальність за неподання чи несвоєчасне подання звітних документів не застосовується [3].

Будь-які перевірки щодо своєчасності та повноти подання будь-яких звітів уповноваженими органами не здійснюються.

Впроваджені податкові зміни потребуватимуть подальшого організаційного удосконалення з метою оптимізації адміністрування.

Зокрема, важливо врахувати кумулятивність податку з обороту, через яку може надмірно оподатковуватись виробництво технологічно складних товарів. На нашу думку, варіантом вирішення проблеми може стати диференціація ставки єдиного податку залежно від виду економічної діяльності, або конкретного виду/типу товару[4].

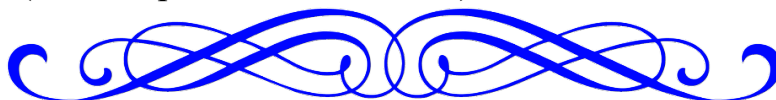
Для запобігання втрати фінансового ресурсу місцевими бюджетами, які за попередньої податкової моделі отримували надходження від єдиного податку ФОП, до основної загальнодержавної ставки 2 % податку з обороту могла б бути додатково запроваджена місцева ставка податку з обороту з варіативною ставкою (наприклад, від 0,25 % до 1,5 %), яка б могла встановлюватися обласними військово-цивільними адміністраціями залежно від регіональних особливостей та фінансових потреб місцевих бюджетів, а також з урахуванням інтенсивності та наслідків ведення бойових дій, кількості та потреб внутрішньо переміщених осіб. Запровадження місцевої складової податку з обороту стимулюватиме місцеві органи влади до контролю повноти його справляння до бюджетів усіх рівнів [2].

Запроваджені потужні засоби підтримки підприємців у податковій та регуляторній сферах мають бути підтримані практичними можливостями у

вивезенні виробництв із зон бойових дій, придбанні потрібного обладнання, оренді виробничих площ, переналадженні логістики постачання та збуту.

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану» від 24.02.2022 № 2102-IX
2. Про Державний бюджет України на 2022 рік : Закон України від 07.03.2022 № 1928-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1928-20#Text> (дата звернення: 24.04.2022).
3. Деякі питання документування управлінської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. №50 : станом на 22.12.2021р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-п#Text> (дата звернення: 24.04.2022).
4. Боденчук Л. Оплата праці в умовах воєнного стану. URL: <https://aktiv.ua/ua/materials/articles/oplata-truda-v-usloviyah-voennogo-polozheniya> (дата звернення: 16.05.2022).



Інна Гуменюк

*викладач ВСП «Кам'янець-Подільський фаховий коледж», магістрант
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Денис Гуменюк

*студент НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

АДМІНІСТРАТИВНО - ПРАВОВІ ФОРМИ ЗАХИСТУ ПРИВАТНОЇ ВЛАСНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

В сучасній Європейській Україні всі форми власності є однаково цінними. Відповідно кожен суб'єкт права власності: держава, територіальна громада, фізичні особи, незалежно від громадянства, юридичні особи – користуються рівним правом захисту власності.

На погляд В. В. Галуцька, серед суб'єктів публічного адміністрування найбільший вклад в адміністративно-правовий захист права власності вносять такі органи виконавчої влади: 1) МВС України; 2) Держкомпідприємство (з 24.12.2014 реорганізована в Державну регуляторну службу України (ДРС), 3) Антимонопольний комітет України, 4) Державна виконавча служба України та підпорядковані їм на місцях органи і посадові особи [1, с.214–223]. Цілком поділяючи висновок, щодо розуміння поняття «адміністративно-правовий захист», як «...організаційно-правову діяльність органів публічної адміністрації, яка здійснюється на основі адміністративно-правових норм, підкріплена системою правових гарантій; сутністю якої є забезпечення та захист за допомогою правових засобів прав осіб від протиправних діянь з притягненням

правопорушників до юридичної відповідальності» [2,с.121], доцільно визначити саме правові засоби адміністративно-правового захисту порушень прав осіб, зокрема на приватну власність.

Представляється, що суб'єкти та форми адміністративно-правового захисту приватної власності нерозривно пов'язані, оскільки адміністративно-правовий захист приватної власності здійснюється у певних формах. На думку І. М. Риженко, форми адміністративноправового захисту права власності суб'єктів господарювання можна поділити на загальні та спеціальні.

До загальних форм у сфері захисту права власності суб'єктів господарювання належать: а) видання нормативних актів управління; б) видання індивідуальних адміністративних актів управління; в) укладення адміністративних договорів.

До спеціальних форм забезпечення захисту права власності суб'єктів господарювання відноситься виконання, дотримання та використання.

Виконання – це реалізація зобов'язуючих адміністративно-правових норм, що проявляється в активних діях суб'єктів права власності, та осіб, які на нього посягають, що здійснюється ними незалежно від їхнього бажання, а в силу виконання своїх юридичних обов'язків.

Дотримання – це форма реалізації забороняючих адміністративно-правових норм, коли суб'єктам та об'єктам адміністративноправового захисту права власності суб'єктів господарювання заборонено здійснювати недозволені дії.

Використання – це форма реалізації уповноважуючих адміністративно-правових норм, коли суб'єкти та об'єкти адміністративноправових відносин за власним бажанням використовують можливості, надані йому адміністративно-правовою нормою.

Видання нормативних актів суб'єктами публічного адміністрування з метою захисту права власності суб'єктів господарювання – це владна підзаконна розпорядча діяльність суб'єктів публічного адміністрування, яка спрямована на виконання законів України шляхом видання актів адміністрування[3].

Акт адміністрування у сфері захисту права власності суб'єктів господарювання – це офіційний припис суб'єктів публічного управління, який прийнятий на основі та по виконанню законів в порядку одностороннього волевиявлення в межах режиму законності з додержанням відповідної процедури і форми та тягне за собою певні юридичні наслідки.

Отже, МВС України та його структурні підрозділи, Антимонопольний комітет України, Міністерство юстиції України, ДРС, Державна фіскальна служба України та інші державні установи з метою захисту права власності суб'єктів господарювання постійно використовують таку форму адміністративно-правового захисту суб'єктів господарювання, як видання нормативних актів (наказів) тобто актів адміністрування на підстав нормативно-правових актів держави та складання адміністративних договорів з суб'єктом господарювання. Видання суб'єктами публічного адміністрування

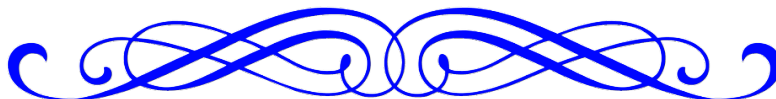
індивідуальних актів є невід'ємною основною складовою формою забезпечення захисту права власності суб'єктів господарювання.

Відносини приватної власності характеризуються наявністю двох сторін, з одного боку – це власник, що має право здійснювати володіння, користування та розпорядження належними йому об'єктами права власності, з іншого боку необмежене коло осіб, які мають утримуватися від порушення його права власності. Одночасно Конституція України у статті 41 зазначає, що ніхто не може бути протиправно позбавлений права власності, право приватної власності є непорушним, а також те, що використання власності не може завдавати шкоди правам, свободам та гідності громадян, інтересам суспільства, погіршувати екологічну ситуацію і природні якості землі. Власник має право забезпечення непорушності права власності та обов'язок не допускати використання об'єктів свого права власності на шкоду громадянам, суспільству та довкіллю. Власник може здійснювати примусові заходи щодо осіб, які порушують його повноваження в тій мірі, в якій це необхідно для відновлення правопорядку власності, та цей примус власника є обмеженим з точки зору не вчинення правопорушення самим власником-підприємцем.

Враховуючи розвиток ринкових умов господарювання та важливість створення сучасних умов для стабільної і ефективної підприємницької діяльності в країні, пропоную під сучасними адміністративно-правовими засобами захисту приватної власності розуміти юридичну діяльність, що знаходить свій прояв в застосуванні наступних форм: а) адміністративна діяльність з захисту, тобто видання та виконання індивідуальних актів адміністрування уповноважених державою суб'єктів, складання адміністративних договорів на підставі закону; б) судовий захист в порядку адміністративного судочинства; в) визначні державою адміністративні засоби самозахисту фізичної особи підприємця вибрані за власним бажанням та власний рахунок (наприклад, індивідуальний захист системи інформації, тощо). Застосовуючи заходи адміністративно-правового захисту суб'єкт господарювання відновлює законність і правопорядок у праві використання приватної власності в державі.

Література:

1. Галуцько В. В. Охорона права власності: адміністративно-правові аспекти : монографія / за ред. В. К. Шкарупи. Херсон, 2008. 348 с.
2. Кожур Л. О. Адміністративно-правовий захист та охорона: поняття та співвідношення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2015. Вип. 35, ч. 1, т. 2. С. 119–122.
3. Про виконавче провадження: закон України від 02.06.2016 № 1404-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2021. № 30. Ст. 542.
4. Про органи та осіб, які здійснюють примусове виконання судових рішень і рішень інших органів: закон України від 02.06.2016 № 1403-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2019. № 29. Ст. 535.



*Дергач А.В.,
кандидат державного управління
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

*Радченко В.Є.,
здобувач освітнього ступеня «Магістр»
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
м. Київ, Україна*

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Останні роки Україна впевнено залишається одним із лідерів з вирощування зернових культур: на експорт в 2021 році було відправлено 42,6 мільйонів тонн зернових. Серед лідерів країн, які закупають українське присутні такі країни як Китай, Єгипет, Індонезія, Іспанія, Бангладеш та інші. Однак, 80% зернових відправляються в інші країни для їх переробки, іншими словами Україна виступає сировиною базою для інших країн. Саме через високий рівень світової конкуренції у сфері зернопереробки, маркетингова діяльність таких підприємства змушена постійно розвиватися.

Система маркетингу підприємства харчової промисловості має бути спрямована на забезпечення потреб споживача і формування через цю функцію міцних зв'язків між клієнтом і підприємством-виробником. Інструменти маркетингу використовуються при здійсненні збутової політики, визначення ціни та асортименту товару, тощо. Їх можна згрупувати по функціях, до яких відносимо: продуктову політику, комунікаційну політику, цінову політику, збутову політику та інші. Системне і цілеспрямоване використання інструментів маркетингу є одним з основних завдань маркетингової стратегії підприємств-виробників при впровадженні ефективного менеджменту[2, с. 63].

Особливостями зернопереробного комплексу є оптимальне співвідношення корисності та вартості продуктів зернопереробки, їх висока питома вага у щоденному харчуванні населення. Крім того, продукти зернопереробної промисловості забезпечують потреби сільськогосподарської сфери, тваринництва тощо.

Мета маркетингової діяльності зернопереробних підприємств повинна базуватись не тільки в просуванні своїх товарів на вітчизняному ринку а й на поступовому збільшенні долі українського товару створеного зернопереробних підприємств на міжнародних ринках.

Продукція переробки має значно вищу добавлену вартість та затребуваність. За свідченням експертів, вартість зерна в товарах, вироблених із нього, становить лише трохи більше 30%. Решта доданої вартості припадає на переробку. Орієнтація ж на сировинний експорт може негативно вплинути на економіку країни[1, с. 46].

Якщо казати про рівень переробки, то існують 2 рівні: первинна і глибина.

Первинна переробка відбувається шляхом млинарства. За радянських часів розвитку млинарства як одному з головних складових продовольчої безпеки країни приділялося велике значення. На момент розпаду Радянського Союзу

наша борошномельна галузь, як жодна галузь харчової промисловості, мала науково-технічний і виробничий потенціал світового рівня. Про, процес негативної деіндустріалізації фактично призвів до формування в Україні «економіки бідності», яка характеризується виробництвом сировини на експорт і покриття імпортом попиту на індустриальну продукцію. Така модель призводить до подвійних втрат для економіки України — по-перше, через невиправдано високий імпорт необхідних компонентів для вирощування сільськогосподарської сировини, по-друге, внаслідок експорту цієї сировини в необробленому вигляді замість експорту продуктів її переробки[4].

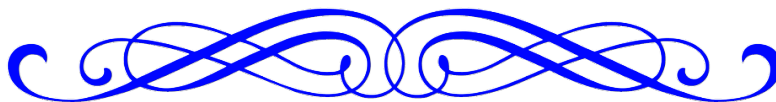
Щодо глибинної переробки то потрібно зазначити існують переваги розвитку саме такої обробки зернових, а саме: більша додану вартість та більший строк зберігання товару. Перевага глибинної переробки також у тому, що можна використовувати зерно низької якості (фуражне зерно). У 2020 році Україна експортувала такої пшениці на 1 мільярдів доларів США. Якщо цей об'єм фуражної пшениці переробити в моногідрат глюкози, фруктози та лимонну кислоту, то отримуємо понад \$3 млрд валютної виручки. І це лише один із прикладів [3, с. 16].

Виходячи з цього, маркетингова діяльність підприємств АПК повинні інформувати вітчизняних споживачів про ситуацію на ринку- українські підприємства в сфері переробки зерна заінтересовані в збільшенні зернопереробного продукту. Для цього необхідні гроші, а отже чим більше українців купляє вітчизняний продукт, тим більше інвестицій отримає підприємство, як від інвесторів які побачать заінтересованість покупців так і безпосередньо з прибутку підприємств.

Таким чином, маркетингова діяльність є ключовим напрямком роботи підприємства, яка постійно впливає на інші сфери їх діяльності. Розвиток маркетингової діяльності у сфері зернопереробки є логічним та необхідним, оскільки дозволить максимально використати особливості української землі.

Література:

1. Проблеми економічного розвитку зернопереробних підприємств в Україні / А. О. Ярославський // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2017. Вип. 25(2). С. 45-47.
2. Маркетингові інструменти в умовах сучасної маркетингової діяльності підприємств-виробників харчової промисловості / О. Б. Бутнік-Сіверський, Г. В. Земко // Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2019. Т. 25, № 3. С. 59-67.
3. Маркіна І. А. Аналіз стану та передумови розвитку підприємств зернопереробної галузі України / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2018. №21. С. 12-20.
4. Семенда Д. К., Семенда О. Вс., Семенда О. В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. Агросвіт. 2021. № 1-2. С. 56–64. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.1-2.56



Богдан Дерев'янюк

доктор юридичних наук, професор,

*Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва
імені академіка Ф.Г. Бурчака Національної академії правових наук України,
м. Київ, Україна;*

*Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень імені
В.К. Макутова Національної академії наук України», м. Київ, Україна*

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ АКТИВІВ У ПОРЯДКУ ОДНОРАЗОВОГО (СПЕЦІАЛЬНОГО) ДОБРОВІЛЬНОГО ДЕКЛАРУВАННЯ В УКРАЇНІ: ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ

*«Який жах» подумав Стівен Кінг і закритий Податковий кодекс України...».
Мем з джерел у соціальних мережах*

У багатьох державах світу первинний капітал формувався завдяки здійсненню, м'яко кажучи, не зовсім законних видів діяльності або завдяки доходам, отриманим через зловживання посадовим становищем. Серед джерел незаконного збагачення в історії можна назвати работоргівлю, торгівлю зброєю, торгівлю наркотичними засобами, нерівноцінний обмін товарами між різними за соціальним і культурним розвитком націями і расами, а то й банальне здирництво, отримання хабарів, розкрадання або привласнення чужого майна тощо. При цьому якщо окремі держави і народи проходили стадію первинного накопичення капіталу протягом століть, то через перебування українських земель у складі інших держав, на теренах яких відбувалися найжахливіші події XIX – XX століть, накопичення первинного капіталу було перенесено на початок 1990-х років, а сам період тривав трохи довше одного десятиліття.

Кожна держава світу перманентно потребує внутрішніх і зовнішніх інвестицій до своєї економіки. Особливо важливим є залучення в якості інвесторів вітчизняних суб'єктів господарювання та громадян України, які за багатьма визначеннями і переконаннями вчених з різних наук та практиків є більш зацікавленими у розвитку власної економіки ніж іноземний інвестор. Тому нагальним завданням держави повинно стати залучення в якості інвестицій вітчизняного капіталу, покликаною замінити інноваційною сировинну складову у структурі нашого виробництва [1, с. 5]. Проте внутрішні інвестори, знаючи про незаконне або не зовсім законне походження своїх первинних а то й усіх капіталів, можуть цілком виправдано побоюватися відкрито вкладатися у вітчизняну економіку. Тому було розроблено і 15 червня 2021 року прийнято Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм

активів та сплати одноразового збору до бюджету» від 15 № 1539-IX (Закон від 15.06.2021) [2].

Названим вище Законом було внесено зміни до Податкового кодексу України [3] та ще деяких законів України, якими було надано право громадянам України добровільно до 1 вересня 2022 року задекларувати свої доходи у випадку, якщо декларант сам розуміє, що вартість доходів чи майна значно переважає його легальні доходи. Проте скористатися такою можливістю змогли або схотіли далеко не всі потенційні декларанти.

Раніше нами було проведено критичний аналіз положень названого Закону від 15.06.2021 і Податкового кодексу України, виявлено певну кількість суперечливих норм та запропоновано напрями щодо зняття суперечностей [4].

На нашу думку є недоцільним встановлення вищої ставки податку на активи, що знаходяться за кордоном або в зарубіжному банку (9%) у порівнянні із аналогічними в Україні (5%). У такому випадку потенційний декларант закордонного майна скоріше за все таким і залишиться та не змінить статус на декларанта реального. Для цього логічнішим буде застосувати ставку податку на рівні, нижчому, ніж стосовно валютних цінностей і майна, що знаходиться в Україні, а можливо ще і механізм податкової та навіть, кримінальної амністії за умови повернення грошових коштів та інших цінностей в Україну [4, с. 12].

Слід погодитися із законотворцем, що державні службовці найвищого рангу не можуть скористатися перевагами одноразового (спеціального) добровільного декларування проте топ-посадовці не повинні давати приводу до появи питань стосовно їхнього коштовного майна в Україні та за кордоном і особливо не повинні впливати на самостійну роботу правоохоронних і судових органів [4, с. 15].

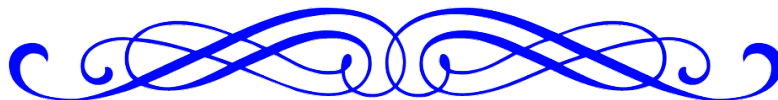
Після 1 вересня 2022 року особи, які не подадуть одноразову (спеціальну) добровільну декларацію, будуть перевірятися фіскальними органами держави у випадку наявності у них квартири (квартир) площею більше 120 кв. метрів; або житлового будинку (будинків) – більше 240 кв. метрів; або нежитлової нерухомості – більше 60 кв. метрів; або землі для будівництва і обслуговування жилого будинку, господарських будівель і споруд (присадибна ділянка) у селах – більше 0,25 гектара, в селищах – більше 0,15 гектара, в містах – більше 0,10 гектара; або більше одного автомобіля; або інших активів вартістю більше 400 тис. грн. на 1 вересня 2022 року. Для запобігання соціальній напрузі у суспільстві одразу після 1 вересня 2022 року запропоновано вже зараз: 1) або зкоригувати кількість житлової нерухомості за статусом міста, селища, села; 2) або визначити кількість житлової і нежитлової нерухомості, а також землі у грошовому виразі без прив'язки до географічних та адміністративно-територіальних факторів. Найпростішим варіантом зменшення соціальної напруги буде підняття у підпунктах 1 і 2 пункту 10 підрозділу 9⁴ розділу XX Податкового кодексу України визначених кількісних показників хоча б удвічі і збільшення у підпункті

З пункту 10 підрозділу 9⁴ розділу XX Податкового кодексу України кількості транспортних засобів з одного до двох або встановлення грошового показника вартості автомобіля (автомобілів) [4, с. 15-16]. Крім наведених дисонансних моментів є й інші, наприклад, щодо декларування майна, яке знаходиться на території АРК, ОРДЛО чи інших тимчасово окупованих територіях України.

Вплив воєнного стану на правовідносини з питань оподаткування знайшов прояв в участі в одноразовому (спеціальному) добровільному декларуванні незначної кількості потенційних декларантів. Строк такого декларування визначався одним роком – з 1 вересня 2021 року до 1 вересня 2022 року. 24 лютого 2022 року до кінця цього строку залишалося більше 6 місяців, тобто більше половини строку. Очевидно, що за мирних обставин переважна більшість декларантів скористалася б наданою можливістю протягом липня-серпня 2022 року, а тому передбачувано, що кінцевий термін декларування буде змінено з 1 вересня 2022 року на інший. Видається логічним, щоб цей термін був не раніше півроку після завершення російсько-української війни.

Література:

1. Деревянко Б.В. Правове регулювання інвестиційної та інноваційної діяльності: навч. посібник; МВС України, Донецький юридичний інститут. Донецьк: Видавничий дім «Кальміус», 2012. 204 с.
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету: Закон України від 15 червня 2021 року № 1539-ІХ. *Відомості Верховної Ради України*. 2021. № 34. Ст. 274.
3. Податковий кодекс України: Закон України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. Ст. 112.
4. Шеремет О., Деревянко Б. Легалізація активів у порядку одноразового (спеціального) добровільного декларування в Україні як спроба поєднання публічних і приватних інтересів. *Університетські наукові записки*. 2021. № 5 (83). С. 6–19. URL: <https://repository.ndippp.gov.ua/handle/765432198/237>



Олександр Дзюблюк

*доктор економічних наук, професор кафедри фінансових
технологій і банківського бізнесу
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна*

Лілія Окренка

*магістрант
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна*

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ ЯК ЗАПОРУКА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

За умов розвитку ринкових відносин та інтеграційних процесів в Україні, питання забезпечення фінансової безпеки підприємств є необхідним для ефективного функціонування підприємств, незалежно від форм власності та сфер господарювання. Фінансова безпека в значній мірі залежить від джерел, обсягів та методів фінансового забезпечення. Фінансова безпека підприємств пов'язана з фінансово-господарською діяльністю, обумовлена рухом грошових (фінансових) потоків. Фінансова безпека або небезпека виникають тоді, коли підприємства не можуть розрахуватися із своїми кредиторами. Тобто фінансова безпека пов'язана з фінансовим станом підприємства. Останній залежить від достатності грошових ресурсів, що може використати підприємство для забезпечення фінансово-господарської діяльності [1].

Таким чином, фінансова безпека підприємства є тоді, коли є в достатності фінансові ресурси, якими підприємство може вільно користуватись, здійснюючи різні витрати як операційного чи інвестиційного характеру, так і витрати, які спрямовуються в інтересах власників, держави, персоналу тощо.

В більшості підприємства не мають можливості функціонувати без достатнього обсягу фінансових ресурсів, які можливо отримати за рахунок взаємодії з фінансовим ринком. На українському фінансовому ринку основними постачальниками фінансових ресурсів для підприємств є державні органи та кредитні інститути, зокрема банківські установи. Банки, як постачальники фінансових ресурсів при кредитуванні підприємств, зацікавлені як в найшвидшому обігу грошових коштів, так і в отриманні помітних доходів від надання кредитів. Отже, банки зацікавлені в збільшенні кредитування підприємств, але на умовах, які більш привабливі для них аніж підприємств. При цьому банки намагаються якомога вище встановити вартість кредитів, що надаються, не враховуючи як це вплине на вартість та обсяги виробництва, темпи зростання продажів, збутові якості товарів. Таким чином, кредитування підприємств прямо впливає на їх фінансову безпеку, створює сукупність загроз для фінансово-господарської діяльності.

Роль кредиту як джерела фінансового забезпечення розвитку підприємств реального сектору обмежена суворими правовими умовами: щодо термінів і

порядку погашення позичок, підвищення вартості кредиту в міру збільшення обсягу позикових коштів, необхідності використання різних форм забезпечення для захисту від ризиків, дії принципу зростаючого ризику, відповідно до якого наростання частки використовуваних підприємством кредитних ресурсів викликає несприятливі наслідки для рівня рентабельності цього суб'єкта господарювання.

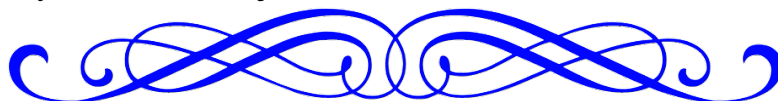
Для вирішення цієї проблеми варто звернути увагу на досвід економічно розвинутих країн, де протягом останніх 15-20-ти років було знято більшість адміністративно – законодавчих обмежень, створено сприятливі фінансово-економічні умови для розвитку підприємництва. Так наприклад у США, Японії, Швейцарії кредитні ставки для підприємств становлять не більше 4-6%. У той же час в Україні – 19,8-36,6% [2]. Це свідчить про те, що кредит перетворюється зі стимулу виробництва на задушливий фактор. Тому якщо відсоток по кредиту більше 20%, то цей кредит не сприятиме розвитку реального сектора, а буде навпаки пригнічувати його і вимивати оборотні кошти підприємств.

Для подальшого удосконалення взаємовідносин банків та підприємств реального сектору доцільно запропонувати рекомендації, основними з яких є: визначення необхідних підприємствам обсягів кредитних ресурсів; використання механізмів компенсації різниці між ринковою та фактичною ставкою частки прибутку підприємств у ціні продукту; забезпечення кредитними ресурсами підприємств за прийнятними ставками (порівнянними з рентабельністю виробництва); визначення потреб у кредитних ресурсах за пільговою процентною ставкою; використання компенсації підприємствам процентних витрат за користування кредитом.

Отже, між фінансовою безпекою підприємств та банківським кредитуванням існує тісний зв'язок, який обумовлений потребами підприємств у фінансових ресурсах. На нашу думку, доцільно при взаємодії банків з підприємствами знайти більш - менш привабливі для обох сторін умови кредитування, щоб підприємства стабільно мали можливість фінансувати господарську діяльність, сплачувати відсотки та погашати основний борг, а банки отримувати доходи та формувати нові кредитні ресурси для подальшого кредитування.

Література:

1. Марусяк Н. Л., Бак Н. А. Фінансова безпека підприємства та загрози її втрати в сучасному економічному середовищі. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 109–113
2. Банки різко підняли ставки для населення: скільки коштує кредит. URL: <https://news.dtkr.ua/finance/bank-system/79276-banki-rizko-pidnyali-stavki-dlya-naselennya-skilki-kostuje-kredit>



Наталія Домбровська

кандидат економічних наук, доцент

*Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і
бізнесу Західноукраїнського національного університету
м. Чортків, Україна*

ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНУ ЯК НАПРЯМ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Економіка України зазнає колосальних збитків від російської збройної агресії, й наразі ці втрати є катастрофічно великими. Щоб ми змогли виграти цю війну, важливо спільними зусиллями зберегти макроекономічну стабільність. Одним із ключових аспектів відновлення української економіки є активізація інвестиційної діяльності та пошук нових рішень щодо залучення інвестицій.

Зараз непрості умови для інвестування. Однак, незважаючи на напружену військово-економічну ситуацію, переважна більшість потенційних інвесторів розуміють невідворотність євроатлантичної інтеграції України і вже зараз готові розглядати проекти в секторах, які традиційно мають глобальні конкурентні переваги, або спрямовані на повоєнне відновлення України.

Загалом виділяють такі види інвестиції:

- спекулятивні, що передбачають заробіток на перепродажі;
- фінансові, що передбачають вкладення у певні фінансові інструменти;
- венчурні – інвестиції у перспективні проекти;
- реальні, що передбачають вкладання коштів в об'єкти, переважно в нерухомість.

Найцінніші для держави – закордонні інвестиції, бо вони дають найбільший мультиплікаційний ефект для економіки країни.

З цією метою для залучення іноземних інвесторів в українську економіку вже створено унікальну електронну платформу Advantage Ukraine. У ній акумульовано близько 500 інвестиційних проектів та можливостей у десяти галузях української економіки. На платформі зібрано інвестиційні проекти та можливості у 10-ти галузях економіки з загальним потенціалом на суму понад \$400 млрд. Кожен потенційний інвестор, який зареєструвався на платформі, має доступ до деталізованої інформації про можливості інвестування, конкретні проекти та вигоди, які матиме від вкладання в економіку України.

Наразі команда Advantage Ukraine обробляє як заявки від потенційних інвесторів (buy-side), так і від ініціаторів проектів з України (sell-side).

Проектна команда Advantage Ukraine працює за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». За перший місяць роботи платформу advantageukraine.com навістили десятки тисяч користувачів зі 112 країн світу. Більшість з них з Польщі, Туреччини, США та Великої Британії.

За два місяці з моменту запуску інвестиційної платформи Advantage Ukraine надійшло близько 400 запитів. Зокрема, отримано понад сто запитів від стратегічних та портфельних інвесторів з Великої Британії, США, Німеччини, Данії, Бельгії, Республіки Корея.

У межах ініціативи Advantage Ukraine інвестори в першу чергу цікавляться такими галузями української економіки як інновації та технології, видобуток

корисних копалин, агропромисловий комплекс, інфраструктура, логістика та промислове виробництво. Також зацікавленість викликають проекти в секторі оборонної галузевої промисловості.

Важливим сектором як для України так і для країн ЄС є енергетична галузь. Інвестування в зазначену галузь має дати змогу не тільки відновити її після російських руйнувань, а й підвищити ефективність галузі, а також поглиблювати експорт електроенергії до країн ЄС. Також необхідно приділити особливу увагу розвитку генерації відновлюваної енергії, оскільки природні умови нашої країни для цього підходять ідеально: можна використовувати як вітер, так і сонце.

По офіційних даних найбільше інвестиціями в Україну цікавляться міжнародні стратегічні та портфельні інвестори зі США, Великої Британії, Польщі, Німеччини та Туреччини.

Інвесторів в першу чергу цікавлять податкові пільги в контексті перспектив відкриття нових виробництв, партнерства або придбання українських активів. Також багато стратегічних інвесторів виявлять увагу до можливості налагодження торгових зв'язків із українськими виробниками для їх подальшої інтеграції в свої глобальні ланцюги постачання.

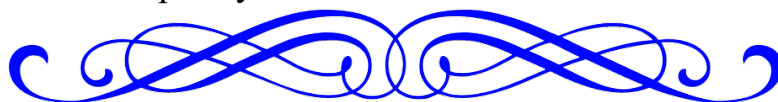
Для стимулювання надходження інвестицій національні відомства працюють з міжнародними партнерами над механізмом страхування військових ризиків та залучення боргового фінансування від МФО для реалізації інвестиційних проектів.

Іноземні інвестори також можуть заходити на український фінансовий ринок і купувати українські цінні папери за спрощеною процедурою. Зокрема, НБУ разом з Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку уніфікував підходи до обліку прав на цінні папери резидентів і нерезидентів на агрегованих рахунках депозитарних установ та відповідні зміни внесені до нормативних документів.

Перехід на агрегований облік цінних паперів нерезидентів замість сегрегованого максимально спрощує обслуговування іноземних інвесторів на території нашої держави. У даному випадку іноземним інвесторам в депозитарії НБУ не потрібно відкривати окремі рахунки. Такі заходи полегшують адміністрування операцій і мінімізують залучення фахівців до ведення кожного іноземного клієнта.

В кінцевому рахунку, це дозволить залучити широке коло охочих інвестувати в економіку України та зробити процес торгів на українських фондових майданчиках максимально простим і ефективним.

На завершення зазначимо, що нашій державі для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій необхідно провести глибоке реформування економіки щодо поліпшення інвестиційної привабливості та створювати проекти, які приваблюють інвестиції. Надання Україні статусу кандидата у члени ЄС є стартовим сигналом для інвесторів, оскільки вкладення грошей у її відновлення означає інвестиції в країну, яка стане складовою частиною Євросоюзу та спільного європейського ринку



Рахматула Ергашев

*доктор економічних наук, професор,
Каршинський інженерно-економічний інститут,
м. Каршинськ, Узбекистан*

Марина Іваськова

*магістрант НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м Кам'янець-Подільський, Україна*

ЗМІНИ У ПОДАТКОВІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВІ ПІСЛЯВОЄННІ РЕФОРМИ.

Влада внесла певні зміни в оподаткування ФОП і дуже лояльно ставиться до українських підприємців у цій сфері. Основна зміна полягає в тому, що з 1 березня можна не сплачувати соціальні внески «за себе» (єдиний соціальний внесок – це загальнообов'язкове державне страхування, який є обов'язковим у системі загальнообов'язкового державного страхування та регулярно сплачується).

Для самозайнятих осіб, які не працюють за основним місцем роботи, це втрата стажу, але економія власного бюджету. Ця зміна діятиме під час воєнного стану та протягом 12 місяців після його припинення чи скасування.

Немає жодних штрафних санкцій за несплату ЄСВ протягом цього періоду, хоча влада оголосила, що ті, хто в змозі зробити це для підтримки економіки країни, можуть продовжувати сплачувати ЄСВ. Ця зміна стосується всіх ФОПів та членів фермерських господарств будь-якої системи оподаткування. Наступна зміна щодо полегшення оподаткування полягає в тому, що у разі неможливості ФОПів 1 та 2 груп можна звільнити від сплати єдиного податку. Але якщо друга група ФОПів має фінансовий дохід, але не сплачує ЄП, то це може загрожувати непотрібною увагою з боку податківців.

Якщо робочий процес йде і є великий грошовий потік, я рекомендую сплачувати єдиний податок, щоб уникнути можливої перевірки. Хоча тимчасова несплата єдиного податку для першої та другої категорії підприємців не загрожує підприємницьким штрафом, для третьої групи таких послаблень в оподаткуванні немає. Ці підприємці все ще мають законодавчо встановлений термін сплати податку, а за несвоєчасні платежі будуть нараховані штрафи. А ось для третьої групи платників єдиного податку (ФОП та юридичні особи) з 5 квітня 2022 року набуде чинності зміна – можливість зменшити відсоток податку з 5% до 2%. Для тих, хто до 24 лютого сплачував єдиний податок, зміна ставки податку з 5% до 2% – справжня економія. Слід зазначити, що іншими платниками податків така пропозиція держави щодо полегшення податкового навантаження не була прийнята, як того очікувалось. При перерахуванні податків багато хто з платників зрозумів, що для його бізнесу це навіть більше навантаження, ніж загальна система оподаткування.

Наступна зміна податкових платежів для ФОП та юридичних осіб за третьою групою єдиного податку – тепер можна звільнити від ЄСВ мобілізованих працівників бізнесу. При цьому стаж роботи такого працівника

продовжувався і не змінювався, оскільки тепер держава виплачувала йому суму ЄСВ [1].

На законодавчому рівні запроваджено податкові відстрочки. Оприлюднена інформація про те, що підприємці, земля та нерухомість яких знаходяться на окупованих територіях, територіях, де тривають бойові дії, чи зруйнованих територіях, не є платниками податку на землю та нерухомість. Але офіційного переліку конкретних регіонів, де можна застосувати це податкове нововведення, наразі немає. Крім того, немає остаточної інформації про те, як зареєструвати цей механізм, який спрощує та забезпечує точний розрахунок податкових зобов'язань.

Влада призупинила застосування штрафів за несвоєчасну реєстрацію податкових накладних на тлі пандемії COVID-19. Цей штраф є відсотком від суми ПДВ, зазначеної в цих податкових накладних, і цей відсоток збільшується з кількістю днів прострочення: чим довша затримка, тим більша сума штрафу. Але в травні було прийнято рішення на законодавчому рівні про повернення штрафів за несвоєчасну реєстрацію податкових накладних. До липня всі платники ПДВ мали провести реєстрацію за період лютий-травень, бо після цього строку вже будуть застосовуватися штрафні санкції за не реєстрацію податкових.

Попри воєнний стан, зміни у податковій системі можливі та продовжуються, а дещо все ж залишиться без змін до закінчення війни. Зміна відсотку єдиного податку з 5% до 2% прив'язана до військового стану і наразі змінювати чи повертати назад розмір цього відсотку не планують [2].

Повідомлення про зміни в податковій сфері припиняться з жовтня 2022 року, хоча на кінець серпня повідомлень та активних публікацій вистачає. Наприклад, оголошення податкової реформи «10-10-10». Це досить революційно і означає загальну зміну ЄСВ, суттєво (майже вдвічі) зменшивши всі податки, ПДВ, ПДФО та ПДФО. Тобто ті 18-20% податків можуть бути 10% [3].

Анонсувати цю реформу можна, дослідивши, як бізнес реагує на ці зміни, або змістивши фокус суспільної уваги з політичної ситуації. Наразі такі реформи неможливі під час воєнного стану, оскільки такі реформи не принесли значних прибутків державі. Але якщо реформа «10-10-10» раптом так буде прийнята в найближчий час, то все одно влада буде збільшувати «податкову адекватність» по регіонах, як це практикувалося до війни, щоб сума поповнення бюджету держави від податків залишалася такою як і була [4].

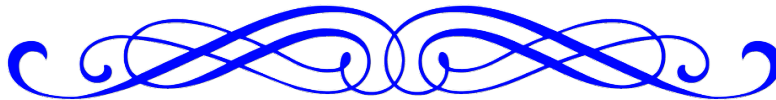
Нині бюджет не фінансується самою державою, і оподаткування не є головною чи головною його складовою. Підприємства зараз більше сплачують податків на підтримку державного бюджету, ніж на його повне фінансування. Тепер натомість держава має зробити все, щоб захистити бізнес у сфері оподаткування. Запровадження вищого відсотка податків може зробити відкриття бізнесу майже неможливим. Попри те що буде зовнішнє фінансування на відновлення країни, українцям варто бути готовими до можливого податку на післявоєнне відновлення.

Оскільки ми не маємо цього досвіду, і нам зараз немає звідки навести приклади відновлення оподаткування післявоєнних країн, модель

оподаткування може бути переглянута, і якщо так, то це було б правильно. Але, можливо, цей податок не торкнеться фізичних осіб, а буде введено бізнес. Цілком ймовірно, що єдиний податок буде не для всіх, а певний відсоток до місцевого бюджету.

Література:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану. Закон України № 2118-IX від 03.03.2022 р. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text>.
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану. Закон України №2120-IX від 15.03.2022 р. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>.
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період дії воєнного стану. Закон України № 2142 від 24.03.2022 р.
4. Що очікувати від податкової реформи «10-10-10» URL: https://buh.ligazakon.net/news/214460_shcho-ochkuvati-vd-podatkovo-reformi-10-10-10



Наталія Жидовська

кандидат економічних наук, доцент

*Львівський національний університет природокористування,
м. Дубляни, Україна*

Оксана Прокопишин

кандидат економічних наук, доцент

*Львівський національний університет природокористування,
м. Дубляни, Україна*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Автомобільний транспорт є однією із складових транспортної системи України (частка вантажних перевезень автомобільним транспортом у 2021 році складала 36,05%, а за січень 2022 року 29,96% від загального обсягу перевезень вантажів всіма видами транспорту) [5]. Тому, як зазначають дослідники, головною метою у сфері міжнародних вантажних перевезень для України є активізація процесів інтеграції транспортно-дорожнього комплексу нашої держави до європейської та світової транспортних систем [3].

З 2016 року товарообіг з країнами ЄС зріс майже вдвічі, а кількість вантажоперевезень автотранспортом – на 42%. Але з початку війни процеси інтеграції транспортно-дорожнього комплексу нашої держави до європейської та

світової транспортних систем сповільнились, ситуація ускладнилася ще і тим, що 45% вітчизняного експорту припадають на країни ЄС [4].

Для в'їзду, транзитного проїзду територією іноземних держав українські перевізники повинні мати дозвіл на здійснення міжнародних перевезень автомобільним транспортом, що видаються уповноваженими органами та поділяються на двосторонні та багатосторонні, а також на транзитні та універсальні.

Порядок оформлення, видачі, використання та обліку дозволів на міжнародні перевезення вантажів автомобільним транспортом, а також проведення конкурсу та видачі дозвільних документів Європейської Конференції Міністрів Транспорту (ЄКМТ) було затверджено наказом Міністерства транспорту України від 20.08.2004 р. № 757 (в редакції наказу Міністерства інфраструктури України від 19.04.2013 р. № 239). Але у зв'язку з ситуацією, що склалася внаслідок повномасштабного вторгнення в Україну, Міністерством інфраструктури України підготовлені відповідні зміни до наказу Мінтрансу України від 20.08.2004 № 757, якими передбачено спрощення процедури проведення конкурсу з розподілу дозволів ЄКМТ, а саме: з 1 до 15 вересня скасована паперова подача листів-повідомлень на участь у конкурсі з розподілу дозволів ЄКМТ. Конкурс з розподілу дозволів ЄКМТ повністю автоматизовано, а подача документів здійснюється виключно в електронному вигляді через систему «Шлях» Укртранбезпеки [1].

З 1 до 31 жовтня 2022 року автомобільні перевізники могли подати електронну анкету для участі в конкурсі на 2023 рік.

При заповненні електронної анкети встановлено наступні вимоги: наявність ліцензії на здійснення міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом терміном дії не менше 2-х років станом на 31.10.2022; наявність транспортного засобу у ліцензійній справі автомобільного перевізника; повна маса транспортного засобу 7,5 тонн і вище; необхідність перетину кордону транспортним засобом за період з 01 січня по 31 жовтня 2022 року; транспортні засоби, які належать автомобільним перевізникам на законних підставах, визначених положеннями Хартії Якості, та мають категорію екологічності «Євро-5 безпечний» або «Євро-6 безпечний»; сертифікат виробника транспортного засобу та чинний станом на 31 жовтня поточного року ЄКМТ-сертифікат придатності до експлуатації на кожний автомобільний транспортний засіб; підтвердження виконання умов Хартії Якості: наявність менеджера(ів) чи управителя(ів) з перевезень відповідної кваліфікації; відповідність умовам бездоганної репутації; наявність відповідного фінансового стану.

Міністерство інфраструктури запровадило автоматичну видачу дозволів ЄКМТ, що дозволяють здійснювати багаторазові міжнародні перевезення [1].

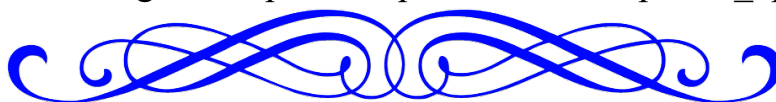
29 червня 2022 року Україна та Європейський Союз підписали Угоду про вантажні перевезення автомобільним транспортом, відому також як «транспортний безвіз». Угода скасовує необхідність отримання українськими перевізниками відповідних дозволів для здійснення двосторонніх та транзитних перевезень в держави ЄС та дозволяє уникнути зупинки експорту української продукції через автомобільні пункти пропуску. Також Угода передбачає заходи

зі спрощення визнання водійських документів. Відтепер Україна та ЄС звільняють власників посвідчень водіїв, виданих однією зі сторін, від вимоги мати міжнародне посвідчення водія. Термін угоди становить один рік із можливістю пролонгації, а тимчасово вона почала діяти у день підписання [2].

Звичайно, що це не вичерпний перелік документів, які потрібні при перевезенні. Використовуючи той чи інший вид перевезення необхідно з'ясувати, які документи необхідно готувати.

Література:

1. Для українських перевізників автоматизують отримання міжнародних дозволів. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/9/691332/>
2. Зеленський затвердив угоду з ЄС про «транспортний безвіз». *Європейська правда*. URL: <https://www.euointegration.com.ua/news/2022/09/16/7146915/>
3. Ковальчук С.Я., Цуркан А.О. Особливості обліку та оподаткування операцій по міжнародних автотранспортних перевезеннях. *Агросвіт*. 2018. № 7. С. 31–36.
4. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/29/688647/>
5. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/opv/arh_opv_u.htm



Галина Зелінська

доктор економічних наук, професор, професор кафедри прикладної економіки

Лілія Бігун

студентка 4 курсу спеціальності 051

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,

м. Івано-Франківськ, Україна

РОЗВИТОК МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ З ВРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Основну роль в підтримці та зростанні економіки в умовах війни відіграє діяльність малих та середніх підприємств. Тема розвитку малого та середнього бізнесу сьогодні дуже актуальна, оскільки це соціально-економічний фундамент, без якого не може розвиватися будь-яка інноваційно-орієнтована економіка європейської держави. Статистика свідчить, що саме малий та середній бізнес визначає темпи економічного зростання, структуру та якість валового внутрішнього продукту країни. По-перше, суми податків, які сплачують суб'єкти малого та середнього підприємництва в Україні перевищують обсяг податків великого бізнесу. По-друге, обсяг реалізації малих та середніх підприємств також є більшим. По-третє, малий та середній бізнес створює велику кількість робочих місць. Наведені дані є головними стимулами для розвитку державної підтримки суб'єктів малого та середнього підприємництва [1, с.83].

Наявність ресурсів, передусім, фінансових, залишаються основною потребою бізнесу. На думку власників та СЕО бізнесу, основними перешкодами в розвитку бізнесу є [2]:

- відсутність достатньої кількості платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку – 62%;
- не прогнозованість розвитку ситуації на внутрішньому ринку – 48%;
- відсутність достатнього капіталу – 43%;
- непередбачувані дії держави, що можуть погіршити стан бізнесу – 29%;
- недоступність кредитних коштів – 28%;
- зруйнованість ланцюгів постачання – 26%;

Програми, які реалізує наша держава у воєнний час, спрямовані на збереження малого та середнього бізнесу, робочих місць та підтримання економіки України. Для підтримки бізнесу під час війни уряд запустив декілька програм та змін і доповнень до законодавства [3;4]:

- податкові пільги (звільнення від сплати ЄСВ в разі неотримання підприємцями доходу; звільнення від сплати екологічного та земельного податків тощо);
- компенсація роботодавцю виплат на оплату плаці у розмірі мінімальної заробітної плати (6500 грн) за кожен працівника, який був вимушений переміститися внаслідок проведення бойових дій;
- релокація підприємств – державна допомога у тимчасовому переміщенні виробничих потужностей підприємств до західних регіонів;
- грантова програма для розвитку бізнесу – проєкт «Робота»: грант на власну справу – до 250 тис. грн; грант на сад – до 400 тис. грн; грант на теплицю – до 7 млн грн; грант на переробне підприємство – до 8 млн грн;
- проєкт грантової підтримки Business in Action, спрямований на адаптацію та відновлення діяльності українських малих та середніх підприємств, які в умовах війни продовжують працювати та потребують допомоги для адаптації та відновлення своєї діяльності.

Незважаючи на це, головними проблемами бізнесу в Україні залишаються доступність фінансів для його відновлення і розвитку. За результатами досліджень потреби лише МСБ оцінюються в \$73 млрд. А частка МСБ, який знають або отримали підтримку від місцевих програм розвитку ОВА та/або громад незначний – 5,9%. 28% користувались державними та міжнародними програмами для підтримки свого бізнесу, з них 15% скористались опцією сплати єдиного 2% податку, 6% – іншими податковими пільгами, 2% – компенсацією за працевлаштування ВПО (за результатами опитування Європейської Бізнес Асоціації представників МСБ, учасників проєкту Unlimit Ukraine) [2]. Додатково

до вже запроваджених заходів важливим елементом ефективної підтримки бізнесу в Україні є запозичення світового досвіду країн в умовах форс-мажорних обставин (війни, пандемії) [4]:

1. Розширення доступу до капіталу для МСП:

- взаємодії між урядом країни та міжнародними кредитними агентствами і організаціями, які допомагають підприємцям розширити приватний бізнес в країні;
- конструктивної співпраці приватних підприємств країни, комерційних банків, експортно-кредитних агентств із Міжнародною фінансовою корпорацією (МФК).

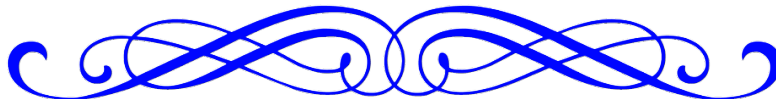
2. Розширення доступу МСП до програм навчальної та консультаційної підтримки:

- запуску програм розвитку навичок підприємництва, а також програм підтримки МСП;
- розширення доступу підприємців до спеціалізованих консультаційних сесій з міжнародними бізнес-експертами.

З метою збільшення частки МСБ, який користується державними та міжнародними програмами для підтримки свого бізнесу необхідно доповнити платформу Дія.Бізнес інформацією про міжнародні грантові програми та поширювати інформацію на веб-ресурсах організацій та підприємств.

Література:

1. Ситник Н. С., Догмачов В. М., Кабанов В. Г. Роль малого та середнього бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки України: *Причорноморські економічні студії*. Випуск 26-1, 2018. 83-87 с. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/18.pdf (дата звернення 04.11.22)
2. Аналіз актуального стану та пропозиції щодо покращення умов для підприємництва в Україні. 2022. URL: <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/> (дата звернення 07.11.22)
3. Дія.Бізнес: Підтримка бізнесу в умовах війни. 2022. URL: <https://business.diia.gov.ua/wartime> (дата звернення 04.11.22)
4. Яценко Г. Шляхи підтримки малого та середнього бізнесу: світовий досвід для України. 2022. URL: https://lb.ua/blog/hanna_yatsenko/522440_shlyahi_pidtrimki_malogo_serednogo.html (дата звернення 08.11.22)



Олег Коркушко

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім.С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Анастасія Охотська

*студентка спеціальності 071 Облік і оподаткування
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ЕКОНОМІКА КРАЇНИ В ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД

Економічний розвиток – це термін, який зазвичай використовується для опису процесу, за допомогою якого прості національні економіки з низьким рівнем доходу перетворюються на сучасні індустріальні економіки. Він включає в себе політику та практику, яку використовує країна (наприклад, екологічні питання, освітні стандарти, валовий внутрішній продукт (на душу населення), рівень охорони здоров'я, інфраструктуру та наявність житла), щоб досягти прогресу в економічному, політичному та соціальному благополуччі свого народу, і, як правило, передбачає та описує зміни в економіці країни; з точки зору активів, доходів, заощаджень та соціально-економічної структури [1].

Існує, як правило, дві основні класифікації визначальних компонентів, що стимулюють економічний розвиток країни. До них відносяться: економічні фактори (тобто розвиток капіталу, природні ресурси, надлишок товарної сільськогосподарської продукції, зовнішньоторговельні обмеження та економічні підходи), а також неекономічні фактори (тобто культура населення, соціальна організація, дипломатична автономія, освіта, технології та людський капітал) [2].

Конфлікт є серйозним ударом по економіці країни та світовій економіці вцілому, який уповільнює розвиток та сприяє підвищенню цін. Крім страждань і гуманітарної кризи внаслідок війни, вся світова економіка відчуває наслідки уповільнення зростання та швидшої інфляції. Впливи відбуватимуться трьома основними каналами. По-перше, зростання ціни на такі товари, як їжа та енергоносії, ще більше підштовхнуть інфляцію, у свою чергу зменшуючи вартість доходів і обтяжуючи попит. По-друге, сусідні економіки, зокрема, зіткнуться з перебоями в торгівлі, ланцюгах постачання та грошових переказів, а також із історичним сплеском потоків біженців (на прикладі нашої країни). І по-третє, зниження ділової довіри та підвищення невпевненості інвесторів впливатимуть на ціни активів, посилюючи фінансові умови та потенційно стимулюючи відтік капіталу з ринків, що розвиваються. У довгостроковій перспективі війна може докорінно змінити світовий економічний і геополітичний порядок, якщо зміниться торгівля енергоносіями, переконфігурація ланцюгів постачання, фрагментація платіжних мереж і

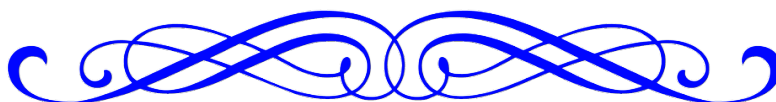
переосмислення резервних валют країнами. Посилення геополітичної напруги ще більше підвищує ризики економічної фрагментації, особливо для торгівлі та технологій [3].

Після завершення збройного конфлікту сторони стикаються з важким завданням відновлення та розвитку політичних, соціальних та економічних структур суспільства. Дійсно, держави, які вийшли зі збройного конфлікту, стикаються з важким викликом переходу від «ослабленої війною економіки та сильно поляризованих політичних і соціальних відносин до оновленої економіки, здатної задовольнити основні потреби всіх громадян і політичних груп, які пропонують усім соціальним групам значущу участь у прийнятті рішень». Важливим компонентом побудови миру є відбудова економічних інституцій, урядових інституцій і громад. Зусилля щодо активізації економіки разом із отриманням перемоги однією із сторін (примиренням) і демілітаризацією покликані допомогти громадам побудувати процвітаюче майбутнє. Погані економічні умови часто є причиною того, що спричинило збройний конфлікт. Після війни нездатність досягти значних покращень рівня життя може посилити соціальну напругу та підвищити ризик відновлення війни.

Хоча деякі наслідки можуть повністю проявитися лише через багато років, вже є чіткі ознаки того, що війна та спричинений нею стрибок цін на товари першої необхідності, ускладнить для політиків багатьох країн світу дотримання делікатного балансу між стримуванням інфляції та підтримкою економічного відновлення країни [4].

Література:

1. Геращенко О. Л. Економіка ХХІ: монографія. 2016. 304 с.
2. Уразов А. У., Маслак П. В., Саух І. В. Основи економічної теорії: навч. посіб. Київ, 2005. 328 с.
3. J. K. Boyce. World Development. Adjustment toward peace: An introduction. 1995. 2067-2077 с.
4. Горбач Л., Плотніков О. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. Київ. 2019. 400 с.



Уляна Костюк

кандидат економічних наук, доцент

*«Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

Соломія Скрипник

здобувач вищої освіти ступеня

*магістра спеціальності «Облік і оподаткування», «Івано-Франківський
національний технічний університет нафти і газу»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В США І УКРАЇНІ

Заробітна плата є головним джерелом доходів населення, визначальним фактором формування соціальної справедливості в суспільстві та платоспроможності, що має безпосередній внесок на економічну активність у країні. Певні форми оплати праці та моделі мотивації працівників у економічно розвинутих країнах світу склалися упродовж багатьох десятиліть. Західні моделі відрізняються різноманітністю, враховуючи при цьому роль держави в регулюванні діяльності підприємства, рівень економіки в країні, релігійні та національні особливості.

Особливу цікавість становить система оплата праці США. Наприклад, в США, на відміну від України, періодом нарахування заробітної плати вважається не місяць, а тиждень, також робоча семиденка не обов'язково починається від ранку понеділка. Для однозначності інтерпретації даних тиждень визначають як безперервний відрізок з 168 годин протягом 7 діб, починаючи з будь-якого дня і години. В середині цього періоду всі відпрацьовані години обліковуються як основні (40 годин) і оплачуються за ставкою не нижче мінімальної. Згідно з Федеральним законодавством США, в країні існує мінімальна заробітна плата, яка дорівнює 7,25 доларів за годину, останній раз її розмір переглядали ще 2009 року в Законі «Про справедливі трудові засади». Варто звернути увагу, що кожен штат має право встановлювати свій мінімум по заробітній платі.

Як і в Україні, заробітну плату включають у витрати підприємства. Облік оплати праці в США введеться на рахунку елементів витрат, що на перший погляд викликає схожість з восьмим класом плану рахунків бухгалтерського обліку «Витрати за елементами». Але, в США рахунок поділяють на субрахунки за видами витрат: витрати на оплату праці адміністративно-управлінського персоналу та витрати на оплату праці робітників і службовців. Специфічним рахунком для виплати заробітної плати є рахунок «Чиста заробітна плата до сплати», під цим поняттям, розуміють суму, яку необхідно сплатити персоналу після всіх можливих утримань із заробітної плати. Головною особливістю США є те, що це - федеративна республіка, в якій чітко розмежовані федеративний уряд та уряди штатів, тому оподаткування побудовано за складною системою, яка встановлюються на двох рівнях.

В Україні у нас є податок з доходів фізичних осіб, він обчислюється за сталою шкалою і становить – 18 % від доходів фізичної особи. Аналогом українського ПДФО, в США є прибутковий податок, його утримують за правилами федерального законодавства і за нормативами кожного штату. Для

того, щоб правильно обчислити прибутковий податок із заробітку фізичної особи в США, потрібно ще й розуміти категорію платника, існують наступні категорії: неодружений; одружений платник, що подає декларацію окремо від свого чоловіка/жінки; одружений платник, що подає декларацію разом зі своїм чоловіком/жінкою; голова домогосподарства; вдова/вдівець із залежною дитиною. Сума федерального збору залежить від заробітку за прогресивною шкалою та складається з семи рівнів, наприклад для платників без сім'ї та для одружених, які подають декларацію спільно, коливається від 10 до 37 %, з доходами відповідно від 9 700 / 19 400 – до понад 510 300 / 612 350 дол/рік.

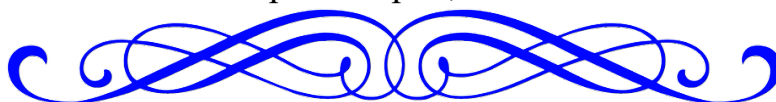
Крім федерального збору, ще підлягає сплаті ПДФО за законами штату. Його стягують у 43 суб'єктах: 41 штат обкладає всі доходи, а в Нью-Гемпширі та Теннесі обкладають тільки дивіденди та відсотки від вкладень. Регіональний податок становить основу бюджету штату, до 37 % усієї дохідної частини, додаткові утримання відсутні на території 7 суб'єктів. Прогресивне оподаткування в США зустрічається на рівні штату, 32 штати користуються ступінчастою схемою визнання розміру зобов'язання: максимальне число градацій для доходів прийнято на Гаваях, тут їх 12. Величина ставок теж неоднакова : максимальна верхня межа діє в Каліфорнії - 13,3 %, а мінімальна в Північній Дакоті - 2,9 % .

В Україні ми маємо єдиний соціальний внесок, який сплачує роботодавець на регулярній основі та в обов'язковому порядку, ставка нарахування ЄСВ становить 22 %. Для порівняння в США є схожі внески, такі як, Внески на соціальне страхування та Внески на страхування здоров'я, що регулюється федеральним Законом про соціальне забезпечення, вони утримують в однакових розмірах за рахунок обов'язкових утримань із заробітної плати працівника та відрахувань на заробітну плату за рахунок роботодавця. Роботодавець зобов'язаний утримати 7,65 % з зарплати в день її видачі найманій особі та перерахувати цю суму в бюджет країни, у той же час наймана особа зобов'язана додати ще 7,65 % від нарахованого доходу за рахунок коштів компанії, тобто підприємець повинен заплати «за себе» 15,3 % від прибутку.

Отже, досвід США становить інтерес у плані застосування прогресивної шкали, щодо утримань із заробітної плати. Звичайно, вона займає більше часу для розрахунків, ніж стала, але попри це є справедливою: чим більше людина заробляє, тим більше вона має сплачувати податків. В Україні доцільно було б запровадити прогресивну шкалу, але з врахуванням менших ставок, адже в США вони достатньо високі. Можливо, це дасть змогу Україні бути конкурентною з податкової точки зору, зокрема й для глобального бізнесу.

Література:

1. Податки та податкова система США. URL: <https://migrant.biz.ua/ssha/finansy-ssha/podatku-v-ssha.html> (дата звернення: 30.10.2022).
2. Кесерчук Г.С., Пінзель В.В. Облік нарахування та утримання із заробітної плати в США і Україні: порівняльні аспекти. *Удосконалення обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в сучасних умовах інтеграційних процесів* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 18-19 квітня 2018р. Ужгород, 2018. С. 45-47.



Ігор Кравчук

*професор кафедри управління
організаційними інноваціями,
завідувач лабораторії фінансів*

Технологічно-Природничий університет в Бидгощі, Польща

Андрій Даткун

*магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський
державний інститут»*

ДОСВІД ЄС У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Важливість інноваційної політики широко визнана та тісно пов'язана з іншими політиками ЄС, такими як зайнятість, конкурентоспроможність, навколишнє середовище, промисловість та енергетика.

ЄС щорічно витрачає на дослідження та розробки (НДДКР) на 0,8% ВВП менше, ніж США, і на 1,5% менше, ніж Японія. Крім того, існує ефект «відтоку мізків», оскільки найкращі дослідники та інноватори переїжджають до країн, де умови є більш сприятливими. Хоча ринок ЄС є найбільшим у світі, він залишається фрагментованим і недостатньо сприятливим для інновацій [1].

З метою зміни цих тенденцій ЄС розробив концепцію «Інноваційного союзу», мета якої:

- зробити ЄС науковим виконавцем світового рівня;
- усунути перешкоди для інновацій, такі як дороге патентування, фрагментація ринку, повільне встановлення стандартів і брак навичок, які зараз заважають ідеям швидко виходити на ринок;
- революціонізувати спосіб співпраці державного та приватного секторів, зокрема шляхом реалізації Європейського інноваційного партнерства (EIP) між установами ЄС, національними та регіональними органами влади та бізнесом.

Інноваційний союз є однією із семи провідних ініціатив стратегії «Європа 2020» для розумної, сталої та інклюзивної економіки. Започаткований Комісією в жовтні 2010 року, цей проєкт має на меті покращити умови та доступ до фінансування для досліджень та інновацій у ЄС, щоб інноваційні ідеї можна було перетворити на продукти та послуги, які створюють зростання та робочі місця. Інноваційний союз має на меті створити справжній єдиний європейський ринок інновацій, який би залучав інноваційні компанії та бізнес. Щоб досягти цього, були запропоновані різні заходи у сферах патентного захисту, стандартизації, державних закупівель та розумного регулювання. Інноваційний союз також має на меті стимулювати інвестиції приватного сектора та пропонує, серед іншого, збільшити європейські інвестиції венчурного капіталу.

ЄС потребуватиме принаймні ще один мільйон дослідників у наступне десятиліття, щоб досягти мети інвестувати 3% свого ВВП у дослідження та розробки. Інноваційний союз запропонував заходи щодо завершення Європейського дослідницького простору. Це означає більшу узгодженість між ЄС і національною дослідницькою політикою, а також усунення перешкод для

мобільності дослідників. У сфері освіти Комісія підтримує проекти з розробки нових навчальних програм, які усувають прогалини в інноваційних навичках.

Крім того, були запропоновані різні заходи в сферах патентного захисту, стандартизації, державних закупівель і розумного регулювання з метою залучення інноваційних компаній і підприємств.

Будучи флагманською ініціативою Європа 2020, спрямованою на забезпечення глобальної конкурентоспроможності ЄС, Горизонт 2020 є фінансовим інструментом, який забезпечує реалізацію Інноваційного Союзу. Незважаючи на те, що це восьма Рамкова програма ЄС (2014-2020) для досліджень, Horizon 2020 є першою програмою, яка об'єднує дослідження та інновації. Він реалізує багато конкретних зобов'язань Союзу інновацій, зокрема, зосереджується на реальних викликах, з якими стикається суспільство, спрощує доступ, залучає малі та середні підприємства (МСП), зміцнює фінансові інструменти, підтримує державні закупівлі інновацій, сприяє співпраці та підтримує дослідження в галузі державний сектор і соціальні інновації. У листопаді 2013 року парламент ухвалив багаторічну фінансову програму (MFF), виділивши на Horizon 2020 бюджет у розмірі 77 мільярдів євро (у цінах 2013 року).

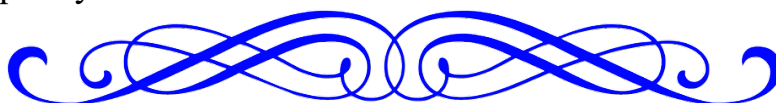
Політика згуртованості також зосереджена на дослідженнях та інноваціях. У більш розвинутих регіонах принаймні 80% ресурсів Європейського фонду регіонального розвитку на національному рівні виділяється на інновації, пріоритетами яких є економіка з низьким рівнем вуглецю та конкурентоспроможні МСП.

Інноваційний союз також має на меті стимулювати інвестиції приватного сектора та пропонує, серед іншого, збільшити венчурні інвестиції ЄС, які наразі становлять чверть рівня США. Щоб покращити доступ до кредитів для науково-дослідних проектів та запустити демонстраційні проекти, Комісія у співпраці з Групою Європейського інвестиційного банку (ЄІБ та Європейський інвестиційний фонд) запустила спільну ініціативу в рамках Horizon 2020. «InnovFin – Фінанси ЄС». for Innovators' складається з низки інтегрованих і додаткових інструментів фінансування та консультаційних послуг, які пропонує Група ЄІБ, охоплюючи весь ланцюг створення вартості досліджень та інновацій з метою підтримки інвестицій від найменших до найбільших підприємств.

Таким чином, роль інновацій полягає в тому, щоб перетворити результати досліджень на нові та кращі послуги та продукти, щоб залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку та покращувати якість життя людей у ЄС.

Література:

1. Innovation policy. URL: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/67/innovation-policy>



Viktoriya Kulyk
*akademik, prof. Dr., Jihočeská univerzita v
Českých Budějovicích,
Katedra účetnictví a financí, Samostatný vědecký,
výzkumný a vývojový pracovník*

Lyudmyla Kushnir
*PhD in Economics, docent,
Associate Professor of the Department of Finance,
Accounting and Taxation named after S. Yuriy
«Kamyants-Podilskyi State Institute»
Kamyants-Podilskyi*

PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

Economic security of the enterprise is a set of measures to achieve its economic stability in response to possible internal and external threats. It can be provided with a certain set of tools both from the outside (global, national, market) and from within the enterprise and consists of certain structural components (financial, technological, production, personnel, marketing, organizational) [1].

During the six months of the war in Ukraine, damage to the environment was caused in the amount of UAH 395 billion. The amount of direct damage to the infrastructure of Ukraine as of August 22, 2022 has increased to \$ 113.5 billion (and this is only documented with the help of video or photo materials obtained within the framework of the project organized by the KSE Institute (Kyiv School of Economics) with the support of the Ministries of Economy, on issues of reintegration temporarily occupied territories of Ukraine, infrastructure of Ukraine and the Office of the President of Ukraine, losses) [3].

Despite extremely difficult operating conditions during martial law, the business of Ukraine continues to function and develop. Thus, since the full-scale invasion, almost 7,800 new business entities have been registered in Ukraine, of which 1,020 are business entities - natural persons and more than 6,776 business entities - legal entities.

The negative realities of today that affect the activities of enterprises are:

- increased economic uncertainty due to hostilities;
- deterioration of working conditions due to shutdown and/or physical destruction of enterprises;
- infrastructure destruction;
- decrease in the number of economically active population involved in the creation of added value;
- a decrease in demand in the regions of hostilities and the territories adjacent to them due to the outflow of the population;
- physical impossibility of conducting business in the territory of hostilities;
- violation of logistics chains;
- acceleration of inflation rates and increase in producer prices;
- imbalance of the financial system;

- strengthening of cyber threats to the economy;
- equipment damage;
- deterioration of goods and material values stored directly on the territory of enterprises;
- decrease in the number of performed works due to constant air alarms;
- growth of transport risks, etc. [2].

In connection with this, measures are necessary that will contribute to the strengthening of the economic security of operating enterprises, namely:

1) a temporary transition to practically manual management of the economy, when the state decides what exactly is a priority and what state support should go to. In this context, a particularly important role should be played by the NBU and state banks, which should become the basis for crediting the state's transition to military lines;

2) intensification of economic processes in territories where hostilities are not taking place. In particular, focusing on supporting production, transferring it to relatively safe regions.

3) maximum stimulation of the reorientation of the economy to support the army, provide defense, restore and maintain infrastructure, ensure food safety.

4) development of mobilization and partnership tasks to encourage business. Business must become a partner of the state on the way to victory;

5) paying special attention to export-oriented businesses - their task should be to increase exports in order to increase foreign currency income to Ukraine;

6) reforming the regulatory and tax systems in order to simplify all economically significant procedures;

7) attracting the maximum number of able-bodied population to work. Today, a significant number of citizens who do not serve in the armed forces or military personnel, are engaged in volunteering or are internally displaced persons without a place to work. All these people can work for the country's economy today - for this, you need to conduct an active mobilization campaign, such as an entry to the TRO. In addition to the image of a hero-warrior, the image of a man who helps to win at his workplace should be established in the mass consciousness. In this context, it is extremely important to emphasize that Ukrainians should be included in the work process, without paying attention to their qualifications or education;

8) maximum simplification (temporary) of permitting and regulatory functions to encourage business to work in new conditions.

Much has already been done in this context, thanks to the initiatives of the President, the Government and the NBU. In addition, the maximum digitization of processes and the involvement of electronic services, the expansion of the functionality of the «Actions» application are important.

As the experience of countries that have survived military conflicts shows, the most successful is work based on the principle of public-private partnership, which allows business to be involved in targeted projects of economic stabilization and infrastructure restoration[4].

At the same time, it is necessary to avoid the creation of monopolies of private companies on the basis of public-private cooperation agreements, as this will only strengthen the oligarchs, or create new ones from among businessmen close to the authorities, as has partially happened in Syria.

In our opinion, during the period of martial law, you should refrain from:

- Complicating the process of receiving budget support with numerous benefits for various types of taxes.

It is expedient to introduce a single window for receiving budgetary assistance to target groups of enterprises (for example, displaced, newly created or those of critical importance), which will be financed by the placement of state military bonds or a special fund of international aid for the reconstruction of the country.

- Carrying out radical tax reforms (such as the introduction of a tax on withdrawn capital) or liberal reforms in the field of labor legislation, as this will divert human resources to study and adapt to new conditions, for which there is simply no time under martial law.

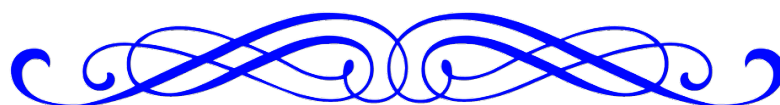
- Complication of relations with business by introducing complex forms of cooperation.

Such forms of cooperation will be useful after the end of hostilities in the framework of the restoration of specific infrastructure facilities, when financial markets will function. During military operations, it is advisable to limit oneself to simple forms of government orders for certain goods and services without complicated long-term contracts.

Thus, in the conditions of war, business must stand side by side with the state to defeat the enemy, and the state must participate in ensuring the economic security of enterprises and create all the necessary conditions for this within the borders of the entire country.

Literature review:

1. On the introduction of martial law in Ukraine: Decree of the President of Ukraine No. 64/2022 of February 24, 2022. URL: <https://www.president.gov.ua/do..> (date of application 14.10.2022).
2. Hnylytska L. The use of accounting and analytical technologies in the development of business risk management methods in the enterprise's economic security system. Accounting and auditing. (3). 2012. P. 41-47.
3. Korobtsova D.V. Legal provision of the financial security of the state in conditions of martial law. Analytical and comparative jurisprudence. URL: <http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/261779/258188> (access date: 09/19/2022).
4. Kovova I.S. Structure account and analytical support economic security of water transport enterprises. Problems of the systemic approach in economics. No. 49. 2014. P. 80-85.



Людмила Кушнір

кандидат економічних наук, доцент

НРЗВО Кам'янець-подільський державний інститут,

Катерина Беженар,

здобувачка першого бакалаврського

рівня спеціальності «Облік і оподаткування»

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,

м. Кам'янець-Подільський, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ, МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРІВ ТА ЇХ КОНТРОЛЮ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Україна завжди мала розвинуті міжнародні зв'язки, велику міжнародну торгівлю з іншими країнами, а тому не дивно, що проблема правового регулювання, організації обліку і контролю імпорту та експорту товарів була і залишається на сьогодні актуальною. Міжнародно-правові засади співробітництва між Україною та Європейським Союзом беруть свій початок у 1991 році [3].

Система митного контролю слугує важливим інструментом забезпечення економічної безпеки держави в правовому та економічному контексті. Відповідно до цього формується митна система країни, і важливу роль у цьому процесі відіграють державні органи влади.

У сучасних умовах відбуваються незворотні процеси інтеграції економічної системи України до міжнародної фінансової та економічної систем, саме так реалізуються ринкові відносини в країні.

Європейський Союз не раз акцентував увагу на необхідності максимального спрощення та тимчасового скасування всіх видів нетарифного регулювання на митниці для імпорту нехарчових товарів, в тому числі й тих, що включені до переліку критично важливого імпорту.

У зв'язку з війною, що розпочала росія на території України, кількість зовнішньоекономічних операцій скоротилась в рази, що, в свою чергу, ставить під ризик забезпечення українців необхідними повсякденними товарами у достатній кількості [1].

Відповідно до пункту 1 ПКМУ N 236 на період дії воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24.02.2022 №64/2022, під час ввезення на митну територію України товарів їх декларування та митне оформлення та облік відповідно до митного режиму імпорту може здійснюватися шляхом подання попередньої митної декларації, яка містить всю необхідну інформацію для випуску товарів, без пред'явлення таких товарів митному органу відповідно до частини 5 статті 259 Митного кодексу України [2].

Новації митного оформлення товарів стосуються організації обліку імпортованих та експортованих операцій, порядку роботи митних органів, правового регулювання ввезення деяких товарів.

Основні зміни щодо імпорту:

1. Спрощений порядок ввезення гуманітарної допомоги від донорів – товари визнаються гуманітарною допомогою за декларативним принципом, їх пропуск здійснюється за місцем перетину митного кордону України на підставі декларації, заповненої особою, що перевозить товар, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

2. Тимчасове звільнення від оподаткування товарів та транспортних засобів ввізним митом (всіх суб'єктів господарювання) та ПДВ (суб'єктів господарювання, які зареєстровані платниками єдиного податку I, II та III (крім тих, що сплачують 3% доходу) груп).

3. Спрощена процедура звільнення від оподаткування ПДВ лікарських засобів, медичних виробів та допоміжних засобів до них.

4. Припинено видачу на ввезення та анулювання вже раніше виданих дозволів на видавничу продукцію з РФ, фактично повна заборона до ввезення; продовжено строк звільнення брухту чорних і кольорових металів від оподаткування ПДВ до 2027 року.

Зміни, які стосуються експорту - доповнення переліку товарів, експорт яких у будь-яких кількостях підлягає ліцензуванню – на м'ясо курей, яйця кур, а також такий стратегічний товар для України як пшениця і суміш пшениці та жита. Уряд на деякі товари зменшив квоту до нуля, експорт яких в межах раніше діючих обсягів квот дозволявся за умови отримання ліцензій, а понад квоту – заборонявся.

Під час воєнного стану в посиленому режимі працюють і митні органи. Тому що вони повинні забезпечити швидкий процес митного оформлення вантажів, тим паче ту частину, яка завозить гуманітарну допомогу в Україну [3].

Однак, спрощений режим митного контролю та оформлення не поширюватиметься на деякі товари, зокрема на спирт етиловий, алкогольні напої, пиво, тютюнові вироби, тютюн, рідини, що використовуються в електронних сигаретах.

Національний банк України змінив порядок роботи банківської системи. Зміни, які стосуються зовнішньоекономічної діяльності – заборонено переказ коштів на рахунки банків-нерезидентів, окрім купівлі товарів критичного імпорту та забороняється здійснювати транскордонний переказ валютних цінностей з України. Тобто, на період воєнного стану імпортери не можуть розраховуватися за товари, окрім товарів критичного імпорту.

Критерії товарів критичного імпорту:

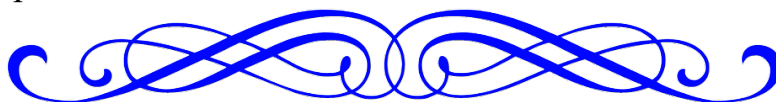
1. Енергетика
2. Безпеки та оборона
3. Забезпечення життєдіяльності населення
4. Функціонування виробничих підприємств

Отже, спрощений спосіб передбачає, що організація обліку, митний контроль та митне оформлення товарів, зокрема транспортних засобів, які ввозяться на митну територію України через пункти пропуску державного кордону України, відкриті для морського, автомобільного та залізничного сполучення, здійснюється без справляння митних платежів, у тому числі податку на додану вартість, акцизного податку, ввізного мита, шляхом подання

декларантом митному органу попередньої митної декларації без проведення митного огляду. Очікуємо, що в період перехідного післявоєнного часу державою будуть прийняті інші спеціальні порядки митного оформлення щодо деяких товарів, які будуть необхідні для швидкої відбудови нашої країни.

Література:

1. Дердавна митна служба України, лист від 14.03.2022 р. N 08-1/24/7/1511/URL:<https://ips.ligazakon.net/document/МК220011?an=1> (дата звернення: 19.10.2022).
2. Про правовий режим воєнного стану. Закон України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> (дата звернення: 18.10.2022).
3. Яковюк І. В. Спільна зовнішня політика і політика безпеки Європейського Союзу: історія питання. С. 83.



Людмила Кушнір

кандидат економічних наук, доцент

НРЗВО Кам'янець-подільський державний інститут,

Ірина Боришуляк

здобувачка першого бакалаврського рівня

спеціальності «Облік і оподаткування»

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,

м. Кам'янець-Подільський, Україна

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК НАУКА І ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Бухгалтерський облік, як і будь-яка інша економічна наука, має свої предмет, об'єкти, суб'єкти і метод (методологію). Наукове дослідження бухгалтерського обліку – це процес цілеспрямованого вивчення об'єкта з використанням наукових методів. Об'єкт – це те, на що спрямована пізнавальна діяльність дослідника, а предмет – власне те, що вивчається і досліджується. Метою бухгалтерського обліку є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан і діяльність підприємства [1].

Кожна теорія базується на певних принципах, тобто загальних найбільш важливих та головних вимогах до її побудови, суттєвих характеристиках, що покладені в їх основу. На базі загальної теорії формують окремі концепції в науці як систему поглядів, інтегровану систему знань про певні закономірності. Концепцію ще називають сурогатною формою наукової теорії [1, с.38].

Історичний розвиток і сучасний стан бухгалтерського обліку засвідчує, що облік представляє собою окрему самостійну галузь наукових знань, що має відповідні системоутворюючі ознаки і є складовою загальної системи

прикладних економічних наук у сфері забезпечення господарської діяльності підприємств необхідною інформацією

Бухгалтерський облік опирається на широку законодавчу базу, що регулює діяльність у підприємницькій сфері. Законодавчо-правова регламентація розглядається не тільки як метод, а і як принцип управління підприємством. Тому юридичні науки повною мірою використовуються при формуванні правового поля бухгалтерського обліку підприємств, організацій та установ. Облік як важлива функція управління тісно пов'язаний із плануванням, аналізом, контролем і регулюванням. При плануванні і прогнозуванні використовують облікову інформацію для складання поточних і перспективних планів і прогнозів, здійснення контролю за їх виконанням. Тому між обліком і плануванням мають місце як прямі, так й зворотні зв'язки. Аналіз виступає проміжним етапом при здійсненні процесу управління, виконує свої функції стосовно аналітичної оцінки між збором інформації і прийняттям управлінських рішень щодо оперативного регулювання виробництва і планування господарської діяльності суб'єктів господарювання. Аналіз вимагає знання і використання багатьох специфічних методів та прийомів, що дає можливість розкривати внутрішню природу, динаміку й перспективу досліджуваного об'єкта, його взаємозв'язки і напрями розвитку у майбутньому. Контроль дає змогу здійснювати важливу функцію обліку щодо моніторингу господарської діяльності та стану майна підприємства, дотримання чинного законодавства та умов укладених договорів, доцільності та ефективності господарської діяльності. Контроль може здійснюватися через поточні перевірки та моніторинг господарських процесів, ревізію, аудит, судово-бухгалтерську експертизу й інші форми. Регулювання вважається важливим елементом при постановці цілей, визначенні шляхів їх досягнення, виборі оптимальних варіантів вирішення поставлених завдань та пошуку найкращої альтернативи. До того ж регулюванню властива багатовекторність, при його здійсненні використовуються такі близькі до обліку економічні, правові, податкові та інші важелі.

Суб'єкт господарювання, як правило, наділений засобами, майном, здійснює господарську діяльність, направлену на отримання фінансового результату і зобов'язаний відповідно до чинного законодавства вести бухгалтерський облік і складати звітність. Під об'єктом обліку розуміють конкретний засіб (майно), джерело його утворення та його рух в процесі відтворення.

Об'єктом обліку є також факти, дії і події господарської діяльності, які характеризують стан та використання ресурсів, процеси придбання засобів виробництва продукції та її збуту, розрахункові відносини підприємства з юридичними та фізичними особами, фінансовий стан та результати діяльності підприємства [2].

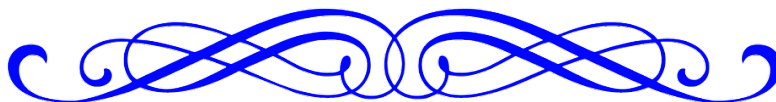
Дослідження сучасного стану будь-якої науки неможливе без осмислення її історичного розвитку. Прослідкувати процес становлення та розвитку облікової науки цікаво само по собі. При цьому потрібно, передусім, запитати: що ж вона собою представляє? Це стосується і бухгалтерського обліку. Отже, що таке бухгалтерський облік і чому сьогодні, при переході до ринкових відносин, зростає інтерес до цієї науки з боку облікових працівників, підприємців та інших учасників ринку?

Пошук відповідей на ці та інші питання є важливим та принциповим моментом професійної підготовки. Від того, як на початку вивчення будуть розкриті цілі бухгалтерського обліку, залежить правильність розуміння суті професійної діяльності, культури поведінки бухгалтера і аудитора[3].

Таким чином, вивчення основних етапів розвитку бухгалтерського обліку є необхідним для правильної оцінки його стану сьогодні і можливих напрямів подальшої еволюції. Скільки існує процес бартерного або грошового обміну, стільки існує і облік. Але і сьогодні поки що нікому невідомо, хто ж дійсно став його винахідником. Зазвичай вік обліку сумнівам не піддається – облік у його найперших проявах визначається як сучасник первіснообщинного ладу. На питання, коли все ж таки виникла бухгалтерія, вчені не дають єдиної відповіді. Їх думки розділились на наступні: 6 тис. років тому, тобто тоді, коли почалася цілеспрямована реєстрація фактів господарського життя; близько 500 років тому, коли вийшла відома в усьому світі праця Луки Пачолі і почалося письмове обґрунтування обліку; 100 років тому, коли з'явилися перші теоретичні розробки, які й сьогодні залишаються актуальними та потребують подальших наукових досліджень.

Література:

1. Сурмін Ю.П. Майстерня вченого: Підручник для науковця. К: НМЦ «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2006. 302 с.
2. Корягін М.В. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерської звітності: монографія. Київ: Інтерсервіс, 2016. 276 с.
3. Легенчук С.Ф. Теорія і методологія бухгалтерського обліку в умовах постіндустріальної економіки: монографія. Житомир: ЖДТУ, 2010. 652 с.



Людмила Кушнір

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
обліку та оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО Кам'янець-подільський державний інститут
м. Кам'янець-Подільський,*

Ілля Гораши

*здобувач першого бакалаврського рівня
спеціальності «Облік і оподаткування»
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

24 лютого поточного року на Україну була здійснена збройна агресія з боку Російської Федерації, внаслідок чого цього ж дня, Указом Президента України №64/2022 було введено воєнний стан [1].

Збройна агресія російської федерації справляє руйнівний вплив на економіку нашої країни та її фінансову систему. Протидіяти цьому, а також створювати умови для відновлення втраченого, можна лише спираючись на сучасну інформаційну основу управління – бухгалтерський облік і фінансову звітність.

В умовах воєнного стану бухгалтерський облік в Україні має бути орієнтований на забезпечення оперативною інформацією всіх суб'єктів управління, а також на підготовку інформативної бухгалтерської звітності для інвесторів і кредиторів. Для досягнення максимального ефекту від організації бухгалтерського обліку на підприємстві необхідно знати коло назрілих проблем та шляхи їх подолання, що спричинює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз діяльності вітчизняних підприємств під час воєнних дій на території України показав, що вона зазнає таких негативних наслідків:

- 1) тимчасова консервація виробництва у постраждалих районах або його ліквідація внаслідок фізичного знищення;
- 2) пошкодження або втрата запасів та інших активів;
- 3) порушення логістичних ланцюжків діяльності;
- 4) істотні коливання цін на сировину й валютних курсів;
- 5) зниження обсягів реалізації і збільшення збитків від бізнесу в постраждалих районах тощо.

Введення воєнного стану на території України суттєво змінило підходи щодо організації та ведення господарської діяльності підприємств та організацій.

Найбільш вразливими для впливу обставин із зовнішнього середовища, звичайно є середній бізнес. Відтак, на його підтримку було розгорнуто масштабну систему пільг та послаблень. Зокрема, згідно Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів

України щодо дії норм на період дії воєнного стану» для ФОП було запроваджено наступні зміни:

- 1) добровільна сплата єдиного податку, починаючи з березня 2022 року;
- 2) звільнення платників єдиного податку (ЄП) від сплати єдиного соціального внеску (ЄСВ) за себе і за мобілізованих працівників починаючи з березня поточного року;
- 3) зниження ставки єдиного податку з 5% до 2%.
- 4) мобілізовані підприємці або підприємці-військовослужбовці повністю звільняються від податкового навантаження, а також обов'язку з подання Податкової декларації з ПДВ [3].

Велика кількість новацій торкнулись нарахування заробітної плати та пов'язаних із нею виплат та платежів. Зокрема, було скасовано пеню за несвоєчасну сплату ЄСВ, а також відмінено всі штрафні санкції на період дії воєнного стану. Окрім того, ФОП 2 та 3 груп, а також юридичних осіб, платників єдиного податку 3 групи було звільнено від сплати ЄСВ за мобілізованих працівників [2].

Значної актуальності набули особливості обліку гуманітарної та благодійної допомоги. Так, Міністерство фінансів України, у своєму листі від 27 квітня 2022 року нагадав про діючий Порядок бухгалтерського обліку гуманітарної допомоги, який був прийнятий у 1999 році. Згідно з ним отримана гуманітарна допомога обліковується за дебетом рахунків грошових коштів, товарів, запасів та іншого майна у кореспонденції із рахунком 48 «Цільове фінансування і цільові надходження» [4].

Під час воєнного стану, держава має право вилучити у юридичної особи майно на потреби оборони. Згідно з дослідження Озерова О. у випадку вилучення майна формується відповідний Акт про примусове відчуження або вилучення майна, при цьому таке майно не потрібно списувати з балансу підприємства. Необхідність подальшого його обліку пов'язана із тим, що після закінчення дії правового режиму воєнного стану таке майно повинно бути повернуто власнику.

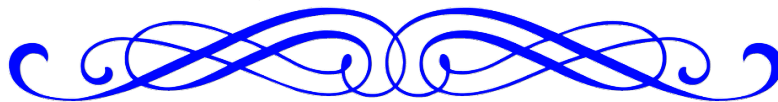
Для забезпечення точності бухгалтерського обліку, рекомендується ввести додатковий субрахунок до рахунку 10 «Основні засоби», із перенесенням на нього всього майна, вилученого державою. Амортизація в цьому випадку нараховується у звичайному порядку із подальшим віднесенням її у кредит рахунку 977 «Інші витрати звичайної діяльності». Після повернення майна у власність підприємства, достатньо буде просто перенести його із додаткового субрахунку на попереднє місце його обліку [5].

На основі проведеного дослідження, можемо побачити, що запровадження правового режиму воєнного стану суттєво вплинуло на звичний порядок ведення бухгалтерського обліку.

На сучасному етапі організація обліку відіграє стратегічну роль в управлінні діяльністю суб'єктів підприємницької діяльності, тому існуючі проблеми потребують постійного вирішення, що можливе лише на основі глибоких теоретичних досліджень.

Література:

1. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України №64/2022 від 24 лютого 2022 року. URL:<https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> (дата звернення 24.09.2022).
2. Семенченко Ж. Нарахування та сплата ЄСВ у воєнний час: актуальні питання. Професійний бухгалтер. 2022. №11. URL:<https://ibuhgalter.net/material/1301/25855>(дата звернення 25.09.2022).
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо адміністрування окремих податків у період воєнного, надзвичайного стану: Закон України від 01.04.2022 р. №2173- IX. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2173-20#Text> (дата звернення 27.09.2022).
4. Мінфін нагадав порядок бухобліку гуманітарної допомоги. URL: <https://interbuh.ligazakon.net/article?id=145431&edition=10>(дата звернення 26.09.2022).
5. Озерова О. Майно юрособи забрали на потреби оборони: що з обліком та податками. Головбух. 2022. №10. URL: <https://egolovbuh.mcfr.ua/960396> (дата звернення 16.10.2022).



Олександр Лаврук

*доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С. Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Тарас Косюк

*магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДАННЯ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ**

Розвиток системи охорони здоров'я в Україні в умовах воєнного стану має ключове значення для соціального забезпечення населення та осіб, які беруть участь у різних структурах оборони. Разом з тим, суттєве збільшення дефіциту державного бюджету України з метою фінансування сектору безпеки і оборони зменшує можливості держави щодо фінансування охорони здоров'я та продовження медичної реформи. З іншого боку, пандемія COVID-19 дала змогу зробити висновок про не високий рівень якості надання медичних послуг та незадовільний стан медичної інфраструктури і медичного забезпечення в Україні, адже практично всі районні та обласні лікарні в державі не мали достатньої кількості апаратів штучної вентеляції легеней, а ті що були практично всі були застарілими. Однією із причин такого стану вітчизняної галузі охорони

здоров'я, на наш погляд, пов'язано із системним недофінансуванням лікувальних закладів, де-юре безплатною медициною та відсутністю системи обов'язкового страхування життя.

Варто визнати, що безкоштовної медицини в Україні не існує де-факто, адже більша частина ліків для лікування чи здійснення операцій придбавається пацієнтами за власні кошти. Вирішенням цієї ситуації в Україні може стати реформа децентралізації та активна участь об'єднаних територіальних громад в процесі реформування медицини і підвищення якості медичних послуг. Тому на рівні ОТГ доцільно офіційно затвердити перелік платних медичних послуг і розмістити їх на офіційному сайті лікарень, а також на відповідних інформаційних стендах в приміщенні органів місцевого самоврядування. В такому випадку пацієнт буде знати, яку суму коштів йому необхідно зібрати для проведення тієї чи іншої операції чи лікування. Офіційна оплата за медичні послуги через механізм державно-приватного партнерства дозволить пацієнтам контролювати якість послуг, мати відповідний захист у суді у випадку неякісного надання медичної послуги, а лікарні – зможуть акумулювати фонд коштів для оновлення основних фондів, закупівлі новітнього медичного обладнання, а також офіційних доплат працівникам, що дозволить підвищити їх соціальний захист, матеріальне забезпечення та стануть мотивацією для надання якісних медичних послуг. Безумовно, платні послуги не повинні стосуватися людей похилого віку та дітей до певного віку (тут уже на розсуд громади). Запровадження платних послуг, на наш погляд, дозволить місцевим лікарням швидко оновити основні засоби та стати ефективними лікувальними закладами громад.

Важливим елементом в процесі трансформації фінансового і організаційного забезпечення охорони здоров'я в Україні безумовно є заходи щодо підвищення якості медичних послуг, що, на наш погляд, залежить від своєчасної діагностики стану здоров'я населення. Таким чином, лікарням ОТГ та управлінням охорони здоров'я необхідно вирішити питання забезпечення комплексної діагностики здоров'я населення шляхом виїзду безпосередньо в населені пункти для проведення обов'язкового медичного огляду.

Для цього, пропонуємо придбати пересувний діагностичний центр. Такий центр можна імпортувати з-за кордону за нульовим тарифом, або закупляти в Україні, вони обладнуються в нас. Комплектації таких центрів різні, на базі мікроавтобуса, автобуса і навіть на базі великогабаритної вантажівки є хірургічний центр, який дозволяє зробити декілька операцій на день [1].

Такий діагностичний автомобіль дозволяє зробити повну діагностику здоров'я людини, адже має рентген-кабінет, оглядовий стіл-трансформер, кисневу і вакуумну маску всі необхідні інструменти, генератор живлення тощо. Питання, де взяти гроші? Звичайно автомобіль недешевий – його вартість приблизно 240 тис. доларів США. На перший погляд невідомна сума для місцевої лікарні.

Тому для вирішення цієї проблеми пропонуємо зареєструвати проект з купівлі пересувного діагностичного центру на базі автобуса на сайті Велика ідея – спільно кошт. Цей сайт дає змогу збирати кошти на проекти, в даному випадку

на автомобіль. Тобто якщо кожен поповнить рахунок такого проекту на 100 грн., то для цього буде треба 65 тис. людей, а у випадку залучення меценатів, благодійників, волонтерів та діаспори кількість учасників проекту можна зменшити і за 50-60 днів отримати необхідну суму для закупівлі пересувного діагностичного центру.

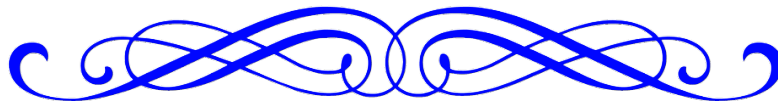
Придбання такого автомобіля дозволить сформувати графік обов'язкової діагностики здоров'я всього населення громади та своєчасно проводити лікування хворих, що безумовно вплине на ефективність діяльності місцевих лікарень, адже дасть змогу проводити превентивні заходи з підтримки здоров'я громадян, а не лікувати постфактум, після звернення громадян до лікарні, яке досить часто є вже запізнлим.

Така діагностика може бути платною послугою вартість якої розраховуватиметься з позицій затрат часу громадян на поїздку до лікарні, комплексності діагностики тощо.

Таким чином впровадження платних послуг та комплексна своєчасна діагностика здоров'я населення є основними управлінськими заходами об'єднаних територіальних громад, які в умовах воєнного стану дозволять вирішити проблеми медичної галузі України. Окрім цього, зважаючи на активний розвиток волонтерського руху в Україні та на міжнародну допомогу, сьогодні є хороший шанс для якісної зміни системи охорони здоров'я нашої держави.

Література:

1. Парубчак І. О., Сіренко Р. Р., Рибчич І. Є. Формування та реалізація державної політики реформ у системі охорони здоров'я на сучасному етапі викликів пандемії COVID-19 в Україні. Публічне управління та митне адміністрування, № 4 (31), 2021. С. 27-31.
2. Клініка на колесах. URL: <http://www.giftoflife.org.ua/klinika-na-kolesah/>



Василь Лучик,

*доктор економічних наук, професор кафедри інклюзивної економіки,
кібернетики і комп'ютерних технологій
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Олександр Горін,

*магістрант з публічного управління та адміністрування
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ПУБЛІЧНА СЛУЖБА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Звичайний режим роботи державних службовців, що визначений та закріплений у діючому законодавстві, забезпечення їх прав та законних інтересів, а також створення безпечних умов праці задля виконання професійних повноважень та обов'язків в умовах війни стають майже неможливими. Хоча,

держава зобов'язана зробити усе можливе з метою збереження та відновлення роботи державних органів, що забезпечують суспільний порядок та безпеку, надають адміністративні послуги та забезпечують права громадян.

В умовах війни питання нормативного чіткого визначення організації дистанційної роботи державних службовців є украй важливим, та чи не єдиним виходом із ситуації в якій перебуває країна.

Для публічних службовців із територій, де ведуться бойові дії, важливою буде стаття 4 про особливості розірвання трудового договору з ініціативи працівника Закону України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану», із змінами, внесеними згідно із Законом № 2352-ІХ від 01.07.2022[1].

Відповідно до цієї статті, у зв'язку з веденням бойових дій у районах, де розташоване підприємство, установа, організація, та існуванням загрози для життя і здоров'я працівника він може розірвати трудовий договір за власною ініціативою. Причому у строк, зазначений у його заяві (крім випадків примусового залучення до суспільно корисних робіт в умовах воєнного стану, залучення до виконання робіт на об'єктах критичної інфраструктури).

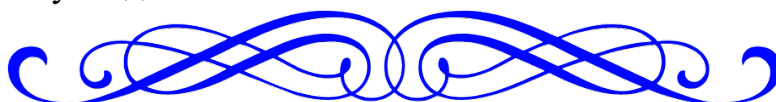
Після звільнення колишні публічні службовці з таких територій, крім того, зможуть займатися підприємницькою діяльністю, знайти іншу роботу. А їм це заборонено під час перебування на державній службі чи на службі в органах місцевого самоврядування.

Буде корисною і стаття 7 закону. Вона спрощує порядок організації діловодства з питань трудових відносин, оформлення і ведення трудових книжок та архівного зберігання відповідних документів у районах активних бойових дій. Такий порядок визначається роботодавцем самостійно, за умови забезпечення ведення достовірного обліку виконуваної працівником роботи та обліку витрат на оплату праці. У період дії воєнного стану сторони трудового договору можуть домовитися про альтернативні способи створення, пересилання і зберігання наказів (розпоряджень) роботодавця, повідомлень та інших документів з питань трудових відносин і про будь-який інший доступний спосіб електронної комунікації, який обрано за згодою між роботодавцем і працівником[2].

Проблематика урегулювання зазначених питань полягає у тому, що період війни є непередбачуваним у часових рамках, в затратах ресурсів та необхідному людському потенціалі. Однак, перш за все важливим є дотримання загальноприйнятих конституційних принципів та принципів державної служби, дотримання загальнолюдських цінностей та моральних якостей.

Література:

1. Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану». Із змінами, внесеними згідно із Законом № 2352-ІХ від 01.07.2022.
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо функціонування державної служби та місцевого самоврядування у період дії воєнного стану» від 12.05.2022 № 2259-ІХ



Володимир Макарчук

доктор юридичних наук, професор

*Інститут права, психології та інноваційної освіти Національного
університету «Львівська політехніка»,*

м. Львів, Україна

Галина Грещук

доктор економічних наук, доцент

Львівський національний університет природокористування,

м. Дубляни, Україна

ЩОДО ВИДІВ ПІДПРИЄМСТВ У СТАРОДАВНЬОМУ РИМІ ТА В УКРАЇНІ

Римське право надало поштовх до зародження права у різних країнах світу. Стабільний розвиток економічних відносин полягає у належному функціонуванні юридичних осіб [1, с. 66-67]. Розглянемо види юридичних осіб, які були у Стародавньому Римі та функціонують в Україні на даний час, чим підтримують економічну ситуацію в державі.

У Римі існували такі види юридичних осіб: державна, а згодом і імператорська скарбниця, муніципії, різні спілки осіб однієї професії – м'ясників, пекарів, ремісників, могильників тощо, а також різноманітні релігійні об'єднання [2, с. 42]. В Україні на даний час теж є такі юридичні особи як спілки, релігійні об'єднання тощо.

Об'єднання перших індивідуальних підприємців у Стародавньому Римі, а потім підприємств на професійній основі, визначило напрямок розвитку світового господарства, оскільки багато з цих асоціацій з часом трансформувалися в політичні партії, офіційні або таємні громадські організації тощо [3]. Отже, провадження підприємницької діяльності у Стародавньому Римі здійснювалося за допомогою підприємців та підприємств.

Відповідно до ч.1 ст. 63 Господарського кодексу України, в Україні можуть діяти підприємства таких видів: приватне підприємство, підприємство, що діє на основі колективної власності, комунальне підприємство, державне підприємство, підприємство, засноване на змішаній формі власності, спільне комунальне підприємство та інші [4]. Тобто, підприємства, відповідно до вказаної класифікації поділяються залежно від форм власності.

Отже, ще у Стародавньому Римі уже функціонували підприємства. В Україні продовжується історія діяльності підприємств. Відповідно до Господарського кодексу України, функціонують підприємства, які поділяються залежно від форм власності. Тобто, суб'єкти господарювання у вигляді підприємств вкладають кошти у державний бюджет, чим підтримують нашу країну у непростий час – час перебування у війні.

Література:

1. Туркот О. А. Щодо ознак юридичних осіб у римському праві. Приватно-правові та публічно-правові відносини: проблеми теорії та практики.

- збірник матеріалів міжнародної конференції (м. Маріуполь, 24 вер. 2021 р.).
Маріуполь. ДонДУВС. 2021. С. 66-68.
2. Борисова В. І., Баранова Л. М., Домашенко М. В. та ін. Основи римського приватного права: Підручник за заг. ред. В. І. Борисової та Л. М. Баранової. Х.: Право, 2008. 224 с.
 3. Bogdan Derevyanko, Olha Turkot. The genesis of corporate relations in Ancient Rome and their impact on Ukrainian legislation . Entrepreneurship, economy and law. №7. 2021. P.69-77. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2021/7/12.pdf>
 4. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення: 19.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 07.11.2022).



Тетяна Маренич
доктор економічних наук, професор
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна

Тетяна Ковальова
кандидат економічних наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет,
м. Харків, Україна

ПРОФЕСІЙНЕ СУДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРА ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ

З розвитком глобалізації, кризовими явищами в економіці, появою нових об'єктів обліку, нових видів ризиків важливість і актуальність професійного судження бухгалтера суттєво зростає, а самі судження стають більш суб'єктивними та складними, оскільки зростає невизначеність. Складність полягає в тому, що потрібно оцінити об'єкти обліку та статті звітності неупереджено з урахуванням перспектив на майбутнє.

Як правило, в науковій літературі під професійним судженням бухгалтера розуміється сформоване судження в умовах невизначеності, що базується на професійних знаннях і вміннях бухгалтера, яке уможливорюється за відсутності законодавчо-нормативного документа, який описує порядок бухгалтерського обліку відповідного об'єкта обліку, наявності методологічних альтернатив його ведення або прямої вказівки на застосування такого судження при формуванні достовірної фінансової звітності. Більшість дослідників пов'язують використання професійного судження бухгалтера з розробкою облікової політики та складанням фінансової звітності. На наше переконання сфера його застосування є набагато ширшою і пов'язана з виконанням функцій професійного бухгалтера. Бухгалтер вдається до професійного судження і в інших ситуаціях при виконанні своїх професійних обов'язків. Це: внесення коригувань до облікової політики у зв'язку з постійними змінами в законодавстві; необхідність вибору раціонального варіанту організації бухгалтерського обліку, включаючи оцінку можливості передачі

бухгалтерського обліку та звітності на аутсорсинг; застосування вимог і припущень (принципів бухгалтерського обліку) в ході бухгалтерського обліку та підготовки фінансової та нефінансової звітності; розробка інформаційного формату для зовнішніх та внутрішніх користувачів, включаючи директорів та власників; використання резервів, як у бухгалтерському, так і в податковому обліку; управління ризиками (включаючи бухгалтерські та податкові ризики); здійснення податкового планування, що забезпечує мінімальний податковий ризик; проведення фінансово-економічного аналізу, як класичного, так і його нових форм: *due diligence*, *forensic* та ін. [1].

Згідно з Концептуальною основою фінансової звітності при підготовці звітних форм необхідно дотримуватися вимог якісних характеристик фінансової інформації, які вказують на використання професійних суджень. Наприклад, в Концептуальній основі фінансової звітності зазначено, що фінансові звіти складаються з метою надання інформації, корисної для прийняття економічних рішень. Для того, щоб фінансова інформація була корисною, вона повинна бути доречною та правдиво подавати те, що вона призначена подавати. Корисність фінансової інформації посилюється, якщо вона є зіставною, її можна перевірити, вчасною та зрозумілою. Міркування у застосуванні якісних характеристик та вартісне обмеження можуть бути різними для різних типів інформації. Характерним для кожного суб'єкта господарювання аспектом доречності є суттєвість, що ґрунтується на характері або величині (чи обох) статей, яких стосується ця інформація у контексті фінансового звіту окремого суб'єкта господарювання. Тому РМСБО не може вказати єдину якісну граничну величину для суттєвості або наперед встановити, що може бути суттєвим у конкретній ситуації. МСБО 1 «Подання фінансової звітності» вимагає розкриття суттєвих облікових політик, проте не розтлумачує, які саме політики є суттєвими. Внесені в 2021 р. поправки до МСБО 1 уточнюють, що інформація про облікову політику є суттєвою, якщо користувачам фінансової звітності вона буде потрібна для розуміння іншої суттєвої інформації, що міститься у фінансовій звітності. Через ризики вуалювання інформації компанія має розкривати несуттєву інформацію про облікову політику, і така інформація не повинна затьмарювати суттєву інформацію про облікову політику. Рада з МСФЗ також видала поправки до МСБО 8 «Облікова політика, зміни в бухгалтерських оцінках та помилки», які пояснюють, як компанії повинні відрізняти зміни в обліковій політиці від змін в бухгалтерських оцінках. Так, облікова політика – це конкретні принципи, основи вимірювання та практики, що застосовуються суб'єктом господарювання при підготовці та поданні фінансової звітності. А облікові оцінки – це грошові суми у фінансовій звітності, які піддаються невизначеності вимірювань. Важливість розрізняти облікові політики і облікові оцінки викликана, перш за все, різницею в способах відображення їх змін (перспективно чи ретроспективно) [2].

Отже, враховуючи подальше удосконалення НП(С)БО у напрямку наближення їх до вимог міжнародної стандартизації, можна стверджувати про збільшення сфери застосування професійного судження бухгалтера в практиці вітчизняних підприємств. З розширенням сфери професійного судження бухгалтера встановлюються додаткові вимоги до його професійних компетенцій і морально-етичних якостей. Крім того, професійне судження сприяє адаптації

міжнародних стандартів фінансової звітності до національних умов та особливостей діяльності суб'єктів господарювання.

Література:

1. Babakulova M.K. (2022). Accountant's professional judgment in the conditions of the transition to a digital economy. Conferencea, 90–100. Retrieved from. URL: <https://conferencea.org/index.php/conferences/article/view/1512> (дата звернення: 26.10.2022).
2. Олена Харламова. Актуальні оновлення МСБО 1 і МСБО 8: облікова політика і оцінки в фокусі уваги. URL: <https://amsfo.com.ua/aktualni-onovlennia-msbo-1-i-msbo-8-oblikova-polityka-i-otsinky-v-fokusi-uvahy/> (дата звернення: 26.10.2022).



Світлана Масловська

*старший державний інспектор
відділу податкових сервісів Кам'янець-Подільської ДПІ ГУ ДПС
у Хмельницькій області*

Олег Коркушко

*кандидат економічних наук, доцент
кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім.С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

З початку війни в Україні, усі суб'єкти господарювання відчули на собі ряд змін, в тому числі й щодо сплати податків. Надзвичайні умови ведення господарської діяльності в період дії режиму воєнного стану на території України вимагали ухвалення відповідних законодавчих актів, якими будуть врегульовані звичні в мирний час процеси, зокрема такі, як подання звітності та сплата податків. Прийнятий 15.03.2022 р. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» (далі – Закон) [1], що був опублікований і набрав чинності 17 березня, здебільшого має у фокусі уваги оподаткування суб'єктів господарювання, що цілком логічно, адже створення сприятливого податкового режиму – це запорука для збереження функціонування суб'єктів господарювання та робочих місць, це необхідна складова державної підтримки для працюючої економіки, що забезпечує життєдіяльність нашого народу, а також наповнює податками та іншими обов'язковими платежами бюджету.

З 01 квітня цього року до припинення або скасування воєнного стану на території України фізичні особи-підприємці, які є платниками єдиного податку І та ІІ групи, мають право не сплачувати єдиний податок. Потрібно звернути увагу, що держава не звільняє цих осіб від сплати єдиного податку, а надає право його не сплачувати, розраховуючи, що в умовах воєнного стану таким правом скористаються ті, хто дійсно не має змоги сплачувати цей податок. Законом

передбачено, що такі особи не заповнюють декларацію платника єдиного податку – фізичної особи-підприємця за період, в якому єдиний податок не сплачувався;

У цей же період відсоткова ставка єдиного податку для платників єдиного податку третьої групи встановлюється у розмірі 2 % доходу визначеного відповідно до ст. 292 Податкового кодексу України (п.п. 9.4 п. 9 підрозд. 8 розд. XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України) [2].

Доходом платника єдиного податку для фізичної особи – підприємця є дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі, матеріальній або нематеріальній формі. При цьому до доходу не включаються отримані такою фізичною особою пасивні доходи у вигляді процентів, дивідендів, роялті, страхові виплати і відшкодування, доходи у вигляді бюджетних грантів, а також доходи, отримані від продажу рухомого та нерухомого майна, яке належить на праві власності фізичній особі та використовується в її господарській діяльності.

Податковий (звітний) період для платників єдиного податку третьої групи, які використовують особливості оподаткування, встановлені п. 9 підрозд. 8 розд. XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України, дорівнює календарному місяцю. Для обрання або переходу на спрощену систему оподаткування суб'єкт господарювання подає до контролюючого органу заяву. При цьому до заяви не додається розрахунок доходу за попередній календарний рік [2].

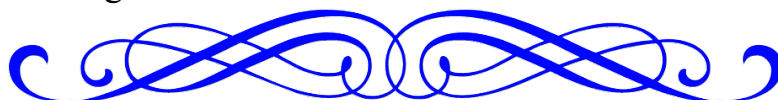
Суб'єкт господарювання вважається платником єдиного податку з наступного робочого дня після подання такої заяви.

Отже, фізична особа – підприємець платник – єдиного податку, який подав заяву щодо переходу на спрощену систему оподаткування з особливостями, встановленими п. 9 підрозд. 8 розд. XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України в середині місяця після 01 квітня 2022 року, обраховує місячний дохід, з метою його оподаткування за ставкою 2 %, починаючи з наступного робочого дня після подання такої заяви.

Таким чином, вище перелічені особливості застосування спрощеної системи оподаткування дають можливість протягом дії правового режиму воєнного стану створити сприятливе податкове середовище для суб'єктів господарювання, які мають бажання і можливість здійснювати господарську діяльність, а також забезпечити наповнення бюджету за рахунок сплати зниженої ставки єдиного податку III групи. Це буде забезпечувати певний баланс приватних і публічних інтересів в умовах воєнного стану, які наразі співпадають, адже відновлення української економіки є спільною метою держави і суспільства.

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15 березня 2022 року № 2120-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
2. Податковий кодекс України: Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>



Яна Мельничук

*радник голови Кам'янець-Подільської районної ради,
голова ГО «Національна асоціація соціальних працівників»*

Вадим Хіневич

*магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ДІТЕЙ І МОЛОДІ

Незважаючи на відносно високі державні витрати на системи соціального захисту (4,9 відсотка ВВП), охоплення найбідніших верств населення та адекватність виплат є недостатніми. Головним чином це пояснюється тим, що система соціального захисту в Україні є поєднанням програм соціального забезпечення, успадкованих від Радянського Союзу, та багатьох додаткових пільг, які є переважно категоричними, фрагментованими, часто з дублюючими цілями та погано адаптованими до поточних потреб.

Україна розпочала реформу децентралізації в 2015 році, щоб зробити уряд більш підзвітним населенню та забезпечити задоволення потреб і реалізацію прав у цій великій та різноманітній країні. У той час як повноваження переходять униз, новостворені місцеві органи влади отримують більшу відповідальність за надання послуг і часто вищі бюджети. Проте децентралізація також принесла численні виклики та суперечливі пріоритети. Наприклад, місцева влада зазвичай надає перевагу економічним справам (таким як дороги та комунальні послуги) над соціальними послугами (соціальний захист та охорона здоров'я).

Для будь-якої країни інвестування в дітей, включаючи соціальний захист, що враховує інтереси дітей, має вирішальне значення. Ефективне соціальне забезпечення пом'якшує наслідки бідності, зміцнює сім'ї у виконанні ними ролі догляду за дітьми та покращує доступ до основних послуг для найбідніших і найбільш маргіналізованих. По суті, надання належних інвестицій, щоб діти могли розвиватися, є моральним імперативом. Інвестиції в дітей також можуть принести користь їхнім сім'ям, громадам і принести позитивні переваги економіці та суспільству в цілому.

Так, Програма соціальної політики ЮНІСЕФ зосереджена на сприянні рівності дітей та покращенні соціального добробуту через адвокацію та технічну підтримку Уряду України в чотирьох сферах:

1. Подолання бідності та макрополітика щодо дітей. Цей компонент спрямований на рушійні сили бідності та соціальної ізоляції в основних сферах життя дітей за допомогою спеціальної аналітичної підтримки та адвокації. Основна увага приділяється покращенню підходів до вимірювання дитячої бідності, включаючи багатовимірні аспекти дитячої бідності. Інша мета полягає в тому, щоб діти залишалися в авангарді Національної стратегії подолання бідності та сприяння сімейній політиці, орієнтованій на дітей.

2. Соціальний захист з акцентом на комплексні модальності. Компонент призначений для покращення ефективності грошових трансфертів у зменшенні

бідності серед уразливих дітей та їхніх сімей, включаючи дітей-переміщених осіб, а також для розширення системи соціального захисту за межі грошових трансфертів шляхом зміцнення місцевих 12бїж секторальних підходів, управління випадками та надання місцевих соціальних послуг.

3. Державні фінанси для дітей. ЮНІСЕФ тісно співпрацює з галузевими міністерствами та Міністерством фінансів, щоб максимізувати вплив державних витрат на дітей і надати переконливі докази, щоб гарантувати, що права дітей вважаються пріоритетом у бюджеті, орієнтованому на результати, і в Середньостроковій програмі витрат.

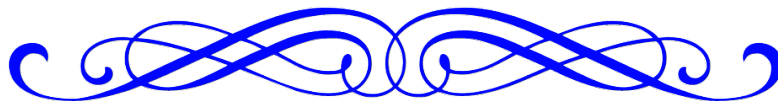
4. Місцеве управління та підзвітність з акцентом на міста, дружні до дітей. Реалізуючи глобальну ініціативу «Місто, дружнє до дітей та молоді», ЮНІСЕФ в Україні співпрацює з партнерами, щоб реалізувати права дітей через місцеві зобов'язання та інвестиції. Ініціатива сприяє здоровій конкуренції між муніципалітетами в їхніх зусиллях усунути прогалини в справедливості та поставити дітей на перший план своїх завдань. У 2018 році понад 160 муніципалітетів приєдналися до Ініціативи, 22 отримали технічну підтримку від ЮНІСЕФ, з яких 15 отримали статус кандидата.

Діти та молодь мають права, викладені в Конвенції ООН про права дитини, але не всі вони мають рівні можливості. Політики різних рівнів часто заявляють, що діти – наше майбутнє. Але які реальні дії мають супроводжувати ці слова? Як зробити роботу ефективнішою не тільки в майбутньому, а й у сьогодні? Наскільки рішення Уряду та суспільства захищають інтереси, задовольняють потреби та враховують голоси дітей та молоді?

З початком реформи децентралізації в Україні з'явилося вікно можливостей для місцевої політики щодо дітей та молоді. ЮНІСЕФ розробив дієвий інструмент допомоги місцевій владі впроваджувати механізми захисту інтересів дітей та молоді: ініціативу «Місто, дружнє до дітей та молоді».

Література:

1. Social policy programme. UNICEF focuses on the critical impact social and economic policy have on children. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/en/social-policy-programme>
2. Child and Youth Friendly Municipality Initiative. Children at the heart of the community. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/en/child-and-youth-friendly-municipality-initiative>



Zoriana Myronchuk

*Doctor Economics, associate professor department
of accounting and taxation
Lviv National University of Nature Management, city of Dublyany*

Ruslana Andrushko

*Doctor Economics, associate professor department
of accounting and taxation
Lviv National University of Nature Management, city of Dublyany*

IMPACT DIGITALIZATION ON TRANSFORMATION IN THE ORGANIZATION ACCOUNTING: STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

In recent years, development of information technologies in the world economy is proceeding at a very high pace. Therefore, in modern conditions, an accountant cannot imagine the process of accounting without the use automation tools. The development technology has led to the digital revolution, which has given rise to new concepts and processes. Such a concept is «digitalization».

The word «digitalization» comes from the English language and means the penetration of digital technologies into all spheres social life. The exact translation from English means «digitization».

In a broad sense, digitalization, according to scientists O. Yu. Gusev and S. V. Legominov, means the transformation information into digital form [1, p. 33-39].

According to O. Lytvynov, «digitalization is a phenomenon that causes successive transformations the sociocultural code, united by a common vector of development» [2, p. 170–172]. In the world, there are three main directions in which digitization is moving, namely the increase productivity and the creation of completely digitized enterprises in the future (Fig. 1).

Singapore became the first country in the world to operate an electronic government. Estonia, Georgia and a number of Scandinavian countries have also already digitized public services. Estonia and Georgia are advanced states in the digitalization of government processes, where it has been possible to vote in elections online since 2005. «The electronic voting system is actively used in the USA and is being implemented in the EU countries.»

In Ukraine, we have also implemented a document digitization system, an example of which is Diya, where electronic documents such as Ukrainian and foreign passports, vaccination certificates, driver's licenses, etc. are entered. The Zelenskyi Government has also set itself this goal. The electronic country, or e-country, is today's challenge [3].

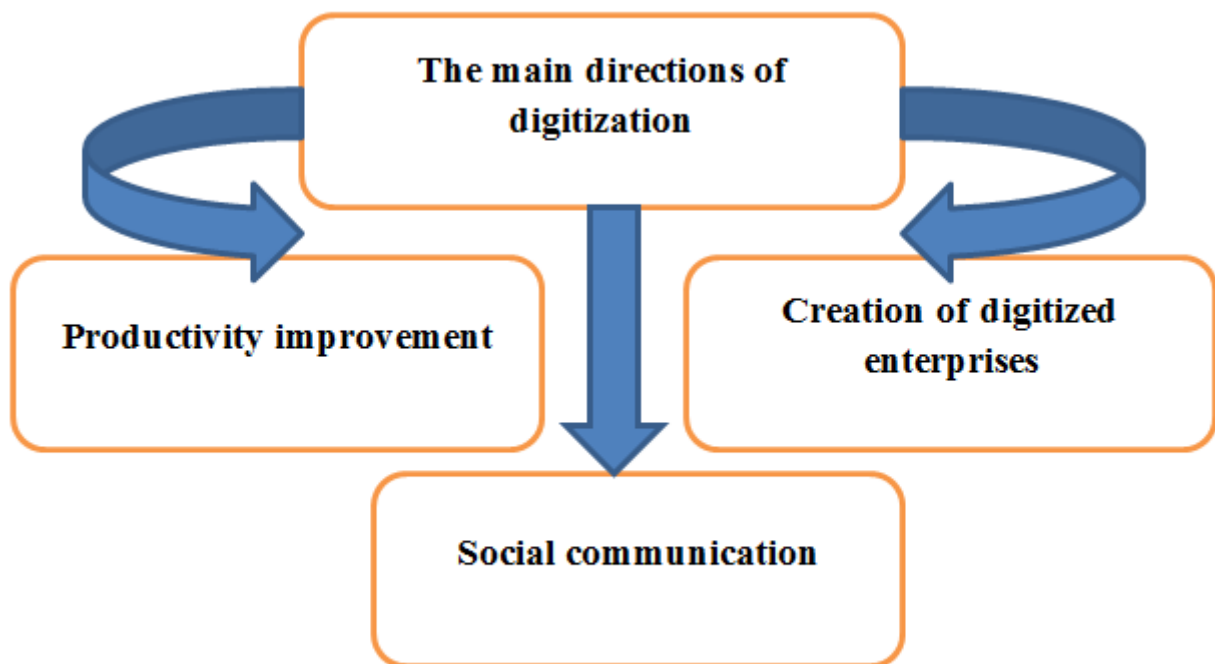


Fig. 1 Directions in which digitization moves

The process of using digitization in accounting organization is extremely important. «Digitalization of accounting» is aimed at forming the necessary theoretical knowledge and practical skills in the field operation and use of computer systems and technologies and the possibilities of their use in accounting for the digitization of accounting functions.

In the process of researching state and prospects for the development of digitization accounting in Ukraine, a survey was conducted of 76 large and medium-sized enterprises (the number of employees from 50 to 1,000 people, among whom 26% are engaged in agriculture; 22% in trade; 13% in pharmaceuticals; 18% belong to budget sphere and all others – representatives of various types of business), which made it possible to draw the following conclusions: accounting is more digitized than other business processes due to the automation of payments and reporting[4, p. 70–76].

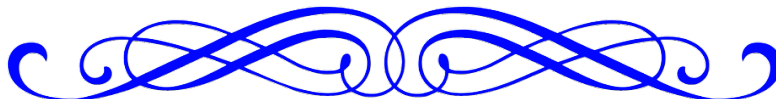
Therefore, in the conditions of nanotechnology, in order to maintain the competitiveness of the enterprise, it is necessary not to be afraid to use the possibilities of digitalization in all possible directions and forms, including in the organization of accounting.

Digitization of accounting and its integration into the company's information system is a requirement of the modern digital era. Information system is aimed at increasing efficiency of the company's activities, strengthening its competitiveness and turning accounting into an art that «ensures the success» the company. And the conditions for the development digitization of the accounting organization are involvement of highly qualified specialists in this field, the development of outsourcing relations, freelancing, and the use of cloud technologies.

Literature:

1. Guseva O. Yu., Legominova S. V. Digitization – as a tool for improving business processes, their optimization. / O. Yu. Guseva, S. V. Legominova. - Economics. Management. Business. 2018. No. 1 (23). P. 33-39.

2. Litvinov O. M. Digitization on the threshold of digital Dachau. // O.V. Lytvynov - State and crime. New challenges in the postmodern era. - Kharkiv, p. 170–172 URL: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9635>.
3. On the approval of the Concept of the development of e-government in Ukraine: order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated September 20, 2017 No. 649- Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80#Text>.
4. Panasyuk B., Burdenyuk T., Muzhevich H. Peculiarities of the digital transformation of accounting. // B. Panasyuk, T. Burdenyuk, H. Muzhevich - Galician Economic Bulletin. 2021. No. 1 (68). P. 70–76.



Микола Павлюк
Головний бухгалтер ТОВ «Урсол К»,
м. Кам'янець-Подільський,

Ангеліна Охотська
здобувачка першого бакалаврського рівня
спеціальність «Облік і оподаткування»
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ВОЄННОГО СТАНУ НА ОРГАНІЗАЦІЮ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Воєнний стан та безпрецедентні економічні санкції, накладені агресорам, внесли нестабільність у світову економіку на додаток до пандемії та гуманітарної трагедії, що розгортаються. Незважаючи на те, що економічні наслідки російсько-української війни є невизначеними та змінюються, очевидним є те, що вони вплинули на бізнес, підприємства, постачальників та клієнтів яких знаходяться в Україні. Крім того, війна вплинула на ряд інших підприємств та організацію обліку в них.

Війна залишає за собою критичні наслідки, але, як і у випадку з іншими серйозними проблемами, такими як глобальна пандемія чи економічний спад, є багато подібних проблем, які потрібно вирішити. Це втрата здатності контролювати, можливості здійснювати значний вплив або припинення діяльності або здійснювати бухгалтерський облік. Через значні зміни в економічному та політичному середовищі в результаті війни суб'єкти господарювання з дочірніми компаніями, інвестиціями або діяльністю в постраждалих регіонах можуть втратити контроль або здатність здійснювати значний вплив на облікові операції.

Суб'єктам господарювання, які роблять це, може знадобитися переглянути свої бухгалтерські висновки, пов'язані з обліком за методом консолідації або участі в капіталі. Наприклад, суб'єкт господарювання, що звітує, повинен

повторно оцінити, чи є юридична особа суб'єктом господарювання зі змінною часткою участі, якщо через війну відбулася одна або більше подій перегляду. Суб'єктам господарювання з інвестиціями за методом участі в капіталі може знадобитися розглянути питання про те, чи здатні вони здійснювати значний вплив на об'єкт інвестування за методом участі в капіталі, або інвестиції за методом участі в капіталі не є тимчасово знеціненими. Крім того, суб'єкти господарювання можуть вирішити продати або відмовитися від довгострокових активів у постраждалих регіонах. Якщо активи відповідають критеріям утримуваних для продажу, суб'єкт господарювання зобов'язаний оцінити їх за меншою з двох величин: балансовою вартістю або справедливою вартістю за вирахуванням витрат на продаж. Активи вважаються покинутими лише тоді, коли вони вибувають; однак перед фактичним вибуттям суб'єктові господарювання слід розглянути, чи не зменшилася корисність активу на основі утримання та використання[1].

Деяким компаніям, які опинились у розпалі війни, важко підтримувати свою діяльність на плаву, створюючи невпевненість щодо продовження безперервної діяльності. Фактори, які впливають на статус безперервної діяльності, включають рух грошових коштів, вартість активів і зобов'язань.

На статус безперервної діяльності компанії може вплинути війна, якщо виконується будь-яке з наведеного нижче:

- підприємство яке покладається на фінансування, пов'язане з санкціями або будь-якою організацією, яка заморозила чи арештувала активи;
- підприємство яке залежало від підтримки компаній країни-агресора;
- припинення продажів у Росії, що призвело до зниження прогнозу реалізації;
- порушення договорів і тому є предметом судового розгляду[2]

Якщо підприємство має зв'язки з країнами, які під дією санкцій та існує матеріальна невизначеність, слід проаналізувати, чи це вплине на статус безперервної діяльності. Суттєва невизначеність також вимагає розкриття інформації у фінансовому звіті.

Якщо підприємство мало клієнтів в країні-агресорі, й втратили їх, потрібно оцінити, які економічні ризики це тягне за собою. Інші питання, пов'язані з визнанням доходу, включають зміну або розірвання договірних угод. Багато компаній можуть прагнути розірвати або переглянути умови існуючих контрактів і домовленостей у рамках подолання наслідків російсько-української війни. Найпоширенішими прикладами є договори оренди, контракти з клієнтами та умови фінансових домовленостей. Зміни до таких договорів можуть вимагати переоцінки обліку оренди та визнання доходу і все, що може вплинути на ціну транзакції[3].

Якщо підприємство має обов'язкового аудитора або має консолідовані фінансові звіти то вони перевіряються кількома аудиторами. Аудитори можуть не мати доступу до обов'язкової документації, не мати можливості проводити відеоконференції або не мати фізичного доступу.

Організація повинна оцінити, чи необхідно розкривати інформацію про вплив війни на підприємстві у фінансових звітах поточного періоду. Розкриття інформації про події після завершення періоду має бути відзначено за будь-чим, починаючи від припинення діяльності та збитків на кінець року. Наприклад, якщо підприємство зазнало великих збитків на російських акціях після кінця року, це вимагатиме розкриття інформації.

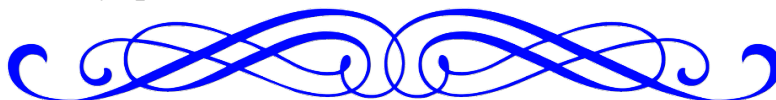
Якщо підприємство веде будь-який бізнес, слід визначити вплив воєнного стану на внутрішній контроль, зокрема відсутність доступу до інформації, модифіковані процеси, збої або відновлення нових засобів контролю.

Організація бухгалтерського обліку потребує особливого посилення нормативно-правової бази в умовах економічного спаду, спричиненого COVID-19 і посиленого війною, адже хакери можуть побачити більше можливостей для використання вразливостей, особливо в умовах санкцій і бойкотів. Життєво важливо розглянути підвищений ризик кібербезпеки та визначити, як порушення безпеки може вплинути на організацію бухгалтерського обліку і фінансову звітність. Такі події можуть негативно вплинути на визнання та оцінку фінансової звітності. Крім того, дані про інфляцію та обмінні курси в постраждалих країнах можуть стати рідкісними, ненадійними або піддаватися маніпуляціям таким чином, що суб'єктам господарювання може знадобитися надати належне розкриття інформації, щоб уникнути введення в оману користувачів фінансової звітності[4].

Таким чином, для суб'єкта господарювання може бути складно відокремити визнані та невизнані подальші події на глобальному ринку, який є надзвичайно нестабільним і на якому важливі події відбуваються щодня (наприклад, щоденна реакція фондового ринку на нову інформацію) воєнного стану. Зокрема, суб'єкти звітності повинні ретельно оцінювати інформацію, яка стає доступною після дати балансу, але до випуску фінансової звітності. Суб'єкти господарювання, що звітують, повинні розкривати як характер події, так і оцінку фінансового ефекту (або заяву про те, що оцінка не може бути зроблена) невизнаних наступних подій, якщо відсутність такого розкриття призведе до викривлень в бухгалтерському обліку та оманливої фінансової звітності.

Література:

1. Ховел Д. В., Велер К. П. Оцінка наслідків російсько-української війни для бухгалтерського обліку. URL: <https://deloitte.wsj.com/articles> (дата звернення 19.10.2022 р.).
2. Феелін С. А., Чайковський Л. А. Криптовалюта: особливості регулювання, варіанти обліку та оподаткування. Економіка та управління: проблеми, шляхи вирішення. 2018. 45 с.
3. К. Хоффман. Облік і аудит в епоху цифрових технологій. 2021. 92 с.
4. Аппельбаум Д., Коган А., Весарий М. та Єн З. Бізнес-аналіз та вплив систем підприємства на управлінський облік. 2020. 58 с.



Kateryna Pylypenko,
doctor of economic sciences,
Professor of the Department of Economics and
Hotel and Restaurant Business,
Bogdana Khmelnytsky Melitopol state pedagogical unaversitey
Melitopol, Ukraine

Yelyzaveta Pukas,
student of the world politics and economy program,
EHU, Vilnius, Lithuania

WHAT IS IT TO BE A HUMAN? EXPLORING THE POWER OF VITALITY

It will not be a secret, if I tell you that in the end of winter, on 24 February 2022 Russia invaded Ukraine. Everyone knows what is going on in our cities from news, but not everyone can understand what it makes us feel. How hundreds of rockets have been changing our mentality. How every Monday from 10.10.2022 rebuilds Ukrainian psychology? How after every single death we want to cry and to live more than before? So in this essay I will try to show a piece of quantum changes in our collective consciousness by example from my own life. It will be a kind of experiment. I am not pretending to be objective or to fix everything that I can see and feel (because for those who don't experience the same it could be really traumatic), but I believe that after reading this article you will recognize Ukrainians experience better. It will be my own surgery (I guess such metaphor, from which I consist of, has the closest meaning to what I am going to do with my soul during the next pages), but I am ready for it... Because it is really important to understand how all people from my nation still be humans. I guess, some answers are covering by interesting mechanism, that can be called adaptation. But I like word vitality more. I will talk about it later. So, you will read about transformations that haven't stopped yet. It has been happening with me for last 8 months.

It started at 6 am. I woke up because of strange noise. It was a blast. I couldn't believe that it happened. Only a week ago we were all joking about the meager cheapness of starting a war... (looking back on that morning, I can say only one thing - all of us felt that the war would start, we just didn't want to believe in it. Maybe an enormous amount of jokes was our defense mechanism)? I picked up the phone. There was a message from my close friend about bombings all over Ukraine.... It couldn't be truth, I thought. One more blast.

Mom came to my room and said: "The war began. Pack things".

You know — I thought it was the end. I cannot clear remember what I was doing during next hours. The head was spinning. My eyes were crying. I packed my things, caught the cat and left the house. I didn't know how much time I had left to live.

My world was totally destroyed. Only one question didn't live my head during that longest day — is it possible to live after all?

I didn't know then how much violence/crime/murder/rape/missile launching I would experience, but still I didn't have an answer. "How to forget it?" "How to

forgive?”

Awful feelings...

A few months later

Well. I changed at least 8 “houses” in a few months. These were interesting places. For example — the floor of a kindergarten in small village (just because the city, were we must stay for a night was bombing in a few kilometers away from us) or a large furniture quarter, where we obviously couldn’t sleep because of our scared cate...

Just to summarize: when the war lasts more than 8 months, the number of my houses will exceed 15.

Now I know how to hate and how to love. That is, as I understood, really complicated emotions. Because in one minute you want to hug every child, that was sitting with you in the bomb-shelter, and a few minutes later you want to kill every soldier, which (not whom) came to your land with weapon.

I faced with lots of panic attacks and taught how to take a deep breath. Also, I forgot how to sleep and eat well.

In the country that granted me temporary protection, I met a lot of people who know Russian, but I always chose to communicate in English where it was possible. Now I surely know how to protect my identity and roots.

Maybe one day I will understand how does it work. From where came this power. But for today it is a good result to reflect on hardships. I could be proud of myself.

A few months later

Okay. I cannot change this hell. Russians are terrorists, who do not allow you to feel safe even in another country... they will do everything to take us to mental prisons, because they want to break us.

Now I feel like as if experiencing the same as at the beginning of the war, but with triple force. Because I clearly know what they can do with us due to previous experience, also I can predict some of their next steps, but after every new crime, I see that there is no bottom in their violence. I repeat — they will do everything to break every person. Now they not even try to hide their true intentions – to totally destroy us as a nation.

What I can do, when almost nothing is under my control? What I discovered about myself during the longest months ever? I can assume that I understood only one thing - I can do my best. Step by step, rebuild your universe again and again ... to restore it even more actively after strong emotional upheavals. Continue doing it just because I must stay alive. Just must. Because who will rebuild my country if all of us will be dead?

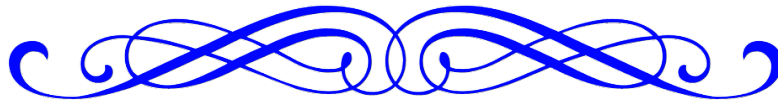
Let me share with you my small victory for today: I started planning my week. I had lost such opportunity since 24 of February.

And what about the best achievement - I still alive after all. Maybe that is my superpower: “My heart is full of something that will never die”, - the original quote from the Ukrainian classic literature masterpiece THE FOREST SONG by our great poetess Lesya Ukrainka... Psychologist call it vitality, but for Ukrainians it became a motto of our unbreakable.

You read a small part of my story. After exploring the power of vitality, I found out that it is one of the main characteristic of humanity. That is one of the answer...

that is our key. That is what surely make us human. But let me draw your attention to my own example.

Why vitality played an important role in my recovering? I guess such kind of love, I mean love of live, is a fragment of my DNA. That is a way in which all of my ancestry stayed alive during World Wars, hungers, concentration camps, other disasters and gave me an opportunity to be born. A similar desire for life can be traced in all our writers. About Lesya Ukrainka you have already read. But also we have Mykola Khvylovy, the poet of the executed revival, who was driven by the Soviet Union to commit suicide in 1933. He called this feature «the romance of Vitaism». And now, after suffering a huge variety of hardships, I could try to understand, what does he mean. We love all that connected with powerful force of life and this love becomes stronger if your death is near.



*Pylypenko Kateryna,
Doctor of Economics, Professor,
Bogdana Khmelnytsky Melitopol state pedagogical unaversitey
Melitopol, Ukraine*

НАЙКРАЩІ ІНВЕСТИЦІЇ У ЛЮДСЬКІЙ КАПІТАЛ

*«Найцінніший актив, який у вас є – це ви самі».
Уорен Баффет*

Як наголошує Вікіпедія, інвестиція, капітальні вкладення (від лат. invest, вкладення коштів) – господарська операція, яка передбачає придбання основних фондів, нематеріальних активів, корпоративних прав та цінних паперів в обмін на кошти або майно [1]. Сьогодні, коли відбувається війна в моїй державі, складність цього виду капіталовкладень полягає у самовираженні кожної людини та адаптації її до воєнного стану. Коли кожен день ти читаєш про втрати нашої країни, не матеріальні (вони теж поки неосяжні) а людські, питання інвестицій в себе, як ніколи постає гостро та актуально.

Інвестиція – це вкладання коштів в певний проект з метою отримати прибуток, і хоча спочатку цей термін використовувався винятково для фінансових операцій, сьогодні у нього більш широке значення. Інвестиції в себе і свій розвиток - це найкращий спосіб збільшити свій особистий капітал.

Як вже зазначалося, інвестиція – це грошові вкладення у проект з метою отримувати регулярний дохід чи збільшити власний капітал. І зразу виникає питання (виходячи з того, що ми фізичні особи а не підприємство), що ж таке інвестиції в себе?!

Інвестиції в людський капітал – це витрати фінансових ресурсів на покращення людських продуктивних можливостей заради зростання доходів, як правило це нематеріальні вкладення у власне життя та розвиток.

Людині важливо все, що приносить користь та полегшує життя у суспільстві. Знання, уміння, особистий бренд – усі ці нематеріальні поняття поєднуються у термін «символічний капітал». Подивимося, як він працює у трьох важливих сферах: освіти, соціальних зв'язках та особистій продуктивності.

Інвестувати в себе означає вкладати кошти в саморозвиток з метою отримати певну вигоду – піднятися кар’єрними сходами, досягти успіху в бізнесі, підвищити свій статус, і в результаті покращити свій матеріальний стан.

Всі ми прагнемо бути розумними, професійно привабливими, фінансово незалежними, досягти найвищого результату в усіх сферах життя. Для цього є простий алгоритм успіху, який ми представили у вигляді рис. 1.



Рисунок 1 – Складові елементи успіху особистості

Для отримання найвищої точки успіху, але хочу зазначити, що цю планку кожна людина для себе ставить самостійно, кожен повинен працювати над саморозвитком.

Основними напрямками в які люди вкладають протягом всього життя є:

- Інвестиції в здоров’я;
- Інвестиції в освіту;
- Інвестиції в саморозвиток;
- Інвестиції в соціальний капітал;
- Повноцінний відпочинок;
- Професійне спілкування;
- Інвестиції в зовнішній вигляд;
- Інвестиції в подорожі;
- Інвестиції в страхування.

Ми обрали декілька найвагоміших напрямів інвестування в себе, а саме:

- Інвестиції у здоров’я - без здоров’я немає енергії.
- Інвестиції в безпеку - без відчуття безпеки розвиток особистості завмирає і всі ресурси направлені на самозбереження.
- Освіта та навички – це відмінна інвестиція у себе.
- Продуктивність та планування, будь-які інвестиції починаються зі створення чіткого плану.
- Нетворкінг.
- Стиль та зовнішність.

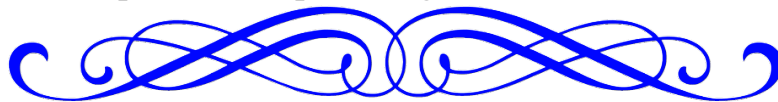
Ми – найцінніше, що маємо в своєму житті. Дуже часто спілкуючись зі

спільнотою, питаю: «Що головне у житті?». Відповіді різноманітні, інколи цікаві та смішні. На мою думку головне у житті – ЖИТТЯ, і лише від нас залежить як ми його «якісно» проживемо. Інвестиції в себе і у власний саморозвиток можна порівняти з інвестиціями у людський капітал. Всі інноваційні компанії витрачають гроші на розвиток своїх працівників з метою отримати економічні вигоди у майбутньому. Інвестуючи в саморозвиток ми розширюємо власні можливості.

Щоб досягнути поставленої мети, необхідно позбутися шкідливих звичок та зневіри у собі – це те, що забирає в нас сили та можливість бути продуктивними, щасливими та досягти успіху.

Література:

1. Вікіпедія. URL:<https://uk.wikipedia.org>.



Віктор Пилявець

кандидат економічних наук, доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Західноукраїнського національного університету

НАСЛІДКИ ІНТЕГРАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СВІТОВУ ЕКОНОМІЧНУ СИСТЕМУ

Важливими чинниками нинішнього тисячоліття стали глобальна економіка, високі технології, наявність транснаціональних суб'єктів, вплив інтелектуального капіталу на всі сфери управління. Все це виводить світову економіку на новий рівень розвитку і як правило має прямий вплив на національні економіки, складовою якої є система бухгалтерського обліку.

Результати впливу глобалізації економіки на вітчизняну систему бухгалтерського обліку, на нашу думку, можна сформулювати наступним чином.

1. Напрямок розвитку бухгалтерського обліку переходить з національного рівня на міжнародний. Відповідно до вищенаведеного твердження бухгалтерський облік буде змінюватися відповідно до інтересів та потреб переважно глобальних користувачів, зокрема інвесторів.

2. Формування фінансової звітності згідно вимог міжнародних стандартів означитиме зміну методології бухгалтерського обліку. Наслідком вищенаведеного є зміни в Плані рахунків бухгалтерського обліку, в первинній та внутрішній звітній документації, реєстрах бухгалтерського обліку, в методах оцінки активів та відображенні господарських операцій, визначені фінансових результатів та формах фінансової звітності тобто в методології бухгалтерського обліку.

3. Широке використання новітніх технологій обліку і контролю витрат. Вітчизняний бізнес все більше проявляє інтерес до різноманітних методів управління витратами (ABC-метод, директ-кост, таргет-кост і ін.) та до прийомів оперативного і стратегічного контролінгу, переваги яких вже давно доведені в міжнародній практиці.

4. Перехід до нової основи розвитку соціальних і економічних процесів – цифрової економіки яка передбачає застосування цифрових технологій у всіх

напрямках суспільного життя. Цифрова економіка зачіпає всю систему інформаційного забезпечення процесу управління, а відтак, і її центральну ланку – бухгалтерську інформаційну систему, де у хронологічному і систематичному порядку збирається, обробляється, зберігається, накопичується і узагальнюється інформація про діяльність господарюючого суб'єкта. При використанні сучасних інформаційних систем та інформаційних технологій відбуваються значні зміни в обліковій методології та практиці, що актуалізують доцільність вироблення адекватної до нових умов облікової парадигми, розвитку теоретичних положень і розроблення практичних рекомендацій щодо розширення і модернізації змісту бухгалтерської науки, її позиціонування як практичної діяльності, підвищення престижності і затребуваності професії бухгалтера.

5. Змінюється якість облікової системи, в результаті чого підвищуються вимоги до рівня спеціальної професійної освіти економістів та бухгалтерів (володіння декількома іноземними мовами, навиками програмування та бізнес аналізу).

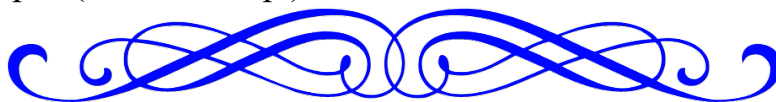
6. Змінюється статус бухгалтера. У зв'язку з появою нових інформаційних технологій частина облікової роботи переходить в режим онлайн-обробки первинних документів. На жаль, це призводить до скорочення обліково-технічного персоналу, однак оновлені компетенції бухгалтерів зумовлюють виконання не повсякденної рутинної роботи з первинними документами, а прийняття складних управлінських рішень, що підтверджується відповідними компетенціями (обліково-аналітичними, економічно-безпековими, організаційно-управлінськими, цифровими, комунікативно-лідерськими та психологічними).

7. Глобалізація не тільки викликає до життя прогресивні інформаційні технології по обробці інформації, але і призводить до розширення доступу до перспективних захисних інформаційних платформ і продуктів. Нові технології з'являються в обліково-управлінської інфраструктури бізнесу як захисна функція від зовнішніх непередбачуваних факторів.

Залишається констатувати, що світова економіка перебуває на шляху трансформування національних облікових систем і глобалізація покращить якість самого обліку, але необхідно відмітити, що країнам, які не орієнтуються на МСФЗ, але мають бажання брати участь у світовому товарообігу, в умовах незворотності ситуації немає сенсу дистанціюватися від процесу гармонізації обліку. Результатом такого втручання стає уніфікація бухгалтерського обліку, як важливої умови на формування публічної звітності.

Література:

1. The Impact of Globalization on National Accounts URL : <https://unstats.un.org/unsd/EconStatKB/KnowledgebaseArticle10340.aspx> (02.11.2022 p).
2. The impact of globalization on regulations and accounting systems. Dimensioning and quantification URL : https://mpr.a.ub.uni-muenchen.de/6214/1/MPRA_paper_6214.pdf (02.11.2022 p.).



Ірина Пилявець

*викладач, відокремлений структурний підрозділ
«Вінницький фаховий коледж економіки та підприємництва»
Західноукраїнського національного університету*

ОПЛАТИ ПРАЦІ В БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Бюджетні установи відіграють важливе значення в економіці держави та сучасному суспільстві, адже впливають на розвиток економічних процесів та забезпечення громадян. Виплати працівникам є основним видом доходів працівників, особливо бюджетної сфери, тому від розміру виплат залежить рівень їх добробуту і ставлення до роботи.

Рівень виплат працівникам та їх структура мають важливе соціальне значення і виступають основним мотиватором праці. У зв'язку з цим актуальним питанням є розуміння сутності виплат працівникам, адже об'єктивне трактування економічного терміну, що ґрунтується на практичних дослідженнях, має вагоме значення як для бухгалтерського обліку, так і для кожної бюджетної установи.

Із впровадженням Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі № 132 «Виплати працівникам» актуальним стало питання трактування економічного змісту поняття «виплати працівникам». Адже набрання чинності НП(С)БОДС № 132 дозволило визначити складові та класифікаційні ознаки виплат працівникам установ сектору загального державного управління України, проте не дало визначення поняттю «виплати працівникам».

На даний час заробітна плата в бюджетних установах включає в себе:

- *Посадовий оклад та/або ставку погодинної оплати праці.* В бюджетних установах, закладах, організаціях, які створені цими органами умови оплати праці визначені, як правило, постановою Кабміну «Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери» від 30.08.2002 р. № 1298. На даний час діє формула:

Посадовий оклад = оклад 1-го тарифного розряду × тарифний коефіцієнт.

За ЄТС усього є 25 тарифних розрядів (коефіцієнтів). Розмір *посадового окладу* залежить від посади, розміру тарифного розряду, який встановлено для кожної посади, та суми прожиткового мінімуму станом на 1 січня відповідного року. Суму посадового окладу обчислюють, використовуючи Єдину тарифну сітку розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери.

- *Надбавки* (за високі досягнення у праці; за виконання особливо важливої роботи; за складність, напруженість у роботі).

- *Доплати.* Доплати умовно можна поділити на 5 груп: за збільшення обсягу виконуваної роботи; за роботу в нічний час; за вчене звання; за науковий

ступінь; за використання в роботі дезінфекційних засобів.

- *Премії.* Преміювання працівників відбувається згідно із затвердженим положенням про преміювання в установі. Розмір премії працівника може визначатись або у відсотках від посадового окладу або у фіксованій сумі залежно від особистого внеску працівника в загальні результати роботи структурного підрозділу та установи.

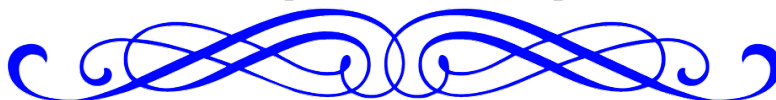
- *Матеріальні допомоги.* Матеріальну допомогу надають працівникам, як правило, за колективним договором та/або положенням про виплату матеріальної допомоги. Працівникам можуть надавати матеріальну допомогу на: матеріальна допомога на оздоровлення під час відпустки; вирішення соціально-побутових питань; лікування чи оздоровлення дітей тощо; поховання. Розмір такої допомоги (крім допомоги на поховання) не може перевищувати суми посадового окладу на календарний рік.

На даний час в бюджетній сфері в частині оплати праці необхідно виділити низку недоліків: міжгалузеві диспропорції в оплаті праці; низький рівень заробітної плати, обмеженість рамок єдиної тарифної сітки, зрівнялівки в оплаті праці. Все це виступає негативним чинником для працівників державних органів, спричиняє втрату інтересу до державної служби, спонукає до пошуку зайнятості в інших видах економічної діяльності.

У зв'язку з цим необхідним є вдосконалення оплати праці працівників бюджетної сфери яка передбачає установлення оптимальної диференціації тарифних ставок і посадових окладів різних професійно-кваліфікаційних груп працівників бюджетних установ з урахуванням складності та результатів їх праці та усунення необґрунтованих диспропорцій у рівнях оплати праці працівників однакової кваліфікації, які виконують однакову за складністю та функціональними ознаками роботу.

Література:

1. Звіт за результатами опитування державних службовців «Система оплати праці державних службовців» URL : <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/%D0%9E%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96/za-rezultatami-opituvannya-sistema-oplati-pratsi-derzhavnikh-sluzhbovtziv17122020.pdf> (дата звернення 01.11.2022 р.)
2. Інформація про реформу ринку праці URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=596eb7ae-1738-4939-8e80-ae3b4f57ddec&title=InformatsiiaProReformuRinkuPratsi> (дата звернення 01.11.2022 р.)
3. Цимбалюк С. Оплата праці працівників бюджетної сфери: проблеми та перспективи поліпшення. *Україна: аспекти праці*. 2012. № 3. С. 10–15.



Лариса Праскова

помічник ректора

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

Ірина Годнюк

кандидат економічних наук, доцент кафедри

фінансів, обліку та оподаткування ім.С.Юрія,

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

м. Кам'янець-Подільський

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: РЕАЛІЇ ЧАСУ

У сучасних ринкових умовах процес діджиталізації - один із визначальних факторів економічного зростання підприємств і всього суспільства в цілому завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість і якість економічної, суспільно-громадської та особистої діяльності [3].

В наш час, в умовах війни, розвиток цифрової економіки та інноваційної діяльності продовжується. Суспільство поступово переходить на інший рівень комунікацій, діджеталізацію, яка формує більш інклюзивне суспільство та кращі механізми управління, розширює доступ до охорони здоров'я, освіти та банківської справи, підвищує якість та охоплення державних послуг, розширює спосіб співробітництва людей, а також дозволяє скористатися великою різноманітністю товарів з нижчими цінами.

Аналітики прогнозують, що інвестиції в діджиталізацію піднімуться до 16,5% на рік у 2022-2024 роках, порівняно з 15,4% у 2019-2021. Це означає, що у 2022 році більше половини світової економіки будуть ґрунтуватися на цифрових технологіях або перебувати під їх впливом [3]

Найбільш діджиталізований і перспективний в українській практиці - банківський сектор. Результатом діджиталізації в Україні є наступні позитивні показники: 1. Україна займає 4 місце у світі за розвитком безконтактних платежів. Налічується понад 38 млн. активних карток, з яких 5,3 млн. оснащені безконтактною технологією. 2. Україна входить до п'ятірки найкращих країн за платіжними операціями з NFC: понад 20 банків пропонують NFCсервіси [4]

Застосування новітніх технологій, як інструмент реалізації функціональних завдань бухгалтерського обліку, визначає загальні тенденції розвитку бізнесу, веде до трансформації професійної діяльності та забезпечення рівного доступу між різними соціальними верствами населення. Бухгалтерський облік, на сучасному етапі як у теоретичному так і практичному значенні, зазнає суттєвих змін, у яких задіяні інноваційні процеси створення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації.

При діджиталізації облік має низку істотних переваг, порівняно з традиційним обліком, завдяки оперативності створення, підписання, передачі інформації, документів та звітів, онлайн-моніторингу фінансової позиції

підприємства, ресурсів та показників, віддаленого доступу до інформації незалежно від фізичного місцезнаходження, ефективності та екологічності процесу [1].

У процесі цифровізації облікового процесу стає неминучим підключення додаткових інтелектуальних ресурсів, хмарних платформ, систем бази знань та даних, які роблять облік та звітність прозорою та зрозумілою в частині внутрішніх та зовнішніх бізнес-процесів підприємства. Також результатом діджиталізації обліку та звітності є впровадження у вітчизняну практику інноваційної системи технології (реєстру) блокчейну, яка в останні роки розвивається прискореними темпами [2].

Сьогодні складно судити про безперечну перевагу інтернет-бухгалтерії, яка дозволяє перейти від колишніх методів ведення фінансового та податкового обліку з кількох причин:

1. Недостатньо відбувається процес автоматизації та ступінь функціональності та ефективності інформаційних систем.

2. Висока вартість хмарного програмного забезпечення та проблеми постійного доступу до Інтернету.

3. Можливий ризик, пов'язаний із безпекою зберігання даних, а це важливий фактор для більшості клієнтів. Щоб усунути цю причину, необхідно законодавче регулювання щодо захисту персональних даних клієнтів.

4. Хмарна бухгалтерія ще мало відома широким масам і тому поки що масового переходу до нового способу ведення бухгалтерського та податкового обліку не відбудеться [1].

5. Новими викликами національної безпеки, пов'язаними з виникненням і розвитком цифровізації, є також кіберзагрози, які зростають значними темпами та потребують пошуку ефективних методів боротьби з ними.

На сучасному економічному просторі до міжнародного обліку звітності додається ще одна важлива вимога - забезпечення можливості його функціонування в умовах цифрової економіки.

Тому важливим завданням розвитку цифрових технологій у бухгалтерському обліку є зміна плану рахунків, створення цифрової фінансової звітності. Онлайн звітність може створюватися шляхом здійснення бухгалтерських записів прямо у статтях фінансової звітності, доступної всім категоріям користувачів в Інтернеті після здійснення кожної господарської операції. Для забезпечення такої оперативності статті звітності мають бути пов'язані із планом рахунків воедино.

Разом з тим, для формування цифрової фінансової звітності в електронному вигляді слід використовувати стандарт XBRL (eXtensible Business Reporting Language), що є розширеною мовою ділової звітності. Ця технологія забезпечує швидке та автоматичне формування звіту, а також значно спрощує формування консолідованої звітності. Однією з основних переваг є спрощений пошук даних фінансової звітності у мережі Інтернет. Формат XBRL також зручний як для

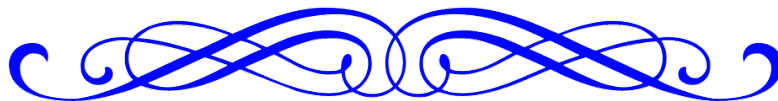
подання обов'язкової звітності до державних контролюючих органів, так і для подання звітів на веб-сайтах підприємств [4].

Ринок бухгалтерського програмного забезпечення представлений як українськими, так і зарубіжними програмними продуктами. Більшість підприємств надають перевагу все ж таки українським програмним продуктам. Оскільки вони більш пристосовані до вимог законодавства й економічних особливостей нашої держави, а також вартість придбання й обслуговування їх доступніша ніж зарубіжних. Найпоширеніші програми автоматизації бухгалтерського обліку - Парус, 1С:Бухгалтерія, BAS. Акцент, Галактика, Sap, Fin expert, Бест, Фінанси без проблем і багато інших. Тому, інформаційне програмне забезпечення є невід'ємним складником системи бухгалтерського обліку, без якої неможливо уявити сучасну бухгалтерію. Вдало підібране й ефективно налагоджене програмне забезпечення бухгалтерського обліку забезпечує максимальну ефективність управління підприємством в цілому та системи бухгалтерського обліку зокрема.

Отже, діджеталізація обліково-аналітичної роботи, активне використання хмарних технологій, перехід на віддалений режим роботи обліково-аналітичних працівників, підвищення значення бухгалтера та вдосконалення його професійних навичок – це те без чого сучасний бізнес не зможе існувати та йти в ногу з часом.

Література:

1. Голячук Н.В., Голячук С.Е. Преимущества и недостатки применения облачных технологий в учете. Экономические науки Серия: Учет и деньги. 2015. Вып. 12 (1). С. 80-86.
2. Демчишак Н.Б Розвиток цифрової інфраструктури та блокчейн технології в Україні. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/581/646> (дата обращения: 08.11.2022).
3. А.А. Макурін Розвиток бухгалтерського обліку в умовах впровадження сучасних інформаційних технологій (XL формат). URL: <https://www.researchgate.net/publication/341394955> (дата обращения: 08.11.22).
4. Спільник І.В., Палюх М.С. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. Випуск 1–2. С. 83–96.



Уляна Савків

кандидат економічних наук, доцент

Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника

м. Івано-Франківськ, Україна

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Підприємницька діяльність під час воєнного стану відбувається в умовах підвищеного рівня ризиковості. Невизначеність внутрішнього та зовнішнього середовища змушує підприємця приймати ризик, який може обумовлювати значні втрати. Відсутність повної інформації, тенденцій до зростаючих загроз, елементи випадковості та інші економічні умови господарювання обумовлені війною, роблять процес управління важкопрогнозованим.

Сьогодні кожен із суб'єктів ринкових відносин на усіх рівнях відчуває на собі вплив непередбачених обставин та ризикових ситуацій, адекватна реакція на котрі дозволяє зберегти ресурси та становище на ринку [2].

Підприємець прагне вести свою діяльність таким чином, щоб зменшити величину збитків та досягти певного рівня прибутковості. Підприємства намагаються удосконалити систему управління ризиками. Застосування певного інструментарію управління ризиком дає суб'єкту підприємництва можливість адекватно реагувати на загрози через розробку і реалізацію ефективних стратегій поведінки, здійснення відповідних антикризових заходів.

Ризики є невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства, тому система управління ризиками повинна включати заходи щодо виявлення, ідентифікації, оцінювання та нейтралізації ризиків у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Ризик – це ймовірність загрози втрати підприємством частини своїх ресурсів, доходів або наявності додаткових витрат у результаті здійснення виробничої, фінансової діяльності [2].

Управління ризиками – центральна ланка стратегічного управління підприємством. Процес управління ризиками ґрунтується на системному аналізі ризиків відповідно до виду діяльності підприємства.

Об'єктом управління ризиками є фінансово-господарська діяльність підприємства за умов невизначеності.

Суб'єкт такого управління – це група менеджерів підприємства та/або фахівців спеціалізованих компаній, які через комбіновані дії здійснюють цілеспрямовану диверсифікацію ризиків для ефективної фінансово-господарської діяльності.

Ризики повинні завжди бути в центрі уваги власників підприємств. Саме вони найбільше зацікавлені у виявленні ризиків, розробленні та реалізації програми управління ризиками. Логіка управління проста і зрозуміла: чим ефективніше управління ризиками, тим вища прибутковість бізнесу. Тому завдання ризик-менеджменту – ідентифікація ризиків та управління ними.

В процес управління ризиками доцільно включити виконання таких процедур: планування управління ризиками; ідентифікація ризиків; якісна оцінка ризиків; кількісна оцінка; планування реагування на ризики; моніторинг і контроль ризиків.

Планування управління ризиками базується на рішенні підприємства реалізувати комплекс процедур управління ризиками, вибір методології, джерел даних для ідентифікації ризику, часовий інтервал для аналізу ситуації.

Ідентифікація ризиків спрямована на визначення, які ризики здатні вплинути на діяльність підприємств. Ідентифікація ризиків не буде ефективною, якщо вона не буде проводитися на постійній основі. На етапі ідентифікації ризиків слід залучати якнайбільше учасників: менеджерів проєкту, замовників, користувачів, незалежних фахівців тощо.

Оцінка ризику – це опис виявлених ризиків, у процесі якого визначають їх характеристики та яка імовірність настання ризику, а також розмір можливих наслідків.

Якісна оцінка ризиків – це проведення якісного аналізу ідентифікації ризиків і визначення тих ризиків, що вимагають швидкого реагування. Така оцінка ризиків визначає ступінь важливості ризику та вибирає спосіб реагування. Важливу роль на даному етапі відіграє доступність інформації, на основі якої можна визначити пріоритети для різних категорій ризиків. Якісна оцінка ризиків – це оцінка умов виникнення ризиків та визначення їх впливу стандартними засобами та методами. Використання цих засобів допоможе частково уникнути невизначеності, яка сьогодні часто зустрічається. Саме тому повинна відбуватися постійна переоцінка ризиків.

Кількісна оцінка ризиків дає можливість визначити ймовірність виникнення ризиків та їх наслідки, що допомагає групі управління ухвалювати рішення та уникати невизначеностей.

Вплив на ризик – це застосування способів впливу на ризики підприємства для мінімізації та нейтралізації їх наслідків. Мінімізація ризиків передбачає розробку технологій та методів зниження негативного впливу ризиків на діяльність суб'єкта господарювання.

Моніторинг та контроль ризиків – це комплексний процес ідентифікації, аналізу, передбачення нових ризиків, відстеження ідентифікованих ризиків, а також перевірка і процедури реагування на ризики. Для цього створюються органи керування ризиком на даному господарському об'єкті. Органом керування може бути фінансовий менеджер по ризиках або відповідний апарат керування.

Ефективність управління ризиками залежить від точної інформації, яка надається різними відділами, тому ризик-менеджеру необхідно в якості джерел досліджувати такі документи: технічну документацію; первинні документи; управлінську та фінансову звітність; дані щоквартальних та річних фінансових звітів; бухгалтерську звітність; результати інспекційних перевірок; аудиторські висновки; висновки експертів (внутрішніх – головних спеціалістів, начальників відділів, головного бухгалтера, юристів; зовнішніх спеціалістів). Особливу увагу слід приділити системі бухгалтерського обліку. В інформаційній

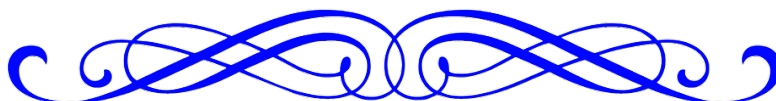
системі суб'єкта господарювання вона описує, фіксує та здійснює аналіз його фінансово-господарської діяльності.

Система управління ризиками має містити програму контролю за виконанням визначених завдань, оцінку ефективності заходів, що проводяться, а також систему заохочень на всіх рівнях організації.

Необхідною умовою у діяльності підприємств, яка характеризується підвищеною ризикованістю, є створення та вдосконалення системи управління ризиками. Механізм прийняття рішень на основі запропонованого алгоритму управління ризиками забезпечить ефективний менеджмент на тактичному та стратегічному рівнях. Комплексне управління ризиками дозволить визначати шляхи забезпечення стійкості господарюючого суб'єкта та здатність протистояти несприятливим викликам в умовах воєнного часу.

Література:

1. Самойленко В. В. Особливості формування системи управління ризиками на підприємстві. *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Економіка і управління. Київ : Гельветика. 2022. Т. 33 (72). № 1. С. 28–36.
2. Старостіна А. О., Кравченко В. А. Ризик-менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. 200 с.
3. Сидор Г. В., Савків У. С. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності в умовах пандемії Covid-19. Постпандемічний розвиток суспільства: економічні, соціальні та психологічні аспекти : колективна монографія / за ред. канд. екон. наук, доц. Кульчицької Н. Є. Чортків : ЗУНУ, 2022.



*Алевтина Санченко,
кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник відділу проблем модернізації
господарського права та законодавства, керівниця Центру
перспективних досліджень і співробітництва з прав людини в сфері
економіки Державної установи «Інститут економіко-правових
досліджень імені В.К. Макутова НАН України»,
м. Київ, Україна*

ПРО АКТУАЛЬНІСТЬ ОНОВЛЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Ухвалені в 2020 році Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року (далі Концепція) та План заходів з її виконання [1] стали першими в Україні системними політико-правовими документами, що в основному інкорпоровали міжнародно визнані та поширювані впродовж останніх п'ятдесяти років регулі відповідальної ділової поведінки. Нині авторитет суб'єктів господарювання у ринкових відносинах світового та регіонального рівнів базується не лише на

прибутковості їх економічних операцій. Але їх конкурентоспроможність і життєздатність обумовлюється ступенем досягнення неекономічних показників соціального змісту, що стосуються якості їх внеску у розвиток суспільства та збереження навколишнього природного середовища. Тому Концепція спрямована на впровадження у діяльність української держави та суб'єктів господарювання міжнародних норм і стандартів щодо забезпечення їх ефективної взаємодії на основі поваги прав людини та врахування інтересів суспільства, на основі взаємної відповідальності всіх учасників суспільних відносин із метою створення умов для соціально-економічного прогресу.

Такі міжнародні політико-правові параметри встановлені Порядком денним ООН у сфері сталого розвитку включно з Цілями сталого розвитку, *acquis* Ради Європи та ЄС, правилами і стандартами Організації економічного співробітництва та розвитку (далі ОЕСР), Міжнародної організації із стандартизації (ISO) тощо. Зокрема, нормативне оформлення інституту соціальної відповідальності бізнесу в Україні обумовлене міжнародним стандартом ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» 2010 р., що в 2020 р. набув статусу національного – ДСТУ ISO 26000:2019(ISO 26000:2010, IDT) [2], Керівними принципами ООН з питань бізнесу і прав людини 2011 р. [3, с. 356], оновленою Стратегією ЄС 2011-2014 щодо корпоративної соціальної відповідальності [4], Декларацією ОЕСР про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства, включно з Керівними принципами щодо відповідального ведення бізнесу [5], до якої Україна приєдналась в 2017 р. Отже, Концепція встановлює, що поняття «соціально відповідальний бізнес» (далі СВБ) визначає добровільну відповідальну поведінку суб'єктів господарювання за вплив їхніх рішень і дій на суспільство та навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарювання та суспільства і зміцнює довіру між бізнесом, суспільством і державою; відповідає національному законодавству і міжнародним нормам поведінки. СВБ повинна бути інтегрована у функціонування суб'єкта господарювання і передбачати дотримання високих стандартів операційної і виробничої діяльності, впровадження контролю якості та публічної звітності за управління і нефінансової звітності, а також соціальних стандартів стосовно свого персоналу та інших осіб, мінімізацію екологічних ризиків і шкоди шляхом впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій та ін. При цьому Концепція визначає три основні сфери розвитку СВБ: охорона навколишнього природного середовища, зайнятість населення та розвиток трудових відносин. Вона передбачає перелік напрямів діяльності у кожній з них, яким має слідувати СВБ. Також Концепція визначає шляхи, якими слід рухатися державі для запровадження СВБ, передбачає ряд короткострокових і довгострокових результатів для національної економіки та показників для моніторингу ефективності її реалізації, уповноважує Національний контактний пункт з відповідальної ділової поведінки сприяти поширенню практики СВБ.

З часу ухвалення Концепції інститут СВБ у нашій державі переживає становлення, й офіційного системного аналізу результатів цього процесу допоки немає, адже Міністерство економіки України запланувало перший огляд стану

розвитку СВБ на 2025 рік, наступний – на 2030 рік. Утім перебіг подій і нові реалії в Україні та світі створюють підстави для оновлення Концепції: руйнівна війна Російської Федерації проти України, яка завдала значних втрат і, крім іншого, змусила нашу державу тимчасово – на період воєнного стану – відступити від ряду міжнародних зобов'язань у сфері прав людини; досвід повномірної реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС упродовж попередніх чотирьох років; наслідки пандемії Covid-19; набуття Україною в червні 2022 р. статусу країни-кандидатки на вступ до ЄС; початок у жовтні 2022 р. діалогу щодо членства нашої держави в ОЕСР, а також подальший розвиток вітчизняної політико-правової бази, норм і практики СВБ у світі.

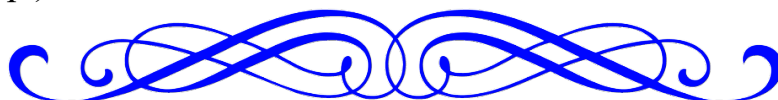
Оновлення Концепції має відбуватися із застосуванням комплексного підходу і корелюватися з Планом відновлення України, що зараз розробляється на основі нагальних потреб держави і з урахуванням Декларації та Принципів Лугано, прийнятих в липні 2022 р. Одним із пріоритетних орієнтирів структурного і змістовного оновлення Концепції мають бути Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини, що є цілісним трикутником поєднання засад щодо обов'язку держави захищати права людини, корпоративної відповідальності поважати права людини та доступу осіб до засобів захисту прав людини, порушених суб'єктами господарювання. Поточна редакція Концепції втрачає у системності, адже лише частково співвідноситься з цими Керівними принципами. Особливо це стосується необхідності імплементації положень щодо передбаченої ними, і як наслідок – низькою документів ОЕСР [6], процедури належної обачності (*due diligence*) суб'єктів господарювання щодо прав людини. Її застосування тим більше потрібне під час війни і повоєнного відновлення, адже за таких умов відповідальність держави та суб'єктів господарювання щодо захисту та забезпечення прав людини значно зростає. У цьому зв'язку слід скористатися Посібником ООН «Поглиблена процедура належної обачності щодо прав людини для бізнесу за несприятливих обставин, спричинених конфліктом» 2022 р. [7]. Окрім того, у Концепції слід розвинути положення щодо повноважень Національного контактного пункту з відповідальної ділової поведінки стосовно його функціонування в якості державного позасудового механізму розгляду скарг осіб щодо порушень їх прав суб'єктами господарювання, як це передбачено настановами ОЕСР і третім компонентом Керівних принципів ООН.

Робота з оновлення Концепції варта зусиль, адже впровадження вимог щодо СВБ і більш широкої концепції «бізнес і права людини» будуть невід'ємною складовою інтенсивного процесу гармонізації українського законодавства та практики з правом і практикою ЄС та ОЕСР у ході повноцінного входження України в динамічний, соціально-орієнтований європейський політико-правовий та економічний простір.

Література:

1. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>; План заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері

- сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 р. № 853-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
2. ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html>; Про прийняття національних стандартів: Наказ Державного підприємства «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» від 29.12.2020 р. № 523. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0523774-20?find=1&text=%D1%81%D0%BE%D1%86#w1_1 (дата звернення: 10.11.2022 р.).
 3. Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку/ збірник матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за заг. ред. Устименка В.А.; ред.-упоряд. Санченко А.Є.; упоряд. Сошников А.О., Токунова А.В. Київ, 2022. 395 с. URL: <https://hozpravoreposit.kyiv.ua/handle/765432198/167> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
 4. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels, 25.10.2011 COM(2011) 681 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
 5. Декларація ОЕСР про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства, Керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств: Рекомендації для відповідального ведення бізнесу у глобальному контексті, оновлено у травні 2011 р. URL: http://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524 (дата звернення: 10.11.2022 р.).
 6. Напр.: OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct. URL: <https://www.oecd.org/investment/due-diligence-guidance-for-responsible-business-conduct.htm>; OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas. URL: <http://mneguidelines.oecd.org/mining.htm>; Due Diligence Guidance on Stakeholder Engagement in Extractive Industries. URL: <https://mneguidelines.oecd.org/stakeholder-engagement-extractive-industries.htm> (дата звернення: 10.11.2022 р.).
 7. Поглиблена процедура належної обачності щодо прав людини для бізнесу за несприятливих обставин, спричинених конфліктом: Посібник Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (2022). Нью-Йорк, Сполучені Штати Америки. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/pohlyblena-protsedura-nalezhnoyi-obachnosti-shchodo-prav-lyudyny-dlya-biznesu-za-nespruyatlyvykh-obstavyn-sprychynenykh> (дата звернення: 10.11.2022 р.).



Ольга Свирида
викладач облікових дисциплін,

Анастасія Коробчук
здобувач освіти III курсу спеціальності
«Облік і оподаткування»,
ВСП Кам'янець-Подільський фаховий коледж
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна

ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ: СУТЬ ТА ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ

В сучасній економіці гроші відіграють суто функціональну роль. Їх основна задача – бути одиницею для розрахунків, служити задля збереження вартості об'єкта та забезпечувати проведення платежів. Проте останні роки з'явилася тенденція поширення та масового вжитку нового виду валюти як електронні гроші.

Відповідно до ЗУ «Про платіжні послуги», електронні гроші – це одиниці вартості, що зберігаються в електронному вигляді, випущені емітентом електронних грошей для виконання платіжних операцій (у тому числі з використанням наперед оплачених платіжних карток багатоцільового використання), які приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж їх емітент, та є грошовим зобов'язанням такого емітента електронних грошей [1].

Для нашої країни електронні гроші – це новий спосіб платежу, але такі розрахунки вже досить успішно проводяться українськими компаніями, які швидше адаптувались до новинки або мають певні економічні чи торгівельні зв'язки з іншими країнами, мають розташовані філії в них. Проте проблема полягає в тім, що бухгалтери, що обліковують даного виду розрахунки – не зовсім розуміють як це правильно відобразити і можуть допускатись помилок. Головний недолік тут полягає в тому, що саме розуміється під електронними грошима: чи це є засіб платежу, так як готівка чи безготівкові кошти, чи акредитив, депозит тощо або ж грошові зобов'язання, як наприклад, право на вимогу боргу.

Думки вчених-економістів з цього приводу значно різняться. Наприклад, Радіонова І.Ф. віднесла електронні гроші до банківських грошей, тобто прирівняла з депозитами та банківськими рахунками. Мельничук В.Г. вважає, що електронні кошти є неповноцінними і прирівнює їх до паперових (готівкових) коштів, а повноцінними вважає лише дорогоцінні метали. В деяких джерелах зазначено, що електронні гроші – це особливий товар, що має можливість обмінюватись на будь-який інший вид товару [2, с.48-49].

Більшість науковців схилиються до думки, що електронні гроші проявляють себе як аналог безготівкових коштів і мають обліковуватись на рахунок інших коштів, як окремий вид грошей на окремому субрахунку. На сьогоднішній час і законодавство вирішило, що правильним буде створення спеціального субрахунку для обліку електронних грошей і затвердило в плані рахунків новий

субрахунок 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті» рахунка 33 «Інші кошти», на якому відображається інформація про операції з електронними грошима, згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку Інструкції про його застосування [3]. Рахунок є активним, по Дебету відображається надходження електронних грошей, по Кредиту їх списання.

Облік операцій з електронними грошима супроводжується відповідною первинною документацією:

➤ I етап – складається договір між покупцем та продавцем про надання послуг за операціями з електронними грошима, який укладається під час реєстрації в системі електронних грошей.

➤ II етап – надходження електронних грошей, який оформлюється специфічними документами: заява на придбання ЕГ, виписка з системи ЕГ, виписка банк, бухгалтерська довідка, акт приймання – передачі та ін.

➤ III етап – вибуття електронних грошей: виписка з системи ЕГ, податкова накладна, квитанція та ін [4, с.144].

Оборот електронних грошей відбувається за допомогою комп'ютерної мережі Інтернет, платіжних картках, електронних гаманців, а також інших інструментів – гаджети, в яких вбудовано спеціальний чіп.

Електронні кошти мають деякі переваги над готівкою:

1. Низька вартість емісії – електронні гроші не мають необхідності друкувати, що дає можливість заощадити на виробничих потужностях, робочу силу, сировину;

2. Незалежність від банків – кошти не можуть зникнути з рахунку у випадках банкрутства банку;

3. Портативність – електронні кошти не мають таких великих габаритів як традиційні монети та банкноти;

4. Відсутність втрати якості з часом;

5. Система безпеки – електронні платіжні системи мають сучасний спосіб захисту проведення платежів; виключається варіант крадіжки та всі інші злочини, які можуть бути зв'язаними з оборотом готівкових коштів.

Електронні кошти також мають низку недоліків, деякі з них:

1. Недосконалість чинного законодавства, що в основному проявляється у відсутності діючих методів правового регулювання обороту електронних грошей;

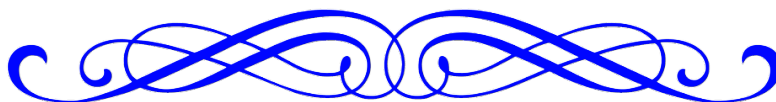
2. Необхідність високого рівня підготовки в якості інтернет-користувача;

3. Процес введення та виведення коштів достатньо дорогий – для того щоб перевести традиційні кошти в електронні та навпаки необхідно сплатити відповідні комісії [2, с.49].

Отже, можемо зробити висновок, що наразі в українському законодавстві існують певні обмеження, які стримують розвиток електронних грошей. Але перспективою є удосконалення підходів оцінки та облікового відображення операцій з електронними грошима, які у сьогоднішній день не набули широкого використання суб'єктами господарювання в Україні, на основі досвіду розвинутих країн.

Література:

1. Про платіжні послуги: Закон України від 30.06.2021 року № 1591-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>.
2. Радіонова І. Ф. Економіка (рівень стандарту, економічний рівень). Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. С. 48 – 49.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України від 30. 11. 1999 року № 291. Офіційний вісник України. 1999. № 52. Ст. 2606.
4. Облікове відображення операцій з електронними грошима: методичний аспект. Науковий вісник Херсонського державного університету. № 23. 2017. С. 144-147.



Богдан Сенів

*к.е. н., доцент кафедри фінансових
технологій і банківського бізнесу*

*Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна*

Олег Каленюк

магістрант,

*Західноукраїнський національний університет,
Тернопіль, Україна*

ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК УМОВА РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

В умовах інтеграції світогосподарських зв'язків глобалізація є основною з найбільш впливових сил, що визначають подальший хід розвитку економіки. Глобалізація – це багатогранний процес, який несе вагомий вплив на розвиток національних економік, посилюючи їх взаємодію, взаємозалежність та інтеграцію національних, політичних і соціальних систем, національних культур, поглиблення процесів міжнародної інтеграції фінансових ринків. Всеохоплюючий вплив зазначені процеси справляють і на економіку України, а також на такий важливий її сегмент як банківський сектор.

Термін «фінансова глобалізація» з'явився наприкінці ХХ ст. під яким розуміють вільний та ефективний рух капіталів між країнами і регіонами, функціонування глобального фінансового ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізацію глобальних фінансових стратегій транснаціональних корпорацій (ТНК) та транснаціональних банків [1, с. 42]. Фінансові посередники, до складу яких входять банки, банківські об'єднання, фондові та валютні біржі, страхові компанії виступають рушійною силою глобалізації завдяки впровадженню сучасних інформаційних технологій та виходу на світові фінансові ринки.

Фінансову глобалізацію розглядають як найбільш високу стадію інтернаціоналізації діяльності фінансових ринків у всіх її формах з метою забезпечення потреб розвитку валютно-фінансових відносин. А це, в свою чергу, веде до об'єднання фінансових ринків різних країн в єдиний фінансовий ринок, створення глобальної фінансової системи.

Досліджуючи фінансову глобалізацію як умову і фактор розвитку банківської системи, необхідно бачити відмінності її прояву на різних рівнях: національному, міжнародному та глобальному. Національний рівень являє собою умови функціонування національної економіки і, зокрема, її банківської системи. В певній мірі цей рівень характеризує ступінь лібералізації фінансового сектору країни. Міжнародний рівень характеризує діяльність держави по створенні і розвитку умов для вільного руху капіталів і забезпеченні фінансового суверенітету окремо взятої країни. Глобальний рівень включає розробку і впровадження принципово нових механізмів і методів управління міжнародною спільнотою як єдиним цілим (у фінансовому плані), не обмежуючи суверенітет країни.

Як і кожне об'єктивне явище, фінансова глобалізація має позитивні і негативні прояви. До позитивних результатів слід віднести такі: відсутність кордонів, можливість проведення операцій на фінансових ринках цілодобово, що стало можливим завдяки об'єднанню біржових і позабіржових торговельних систем в одну комунікаційну мережу; посилення конкуренції на національних фінансових ринках та зниження вартості товарів і послуг; високі світові стандарти, професіоналізм в управлінні фінансовими потоками.

Проте, поряд із позитивними тенденціями, фінансова глобалізація характеризується і спектром негативних явищ. Останніми можуть виступити: висока плинність капіталу, адже у випадку економічних чи політичних дисбалансів у країні, фінансові ресурси вдаються до мобільності, завдаючи своїм впливом значних збитків; ріст лібералізації національних фінансових ринків, які в ході лібералізації стають більш чутливими до криз; залежність реального сектору світової економіки від монетарної складової, що послаблює стійкість національних економік країн і регіонів до світових фінансових криз; обмеження доступу окремих учасників на світовий фінансовий ринок, оскільки учасники з країн, що розвиваються, мають обмежений доступ до позик на світовому фінансовому ринку і вимушені використовувати прямі іноземні інвестиції, допомогу, позики міжнародних організацій та платити міжнародним банкам дорожче порівняно з аналогічними позичальниками з промислово розвинених держав.

За рівнем глобалізації саме фінансово-банківська сфера випереджає всі сектори економіки, цьому сприяють ряд чинників, зокрема такі: 1) зростання обсягів фінансових ресурсів транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків; 2) зростання інтенсивності транскордонних фінансових операцій; 3) поява нових інструментів та механізмів міжнародних фінансових операцій; 4) усунення бар'єрів між внутрішніми та міжнародними фінансовими ринками; 5) дерегулювання і лібералізація міжнародного руху капіталів; 6) формування

глобального фінансового ринку з перерозподілом значних обсягів фінансових ресурсів [2, с. 91].

Чинниками, що визначають розвиток банківського бізнесу в епоху глобалізації є: 1) розвиток транснаціональних корпорацій і їх мережі в світі веде збільшення потреб в нових формах банківського обслуговування; 2) при розробці стратегії розвитку, тактики і захист від ризиків банки враховують не лише стан національної економіки, а й зміни економічної кон'юнктури у світі; 3) поєднання нефінансового, фінансового і банківського секторів при роботі на національному та світовому ринках. При цьому варто враховувати, що всередині країни фінансово-банківська система здійснює нагромадження і перерозподіл фінансових ресурсів на національному рівні, а міжнародний ринок капіталів при цьому перетворюється на самостійний чинник розвитку світової економіки.

Наслідки глобалізаційних процесів проявляються у динамічних змінах у світовій економічній системі в цілому й її фінансовій сфері зокрема. Одним з них є порушення фінансової стабільності, що веде до появи масштабних глобальних загроз, зокрема, потужних фінансових криз, сфера впливу яких прямо пропорційно збільшується разом з поглибленням глобалізаційних процесів.

Інтеграція національної банківської системи у світовий банківський сектор відбувається за такими напрямками:

1. Організаційно-економічне забезпечення виходу банків на світовий фінансовий ринок має базуватись на двох рівнях: макrorівні державного регулювання та макrorівні участі банків у цій діяльності. Наявна модель розвитку банківської структури України передбачає необхідність розробки традиційних та стратегічних інструментів зовнішньоекономічної діяльності, що дасть змогу ефективніше використовувати ресурсний потенціал задля розвитку нових форм співробітництва на взаємовигідній основі.

2. Вихід на світовий фінансовий ринок має передбачати використання новітніх форм та методів міжнародного співробітництва із зарубіжними країнами, банками, юридичними та фізичними особами. В економіко-організаційному плані найбільш ефективним є створення філіалів, відділень, дочірніх банків, стратегічних альянсів, банківських холдингових груп.

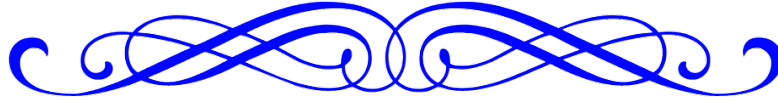
3. Державна політика щодо виходу банків на світовий фінансовий ринок потребує здійснення комплексу заходів щодо усунення недобросовісної конкуренції на внутрішньому ринку, аналіз зовнішніх ринків за кордоном з метою виявлення можливості присутності на них, формування мережі інформаційної інфраструктури.

Фінансова глобалізація як неоднозначне за своїм змістом і наслідком явище не тільки сприяє прискоренню економічного розвитку, але і збільшує ризики міжнародних фінансових операцій, значно розширює сферу впливу локальних криз. Проте, реальність полягає в тому, що фінансова глобалізація являє собою об'єктивне явище сучасності, якого не уникнути. Виходячи з цього, країнам необхідно адекватно реагувати на глобалізаційні процеси, щоб адаптуватись до нових викликів і скористатись шансами, які пропонує інтернаціоналізація світової економіки. Саме цими обставинами пояснюється необхідність

враховувати та досліджувати вплив фінансової глобалізації на розвиток банківської системи.

Література:

1. Любохинець Л.С., Лабунець О.О. Світові фінансові ринки в умовах глобалізації. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2018. Випуск 15. С. 40-45.
2. Полторак А. С. Архітектура наслідків глобалізаційних процесів у фінансовій сфері. Modern Economics. 2018. № 10. С. 89-96.



Галина Сидор

кандидат економічних наук, доцент

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,

м. Кам'янець-Подільський, Україна

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ В ПЕРІОД ЗАПРОВАДЖЕННЯ ВОЄННОГО СТАНУ

Для держави та громадян під час війни стратегічно важлива банківська система України, яка діє результативно. Останнім часом банківська система зазнала неабияких потрясінь і функціонує в умовах невизначеності. Це пов'язано з пандемією COVID-19 і, звісно, з повномасштабним вторгненням російської федерації на територію України. Такі обставини негативно вплинули на активізацію діяльності банків.

У зв'язку з тим, що війна – це новий виклик перед вітчизняною банківською системою, ґрунтовних наукових пошуків фактично немає. З огляду на це особливості функціонування вітчизняної банківської системи в період запровадження воєнного стану ще не вивчені, а отже, це дослідження є своєчасним та актуальним.

З початку повномасштабного вторгнення російської федерації на територію України НБУ створює належні умови для діяльності банків у непростих умовах. Він активно підтримує стабільність банківської системи, впровадивши нормативно-правові акти, зокрема Постанови НБУ «Про особливості підтримання ліквідності банків у період дії воєнного стану» [1], «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану» [2], «Про особливості припинення діяльності банків в умовах воєнного стану» [3] тощо. Регулятор ухвалив незвичайні рішення, а саме: обмежив діяльність банків на валютному ринку, встановив ліміти на готівкові операції та припинив вплив іноземної валюти.

НБУ 24 лютого 2022 р. ухвалив Постанову для уможливлення ліквідації підконтрольних російській федерації банків. Наступного дня регулятор відкликав ліцензію та ліквідував два банки, які знаходилися під опосередкованим контролем країни-агресора («Промінвестбанк» (частка 99,77% належить держкорпорації розвитку «ВЕБ.РФ») та Міжнародний резервний банк

(на 100% належить ПАТ «Сбербанк Росії»)). Згідно з Постановою «Про особливості припинення діяльності банків в умовах воєнного стану» правління НБУ отримало право ухвалити рішення про ліквідацію цих банків [3]. З 2017 р. обидва банки перебували під санкціями Ради національної безпеки і оборони України (РНБО) з метою запобігання виведенню капіталів за межі України на користь пов'язаних з банком осіб, зокрема материнських структур.

Крім вищевказаного, НБУ відмовився надавати бланкове рефінансування банкам з російськими акціонерами; заборонив резидентам російської федерації брати участь в управлінні банками в Україні; дозволив скасувати акредитації представництв російських банків у період запровадження воєнного стану.

Антикризові рішення НБУ базуються на таких принципах:

– захист інтересів клієнтів банку. Банки мають зберігати доступ клієнтів до власних і кредитних коштів, надати їм можливість здійснювати перекази та платежі;

– підтримка діяльності банків та їхньої ліквідності. Військові дії жодним чином не мають призвести до визнання банків неплатоспроможними. Вважаємо, що банківським установам потрібно дати час на відновлення фінансової стійкості після припинення війни;

– прозорість звітності, за допомогою якої відображається фінансовий стан банків. Регулятору за відсутності прозорої та достовірної звітності буде нелегко впроваджувати результативні заходи для оздоровлення й покращення банківської системи після завершення війни.

На основі вищеперелічених принципів НБУ окреслює перелік і зміст заходів, спрямованих на підтримку вітчизняної банківської системи, за рахунок яких вдається збільшити залишки коштів на рахунках та повернути довіру до банків. Однак доцільність застосування тих чи інших заходів на практиці залежить від сценаріїв розвитку подій.

НБУ в період запровадження воєнного стану погодився тимчасово пожертвувати принципами, порушення яких у мирний період часу неприпустимі. Наприклад, регулятор зважився на пряме фінансування бюджету через купівлю держоблігацій. Тобто, у цих умовах НБУ виявив себе як сильна інституція, що забезпечує економічну керованість.

Вагоме питання, яке в контексті наукового дослідження неможливо оминати увагою, – це функціонування банків державного сектору, які забезпечують стабільність вітчизняної банківської системи, де їхня стабільна діяльність має важливе значення для економіки та безпеки держави в період запровадження воєнного стану. Міністерство фінансів доклало значних зусиль, щоб їхня діяльність була неабияким внеском для підтримки та фінансування об'єктів критичної інфраструктури й пріоритетних галузей економіки. Отже, пріоритетом діяльності банків державного сектору в період запровадження воєнного стану є фінансування.

Вагоме питання, на яке в контексті наукового дослідження варто звернути увагу, – це протидія дезінформації, спрямованої на НБУ як на регулятора та на окремі банки в період запровадження воєнного стану. Періодично простежуємо

спроби свідомої дестабілізації ситуації шляхом інформаційних атак як в окремих ЗМІ із сумнівною репутацією, так і в соціальних мережах. Метою поширення негативної інформації, що не підтверджена достовірними доказами, є спонукання банківських клієнтів до нераціональних вчинків та емоційної реакції, які можуть призвести до погіршення поточних фінансових показників окремих банків та створити підґрунтя щодо розбалансування банківської системи загалом. З огляду на окреслений вище ризик, НБУ повинен систематично на офіційному сайті оновлювати дані щодо стану банківського сектору та публікувати його ґрунтовний аналіз у Звіті про фінансову стабільність. З огляду на це клієнти банку покладатимуться на достовірно перевірені джерела інформації та довірятимуть вітчизняній банківській системі, яка, на нашу думку, є надійною опорою фінансової оборони країни.

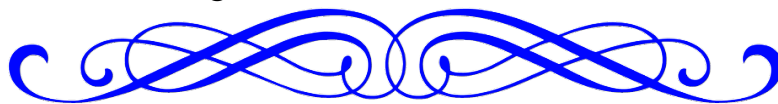
Безперервна й злагоджена діяльність банків у період запровадження воєнного стану, на нашу думку, більш важлива, ніж у мирний час. Дії банків результативні та злагоджені. Вони докладають максимум зусиль, аби продовжувати діяльність. Навіть тоді, коли робота банків неможлива, вони мають забезпечити проведення безготівкових та онлайн-операцій.

У період запровадження воєнного стану банківська система України гідно витримала ворожу агресію і результативно працює, у цьому велика заслуга належить професійним та своєчасним діям як НБУ, так і банків. З нашого погляду, протистояти таким суттєвим загрозам, як війна, вдалося завдяки щорічному стрес-тестуванню та вимогам до покриття операційного ризику капіталом.

Вважаємо, що вітчизняну банківську систему України чекають нелегкі випробування, оскільки подолати кризу повністю неможливо, поки на території України введено воєнний стан через підступну військову агресію російських окупантів. З огляду на це головні виклики ще попереду. Однак наразі вітчизняна банківська система змогла вистояти та збалансувати діяльність банків, а отже, вона спрацювала краще, аніж під час попередніх, менш серйозних криз.

Література:

1. Постанова Правління Національного банку України № 22 від 24 лют. 2022 р. «Про особливості підтримання ліквідності банків у період дії воєнного стану». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0022500-22#Text>
2. Постанова Правління Національного банку України № 18 від 24 лют. 2022 р. «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text>
3. Постанова Правління Національного банку України № 19 від 24 лют. 2022 р. «Про особливості припинення діяльності банків в умовах воєнного стану». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0019500-22#Text>



Віктор Синчак

*доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту,
фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ – ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ТРЕТЬОЇ ГРУПИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Після запровадження в Україні воєнного стану, який уведено відповідно до Указу [1] та затверджено Законом №2102-ІХ [2] з наступним його продовженням згідно з Указом 573/2022 [3] і затвердженим Законом №2500-ІХ [4], до ПК України внесено ряд змін, якими передбачено додаткові альтернативні умови в оподаткуванні суб'єктів підприємництва. У цьому зв'язку актуалізується необхідність вивчення впливу внесених змін на особливості оподаткування юридичних осіб – платників єдиного податку (ЄП) третьої групи, зважаючи на їх зростаючу кількість в структурі її суб'єктів. Нагадаємо, що до їх числа відносяться як юридичні, так і фізичні особи – підприємці, які сукупно складають змішану третю групу платників єдиного податку, що справляється в умовах спрощеної системи оподаткування.

Доцільність здійснення такого вивчення ґрунтується на припущенні, що в складних умовах воєнного часу мають бути задіяні гнучкі податкові інструменти, для забезпечення діяльності бізнесу. Недотримання таких підходів у податковому регулюванні може призвести до погіршення податкових умов для багато чисельної групи юридичних осіб – платників єдиного податку третьої групи (у структурі платників ЄП третьої групи 99,7% – юридичні особи), що породжуватиме науково-практичну проблему. Тож, з цієї точки зору, висунута гіпотеза потребує науково-практичного підтвердження, а відтак окреслює тему публікації та визначає її мету.

Як зазначено вище, із запровадженням воєнного стану парламентом нашої країни прийнято ряд змін до ПК України, зокрема Законом України від 24.03.2022р. №2142-ІХ [5], яким передбачено податкові особливості й умови їх застосування в оподаткуванні юридичних осіб – платників єдиного податку третьої групи. Причому із введенням податкових особливостей юридичні особи – платники ЄП третьої групи мають право не змінювати звичних для них умов і можливостей альтернативного вибору між двома податковими ставками (3% або 5%) та мають право залишатися на спрощеній системі оподаткування за умовами, властивими для мирного часу.

Тож обрання особливостей здійснюється на альтернативній основі, які, по-перше, застосовуються тимчасово з 01.04.22р. і «...до припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану...», по-друге, дають можливість застосовувати єдину податкову ставку 2% з ЄП та мати звільнення від нарахування та сплати ПДВ, по-третє, знімають обмеження щодо величини обсягу доходу та кількості осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, по-четверте, встановлюють податковий (звітний) період, що дорівнює

календарному місяцю, по-п'яте, передбачають віднесення до платників третьої групи суб'єктів господарювання будь-якої організаційно-правової форми, по-шосте, зменшують кількість обмежень (порівняно з мирним часом) за видами діяльності, за окремими суб'єктами господарювання за передумовами й умовами, які не дозволяють бути платником ЄП третьої групи, по-сьоме, встановлюють окремий перелік обмежень для фінансових установ (банків, кредитних спілок тощо) і для осіб, які здійснюють специфічні види діяльності (обмін іноземних валют, виробництво, експорт, імпорт підакцизних товарів тощо) та не можуть бути платниками ЄП третьої групи, які використовують податкові особливості.

Звісно, із введенням зазначених особливостей в оподаткуванні суб'єктів спрощеної системи оподаткування та запровадженням воєнного стану, виникає науковий інтерес до вивчення змін у реєстрації юридичних осіб – платників ЄП третьої групи та в обсягах сплати ними єдиного податку у Хмельницької області, за даними якої проводився аналіз. Підраховано, що станом на 1 жовтня 2022 року відхилення у реєстрації платників цієї групи склали 37,3%, порівняно із 01.01.2022р. Причому 25,1 % із числа юридичних осіб – платників єдиного податку третьої групи обрали ставку 2 % та використовують податкові особливості, запроваджені в умовах воєнного стану.

Зазначимо, що сплата єдиного податку по юридичних особах – платниках єдиного податку третьої групи, також характеризується зростанням. Так за 3 квартал 2022 року відхилення склали 30,4 %, порівняно із середньо кварталною сплатою ЄП у 2021 році платниками цієї групи. Достатньо стабільною є їх частка у структурі сплати ЄП, зокрема станом на: 01.01.22р. – 11,1 %; 01.04.22р. – 11,4 %; 01.07.22р. – 16,9 %; 01.10.22р. – 16,0%.

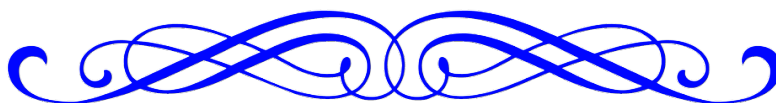
Наведений аналіз дозволяє зробити висновок, що запроваджені в умовах воєнного стану гнучкі зміни в оподаткуванні позитивно вплинули на реєстрацію юридичних осіб – платників єдиного податку третьої групи. Збільшення кількості зареєстрованих платників у цій групі та динамічне зростання серед них тих осіб, які обрали ставку два відсотки, що запроваджена в умовах воєнного стану та передбачена при застосуванні податкових особливостей, дозволило забезпечити рівномірно-стабільні надходження ЄП до місцевих бюджетів у відносно безпечній області України.

Отже запроваджені гнучкі податкові особливості до спрощеної системи оподаткування із використанням єдиної податкової ставки, уведеної в умовах воєнного стану з альтернативою її обрання між податковими ставками 3 % і 5 %, властивими для мирного часу, були своєчасними та обґрунтованими. Такі особливості дозволили отримати позитивні зміни як у реєстрації фізичних осіб платників ЄП третьої групи, так і у збільшенні податкових надходжень від єдиного податку.

Література:

1. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24 лютого 2022 року №64/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>

2. Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні»: Закон України від 24 лютого 2022 року № 2102-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>
3. Про продовження строку дії воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 12 серпня 2022 року №573/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5732022-43633>
4. Про затвердження Указу Президента України «Про продовження строку дії воєнного стану в Україні»: Закон України від 15 серпня 2022 року №2500-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2500-20#Text>
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період дії воєнного стану: Закон України від 24.03.2022р. №2142-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2142-20#Text>



Віктор Синчак

*д.е.н, професор, професор кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна*

Юлія Гладун

*здобувачка вищої освіти першого бакалаврського рівня за спеціальністю
072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Фінансовий контроль є важливою складовою фінансової політики та, як одна з функцій державного управління, відіграє суттєву роль в регулюванні фінансової діяльності як на рівні суб'єктів господарювання, так і держави. Тож в умовах нинішніх реалій фінансовий контроль зазнає певних змін. Адже через повномасштабне вторгнення та введення воєнного стану на території України актуальним є питання своєчасного здійсненні заходів для забезпечення фінансового контролю. Саме тому виникає необхідність дослідження особливостей фінансового контролю в умовах воєнного стану для з'ясування змін у заходах при його здійсненні та їх врахуванні у науково-практичній діяльності.

Питання фінансового контролю в Україні є достатньо досліджуваним явищем серед вітчизняних науковців. Проте в умовах воєнного стану до нормативно-правових актів вносяться оперативні зміни, якими регулюються процеси реалізації фінансового контролю. Відтак створюються додаткові особливості, які, зважаючи на реалії часу й оперативність їх прийняття, ще є

недостатньо вивченими, а тому потребують науково-практичного осмислення та нових досліджень.

Тож після повномасштабного вторгнення військ країни-терористки, змінилися умови, а разом із ними виникли особливості здійснення державного фінансового контролю в Україні. В умовах воєнного стану роль державного фінансового контролю, як і його видів, зростає ще більше, зважаючи на прийнятті зміни до чинного законодавства, що регулює його функціонування.

Одним із видів фінансового контролю в Україні є податковий контроль, що має свої особливості в умовах воєнного стану. Серед них слід відзначити ті, що введені змінами до Податкового кодексу України від 12.05.2022р. [1]. Зазначеними змінами передбачено не проводити більшість податкових перевірок. Тому такі перевірки податковою службою не розпочинаються, а вже розпочаті – припиняються, окрім: камеральних, документальних позапланових та фактичних перевірок. Крім того, органам державного контролю дозволяється здійснювати позапланові перевірки задля запобігання неконтрольованого зростання цін, що в умовах воєнного стану надзвичайно важливо.

Окремої уваги потребують особливості, що стосуються проведення фінансового контролю Державною аудиторською службою України та її міжрегіональними територіальними органами. Так відповідно до постанови уряду від 7 травня 2022 року №561[2], зазначені контролюючі органи під час воєнного стану та протягом місяця після його припинення або скасування повинні здійснювати свої повноваження з урахуванням особливостей, властивих для цього часу. Це стосується строків щодо тривалості заходів фінансового контролю, їх відтермінування, документування тощо.

На виконання зазначеної постанови уряду Державною аудиторською службою України також виданий наказ [3], яким деталізуються особливості здійснення фінансового контролю в умовах воєнного стану. Так відповідно до вказаного наказу передбачено перенесення термінів проведення державного фінансового контролю на пізніші строки.

Продовжуючи аналіз у напрямі особливостей державного фінансового контролю в умовах воєнного стану, окремо слід зупинитися на змінах, що стосуються повноважень Державної казначейської служби України. Це стосується постанови Кабінету Міністрів України від 9 червня 2021 року №590 [4], якою внесено ряд змін щодо виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану. Серед таких особливостей зміни в: механізмі реалізації своїх повноважень з урахуванням особливого режиму (воєнного стану); обслуговуванні доходів та інших надходжень до бюджетів; казначейському розрахунково-касовому обслуговуванні одержувачів бюджетних коштів; порядку складання та подання звітності [4] тощо.

Одним із важливих органів фінансового контролю в Україні є Міністерство фінансів України, яке забезпечує його координацію і здійснює з урахуванням особливостей воєнного стану згідно з нормативно-правовими актами, що приймаються у цей період. До їх переліку доцільно віднести постанову уряду від 4 листопада 2022 року [5], якою визначаються особливості здійснення

фінансового контролю на територіях, які від початку повномасштабного вторгнення перебувають в окупації. Відповідно до таких змін військовим адміністраціям надано можливість виконувати бюджетні повноваження в спрощеному режимі. При цьому начальникам військових адміністрацій непідконтрольних територій надано право здійснювати повноваження місцевих фінансових органів з передачею коштів у вигляді міжбюджетних трансфертів. Також, за час повномасштабного вторгнення Міністерством фінансів України було прийнято ряд змін, задля забезпечення першочергових потреб державного бюджету, відновлення пошкодженої інфраструктури та подальшого функціонування економіки держави.

В умовах воєнного стану значно підвищується роль митного контролю, який реалізується Державною митною службою України. До особливостей митного контролю необхідно віднести запровадження додаткових заходів при митному оформленні товарів в правовому режимі воєнного стану. Для регулювання такої форми контролю урядом прийнято спеціальну постанову від 20 березня №330 [6], завдяки якій суб'єктам господарювання надається право обирати один із двох способів митного оформлення та митного контролю, що дозволяє відносити такий вид контролю до особливого та необхідного в умовах воєнного стану. Тут ідеться про використання спрощеного або стандартного способів ввезення та митного оформлення товарів на кордоні; здійснення митного оформлення товарів без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (окрім експортного контролю); забезпечення невідкладного пропуску без митного огляду гуманітарної допомоги, яка надходить по спеціальному призначенню [6] тощо.

Значно посилюється роль Рахункової палати України у здійсненні фінансового контролю, який також зазнав змін і функціонує з урахуванням особливостей чинного правового режиму воєнного стану, на чому наголошувалося 30 червня 2022 року у Центрі соціально-економічних досліджень України [7] під час дискусії, в якій взяв участь голова вказаного державного органу. Зміст цих особливостей стосується як інституційних складових, так і посилення заходів фінансового контролю щодо ефективності використання державних видатків і визначення збитків від війни.

Проведений аналіз дозволяє згрупувати зазначені вище особливості (табл. 1) за окремими органами фінансового контролю, який ними здійснюється в умовах воєнного стану.

Особливості у здійсненні фінансового контролю окремими державними органами в умовах воєнного стану

Орган фінансового контролю	Зміст особливостей
Державна аудиторська служба України	<ul style="list-style-type: none"> – здійснення заходів державного фінансового контролю з урахуванням воєнного стану; – корегування термінів щодо тривалості заходів фінансового контролю та їх відтермінування стосовно його проведення, у зв'язку з воєнним станом; – здійснення процедури документування та обігу документів в паперовій та/або електронній формах[2].
Державна податкова служба України	<ul style="list-style-type: none"> – заборона проведення перевірок, крім камеральних, документальних позапланових та фактичних; – здійснення позапланових перевірок задля запобігання неконтрольованого зростання цін; – звільнення від відповідальності платників податків, які через воєнні дії не змогли виконати податковий обов'язок, з урахуванням перенесення термінів та обов'язковим його виконанням після воєнного стану [1].
Державна казначейська служба України	<ul style="list-style-type: none"> – виконання своїх обов'язків як учасника системи електронних платежів Національного банку; – здійснення заходів щодо збереження резервних копій баз даних, задля можливості відновлення; – посилення контролю за обслуговуванням доходів та видатків бюджетів в особливому режимі; – акумулювання й облік коштів загального та спеціального фондів місцевих бюджетів на відповідних аналітичних рахунках у Казначействі [4].
Державна митна служба України	<ul style="list-style-type: none"> – здійснення декларування та митного оформлення товарів під час їх ввезення на територію України шляхом подання попередньої митної декларації, яка містить необхідну інформацію для випуску товарів; – здійснення митного оформлення товарів без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (окрім експортного контролю); – здійснення відстрочення сплати митних платежів, на підставі письмової заяви платника податків[6].
Міністерство фінансів України	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення фінансового контролю на непідконтрольних українській владі територіях; – здійснення системної роботи з іноземними партнерами для залучення ресурсу на фінансування першочергових потреб державного бюджету, розвиток підприємництва й відновлення пошкодженої інфраструктури [5].
Рахункова палата України	<ul style="list-style-type: none"> – визначення потужного курсу в напрямках фінансового контролю задля забезпечення коштів для відбудови України; – дотримання стандартів міжнародних партнерів; – проведення секторальних аналізів задля визначення збитків від війни; – посилення контролю над рекомендаційними роботами по ефективності використання державних видатків для прийняття управлінських рішень[7].

Примітка. Узагальнено за даними: [1-2; 4-7].

Проаналізувавши вищезазначені особливості, що запровадженні змінами до чинного законодавства, резюмуємо, що в умовах воєнного стану фінансовий контроль набув характерних для такого періоду ознак, став гнучким, змінився порівняно із мирним часом, не втратив притаманних йому ознак і функцій, і, завдячуючи вчасному корегуванню, продовжує виконувати важливу регулюючу роль в державному управлінні.

Таким чином, аналіз змін в заходах державного фінансового контролю дав змогу визначити основні особливості його здійснення у складних умовах воєнного стану. Цілком слушними у цьому напрямку були зміни, внесені у чинне законодавство України, а також розроблені контролюючими органами додаткові заходи, які деталізували особливості проведення фінансового контролю в умовах воєнного стану. Відтак вжиті заходи були своєчасними та доцільними, скорегованими та доповненими відповідно до умов воєнного стану, адже розподільні відносини у сфері публічних фінансів держави постійно мають охоплюватися відповідними видами державного фінансового контролю.

Література:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей податкового адміністрування податків, зборів та єдиного внеску під час дії воєнного, надзвичайного стану: Закон України від 12.05.2022 р. № 2260-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2260-20#Text>
2. Деякі питання здійснення державного фінансового контролю в умовах воєнного стану: Закон України від 07.05.2022 р. №561. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/561-2022-%D0%BF>
3. Про затвердження Змін до Плану проведення заходів державного фінансового контролю Державної аудиторської служби України на II квартал 2022 року: Наказ Держаудитслужби від 27.04.2022 р. №62. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/864>
4. Про затвердження Порядку виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану: Закон України від 04.03.2022 р. № 188. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/590-2021-%D0%BF>
5. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2022 р. № 252: *Офіційний вісник України*, 2022 р., № 25, ст. 1334, № 52, ст. 2977. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vnesennya-zmin-do-postanovi-kabinetu-ministriv-ukrayini-vid-11-bereznia-2022-r-252-i041122-1239>
6. Деякі питання здійснення митного контролю та митного оформлення товарів, зокрема транспортних засобів, в умовах воєнного стану: Закон України від 20.03.2022 р. №330. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/330-2022-%D0%BF>
7. Як підвищити ефективність державних видатків: Роль Рахункової палати. URL: <https://case-ukraine.com.ua/publications/yak-pidvyshhyty-efektyvnist-derzhavnyh-vydatkiv-rol-rahunkovoyi-palaty/>



*Михайло Сімашкевич,
Голова Кам'янець-Подільської Районної ради,
голова ради стейкхолдерів
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

*Максим Галкін
студент НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

ОБЛІК І ЗВІТНІСТЬ У БАНКАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Банки України ведуть бухгалтерський облік та складають фінансову звітність відповідно до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності, подають та оприлюднюють фінансову звітність відповідно до норм законодавства України.

У зв'язку з військовою агресією російської федерації проти України та запровадженням військового стану в Україні відповідно до Указу Президента України від 24 лютого 2022 року №64/2022 «Про запровадження військового стану в Україні», затвердженого Законом України від 24 лютого 2022 року №2102- IX, Торгово-промислова палата визнає військову агресію Російської Федерації проти України форс-мажорними обставинами. Зазначені обставини є форс-мажорними (надзвичайними, невідворотними) з 24 лютого 2022 року до їхнього офіційного закінчення для всіх без винятку суб'єктів господарювання [1].

З метою забезпечення надійності та стабільності функціонування фінансової системи у період дії військового стану Національний банк України Постановою Правління Національного банку України від 07 березня 2022 року №41 «Про складання та подання фінансової звітності у період запровадження військового стану» встановив порядок складання та подання фінансової звітності банками в умовах воєнного стану[3].

Відповідно до Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затвердженої постановою Правління Національного банку України від 24.10.2011 р. №373, банки складають фінансову звітність на підставі даних бухгалтерського обліку з урахуванням коригуючих проводок щодо подій, що коригують дані після дати балансу. Операції повинні відображатися в облікових регістрах у звітному періоді, в якому вони були здійснені[2].

Подією після звітної дати визнається факт господарської діяльності, який впливає чи може вплинути на фінансове становище, рух коштів чи результати діяльності підприємства та існував у період між звітною датою та датою підписання бухгалтерської звітності за звітний період.

Відповідно до Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 10 «Події після звітного періоду» (далі — МСБО 10) події після звітної дати можуть бути двох категорій:

а) події, що свідчать про умови, що існували на кінець звітного періоду (події, які потребують коригування після звітного періоду); і

б) події, що свідчать про умови, що виникли після звітного періоду (події, що не потребують коригування після звітного періоду) [4].

Банки коригують суми, визнані у звітності на дату балансу, на які вплинули події після дати балансу, та визнають суми, які не відображені у звітності на дату балансу з певних причин.

Усі події, що стали відомими після дати балансу та мають безпосередній вплив на показники фінансової звітності, потребують коригування звітної інформації.

Банк не здійснює коригування сум, визнаних у його фінансовій звітності для відображення подій, що вказують на обставини, що виникли після дати балансу.

Якщо відбулися суттєві події, які не вимагають коригування звітності, але які можуть вплинути на прийняття користувачами економічних рішень, то банк повинен розкривати інформацію у примітках до фінансової звітності про кожну таку подію без коригування статей фінансової звітності, характеру події та попередньої оцінки фінансового впливу чи констатації. Що така оцінка неможлива.

Якщо банк не складає фінансову звітність на основі припущення безперервності, він повинен розкрити інформацію про цей факт та вказати, на основі яких припущень складено фінансову звітність, а також вказати причини, що діяльність не розглядається як безперервна.

Вимоги МСБО 1 також поширюються на відображення у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності інформації про договори, що містять додаткові умови (ковенанти). Здатність банків та його контрагентів виконувати такі додаткові договірні умови може значно погіршитися за умов воєнного стану.

Банкам необхідно здійснити коригування результатів моделювання, що ґрунтуються на експертних оцінках, для належного відображення інформації на звітну дату.

Звертаємо увагу на те, що перегляд та модифікації кредитних договорів (продовження, кредитні канікули тощо) в умовах воєнного стану не слід автоматично розглядати як значне зростання кредитного ризику з дати первісного визнання, використовуючи діючу методологію до його запровадження. Наприклад, надання платіжних канікул для всіх позичальників у певних класах фінансових інструментів не повинно автоматично призводити до того, що всі фінансові інструменти будуть вважатися такими, що зазнали значного зростання кредитного ризику. Банки повинні постійно відстежувати та переглядати прогнози в міру отримання нової інформації, оскільки середовище швидко змінюється, факти та обставини оновлюються.

Для подолання наслідків бойових дій в Україні, ймовірно, запровадять численні програми державної допомоги.

Відображення у бухгалтерському обліку та розкриття інформації у фінансовій звітності про державні гранти та інші форми державної допомоги банкам здійснюється відповідно до МСБО 20 «Облік державних грантів та розкриття інформації про державну допомогу».

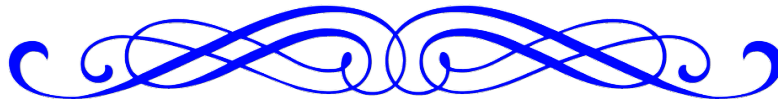
Державні гранти - це особлива форма державної допомоги, це передача ресурсів суб'єкту господарювання в обмін за минуле або майбутнє дотримання певних умов операційної діяльності суб'єкта господарювання.

Отже, банкам потрібно буде проаналізувати, чи відбулися зміни у наданні державних грантів чи інших форм державної допомоги, які можуть вплинути на фінансову звітність та вимагають подальшого розкриття.

У силу вищевикладеного руйнівні наслідки вторгнення російської федерації в Україну охоплюють усі сфери життя, економічні наслідки війни вплинуть на бухгалтерський облік та звітність банків, оскільки ситуація постійно змінюється і виникатиме необхідність у постійному та регулярному перегляді бухгалтерських оцінок, відповідних моделей та підходів для відображення актуальної, доречної та правдивої інформації у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

Література:

1. Про запровадження військового стану в Україні: Указ Президента України від 24 лютого 2022 року №64/2022, затвердженого Законом України від 24 лютого 2022 року №2102- IX, URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022>. (дата звернення 15.10.2022 р.).
2. Про затвердження Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України. Постанова Правління національного банку України 24.10.2011 № 373. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11> (дата звернення 16.10.2022 р.).
3. Про складання та подання фінансової звітності у період запровадження військового стану: Постанова Правління Національного банку України від 07 березня 2022 року №41. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0041500-22#Text> (дата звернення 18.10.2022 р.).
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 10 «Події після звітного періоду». URL: <https://zakon.help/article/msbo-10-podii-pislya-zvitnogo-periodu-msbo-10-podii> (дата звернення 18.10.2022 р.).



Володимир Слободян

*кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів,
обліку та оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Галина Кирилюк

*здобувачка першого бакалаврського рівня спеціальність «Психологія»
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД В УМОВАХ ВІЙНИ

За підрахунками психологів за день у людській голові народжується приблизно 6 тисяч думок. Фахівці з Королівського університету в Канаді знайшли спосіб дізнатись де починається одна думка і закінчується інша – про це було опубліковано в журналі Nature Communications. Працювали над розробкою, невідомого досі експериментального методу розмежування моментів

зосередження людини на одній ідеї, професор кафедри психології Джордан Поппенік і його студентка Джулі Ценг.[1]

Відомий спортсмен і журналіст Юрій Петрович Власов розробив цілу систему поглядів про те, що людський організм, як і дух, має потребу в керівництві. Іншими словами – подумки людина може впливати на роботу внутрішніх органів і тіло в цілому, тобто існує тісний зв'язок між думками і здоров'ям людини. У більшості випадків людина починає хворіти тоді, коли погіршується душевний стан. Доведено, що домінуючі довготривалі негативні думки виснажують і ослаблюють організм, викликають негативні емоції, які, в свою чергу, призводять до порушення сну, вони розширюють або звужують судини, гальмують діяльність органів травлення, впливають на серцевий ритм... Якщо людина довгий час відчуває страх, злість, образу, горе, ревності, сумніви, скарги, роздратування то все це переростає з часом у пригніченість, беспорядність і навіть жах.[2]

Війна увірвалася в життя українців дуже несподівано, психіка більшості наших громадян виявилася не підготовленою до цієї страшної події. Сьогодні, майже у всіх нас верх беруть негативні емоції. Надзвичайно актуальним за вищевказаних обставин стало питання нормалізації психоемоційного стану нації, адже саме він є запорукою фізичного здоров'я українців.

У найскладніший для України час, поруч з доблесними воїнами ЗСУ, колосальну роботу мають проводити психологи. Діяльність служб психологічної допомоги під час війни має певну специфіку. Психологічного консультування потребують особи з посттравматичним стресовим синдромом Підтримка потрібна у вирішенні питань як боротися з перевтомою, апатією, панікою та тривогою, як зберегти близькі стосунки, як позбутися почуття провини. Велика кількість людей відчувають тривогу, паніку, переживають спустошення, виснаження, втому.

Психологічний супровід реалій сьогодення включає в себе психодіагностику, консультування, психологічну просвіту, корекційно-розвиткову та організаційно-методичну роботу.

Українцям ментально притаманно вирішувати свої проблеми самотужки - у складних життєвих ситуаціях вони вкрай рідко звертаються за допомогою, тому питання психологічного супроводу громадян України носить дещо специфічний характер. Перш за все слід звернути увагу на те, що більшість з нас не вважає за потрібне виставляти на загальне питання фізичного та психологічного здоров'я, тому доцільно було б включити в обов'язковий медичний огляд консультацію психолога.

Особливої уваги в умовах війни потребують учасники освітнього процесу. Специфічного психологічного супроводу потребують батьки (особливо ті, які не проживають з сім'єю з певних причин), педагоги в період дистанційного навчання, здобувачі знань з неповних сімей, учасники освітнього процесу з обмеженими можливостями.

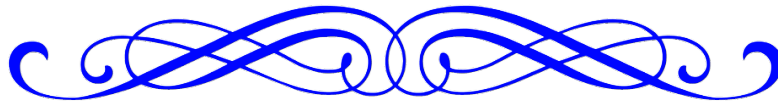
Одним з подразників психіки на сьогоднішній день є повітряні тривоги, які тримають людину у постійному стресі, виснажують і злять. Пропоную комплекс

порад як зберегти психіку під час повітряних тривог і війни, адже після перемоги ми маємо залишитися здоровими і фізично і ментально.

У ході дослідження вищезгаданих проблем я дійшла висновку, що українці виявились психологічно не підготовленими до початку війни. Робота в даному напрямку передбачає психологічний супровід всіх верств населення. Аналогічних ситуацій не було – потрібно, поруч з традиційними, знаходити нові психологічні прийоми та використовувати дещо специфічні методи збереження ментального здоров'я української нації, нації унікальної і неповторної у всіх відношеннях.

Література:

1. Стало відомо, скільки думок виникає у мозку людини за добу. URL:<https://www.depo.ua/ukr/life/stalo-vidomo-skilki-dumok-vinikae-u-mozku-lyudini-za-dobu-2>. <https://deloitte.wsj.com/articles> (дата звернення 19.10.2022 р.).
2. Чи впливають наші думки на наше життя? URL:<https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/29524>(дата звернення 18.10.2022 р.).



Світлана Стендер,
*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку,
оподаткування та технологій електронного бізнесу ЗВО «ПДУ»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ: В МИРНИЙ ЧАС ТА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Зараз всі суб'єкти господарювання перебувають у надзвичайних обставинах. Їх запаси частіше псуються, бувають розкрадені, знищені окупантами або своїми ж працівниками. Як відобразити це все у бухгалтерському обліку, щоб скласти достовірну фінансову та податкову звітність?

Для цього потрібно встановити: хто винний. Якщо ви зможете довести, що у втраті запасів (товарів, МШП, матеріалів, сировини тощо) винні окупанти – відшкодувати витрати буде РФ (державні юристи вже працюють над створенням бази для цього). Якщо ж у цьому винні працівники підприємства, то далі вже керівнику вирішувати, вимагати від них відшкодування втрат чи ні.

Якщо імовірності отримати вигоди від запасів не існує, вони перестають визнаватися активом. Але чи є перебування складу із запасами на тимчасово окупованій території підставою вважати, що вже не існує імовірності отримати вигоди від запасів?

На наш погляд, кожне підприємство мало би вирішувати це питання самостійно. Якщо підприємство не бачить перспектив отримати доступ до запасів, то воно має право списати ці запаси з балансу. Оформити таке списання можна було б, приміром, наказом керівника підприємства. Але відповідно до норм п. 8 розд. I Положення № 879 [1] і п. 12 Постанова № 419 [2], якщо якесь майно залишилося на тимчасово окупованій території, списати його з балансу

можна тільки за наслідками інвентаризації, яка має бути проведена станом на перше число місяця, що настає за місяцем, в якому з'явилася можливість доступу до активів. А доступ до активів з'явиться тільки після звільнення територій від ворога. До того моменту запаси мають відображатися на балансі.

Якщо підприємство такі списані запаси з балансу, без проведення інвентаризації після отримання доступу до запасів, збільшивши витрати, податкова при перевірці може не погодитися з відображенням таких витрат, вважаючи, що витрати підприємства завищено і об'єкт оподаткування податком на прибуток занижено. Звісно, такі наслідки загрожують платникам податку на прибуток донарахуванням податку.

В п. 32-1 підрозділу 2 розділу XX ПКУ [3] зазначено, що тимчасово, протягом дії правового режиму воєнного стану, не вважаються використаними платником податку в неоподатковуваних ПДВ операціях або операціях, що не є господарською діяльністю платника податку, товари, придбані в оподатковуваних ПДВ операціях, знищені (втрачені) внаслідок дії обставин непереборної сили у період дії воєнного стану.

В пп. 14 п. 2 Постанова № 326 [4] зазначено, що відповідальними за визначення шкоди та збитків в частині підприємств недержавної форми власності є обласні адміністрації (на період воєнного стану – військові адміністрації). Шкоду визначають як за вартістю втраченого, знищеного, пошкодженого, так і упущену вигоду. Причому визначення шкоди та збитків здійснюється згідно з Методикою, затвердженою Мінекономіки та Фондом держмайна. Але на момент підготовки цих тез відповідної Методики ще немає.

На наш погляд, для оцінки шкоди може бути проведено оцінку незалежними оцінювачами. Крім того, як варіант, оцінку можна провести самостійно, виходячи з ринкових цін знищених запасів. При фіксуванні шкоди підприємство може користуватися методичними рекомендаціями, розробленими фахівцями Інституту аграрної економіки. Там наведені практичні рекомендації щодо збору доказів про завдання матеріальної шкоди внаслідок воєнних дій і стягнення коштів в рамках проекту «Росія заплатить».

Тезисно порядок фіксування шкоди такий:

- призначається інвентаризація;
- під час інвентаризації можуть залучатися і свідки;
- застосовується відео- та фотозйомка знищеного або зруйнованого майна;
- інформація про завдану шкоду оприлюднюється – в першу чергу на офіційних державних ресурсах, перелік яких наведено в методичних рекомендаціях, а також передається місцевим органам влади тощо.

Якщо інвентаризація підтвердить факт знищення запасів, то їх на підставі документів інвентаризації списують з балансу – на субрахунок 977 «Інші витрати діяльності». Поряд з цим вартість списаних запасів відображається на позабалансовому субрахунку 072 «Невідшкодовані нестачі і втрати від псування цінностей». Зменшення на субрахунку 072 відображається після вирішення питання про винуватців з одночасними записами такою проводкою: Д-т 375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків»; К-т 716 «Відшкодування раніше списаних активів» в сумі, що належить до відшкодування винуватцями.

Якщо за такими запасами відображався податковий кредит з ПДВ, то податкове зобов'язання з ПДВ за п. 198.5 ПКУ не нараховується згідно із п. 32-1 підрозділу 2 розділу XX ПКУ. Якщо підприємство є платником податку на

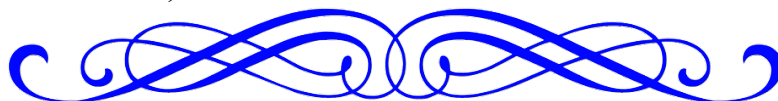
прибуток, то списані запаси зменшать фінансовий результат до оподаткування. Якщо підприємство є платником ЄП, операція списання запасів не вплине на оподаткування ЄП.

Якщо чиста вартість реалізації запасів менше первісної, то запаси відображають в бухгалтерському обліку за чистою вартістю реалізації (очікувана ціна реалізації за мінусом витрат на завершення виробництва та реалізацію запасів) (п. 4, п. 24 НП(С)БО 9 «Запаси») [5]. Як сказано в п. 3.15 Методичних рекомендацій № 2 [6] уцінку оформляють актом уцінки. Форма акту нормативними документами не встановлена, тому вона розробляється підприємством самостійно, з дотриманням вимог щодо наявності обов'язкових реквізитів первинного документа. Такий акт може оформляти інвентаризаційна комісія. В такому разі уцінка буде проведена в рамках інвентаризації. На підставі затвердженого керівником акту сума уцінки списується на субрахунок 946: Д-т 946 «Втрати від знецінення запасів»; К-т 20 «Виробничі запаси», 26 «Готова продукція», 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», 28 «Товари».

Сама по собі уцінка запасів не впливає на оподаткування ПДВ і ЄП. Податкових різниць в податковому обліку податку на прибуток щодо операції уцінки не буде. Проте якщо уцінені товари були придбані з ПДВ та згодом будуть продаватися за ціною нижче ціни придбання, база оподаткування ПДВ визначатиметься на рівні, що не нижче ціни придбання таких товарів – абз. 2 п. 188.1 ПКУ.

Література:

1. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879 із змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14#Text> (дата звернення 03.11.2022).
2. Постанова про затвердження Порядку подання фінансової звітності, затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 28.02.2000 р. № 419 із змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF#Text> (дата звернення 04.11.2022).
3. Податковий кодекс України. Відомості Верховної Ради України: документ 2755-17, редакція від 04.02.2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення 02.11.2022 р.).
4. Постанова про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації, затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 20.03.2022 р. № 326. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення 04.11.2022).
5. Положення стандарт бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246 із змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення 04.11.2022).
6. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів, затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 10.01.2007 р. № 2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0002201-07#Text> (дата звернення 03.11.2022).



Андрій Тимків

*кандидат економічних наук, викладач кафедри
фінансів, обліку та оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Олег Козак

магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

ЕТАПИ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Глобалізація – це здебільшого кумулятивний процес, що базується на змінах у способах накопичення (як генерується зростання) та їхніх функціональних зв'язків (як структурується зростання). Здатність виробляти (виробництво) і розподіляти (транспортувати) залишаються основними векторами економічного розвитку. З початку сучасної ери в 16 столітті можна виділити чотири основні фази, що призвели до розвитку світової економіки, причому п'ята спекулятивна про те, як глобалізація може розгортатися в майбутньому:

1. Епоха меркантилізму (бл. 1500-1780 рр.) і створення перших трансокеанських торговельних шляхів призвели до значного розширення гегемонії Європи через встановлення колоніальних імперій (таких як Іспанська та Португальська імперії) та їхню основну меркантилістську систему, де торгівлі відносини були монополізовані та контрольовані. Незважаючи на те, що такі імперії, як Китай та Індія (Моголи), були значними економічними суб'єктами, вони не були активними у встановленні міжміських торгових відносин, а вели операції з іноземними купцями. Тим не менш, для більшості видів економічної діяльності просторовий масштаб відносин залишався локальним за масштабом, оскільки економія від масштабу для внутрішнього транспорту залишалася примарною. Виробництво залишалося відносно незмінним із середньовіччя з системою, заснованою на майстерні, де ремесла вивчалися, розвивалися та поширювалися серед учнів. У багатьох випадках це призвело до появи спеціалізованих ремісничих міст, де особливий виробничий досвід оволодівав і охороняв цехові організації. Однак ця система була монополістичною і не допускала масового виробництва.

2. Промислова революція (приблизно 1780-1880 рр.) побачила встановлення механізованого виробництва та систем розподілу та появу промислового капіталізму, де масове виробництво та споживання стали можливими. Це вимагало використання більшої виробничої одиниці; фабрика. Додатковий попит на робочу силу спричинив вищий рівень урбанізації та появу промислових міст із широким розмахом торговельних зв'язків, здебільшого з районами постачання сировини та енергії. Це стало можливим завдяки створенню каналів, а потім першим регіональним залізничним мережам, що вперше дозволило отримати економію на масштабах для внутрішнього транспорту. Впровадження пароплавства посилило міжміську торгівлю та колоніалізм.

3. Виникнення фордизму (с1880-1970) призвело до капіталістичної системи, в якій домінували великі багатонаціональні корпорації або корпорації, що

функціонують у квазімонополістичному статусі у своїх відповідних економіках. Зростання складності виробництва сприяло створенню промислових кластерів (виробничих поясів), де агломерувалися суміжні галузі. Налаштування моделі складальної лінії спиралися на мережу постачальників, розташованих відносно близько, і на появу управління виробництвом. Міжнародні та регіональні зв'язки обслуговувалися добре налагодженою пароплавною та залізничною мережами.

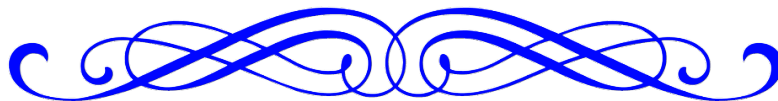
4. Постфордизм (1970-2010) спостерігалось прискорення глобалізації, зокрема з появою експортно-орієнтованих економік (наприклад, Японії, Кореї, Китаю), які отримали вигоду від переміщення кількох виробничих завдань і створення глобальних виробничих мереж, керованих корпоративними системами. Це стало можливим завдяки конвергенції ключових транспортних технологій, зокрема контейнеризації, послуг реактивних літаків і телекомунікацій.

5. Виклики, які стоять на початку 21-го століття, викликають питання про те, як розвиватиметься глобалізація та процеси виробництва та розподілу, що лежать в її основі. Виникаючі проблеми навколишнього середовища та дефіциту ресурсів свідчать про стійкий капіталізм як парадигма, згідно з якою економічна діяльність зобов'язана мінімізувати свої зовнішні ефекти (наприклад, відходи, забруднення, затори) як через регуляторний тиск, так і через конкурентний тиск. Національні держави залишаються основною функціональною одиницею, але економічна інтеграція продовжуватиме стирати відмінності між нацією та економічним регіоном. Ця фаза також була позначена як Четверта промислова революція.

Таким чином, сучасний глобальний виробничий ландшафт є результатом послідовних хвиль інновацій та економічного розвитку, включаючи їхнє географічне накопичення. Хоча промислову революцію часто розглядають як єдину подію, що триває наприкінці 18 століття, краще її можна зрозуміти як чотири послідовні зміни парадигми або чотири промислові революції. Кожна революція базувалася на інноваціях попередньої революції та призвела до більш прогресивних форм виробництва та складніших мереж комерційних відносин.

Література:

1. Phases of Development of the Global Economy URL: <https://transportgeography.org/contents/chapter1/the-setting-of-global-transportation-systems/global-economy-development-phases/>



Андрій Тимків

*кандидат економічних наук, викладач кафедри
фінансів, обліку та оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Олег Окаринський

магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

СТАНОВЛЕННЯ ПРИНЦИПІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Визначним принципом державного управління є економія та ефективність, тобто надання державних послуг за мінімальними витратами. Зазвичай це було заявленою метою адміністративної реформи. Незважаючи на зростаюче занепокоєння щодо інших типів цінностей, таких як реагування на суспільні потреби, справедливість і рівне ставлення, участь громадян у прийнятті державних рішень, ефективність продовжує залишатися основною метою.

У своїй турботі про ефективність і вдосконалення державне управління часто зосереджується на питаннях формальної організації. Зазвичай вважається, що адміністративні недоліки можна принаймні частково виправити реорганізацією. Багато організаційних принципів походять від військових, деякі – від приватного бізнесу. Вони включають, наприклад: (1) організацію департаментів, міністерств і агенцій на основі спільних або тісно пов'язаних цілей, (2) групування подібної діяльності в окремих підрозділах, (3) прирівнювання відповідальності до повноважень, (4) забезпечення єдності командування (тільки один керівник для кожної групи працівників), (5) обмеження кількості підлеглих, підпорядкованих одному керівнику, (6) диференціація лінійна (оперативна або кінцева) діяльність від діяльності персоналу (дорадчої, консультативної або допоміжної), (7) із застосуванням принципу управління за винятком (тільки незвичайна проблема чи випадок виноситься наверх), і (8) маючи чіткий ланцюжок командування вниз і відповідальності вгору.

Деякі критики стверджують, що ці та інші принципи державного управління корисні лише як приблизні критерії для певних організаційних ситуацій. Вони вважають, що організаційні проблеми відрізняються, і що застосовність правил до різних ситуацій також відрізняється. Тим не менш, незважаючи на більш витончений аналіз організаційної поведінки в наступні десятиліття, такі принципи, як перелічені вище, продовжують мати силу.

Державне управління також зробило наголос на кадрах. У більшості країн адміністративна реформа включала реформу державної служби. Історично напрямком був до «меритократія» – найкраща людина для кожної роботи, конкурсні іспити для вступу, а також відбір і просування на основі заслуг. Увага все більше приділяється факторам, відмінним від інтелектуальних заслуг, включаючи особисте ставлення, стимули, особистість, особисті стосунки та колективні переговори.

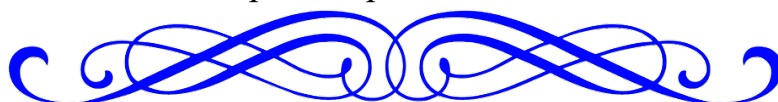
Крім того, Бюджет став основним інструментом для планування майбутніх програм, визначення пріоритетів, управління поточними програмами, зв'язку між виконавчою та законодавчою владою та розвитку контролю та підзвітності. Боротьба за контроль над бюджетами, особливо в західному світі, почалася багато століть тому і часом була основним у відносинах між монархами та їхніми підданими. Сучасна бюджетна система виконавчої влади, в якій виконавча влада рекомендує, законодавча влада призначає, а виконавча влада контролює витрати, виникла в Британії 19 століття. У Сполучених Штатах у 20 столітті бюджет став основним засобом законодавчого нагляду, виконавчого контролю відділів та відомчого контролю підпорядкованих програм. Подібну роль він виконує в багатьох країнах світу, що розвиваються.

Ортодоксальна доктрина ґрунтувалася на передумові, що адміністрація є просто реалізацією публічних політик, визначені іншими. Згідно з цією точкою зору, адміністратори повинні прагнути до максимальної ефективності, але повинні бути нейтральними щодо цінностей і цілей. Проте Велика депресія 1930-х років, а тим більше під час Другої світової війни, ставала дедалі очевиднішою, що багато нових політик виникло всередині адміністрації, що політика та оціночні судження були неявними. у більшості важливих адміністративних рішень, що багато адміністративних чиновників не працювали ні над чим, крім політики, і що, оскільки державна політика була суперечливою, така робота неминуче залучала адміністраторів до політики. Уявна незалежність адміністрації від політики та політики вважалася ілюзорною. Таким чином, з 1930-х років зростає занепокоєність формуванням політики та розробкою методів покращення політичних рішень. Незважаючи на те, що багато хто вважає концепцію безцінної, нейтральної адміністрації вже непридатною, цілком задовільної заміни не запропоновано. Як забезпечити, щоб кар'єрні адміністратори приймали відповідальні та відповідальні політичні рішення, і як координувати свою роботу з політикою політично обраних чи призначених посадових осіб, залишається ключовим питанням,

Застосовувані методи фіскальної та монетарної політики стали усталеними спеціалізаціями державного управління. Економісти займають ключові пости в адміністраціях більшості країн, і багато інших адміністраторів повинні мати принаймні елементарні знання про економічні наслідки урядових операцій. Франція, Швеція та інші скандинавські країни, Велика Британія та США були одними з лідерів у розробці методів економічного планування. Таке планування стало домінуючою проблемою державного управління в багатьох країнах, що розвиваються.

Література:

1. Principles of public administration. URL: <https://www.britannica.com/topic/public-administration/Principles-of-public-administration>



Андрій Тимків

*кандидат економічних наук, викладач
кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім.С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

Андрій Рибка

*магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

Державна економічна політика – заходи, за допомогою яких уряд намагається вплинути на економіку. Національний бюджет загалом відображає економічну політику уряду, і частково через бюджет уряд здійснює свої три основні методи встановлення контролю: функцію розподілу, функцію стабілізації та функцію розподілу.

З часом відбулися значні зміни в акценті на цих різних економічних функціях бюджету. У 19 ст. державні фінанси в основному займалися розподільчою функцією. Робота уряду полягала в тому, щоб отримати доходи якомога дешевше та ефективніше для виконання обмежених завдань, які він міг виконувати краще, ніж приватний сектор.

З початком 20 століття функція розподілу набула все більшого значення. Виплати соціального забезпечення стали важливими, і багато країн запровадили диференційовані податкові системи. У пізній міжвоєнний період, а особливо в 1950-х і 60-х роках, стабілізація була центральною, хоча справедливість також була головною проблемою при розробці податкових систем. Однак у 1970-х і 80-х роках маятник повернувся назад. Знову питання розподілу вийшли на перший план, а стабілізація та розподіл стали менш важливими для державних фінансів.

Розподільча функція в бюджетуванні визначає, на які доходи уряду будуть витрачені. Оскільки велика частка національного доходу зараз спрямовується на державні витрати, рішення про розподіл коштів стають більш значущими в політичному та економічному плані. У будь-який час і в усіх країнах вимоги до витрат на конкретні послуги чи види діяльності, або до більш щедрих трансфертних платежів завжди перевищуватимуть суму, яку можна обґрунтовано отримати за рахунок оподаткування чи позик. Дебати про те, як розподіляти ці обмежені ресурси, тривали сотні років, і, хоча з'явилися численні методи визначення пріоритетів, вони ніколи не були вирішені задовільним чином.

Економісти намагалися надати об'єктивні критерії державних витрат за допомогою так званої теорії суспільних благ. Загальновизнано, що деякі товари, необхідні суспільству, не можуть бути надані через приватний ринок. Класичним прикладом є маяки. Вартість маяка така, що жоден судновласник не захоче його фінансувати; з іншого боку, якщо маяк надається одному судновласнику, він може бути доступний для всіх без додаткових витрат. Дійсно, він повинен бути доступним для всіх, оскільки немає жодних практичних засобів виключення суден з використання об'єктів, наданих маяком, навіть якщо їхні власники відмовилися платити за це. Єдиним практичним способом надання таких послуг є колективні дії.

Якщо товари постачатимуться таким чином, а не через приватний ринок, необхідно негайно зіткнутися з подвійною проблемою — вирішити, скільки надавати та хто має платити за це забезпечення. Навіть якби всі люди однаково хотіли отримати послугу — як, можливо, у випадку з маяками — їхні погляди щодо обсягу послуги залежали б від розподілу витрат. Там, де різні домогосподарства можуть мати різні уподобання, а деякі можуть взагалі не бажати послуги — як, наприклад, із захистом за допомогою ядерної зброї — ці труднощі ускладнюються. Економісти намагалися розробити абстрактні схеми голосування, які б примирили ці труднощі, але вони, здається, не мають практичного застосування.

Більше того, інші оскаржили б весь цей підхід до проблеми. Було б абсурдом говорити, що споживач має смак до національної оборони, а задовольнити його — завдання уряду. Завдання національних лідерів — розробити оборонну політику та переконати громадськість прийняти її. Подібним чином природоохоронці повинні намагатися пробудити громадськість до важливості парків і дикої природи. У контексті державної політики ефективний розподіл ресурсів полягає не просто в розподілі коштів для досягнення поставлених цілей, але також передбачає визначення самих цілей.

Справжні суспільні блага створюють серйозні проблеми для національного бюджету; дуже важко вирішити, як далеко слід постачати певні товари — мистецтво, національні парки, навіть оборону, і тому жодна формальна процедура визначення, ймовірно, не розвиватиметься. Те, що потрібно дати кожному, і надалі залишатиметься предметом гострих політичних дебатів, а розподіл змінюватиметься зі зміною уряду.

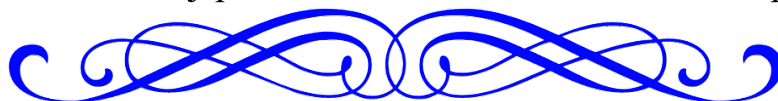
Після прийняття рішень про розподіл обмеженого національного бюджету між різними групами діяльності або навіть до цього державні органи мають вирішити, які конкретні проекти слід розпочати. Одним з методів, який використовувався, є аналіз витрат і вигод. Це намагається зробити для державних програм те, що сили ринку роблять для бізнес-програм: виміряти та порівняти в грошовому виразі дисконтовані потоки майбутніх вигод і майбутніх витрат, пов'язаних із запропонованим проектом. Якщо співвідношення вигод і витрат вважається задовільним, проект слід розпочинати. «Задовільно» означає, серед іншого, що проект перевершує будь-яку доступну державну чи приватну альтернативу. Або, якщо кошти обмежені, проекти можуть бути визначені пріоритетами відповідно до їх співвідношення витрат і вигод.

Однією з труднощів аналізу витрат і вигод є те, що кожна державна установа має стимул оцінювати сприятливі співвідношення для своїх власних проектів. Зрештою, вона повинна конкурувати з іншими установами за кошти.

На додаток до можливості того, що аналіз витрат і вигод може бути упередженим через попередньо сформовані погляди тих, хто замовляє дослідження, існують інші, більш фундаментальні труднощі. Майже всі пропозиції мають наслідки, які важко здійснити вартість у грошовому еквіваленті.

Література:

1. Яковенко Р.В. Основні напрями економічної політики та її завдання. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/7856/1/429pdf.PDF>



Андрій Тимків

кандидат економічних наук, викладач кафедри
фінансів, обліку та оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

Віталій Рудан

кандидат економічних наук, магістрант
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПАРТИСИПАТОРНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку бюджетних відносин більшість країн світу використовують практику партисипаторного бюджетування (від англ. *participate* – приймати участь). Партисипаторний бюджет – бюджет, створений за участі громадян, тобто частина бюджету муніципального утворення, району або міста розподіляється за допомогою спеціальної комісії, яка створюється із вибраних за жеребом представників громади та адміністрації. Жителі територіальних громад, міст, сіл та селищ отримують можливість вирішити, яким чином буде використана певна частина бюджету.

Сьогодні досвід реалізації та географічний аспект застосування програми «громадський бюджет» дозволяє виділити декілька типів (моделей) бюджетування у світі:

Таблиця 1

Основні моделі парти

№ п/п	Вид моделі	Суть моделі
1	Модель Порту-Алегрі, адаптована до країн Європи (м. Кордоба, Іспанія, 320 000 мешканців)	Модель характеризується довготривалим процесом громадських обговорень щодо напрямів витрачання фіксованого відсотка місцевого бюджету. Місцева влада використовує ряд соціальних, економічних, екологічних та інших критеріїв та зважає на всі переваги запропонованих проектів з метою справедливого розподілу ресурсів по всьому місту.
2	Модель участі організованих інтересів (м. Альбасете, Іспанія, 150 000 мешканців).	За такої моделі бюджету участі представляти інтереси місцевих жителів можуть лише неурядові організації, профспілки, громадські організації, а не окремі громадяни. Модель переважно спрямована на фінансування програм у сфері охорони здоров'я, освіти, міського розвитку та передбачає проведення публічних обговорень, щодо напрямів витрачання коштів
3	Модель спільної участі (м. Бредфорд, Велика Британія (467 000 мешканців) та м. Плоцьк, Польща (128 000).	Модель передбачає участь у бюджетному процесі як громадян, так і громадських об'єднань. В процесі обговорення вирішується питання встановлення пріоритетних напрямів витрат у соціальній, екологічній, культурній сферах та допомоги тим верствам населення, які перебувають у складних життєвих обставинах. Джерелом фінансових ресурсів виступає не фіксована частка міського бюджету, а спеціальний фонд громади, який формується за рахунок надходжень міжнародних організацій, неурядових організацій або внесків самої громади. Як правило, місцева влада не приймає рішень, щодо затвердження таких проектів і не приймає участі у їх реалізації.

4	Модель формальної участі (деякі міста Франції).	Дана модель участі громадян у бюджетному процесі має консультативний характер. Представники громадських організацій участі в цій моделі не беруть, оскільки вона передбачає прямий контакт громадян з місцевою владою шляхом формування консультаційних платформ з конкретних питань. Обговорюються переважно інфраструктурні питання. Місцевою владою приймаються лише ті рішення, які відображаються у політичній програмі правлячої більшості.
	Модель інформування щодо місцевих фінансів (м. Емсеттен (35 000 мешканців), м. Хільдене (56 000), м. Флоте (21 000 мешканців) та Трептов-Кьопеник (233 000 мешканців), Німеччина).	Метою консультацій з державних фінансів є підвищення прозорості бюджетного процесу міста шляхом поширення інформації фінансового характеру серед громадян. Зустрічі місцевої влади і громади міста мають інформаційний характер, де пояснюються доходи і витрати місцевого бюджету та їх обговорення

Побудовано автором на основі [1, с. 101; 2, с. 183-184].

Починаючи з 2014 року елементи партисипаторного бюджетування почали використовуватися в Україні, зокрема в таких містах, як Вінниця, Суми, Полтава, Тернопіль, Миколаїв та ін. [3, с. 124] Для бюджету участі в згаданих містах виділяється певна сума з міського бюджету, яка розподіляється між проектами громади міста обраних шляхом голосування на відповідних сайтах міських рад. Серед напрямків партисипаторного бюджетування в українських містах найбільшу частку займають соціальні, освітні, культурні та спортивні проекти, а також проекти благоустрою.

Аналізуючи досвід країн світу і їхніх міст в контексті партисипаторного бюджетування та порівнюючи його з вітчизняними містами, можна зробити висновок, що основною проблемою реалізації партисипаторного бюджетування в Україні є низька частка населення міст, які беруть участь в обговоренні та голосуванні за громадські проекти. За результатами проведених досліджень Миколаївським центром соціологічних досліджень, у виборі громадських проектів взяло участь лише 3,4% мешканців міста. Таким чином, для розвитку партисипаторного бюджетування в українських містах необхідно не лише створити необхідну нормативно-правову базу та виділити частину коштів з міських бюджетів на фінансування «проектів участі», а розгорнути широку інформаційну кампанію серед населення міста або громади (якщо це бюджет громади) щодо необхідності участі громадян у виборі проектів громадського бюджету. Однією з проблем в залученні громадян до участі у голосуванні за той чи інший проект є проблеми, які стосуються електронного голосування мешканцями старшого віку. Тому для підвищення їх активності можна проводити голосування при отриманні пенсії в поштових відділеннях, соціальної допомоги та оплати комунальних послуг. Інноваційним рішенням в цьому контексті може стати використання карти жителя міста («Карта тернополянина») під час поїздок в громадському транспорті, в магазинах чи на зупинках громадського транспорту. Використання карти жителя міста дасть змогу уникнути фальсифікації голосів. Звичайно може виникнути інша проблема пов'язана з фінансуванням придбання

відповідного обладнання та інформаційних табло для проведення голосування, однак її можна буде вирішити шляхом подання відповідного проекту для громадського бюджету.

Враховуючи досвід тих міст країн світу, які запровадили партисипаторне бюджетування, цікавим, на наш погляд, для України буде досвід запровадження інвестиційних проектів на зразок Порту-Алегрі. Одним із найактуальнішим для українських міст інвестиційним проектом можуть стати інвестиції в сферу переробки і сортування сміття. В залежності від величини бюджету міста такі проекти можуть бути спрямовані на будівництво спеціальних майданчиків сортування сміття, подрібнення ПЕТ-пляшки, придбання сортувальних ліній, створення анімаційних пізнавальних відеороликів щодо збереження довкілля і розумного поводження з побутовими відходами.

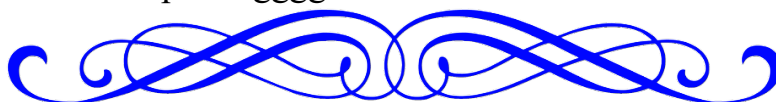
Щодо інших ініціатив реалізації партисипаторного бюджетування цікавим може бути досвід міст (Бредфорд, Велика Британія) та м. Плоцьк (Польща), де основою фінансування громадських бюджетів є не бюджет міста, а спеціальні фонди громади.

На нашу думку, для України прийнятним може бути комбінований варіант, який передбачатиме, як наявність відповідної частки бюджету міста, так і створені фонди громад. Кошти для фондів громад можуть залучатися від міжнародних організацій у вигляді грантів на розвиток міської інфраструктури. Однак найбільш дієвим заходом може бути наповнення фондів громад шляхом краудфандингу (громадське фінансування, від англ. crowdfunding, crowd — «громада, гурт, юрба», funding – «фінансування»). Методів краудфандингу в основному реалізуються через Інтернет на зразок українського проекту «Велика ідея» або Спільнокошт (фінансування колективних проектів) [4]. Проте для розширення можливостей наповнення фондів громад можна реалізувати такі ініціативи, як автоматичне зарахування здачі в супермаркетах в межах до 50 копійок. Не складно порахувати, якщо кількість покупок на день становитиме 50 тис., то до фонду громади може надійти від 5 до 25 тис. грн. в день, або від 150 до 750 тис. грн. на місяць. З метою купівлі чи розробки відповідного обладнання та технологічних рішень можна створити відповідний громадський проект.

Таким чином, партисипаторне бюджетування може бути потужним інструментом для участі громади у розподілі міського бюджету та громадських фондів на з метою реалізації інвестиційних, інфраструктурних, соціальних та спортивних проектів розвитку міст і громад задля спільного добробуту.

Література:

1. Глущенко Ю. А. Партиципаторний бюджет як інноваційний інструмент управління на місцевому рівні. Вісник НАДУ при Президентіві України : зб. наук. праць. Київ, 2017. Вип. 4. С. 178-184.
2. Козарезенко Л. В. Бюджет участі в системі державного фінансового регулювання розвитку людського потенціалу. Економічний вісник університету. 2016. Вип. 28(1). С. 180-189.
3. Васильєва Н. В. Залучення громадськості в українських містах (на прикладі бюджету участі). Публ. урядування. 2016. № 4 (5). С. 123–131.
4. Велика ідея. URL: <https://bigggidea.com>



Андрій Тимків

*к. е. н., викладач кафедри фінансів, обліку і оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Дмитро Билина

*магістрант
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ІННОВАЦІЙНА БАНКІВСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ФІНАНСОВОМУ ОБСЛУГОВУВАННІ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Впродовж останніх десятиліть банківська система України знаходиться в постійному розвитку, що обумовлено багатьма факторами: значною глобалізацією, змінами в управлінні банківською діяльністю, а також, безумовно, постійно зростаючими потребами клієнтів, що урізноманітнюються та диверсифікуються, зростаючим попитом на високоякісний банківський продукт та вдосконаленням його характеристик. Ситуація економічної кризи, що зумовлена війною з Росією повинна активізувати розробку та реалізацію інноваційних стратегій, що дозволять забезпечувати та утримувати конкурентні переваги у довгостроковій перспективі. У сучасних умовах, з погляду на необхідність відновлення довіри до банківської системи та посилення її ролі у забезпеченні стабільного економічного розвитку, плідним напрямом буде аналіз стратегічної спрямованості інноваційної діяльності банків в контексті обслуговування реального сектора економіки.

Варто зазначити, що представники реального сектору вже не бажають обмежуватись набором традиційних послуг, а хочуть бачити у банку бізнес-партнера, фінансового порадника, консультанта, що вдосконалив не тільки внутрішній менеджмент, а й зорієнтує на підвищення ділової активності підприємства. Зрештою, підвищення рівня інноваційної активності суб'єктів реального сектора економіки буде означати й підвищення конкурентоспроможності українських компаній, що відповідає стратегічним завданням України у напрямку її європейської інтеграції.

Доцільним є визначення наступних принципів формування продуктивних інноваційних стратегій банків у сфері обслуговування суб'єктів господарювання:

- врахування поточної макроекономічної ситуації у країні;
- відповідність законодавству у сфері господарської діяльності, оподаткування, банківської діяльності, валютного регулювання тощо;
- використання новітніх досягнень у сфері інформаційних технологій, приймаючи до уваги технологічні можливості конкретного банку;
- створення фінансових продуктів та технологій з урахуванням положень теорії фінансового менеджменту підприємств;
- адаптація зарубіжного досвіду до практики функціонування української економіки;
- максимальна індивідуалізація продуктів для корпоративних клієнтів у рамках відпрацьованої технології обслуговування;

- оптимальне поєднання економічних інтересів банку та клієнтів [1, с. 216]

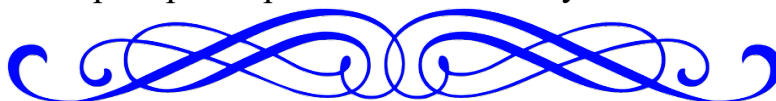
Досліджуючи напрями інновацій у сфері виконання банками платіжно-розрахункової функції, необхідно, насамперед, зупинитися на розвитку платіжних систем, що технічно забезпечують переміщення грошових коштів між економічними суб'єктами. Так, в Україні механізм здійснення міжбанківських переказів побудований на концепції функціонування єдиної загальнонаціональної платіжної системи - системи електронних платежів (сеп), що забезпечується та регулюється національним банком України. Стратегічним орієнтиром в цьому напрямі є забезпечення корпоративних клієнтів якісними розрахунковими послугами за допомогою переходу до здійснення електронних платежів у режимі реального часу. Найбільшою перепорою на шляху до цього, на думку фахівців є технічна неготовність програмних комплексів українських банків.

Розвиток платіжних технологій повинен поєднуватися з наданням банком допомоги клієнтам в управлінні грошовими потоками і залишками на рахунках з метою їх оптимізації. Радикальною інновацією, що спрямована на формування нових клієнтських потреб, є кеш-менеджмент (від англ. Cash – готівкові кошти), що є відносно новим продуктом й для зарубіжних комерційних банків, а на фінансових ринках, що розвиваються, він ще тільки запроваджується. Кеш – менеджмент – це інноваційний комплексний продуктивний пакет банку для корпоративних клієнтів, який містить с, договірне списання кредитної заборгованості (direct debit), довгострокове доручення (standing order) і дозволяє: дистанційно управляти рахунками і банківськими операціями в режимі on-line; значно знизити витрати на кредитування через оптимальне використання власних внутрішніх ресурсів; оптимізувати доходи від власних внутрішніх ресурсів; підвищити контроль над фінансовими потоками філій, дочірніх компаній; автоматизувати погашення кредитів і регулярні платежі; знизити витрати та ризики на проведення банківських операцій [2, с. 267].

Отже, подальше впровадження даних продуктів та творча адаптація їх до економічних та правових реалій, дозволить, на наш погляд, розвинути в Україні цілком конкурентоспроможний ринок фінансових послуг і його найбільшу складову – ринок банківських послуг, що слугуватиме стимулом і каталізатором інноваційного розвитку економіки загалом. Вітчизняні ж банки матимуть можливість визначати не тільки власні стратегії інноваційного розвитку продуктів та послуг, а й створювати нові перспективні бізнес-моделі, пов'язані з обслуговуванням суб'єктів господарювання, які одночасно повністю відповідають сучасним потребам розвитку національної економіки.

Література:

1. Єгоричева С.Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти: монографія. ВІЗ УКООПСЛЛКИ «Полтавський університет економіки і торгівлі». 2010. 348 с.
2. Баранова В. Г. Банківські інноваційні технології: проблеми та перспективи впровадження. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 40. С. 177-181.



Андрій Тимків

*к. е. н., викладач кафедри фінансів, обліку і оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Тарас Борис

*магістрант, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОСТВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Повномасштабна агресія Росії проти України, яка супроводжується значними руйнуваннями національної економіки та її інфраструктури, що зумовлює необхідність розробки стратегій відновлення і економічного розвитку як в умовах воєнного стану, так і після закінчення війни.

Разом з тим, зауважимо, що для реалізації ефективних стратегій економічного зростання в Україні необхідно забезпечити достатній обсяг фінансових ресурсів, який залежить від фіскальної та монетарної складової. Так, у фіскальній площині витрати з державного бюджету на цілі розвитку економіки повинні ґрунтуватися виключно на програмно-цільовому методі фінансування, тобто необхідною є розробка державних цільових програм розвитку пріоритетних галузей економіки (наприклад, переробна промисловість, переробне сільське господарство) та інфраструктури («Велике будівництво» і таке інше). Для фінансування таких програм можна використовувати кейнсіанський підхід, який передбачає збільшення дефіциту державного бюджету. При цьому, одним із варіантів може бути залучення державного боргу виключно для фінансування державних цільових програм [1].

Отримання допомоги для відбудови економіки та інфраструктури України з боку зарубіжних партнерів є також суттєвим механізмом фінансування, однак в цьому контексті важливо забезпечити максимальну прозорість використання таких коштів і шефство зарубіжних урядів, організацій, підприємств над програмами відбудови тих чи інших об'єктів є необхідним.

Участь Національного банку України в процесі реалізації поствоєнної стратегії розвитку повинна зводитися не лише до прямого викупу ОВДП, як інструменту емісійного фінансування державного бюджету, але й до збільшення обсягів продуктивної емісії. Така емісія повинна передбачати збільшення обсягів цільових кредитів рефінансування державним банкам під кредитні програми за пільговими процентними ставками, які повинні бути спрямовані підприємствам реального сектору економіки з метою фінансування їх модернізації, розширення виробничих потужностей та релокації.

Важливими економічними стратегіями розвитку економіки України є стратегії розвитку територіальних громад, тобто стратегії мезоекономічного рівня, які повинні ґрунтуватися на залученні міжнародної фінансової допомоги,

фінансових ресурсів фонду регіонального розвитку та механізмів самофінансування.

Основними цілями економічних стратегій мезорівня в Україні повинні стати відбудова інфраструктури (або її удосконалення на тих територіях, де не було бойових дій), підвищення рівня життя населення, збільшення обсягів інвестицій, збільшення кількості промислових підприємств, розвиток туризму тощо.

Щодо механізмів фінансування заходів щодо реалізації економічної стратегії на мезорівні, то найбільшу увагу варто звернути на механізми самофінансування, які можна поділити на дві групи: 1) цільові програми та пільги місцевого бюджету; 2) механізми краудфандингу.

Зауважимо, що місцеві бюджети мають різні можливості щодо фінансування проектів місцевого розвитку, адже фінансова спроможність громад є різною, тому на мезорівні можна реалізувати спеціальний пільговий податковий режим для бізнесу, який передбачатиме звільнення від земельного податку у випадку реєстрації бізнесу у об'єднаній територіальній громаді.

Зважаючи на те, що як в 2014 році на початку війни з Російською Федерацією, так і в 2022 році під час повномасштабного вторгнення в Україну активно проявив себе волонтерський рух, то є всі підстави вважати, що організація краудфандингового фінансування проектів розвитку громад є перспективною ідеєю. Краудфандинг, як спільне фінансування проектів розвитку передбачає можливість залучення не лише жителів об'єднаних територіальних громад, але й жителів всієї країни та діаспори. При цьому використовуючи краудфандингові платформи, такі як Спільнокошт [2], можна забезпечити не лише рекламу проекту, але й прозорість використання коштів.

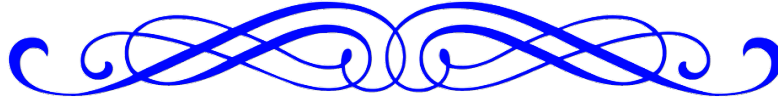
Що ж стосується економічних стратегій мікроекономічного рівня в Україні, то сьогодні вони, фактично, спрямовані на збереження бізнесу та його релокацію з місць бойових дій та окупації. Однак, війна рано чи пізно закінчиться і вже зараз фірмам варто формувати цілі щодо залучення фінансових ресурсів для модернізації і розширення бізнесу шляхом участі у міжнародних грантових програмах, національних проектах фінансування та програмах пільгового кредитування.

Разом з тим, українські фірми повинні використати ті можливості, які відкриються після завершення війни, а саме – прогнозоване збільшення потоку туристів в місця бойових дій і бойової слави. Тому розвиток сфери послуг, логістики, туризму з високою імовірністю буде пріоритетним для вітчизняного бізнесу. Окрім цього, економічні стратегії мікрорівня будуть залежати від міжнародної економічної співпраці України та від створення тих чи інших регіональних військово-політичних і військово-економічних регіональних союзів за участі України, адже в такому випадку буде знято бар'єри зовнішньої торгівлі, що дозволить підприємствам збільшити експорт своєї продукції за кордон, залучати інновації тощо. Відтак, стратегічними цілями вітчизняних підприємств стануть цілі, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності на національному і європейському ринку, що вимагатиме виконання вимог стандартизації Європейського Союзу, використання стратегії блакитних океанів в контексті займання тих чи інших ніш на європейському ринку тощо. Основною

перевагою в контексті досягнення цілей щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств є і буде в найближчій перспективі дешева робоча сила, враховуючи зuboжіння населення внаслідок війни.

Література:

1. Файвішенко, Д. Ш. Фінансові інструменти у державному стратегічному розвитку регіонів і міст України. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2021. 3(38), С. 86-94.
2. Спільнокошт «Велика ідея». URL: <https://biggggidea.com/>



Андрій Тимків

*к. е. н., викладач кафедри фінансів, обліку і оподаткування ім. С.Юрія
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Вадим Кирилюк

*магістрант,
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОСТВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Повномасштабна агресія Російської Федерації проти України негативно позначилася на виконанні державного бюджету, адже Уряд змушений оперативнo спрямовувати незахищені видатки на збільшення фінансування сектору безпеки і оборони. Одним із джерел надходжень до державного бюджету України для покриття видатків на оборону, соціальну сферу та освіту в умовах воєнного стану, безумовно, є державний борг.

Так, станом на 31 липня 2022 року державний борг України становив 3164,84 млрд грн, тоді як на кінець 2021 року 2672,06 млрд грн. Зростання у гривневому еквіваленті становить майже 34%. Це цілком прийнятний показник, адже через брак можливостей залучити у достатній кількості власних (податкових) доходів, найпростішим джерелом є саме запозичення.

Якщо подивитися на співвідношення Державного боргу до ВВП, то на кінець 2021 року цей показник становив 49%, тоді як сьогодні, якщо врахувати рівень падіння ВВП та зростання боргу, це вже приблизно 75-80%. Таке підвищення свідчить про послаблення фінансової стійкості і зростання боргового навантаження. Що робить нашу країну досить вразливою до негативних процесів.

Саме через це, в таких умовах Уряд більше зусиль спрямовує на залучення грантових (безповоротних) грошей. Також вдалося домовитися про відтермінування сплати зобов'язань за зовнішніми боргами, що дозволило зекономити близько 6 млрд дол США.

Залучення «безкоштовних» грошей і робота із наявним державним боргом в

напрямку відтермінування чи реструктуризації, хоч і не додає нам позитивного іміджу як позичальника, але на деякий час сприяє фінансовій спроможності держави.

Зважаючи на перспективи затягування війни та необхідність фінансування ректору безпеки і оборони за рахунок внутрішніх та зовнішніх запозичень вважаємо за доцільне (за прикладом Австрією, Бельгією, Грецією, Нідерландами, Латвією, Німеччиною, Португалією, Словаччиною, Швецією, Фінляндією, Францією, Угорщиною) [2, с. 56]. створити в Україні незалежну неурядової установу оперативного управління державним боргом, яка б підпорядковувалася Міністерству фінансів України. Створення нової інституції та передача їй низки повноважень в сфері боргового менеджменту не лише підвищить ефективність управління державним боргом, а й створить підґрунтя для усунення існуючих протиріч у функціях МФУ, НБУ та Державної казначейської служби України, що задіяні в управлінні борговими ресурсами і таким чином дозволить забезпечення виконання програмно-цільового принципу державних фінансів.

Вкрай важливим кроком у побудові ефективної боргової політики України має стати розширення ролі внутрішнього ринку державних цінних паперів шляхом випуску цільових ОВДП для забезпечення конкретних видатків бюджету та реалізації інвестиційних проектів. Здійснення диверсифікації існуючих та створення нових конкурентоспроможних інструментів внутрішніх державних запозичень, на нашу думку, забезпечить цікавість інвесторів до національних боргових цінних паперів. Так, слушною є пропозиція С. Лондара щодо необхідності здійснення державних позик на фінансовому ринку України через випуск облігацій із плаваючою відсотковою ставкою або облігацій, індексованих відповідно до рівня інфляції [1, с. 156]. Це дозволить знизити вартість державних запозичень, зменшити ризики рефінансування та підвищити ефективність антиінфляційної політики держави.

Окрім цього, важливим є збільшення інвестиційної складової видатків бюджету, започаткування випуску Урядом інфраструктурних облігацій для фінансування зруйнованої війною інфраструктури та надання стимулів приватним інвесторам для впровадження розробок та інновацій у існуючі виробництва, релоковані підприємства з умовою, що вони виготовляють продукцію з високим рівнем доданої вартості.

Задля розвитку національного ринку державних цінних паперів необхідно розширити коло інвесторів та залучити на фінансовий ринок додаткові грошові ресурси. Так, в Україні на сьогодні недостатньо використовується потенціал населення як можливого кредитора держави (близько 650 млрд грн). Інвестування цих фінансових ресурсів у боргові інструменти держави дозволить оптимізувати структуру державного боргу, збільшивши частку його внутрішньої складової та підвищити рівень боргової стійкості України.

Державний борг повинен активно використовуватися в рамках державної політики бюджетного стимулювання економічного зростання та поствоєнного відновлення економіки використовуючи програмно-цільовий метод. Тобто залучення державного боргу повинно здійснюватися виключно для фінансування конкретної державної цільової програми розвитку чи оборони, чи окремої галузі економіки, чи окремих підприємств. Особливу увагу в цьому контексті варто приділити програмам фінансування розвитку малого і

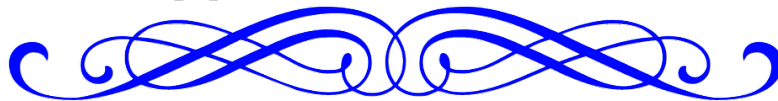
середнього бізнесу, який здебільшого створює робочі місця в територіальних громадах, виробництв з високим рівнем доданої вартості (військово-промисловий комплекс, машинобудування), енергетики тощо.

Судячи із масштабних руйнувань енергетичної інфраструктури України внаслідок терористичних актів Росії важливе місце в системі боргового фінансування економічного розвитку займатиме фінансування енергетичної інфраструктури з акцентом на розбудову мережі електростанцій з використання відновлювальних джерел електроенергії. Розбудова відновлювальної енергетики є одним із ключових аспектів досягнення Україною енергонезалежності, енергоефективності та зменшення енергозатратності національної промисловості. Реалізація бюджетних цільових програм будівництва вітрових і сонячних електростанцій у великих масштабах є одним із напрямків оптимізації політики боргового фінансування економічного зростання.

Державний борг України повинен використовуватися не для «латання дир» державного бюджету і фінансування економіки проїдання, а буди потужним інструментом стимулювання економічного зростання з метою отримання вигоди у вигляді збільшення податкових надходжень, що в кінцевому підсумку дасть змогу подолати боргову залежність країни.

Література:

1. Лондар С. Л., Тимошенко О. В. Фінанси: навч. посіб. Вінниця: Нова Книга, 2009. 384 с.
2. Лютий І. О., Зикова С. І. Державний борг України: динаміка та напрями управління. Бізнес Інформ. 2019. № 2. С. 383-389.



Мар'ян Тріпак

*в.о.ректора, кандидат економічних наук,
доцент, професор кафедри інклюзивної
економіки, кібернетики та комп'ютерних наук
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Іван Лунда

*магістр НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

РОЛЬ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОСТВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВИ

Впровадження електронного врядування, на сьогоднішній день, в новостворених об'єднаних територіальних громадах є чи не найголовнішою інновацією і водночас відображенням готовності місцевої влади до інноваційного розвитку та розвитку інноваційної інфраструктури. Це дозволяє забезпечити реалізацію продуктивних інновацій шляхом надання електронних адміністративних послуг та створенням умов не лише для комунікацій влади з бізнесом і громадянами, але для розширення участі населення в управлінні

розвитком громади в цілому через подання електронних петицій, участь в опитуваннях тощо. Особливо важливим електронне врядування є в умовах воєнного часу, оскільки дає змогу залучати громадян до управління громадою незалежно від їх місць перебування та проживання. Створення спеціальних електронних платформ громади та використання концепції smart-громади, дозволяє залучати небайдужих громадян, волонтерів, бізнес та діаспору для підтримання функціонування та розвитку громад.

Так, концепція smart-громади [1], окрім відкритості даних та покращення управлінських процесів передбачає створення «розумної» інфраструктури житлово-комунального господарства, транспорту, електроенергетики тощо. Такі підходи передбачають дистанційний моніторинг стану комунальних мереж за рахунок використання датчиків та різних систем моніторингу.

Не зважаючи на привабливість, практичність та корисність для громади концепції smart-громади її реалізація вимагає суттєвих фінансових ресурсів, які в новостворених об'єднаних територіальних громадах в Україні та за умови воєнного стану є обмеженими.

Разом з цим, поступове формування елементів smart-громади і впровадження різних інноваційних рішень є можливим за умови реалізації створення бюджетного фонду розвитку інновацій або виділення статті видатків бюджету розвитку на інноваційну діяльність. Реформа децентралізації передбачила створення бюджету розвитку в бюджетах місцевих органів самоврядування, а отже створила умови для планування капітальних видатків на реалізацію різних проектів місцевого значення. Тому виділення окремої статті видатків бюджету розвитку на фінансування інноваційних рішень є актуальним для розвитку ОТГ, однак такі видатки повинні впливати з корисності та першочергової необхідності інновацій для громади. Тобто впровадження інновацій повинно компенсувати в майбутньому бюджетні видатки. Такі інновації стосуються економії в сфері ЖКГ, надання адміністративних послуг, розвитку виробництва з високим рівнем доданої вартості тощо. Особливо важливими є інновації, які сприятимуть економії електроенергії в умовах терористичних актів Росії щодо критичної інфраструктури України. В цьому контексті концепція smart-громади дасть змогу впровадити інноваційні рішення в сферу споживання електроенергії в комунальних закладах та комунальних підприємства, що дозволить зменшити навантаження на енергосистему.

Важливим в цьому контексті є впровадження бюджету участі [2], який дозволить залучити населення до розвитку громади шляхом реалізації їхніх власних проектів. Бюджет участі в об'єднаних територіальних громадах, на наш погляд, доцільно організувати у вигляді окремого бюджетного фонду в рамках місцевого бюджету. Наповнення цього фонду можливо за рахунок субвенцій з державного бюджету, зовнішньої допомоги та від встановлення певної частки для відрахувань від земельного податку та інших місцевих зборів.

Значну роль в розвитку інноваційної інфраструктури територіальної громади повинен відгравати краудфандинг, адже при правильній інформаційній кампанії спрямованій на залучення населення, бізнесу, діаспори і меценатів можливо в короткий термін створити ті чи інші об'єкти інноваційної інфраструктури. Наприклад, коворкінг центр, придбати «розумні» світлофори,

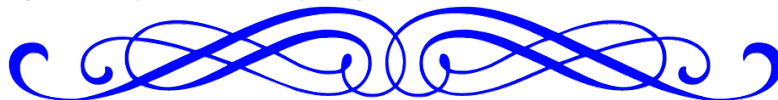
камери відеоспостереження, установки для перероблення твердих побутових відходів тощо.

Позитивний досвід впровадження концепції smart-громади в умовах воєнного стану в Україні вже є. Зокрема Волочиська ОТГ Хмельницької області [3] залучилася консалтинговою і фінансовою підтримкою Посольства Швейцарії в Україні, що представляє Швейцарську агенцію розвитку та співробітництва (SDC), консалтингову компанію «Делойт» в Україні та агропромхолдинг «Астарта-Київ» з метою створення проєкту соціально-економічного розвитку громади. Така співпраця передбачає:

- комплексну діагностику Волочиської ОТГ – це аналіз всіх сфер функціонування громади який дозволить сформулювати сценарії її подальшого розвитку, ключові виклики, можливості та перспективи.
- Проведення Хакатону в Волочиській ОТГ – цей інструмент застосовується для швидкого виявлення проблем та генерування ефективних рішень, які базуються на потребах населення, є економічно виправданими та здатні показати високі результати за короткий час, підвищуючи якість життя населення.
- Впровадження SMART ідей – для реалізації громадою проєктів у сфері енергетики, місцевих інвестицій, ЖКГ тощо.

Література:

1. Звонар В. П. Smart-громада як соціально-економічний феномен. Демографія та соціальна економіка. 2017. № 3. С. 76-88.
2. Сизоненко О. В. Бюджет участі в системі публічних фінансів. Світ фінансів. 2019. Вип. 1. С. 111-120.
3. SMART-імпульс для громади: У Волочиській ОТГ стартує проєкт соціально-економічного розвитку. URL: <https://astartaholding.com/smart-impuls-dlya-gromady-u-volochyskij-ot/>



Мар'ян Тріпак

*в.о.ректора, кандидат економічних наук,
доцент, професор кафедри інклюзивної
економіки, кібернетики та комп'ютерних наук
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

Олександр П'ятницький

*магістр НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У сучасних дослідженнях тривають дискусії на тему цифровізації економіки, впливу інформаційно-комунікаційних технологій, знань та людського капіталу на економічне зростання країн. Також досить багато

досліджень стосується причин використання інформаційних технологій та наслідків їх застосування.

Варто зазначити, що процеси інформатизації, які відбуваються в сучасній економіці, стають можливі завдяки кардинальним змінам в інформаційних технологіях, зокрема поява глобальної мережі Інтернет, широке поширення персональних комп'ютерів, телекомунікаційних систем та відповідного програмного забезпечення. Вони суттєво змінюють технологічну структуру виробництва і управління в багатьох країнах. На перший план виходять фактори, які не були визначальними для процесів масового виробництва, характерних для середини минулого століття.

По-перше, все більшого значення набувають глобальні процеси, такі як конкурентоспроможність на глобальних ринках стає важливою складовою економічної потужності окремих країн, незважаючи на те, що в результаті глобалізації держави стають більш залежними один від одного.

По-друге, в сучасній економіці успіх і стійкість фірм багато в чому залежать від безперервних нововведень. В умовах скорочення життєвого циклу товарів і послуг, подальшої диверсифікації ринкових ніш для традиційних товарів, все більшої індивідуалізації попиту та пропозиції інноваційна активність набуває першорядної важливості не лише для малого інноваційного бізнесу, але й для великих корпорацій, які вже не могли більше підтримувати свою стійкість за рахунок масштабів і диверсифікації виробництва, розширюваного шляхом злиттів і поглинань між компаніями.

По-третє, економічний розвиток вступає в фазу безперервних технологічних революцій, які в свою чергу не лише викликають безперервні зміни у виробничій базі промислових галузей, але й змінюють структурні характеристики всього комплексу соціально-економічних відносин [1, с. 95].

На нашу думку в умовах розвитку сучасної економіки головним атрибутом продуктивності стають інформаційні технології та ресурси. Ринок інформаційних послуг і продуктів зростає швидкими темпами. Враховуючи ефект низької бази, таке зростання продовжиться ще довгий час, оскільки досі ще не встигли сформуватися навіть великі глобальні гравці на ринку.

Світовий ІТ-ринок постійно зростає на тлі зростання національних економік, формуються передумови нової цифрової промислової революції, які засновані на проривних технологіях 3D-друку, розвитку цифрового бізнесу, становленні інтелектуальних машин, будинків, міст. Стають пріоритетними такі напрямки як інтелектуалізація бізнесу, розвиток технологій обробки/передачі «великих даних», мобільних додатків. За даними компанії Gartner в топ-10 стратегічних технологічних трендів на 2023 рік входять: Цифрова імунна система (Digital Immune System), Прикладне спостереження (Applied observability), Управління довірою, ризиками та безпекою штучного інтелекту (AI TRiSM), Галузеві хмарні платформи (Industry Cloud Platforms), Інжиніринг платформ (Platform Engineering), Реалізація цінності бездротового зв'язку (Wireless-Value Realization), Супердодатки (Superapps), Адаптивний штучний

інтелект (Adaptive AI), Метавсесвіт (Metaverse), Стійка технологія (Sustainable Technology) [2].

Ми вважаємо, що за допомогою світового інформаційного ринку поступово відбувається глобальна трансформація способу життя населення і бізнес-моделей. Якщо спочатку організації інформаційного сектору економіки прагнули перенести бізнес-процеси в електронний обіг, замінювали реальне спілкування віртуальним, то зараз вони формують високорівневі тренди, засновані на складних ІТ-інфраструктурах.

Таким чином, організації, які прагнуть капіталізувати інформаційний ресурс за допомогою формування системи моментального відгуку на що надходить до них звідусіль інформацію стануть переможцями в конкурентній боротьбі завтра.

Перспективною метою на рівні ІТ-інфраструктури стає розробка технологій, що дозволяють отримати віртуалізоване (програмно-обумовлене) рішення з високим ступенем оперативності, однаково корисне для фізичних та юридичних осіб, які відкривають віддалений онлайн-доступ до інформації, пакети програмного забезпечення для роботи з великими даними.

Особливо важливими, на наш погляд, для української економіки в умовах воєнного стану є впровадження технологій інжинірингу платформ, які повинні сприяти ефективному реформуванню національної економіки, адаптуючи наявну та створюючи нову економічну інфраструктуру з інтегруванням розумних технологій за принципом «розумне місто – розумна громада – розумна країна». Такий підхід дасть змогу всім учасникам суспільно-економічного життя швидко отримувати необхідну інформацію та приймати ефективні рішення щодо розвитку економіки, місцевого самоврядування та держави в цілому.

Технологія супердодатків також важлива в контексті реалізації концепції «Держава в смартфоні», адже запропонована технологія дозволить суттєво оптимізувати мобільний додаток «Дія» додавши більшу кількість функцій та послуг.

Технологія метавсесвіт (Metaverse), як комбінаторна інновація, що складається з кількох технологічних тем та напрямків, на наш погляд, дозволить організувати взаємодію українського уряду, бізнесу, домашніх господарств та міжнародних інвесторів, меценатів та волонтерів з метою створення стратегій, розробки продуктів та технологічних рішень для швидкого поствоєнного відновлення національної економіки

Література:

1. Sagituly Gaziz, Oteshova, Almagul Prodanova, Natalia Savina, Bokov Dmitry. Digital economy and its role in the process of economic development. Journal of Security and Sustainability. 2020 Issues. 9. P 93-101.
2. 10 трендів стратегічних технологій 2023 від Gartner. URL: <https://www.imena.ua/blog/10-strategic-technology-trends-2023-from-gartner>.



Inna Hahm

*Englisch Lehrerin. Englisch Nachhilfe
Englisch Nachhilfe mit ukrainischen Kindern*

Oleg Korkushko

*candidate of economic sciences, associate professor
Department of Finance, Accounting and Taxation named after S. Yury
NRZVO «Kamyants-Podilskyi State Institute»*

THE STATE OF THE LABOR MARKET IN UKRAINE DURING THE WAR

Russia's devastating war against Ukraine, in addition to the deaths and human suffering, dealt a huge blow to the economy and left millions of people without work, increased risks and uncertainties, created barriers to the free movement of factors of production, including workforce, leading to the destruction of labor market institutions and their effective functioning. Problems in the economy, combined with significant internal displacement and refugee flows, lead to large-scale losses in employment and income. Unemployment rising, social exclusion, gender inequality, workplace discrimination, including in relation to the youth, the spread of poverty is among the main negative social consequences of the war.

Destruction of the territories of our state, damage to production assets and infrastructure, interruption of supply chains of trade networks have weakened the potential of the labor market, leading to «disruptions» and loss of employment opportunities for the majority of Ukrainians. Small businesses have fewer opportunities to financially support their workforce, small and medium-sized businesses in Ukraine have already cut 1.07 million employees [1].

Forced displacement and migration have led to a change in the structure of the labor market, as well as the structure of offers and the saturation of specialists across regions. In the regions most affected by Russia's military aggression, the number of jobs has decreased and competition has increased.

During the war in Ukraine, the imbalance between the demand and supply of labor force became significant. The demand for labor has decreased dramatically due to the inability to work in war zones, reduced demand for goods and services, logistical problems, and uncertainty about the future. In addition, there is a significant diminution of the labor market in the country — many vacancies are offered without registration, as part-time work, etc. It is clear that in such conditions, Ukrainians cannot count on a legal salary, any social guarantees, or seniority.

Since there are more unemployed people than there are job vacancies because of the war, there is a decrease in wages. The share of the population with incomes lower than the actual living wage, which for working-age persons in 2022 is UAH 2,481, can reach 70% [1].

To date, one of the main problems of business is still logistical obstacles, lack of fuel and rising prices. Most of all, entrepreneurs expect the end of the war, de-occupation of territories, reduction of excise duties and taxes.

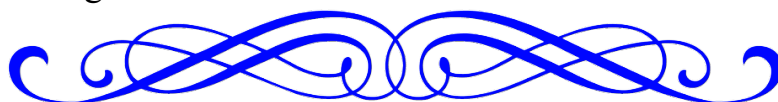
Obtaining up-to-date information on trends in the labor market in a country where there is a war, the size and composition of the workforce is changing is quite a difficult

task nowadays. Taking into account that even taking into account the outflow of several million able-bodied refugees, Ukraine still has a high level of unemployment. Despite the revival of economic activity and the gradual return of businesses to work, many businesses have not resumed their activities, and this is affecting the labor market.

After our victory, stabilization of the labor market will be an extremely important task, taking into account the emergence of various population groups that have suffered from the armed conflict, including internally displaced persons, including children and women, people with disabilities. The specific needs of these groups must be taken into account when planning and implementing sustainable reintegration processes, including employment. It should be important to develop an effective labor market management system (mechanisms and tools for its implementation), taking into account issues of education, development of special skills, as well as increasing the level of social protection and security. Increasing the level of employment should become a central issue of post-war reconstruction, reintegration and the processes of returning to the conditions of peaceful life. The political dialogue should cover the current and long-term needs of the labor market, an integrated program aimed at ensuring a living wage, a minimum wage, supporting social security, etc. is needed.

Literature review:

1. State Employment Service of Ukraine: official website. URL: <https://www.dcz.gov.ua>.



Роман Хірівський

кандидат економічних наук, доцент

Львівський національний університет природокористування,

м. Львів, Україна

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНОЮ ОСВІТОЮ

Створенню системи якості надання освітніх послуг та орієнтації її на споживача, запровадження маркетингової стратегії діяльності закладу освіти, яка в основі має виявлення, формування та задоволення освітніх послуг передували такі тенденції як: активне використання маркетингових технологій в діяльності закладів освіти для визначення та розширення цільової аудиторії, скорочення або створення нових освітніх послуг; проведення широкомасштабних маркетингових досліджень ринку освітніх послуг та ринку праці; формування системи зворотного зв'язку, що забезпечує інформацію про те, як реагує ринок на створення бренду та його використання для успішного позиціонування закладу освіти. Зазначені тенденції сприяли тому, що на сьогодні маркетинг починає інтенсивно проникати в систему освіти. На сьогодні існує багато визначень поняття маркетинг [1].

Загальноприйнятим є те, що це поняття утворилося від англійського виразу *market getting*, яке дослівно перекладається як «оволодіння ринком» і за сутністю тлумачиться як особливий виз людської діяльності, яка спрямована на досягнення цілей підприємств, установ, організацій шляхом формування попиту та максимального задоволення потреб споживачів. Ми підтримуємо точку зору

провідних науковців, що для системи освіти маркетинг має принципове значення, насамперед, у двох аспектах: формуванні критеріїв соціальної та індивідуальної цінності освіти в контексті соціокультурних характеристик інформаційного суспільства (визначення ціннісних параметрів якісної освіти) і забезпеченні зростання ролі освіти як соціальної цінності в системі його ціннісних пріоритетів. І тому, під маркетингом в освіті, або освітнім маркетингом, розуміють діяльність, яку спрямовано на вивчення запитів і пропозицій споживачів та їх формування у майбутньому, на основі надання і отримання освітніх послуг із метою розвитку особистості споживача та піднесення освіти як соціальної цінності. Складовими освітнього маркетингу вважаються освітні потреби, освітні послуги, маркетингова інформація про діяльність закладу освіти, про ринок праці й ринок освітніх послуг тощо. Результатом освітнього маркетингу на ринку освітніх послуг є освітня програма, а на ринку праці – конкурентоспроможний випускник [2].

Оскільки сьогодні освітнім закладам надається все більше автономії у провадженні своєї діяльності, велику роль відіграватиме концепція маркетингу, мета якого – виявлення та прогнозування перспективних напрямків розвитку дошкільної освіти в умовах конкурентного середовища. Сучасний маркетинг освітніх послуг – це різновид маркетингу, наука та наукова дисципліна, яка використовує загальнометодологічний маркетинговий інструментарій, методики досліджень та діагностики для реалізації специфічних функцій сфери освіти. Концепція маркетингу освітніх послуг полягає в створенні такого продукту, який максимально відповідає потребам теперішнього та майбутнього поколінь на основі впровадження досягнень науки та інноваційних технологій навчання [3].

У більшості праць розглядається традиційний комплекс маркетингу – це набір маркетингових засобів (інструментів), певна структура яких забезпечує досягнення поставленої мети і вирішення маркетингових завдань на цілому ринку. До складу комплексу «4Р», входять такі складові:

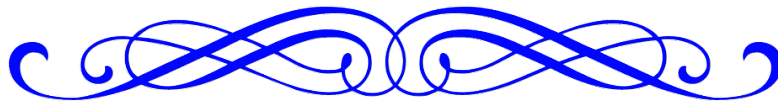
1. «producto» (з англ. – товар);
2. «price» (з англ. – ціна);
3. «place» (з англ. – місце) – у цьому контексті – «місце товару на ринку»;
4. «promotion» (з англ. – просування) [3].

Тут важливо визначити, що ж таке власне освітні послуги. Що пропонує вуз на ринку. Серед послуг, які може отримати студент, що надійшов до вузу, можна перелічити, наприклад: передачу знань у ході лекцій, закріплення навиків у ході семінарських, практичних та лабораторних занять; організацію самого процесу навчання. Це з одного боку організація його змісту (викладання дисциплін у певній послідовності, чергування лекційних та практичних занять), а з іншого організація різних форм навчання (розклад занять, іспитів, консультацій та інших форм навчальної роботи), крім цього можливість користуватися бібліотечним фондом, комп'ютерними класами та навчальними аудиторіями; можливість спробувати себе в науково-дослідній роботі у вигляді різних наукових товариств, гуртків, конференцій; можливість участі в міжнародних студентських обмінах, закордонних стажуваннях і т. п.; організацію практики в компаніях і організаціях під керівництвом представників цих організацій і самого вузу; запрошення зарубіжних і вітчизняних фахівців, практиків для виступу з гостьовими лекціями; можливість освоїти робочі професії і одержати різні кваліфікаційні документи.

Цей список можна продовжити, причому для деяких вузів він буде набагато довшим, а для якихось значно коротше. Цей список може також включати послуги, супутні освітнім: надання проживання в гуртожитках вузу, консультації студентів по працевлаштуванню і проведення ярмарків кар'єри, візова підтримка студентам, які виїжджають для навчання за кордон, культурні програми для студентів і викладачів із зарубіжних вузів-партнерів, організація літнього відпочинку і дозвілля тощо [4].

Література:

1. Вікіпедія. Вільна енциклопедія [електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг#cite_note-allbest-1
2. Рябова З. В. Наукові основи маркетингового управління в освіті : монографія / Зоя Вікторівна Рябова. К. : Педагогічна думка, 2013. 268 с.
3. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Баша І.М. Маркетингові дослідження на ринку освітніх послуг: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Баша Інна Миколаївна. Київ., 2015. 237 с



Надія Ціцька

кандидат економічних наук, доцент

Ольга Малецька

кандидат економічних наук, доцент

*Львівський національний університет природокористування,
м. Львів, Україна*

**УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА
ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА НА АВТОМАТИЗОВАНО –
ІНФОРМАЦІЙНОМУ РІВНІ**

Інформаційне забезпечення управління підприємствами м'ясного скотарства є складним та багатокомпонентним, оскільки включає в себе різні інформаційні дані та алгоритми їх перетворення. Як свідчить деталізований аналіз формування інформаційного масиву в сільськогосподарських підприємствах система діючих реєстрів первинного обліку застаріла, містить багато зайвої інформації і потребує оновлення та модернізації шляхом внесення додаткових реквізитів, які є елементами управлінського обліку з використанням паперових носіїв, так і в деяких випадках переходу до використання системи автоматизованого обліку [1].

У більшості сільгоспідприємств наявна суб'єктивність відображення інформації в реєстрах первинного обліку скотарства, оскільки вони формуються на паперових носіях, відсутні автоматизовані системи обліку та управління виробничими процесами та відповідних технічних засобів. Такий стан розвитку інформаційного забезпечення характерний для сільськогосподарських підприємств із поголів'ям до 100 тварин, де виробничі процеси часткового автоматизовані, а ведення фінансового та управлінського обліку здійснюється на

основі використання застарілої «російськофобної» бухгалтерської програми «1С бухгалтерія».

Дослідження ринку українських програмних продуктів стверджує, що оптимальне рішення для автоматизації бухгалтерського і податкового обліку на сьогоднішній день є «BAS Бухгалтерія ПРОФ». Призначення програми «BAS Бухгалтерія ПРОФ» – **автоматизація бухгалтерського і податкового обліку**, включаючи підготовку обов'язкової (регламентованої) звітності, в організаціях, що здійснюють будь-які види комерційної діяльності. Щодо запровадження у виробництво даної програми в сільському господарстві, отримання інформації для аналізу діяльності підприємств з виробництва та переробки сільськогосподарської продукції (тваринництва, рослинництва та птахівництва), то в даній галузі народного господарства доцільно використовувати конфігурацію «BAS АГРО Бухгалтерія».

**СКЛАДОВІ МОДУЛЬНОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
«BAS БУХГАЛТЕРІЯ»**

- окремий план рахунків відповідно до МСФЗ, який може налаштовуватися під потреби компанії;
- трансляцію (перенесення) більшої частини облікових записів (проводок) з підсистеми бухгалтерського обліку (НСБО) за налаштованими правилами;
- стандартну бухгалтерську звітність за рахунками МСФЗ (оборотно-сальдову відомість, аналіз рахунку та ін.);
- паралельне ведення обліку за українськими і міжнародними стандартами по тих ділянках, де відмінності між українськими нормативами та вимогами МСФЗ суттєві (наприклад, облік основних засобів, нематеріальних активів) (опціонально);
- проведення власних регламентних документів (наприклад, нарахування витрат, облік резервів, облік знецінення активів і ряду інших), а також внесення коригувальних записів у "ручному" режимі.

РЕЗУЛЬТАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ МОДУЛЯ

Облік за МСФЗ

Функціонал модуля дозволяє мінімізувати трудомісткість ведення обліку за МСФЗ за рахунок використання даних українського обліку

Звітність за МСФЗ

Можливості модуля дозволяють проводити зіставлення даних українського обліку та обліку за МСФЗ, тим самим полегшуючи вивірку даних перед підготовкою звітності за МСФЗ

Різноманітність стандартів

Модуль може бути налаштований для ведення обліку та складання фінансової звітності відповідно до різних закордонних стандартів

Рис. Основні складові бухгалтерської комп'ютерної програми «BAS БУХГАЛТЕРІЯ»

За галузеву специфіку цієї програми відповідають додаткові функції такі, як облік біологічних активів, облік транспорту і сільгосптехніки, облік оренди землі та інші.

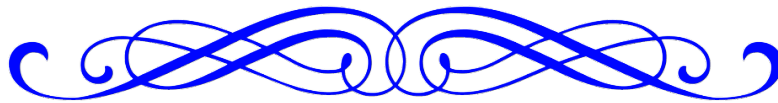
Окрім цього, доцільно зауважити, що комп'ютерна програма «BAS БУХГАЛТЕРІЯ» є доцільною до запровадження у використання тому, що окрема конфігурація даної програми передбачає можливість застосування МСФЗ. А в недалекому майбутньому наша держава буде повноцінним членом ЄС і тому переведення обліку на МСФЗ стане об'єктивною і реальною необхідністю. З типових облікових конфігурацій тільки «BAS ERP» містить повноцінний модуль МСФЗ.

У простих випадках можливе досить нескладне доопрацювання «BAS Бухгалтерія», яке також дозволить вести облік і формувати звітність відповідно до міжнародних стандартів, сильно при цьому не ускладнюючи облікову систему.

Література:

1. Березюк С.В., Оніщенко М.Л. Інформаційні технології в підприємницьких структурах. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020. № 2. С. 118—131.

2. BAS АГРО. Бухгалтерія – автоматизація обліку в сільському господарстві. URL: <https://expresssoft.com.ua/uk/bas-agro-buhgalterija-avtomatizacija-obliku-v-silskomu-gospodarstvi/>



Олександр Шевчук,
кандидат педагогічних наук, викладач кафедри соціальної роботи, психології та соціокультурної діяльності ім. Т. Сосновської

Анастасія Ткачук,
студентка навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут» м. Кам'янець-Подільський, Україна

ВЛАСТИВОСТІ ТА СТАТИСТИКА ІМПОРТНО-ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

На даний час війна зумовила різку необхідність у тому, аби значно спростити митне оформлення різних груп товарів, які є вкрай необхідними як і для забезпечення цивільних їжею, ліками та іншою гуманітарною допомогою так і для забезпечення ЗСУ і ТрО додатковим захисним та військовим спорядженням.

Усім суб'єктам господарювання потрібно уважно стежити за змінами, які вносяться до митного, валютного та податкового законодавства, оскільки в період воєнного стану законодавець досить активно змінює, скасовує чинні та впроваджує нові норми з тим, аби оперативно реагувати на виклики, які існують у сфері ЗЕД в Україні під час війни.

Для отримання ліцензії на експорт товарів вказаних у (табл.1) суб'єкту господарювання необхідно звернутися до Міністерства економіки України. Для цього необхідно подати в електронному вигляді заявку на видачу ліцензії, лист-звернення щодо отримання ліцензії та копії документа, що підтверджує експортну операцію (наприклад, зовнішньоекономічний контракт). Варто вказати, що в період воєнного стану отримати таку ліцензію можна швидко (протягом 1-2 днів), більше того - не потрібно відвідувати Міністерство економіки України.

Відповідно до останньої редакції змін до Постанови КМУ 1424 квотуванню / ліцензуванню підлягають наступні товари:

Таблиця 1

Квотування ліцензування товарів [1]

№	Товар	Квота	Ліцензія
1	Жито Овес Гречка Просо Цукор Сіль, придатна для споживання людьми Добрива мінеральні або хімічні, фосфорні Добрива мінеральні або хімічні, калійні Добрива мінеральні або хімічні із вмістом двох чи трьох поживних елементів: азоту, фосфору та калію; інші добрива; товари цієї групи у таблетках чи аналогічних формах або в упаковках масою брутто не більш як 10 кг	0 (Фактично експорт заборонено)	Потрібна
2	Добрива мінеральні або хімічні, азотні	210000 тонн	Потрібна
3	Пшениця і суміш пшениці та жита (меслин) М'ясо курей свійських Яйця кур свійських Велика рогата худоба, жива М'ясо великої рогатої худоби, морожене М'ясо та їстівні м'ясні субпродукти, солоні або в розсолі, сушені або копчені; їстівне борошно з м'яса або м'ясних субпродуктів	Відсутня	Потрібна

Оперативні дані Міністерства економіки України свідчать про те, що обсяги українського експорту у жовтні 2022 року склали 9,2 млн тонн. Більше було тільки у вересні 2022 року. Жовтневий показник виявився на 4,6% меншим [2].

Вартість українського експорту. Що стосується грошового еквіваленту, то, попри падіння в обсягах, соняшникова олія залишилася лідером по виручці — 502 млн доларів. Але це на 14,9% менше, ніж у вересні 2022 року.

І навпаки: попри номінальне збільшення обсягів експорту кукурудзи в грошах маємо 2% зменшення — до 465 млн доларів.

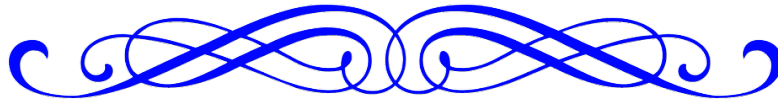
За словами заступника Міністра економіки — Торгового представника України Тараса Качки, вартість українського експорту склала 3,8 млрд доларів. Це на 8,2% менше, ніж у вересні 2022 року. До цього додалося як зменшення обсягів експорту, так і зниження світових цін на продовольчі та промислові

товари. Наразі спостерігається падіння в металургії. Імпорт. Український імпорт у жовтні зріс по вартості на 2,6% — до 4,6 млрд доларів. При цьому обсяги зменшилися на 3,1% — до 2,01 млн тонн.

Лідером за імпортом залишаються нафтопродукти, на які припадає 25% обсягу і 16% вартості. Загалом за результатами 10 місяців 2022 року загальний торговельний оборот склав — 80,3 млрд доларів, з яких 36,9 млрд припадає на експорт і 43,4 млрд на імпорт. У порівнянні таким самим періодом у 2021 році помітно скорочення експорту на 32,3%, а імпорту — на 23,9%.

Література:

1. ЮФ INTEGRITES. Особливості імпортно-експортних операцій в період воєнного стану | Think brave. Think brave | Останні новини бізнесу України. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/211993_osoblivost-mporno-ekspornikh-operatsy-v-perod-vonnogo-stanu (дата звернення: 10.11.2022).
2. Статистика українського експорту та імпорту у жовтні 2022 року. Дія.Бізнес Головна сторінка. URL: <https://business.dia.gov.ua/cases/eksport/statistika-ukrainskogo-eksportu-ta-importu-u-zovtni-2022-roku> (дата звернення: 10.11.2022).



Олександр Шевчук,
кандидат педагогічних наук, викладач кафедри соціальної роботи, психології та соціокультурної діяльності ім. Т. Сосновської

Катерина Якубовська,
студентка навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут» м. Кам'янець-Подільський, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ

Усі дослідження в галузі теорії сучасних грошей солідарні з приводу того, що гроші у ХХІ столітті трансформуються. На цьому, мабуть, схожість точок зору закінчується. Більшість трансформацію грошей пов'язує зі зміною кредитно-грошової політики та організацією грошового обороту країни; дослідники зосереджують своє увагу на посиленні/ослабленні/злитті традиційних та появі нових (які часто просто видаються за нові) функцій грошей, як би забуваючи, що функції вторинні по відношенню до змісту. Відомості сутності фінансів до їх функцій ми частково зобов'язані К.Р. Макконнеллу та С.Л. Брю: «Гроші це те, що вони роблять. Все, що виконує функції грошей, є гроші» [3]. Однак із цього розширювального трактування грошей аж ніяк не впливає протилежне: те, що гроші зводяться лише до їхніх функцій. Тобто в основному дискусія про гроші в умовах диджиталізація економіки ведеться на поверхнево-формально-технологічному рівні (knowhow-рівні) та сутність грошей спеціально не досліджується. І лише невелика частина ресечерів вникає в сутнісний, ендотеричний рівень (know-why-рівень). Тому, виходячи з мети

нашого дослідження, ми змушені відсікти значну частину дискусії про сучасні гроші, включаючи так звану «сучасну теорію грошей» (modern monetary theory), що виросла на основі посткейнсіанських постулатів, зосередившись на тих концепціях, які торкаються аналіз модифікації/збереження саме природи сучасних грошей.

Логіка розвитку (і одночасно самозаперечення) капіталістичного способу виробництва представляється у вигляді трьох історичних етапів:

1) Підрив вільної конкуренції формуванням монополій, які самі стали продуктом розвитку ринкових відносин, проте заперечують їх, розвиваючи локальне регулювання ринків (так звана «неповна планомірність»).

2) Виникнення соціального обмеження та подальший розвиток регулювання ринку («держава загального благоденства», «соціальне ринкове господарство») – другий крок у самозапереченні капіталістичного способу виробництва: гроші як єдиний і загальний засіб міри цінності частково поступаються цією роллю суспільству (державі) – по принаймні щодо так званих суспільних благ.

3) Відновлення загальної влади ринку ролі панівного координатора – своєрідне заперечення етапу капіталістичного методу виробництва, – але з нової основи (ІКТ, глобалізація), тому й з новим змістом. Це вже видозмінений капіталістичний ринок, що перебуває на вищому ступені, порівняно з його першим історичним етапом. Загальна формула капіталу перетворилася: гроші не просто самозростають ніби з повітря, – вони панують над виробництвом, трансформувались у «чорну скриньку» фінансових спекуляцій.

Теорія: еволюція грошей залежить від еволюції капіталу, особливо фінансового, у напрямі «поступового розмивання зв'язку знаків вартості (що вже давно замінили золоті гроші) не тільки з реальним, а й з товаром, що ідеально представиться, – загальним еквівалентом» [1].

Переживши перехід від металевих (золотих) грошей до паперових, що розмінюються на золото, з паралельним обігом золотих монет, гроші як засіб обігу товарів еволюціонували в грошовий капітал, який обслуговував уже не просто обіг товарів, а кругообіг капіталу, що відбилося у загальній формулі капіталу «гроші – товар – гроші».

Паперові гроші придбали кредитну природу, вірніше, кредитне походження, породивши перехід від паперових грошей із паралельним обігом золотих монет – до паперових грошей без паралельного обігу золотих монет та обмеженим розміном на золото. Це було викликано тим, що неможливо вже було забезпечувати потреби господарства, що розрослося, зверненням, заснованим на використанні дорогоцінних металів, що логічно призвело до розриву зв'язку між золотим і грошовим товаром.

Формування фіктивного капіталу Розвиток кредитної системи призводить до формування фіктивного капіталу.

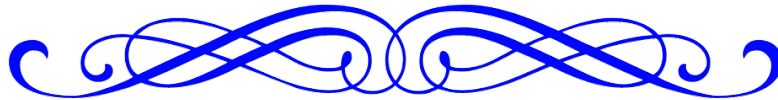
Фіктивний капітал – це титули власності реальні активи, які здійснюють самостійне, незалежно від цих реальних активів, звернення над ринком, тобто. стають самостійним товаром. Таким чином, рух капіталу роздвоюється: з одного боку, реальний капітал, з іншого, фіктивний. Обидва потоки співіснують паралельно.

Яка роль фіктивного капіталу ринкової економіки? Фіктивний капітал, як і кредитна система, акумулює до рук корпорацій тимчасово вільні кошти, тобто. корпорація продає свої акції на ринку та отримує гроші. З іншого боку, котирування цінних паперів на фондовій біржі є орієнтиром вигідності фінансових інвестицій, тобто, купівлі-продажу цих цінних паперів, перенаправляючи тим самим фінансові потоки, спрямовуючи їх туди, де вкладення цінних паперів є найвигіднішими.

Виникнення віртуального капіталу. Фіктивний капітал виник позаминулому столітті; а в ХХІ столітті намітився перехід від фіктивного капіталу – до віртуального [2].

Література:

1. Бухгалтерський облік. Сутність, функції та історія грошей. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/accountant/17508>.
2. Предмет і метод економічної теорії. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u193/konspekt_lekciy_z_kursu_osnovi_ekonomichnoyi_teoriyi.pdf
3. Сутність і функції грошей. URL: http://shatohina-v-i.at.ua/lekciiagrohi/tema_1_sutnist_i_funkciji_groshej.pdf



Юлія Шендерівська

*Виконавчий директор ГО «Федерація аудиторів,
бухгалтерів і фінансистів АПК України»*

Ігор Вояк

*магістрант НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

ПОЛІТИКА БЮДЖЕТНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Вирішення проблем поствоєнного відновлення економіки України та стимулювання економічного зростання вимагає пошуку оптимальних механізмів державного впливу на економічні процеси. Одним із ключових механізмів стимулювання економічного зростання є бюджетна політика, що дозволяє спрямувати кошти державного бюджету в ті галузі національної економіки, які є фундаментальними з точки зору економічного зростання. Відтак розвиток політики бюджетного стимулювання економічного зростання є актуальним для України з точки зору забезпечення швидких темпів подолання наслідків руйнувань економічної інфраструктури в результаті війни.

З огляду на порівняно молодий вік нашої держави для побудови ефективної політики бюджетного стимулювання економічного зростання доцільно звернутися до світового досвіду бюджетної політики як в антикризовому аспекті, так і в аспекті стимулювання економічного зростання.

Одним із прикладів для України в сфері побудови бюджетної політики економічного зростання може бути досвід Уряду Великобританії, стабілізаційні заходи, якого необхідно розділити на дві групи:

1) стимулювання економіки за рахунок збільшення державних видатків. Серед таких заходів варто відмітити надання коштів державного бюджету для оздоровлення банківських установ, а також надання державних гарантій за кредитами. Так, в умовах під час світової фінансово-економічної кризи Уряд Великобританії надав держані гарантії під кредити Європейського інвестиційного банку для виробників автомобілів на суму 1,3 млрд. фунтів та гарантії на суму 1 млрд. фунтів на умовах створення та впровадження у виробництво автомобілебудівними компаніями нових екологічно ефективних автомобілів. Окрім цього було використано програми для підвищення енергоефективності урядових будівель на суму 365 млн. фунтів стерлінгів та програму підвищення енергоефективності для домівок на суму 6,9 млрд. фунтів стерлінгів. Не менш важливим заходом політики бюджетного стимулювання економіки Великобританії є розробка і реалізація програм модернізації залізниць на суму 15 млрд. фунтів стерлінгів. Серед інших заходів щодо бюджетного стимулювання економічного зростання Великобританії варто відмітити розширення програм фінансування доступного житла, а також фінансування експорту через спеціальний Департамент кредитних гарантій для експорту;

2) податкове стимулювання розвитку економіки. В рамках цієї групи заходів у Великобританії було знижено з 28% до 30% ставку податку на прибуток, а також базової ставки корпоративного податку. Окрім цього у Великобританії використовується податкова знижка на амортизацію будівель та устаткування, яка дає можливість деяким малим підприємствам вираховувати з бази оподаткування до 40%. Для стимулювання економічної активності малих підприємств у Великобританії використовується спрощена система обліку та звітності відповідно до якої підприємства з річним доходом до 15 тис. фунтів стерлінгів заповнюють просту податкову декларацію без детальних даних про свою діяльність або активи чи зобов'язання. Не менш важливим для стимулювання економічного зростання Великобританії є збільшення бюджетних видатків для розвитку науково-дослідних і конструкторських робіт шляхом запровадження підвищеної норми списання витрат на науково-дослідні і конструкторські роботи із бази оподаткування у розмірі 150% для підприємств малого і середнього бізнесу [1, с. 267].

Великобританія використовує масштабні інструменти бюджетної політики стимулювання економічного зростання, які з одного боку збільшують державні видатки та дефіцит бюджету, а також зменшують податкові надходження від оподаткування прибутку підприємств, однак з іншого боку – через збільшення виробництва, розширення підприємництва та збільшення рівня зайнятості бюджетні видатки компенсуються надходженням від оподаткування доходів фізичних осіб та від розширення самої бази оподаткування.

Цікавим для України в контексті розвитку бюджетної політики стимулювання економічного зростання може бути досвід Туреччини, яка через

використання бюджетних стимулів за короткий проміжок часу (2007-2017 рр.) зуміла збільшити виробництво сталі на 42%, зайняти 6 місце в Європі за обсягом виробництва машин і обладнання, за рівнем виробництва агропродукції зайняти шосте місце в світі і перше в Європі. Окрім цього Туреччина досягла високої частки обробної промисловості у структурі валового національного продукту на рівні 81%, тоді як в Україні – 27%.

Серед основних аспектів бюджетної політики економічного зростання Туреччини варто виокремити наступні:

1. Підтримка в створенні нових експортних виробництв, модернізації діючих виробництв і наукових досліджень. Держава надає допомогу в залученні капіталу та інвестицій. Зокрема, спеціально створений у 1987 р. для сприяння експортерам Ексімбанк Туреччини надає дешеві кредити (до 3% річних, кредитний портфель банку близько 20 млрд. дол.), або ж через агенцію розвитку малого і середнього бізнесу надаються гарантії за кредитами в комерційних банках (у 2017 р. надано урядових гарантій малому і середньому бізнесу на суму 50 млрд. дол.).

3. Підтримка в залученні висококваліфікованих кадрів. Дає можливість малого і середнього бізнесу із категорії зовнішньоторговельних компаній наймати співробітників з вищою освітою і досвідом ведення міжнародної зовнішньоторговельної діяльності, заробітна плата яким сплачується Мінекономіки Туреччини.

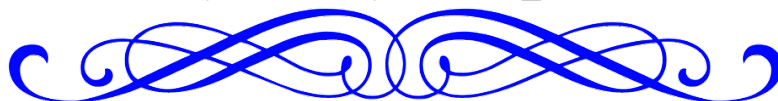
4. Державна підтримка експорту сільськогосподарської продукції. Держава відшкодовує частину витрат за використання засобів зв'язку, електрики і природного газу, а також частково звільняє компанії від сплати податків.

5. Підтримка у зміцненні позитивного іміджу турецьких брендів за кордоном. Стимулюючи появу на міжнародному ринку якісних турецьких товарів, держава відшкодовує від 60 до 90% витрат фірм-експортерів, пов'язаних з проведенням презентацій і рекламних кампаній їхньої продукції за кордоном. Максимальна сума відшкодування – 250 тис. дол. на рік [2].

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок про те, що в Україні необхідно розвивати бюджетне фінансування малого і середнього бізнесу чи конкретних галузей економіки шляхом реалізації спеціальних державних програм розвитку, використовувати бюджетні гарантії за банківськими кредитами та виділяти бюджетні кошти для кредитування суб'єктів малого і середнього бізнесу, використовувати податкові знижки з метою розвитку національного виробника.

Література:

1. Кміть В.М., Жук Ю.І., Чеботарь О.А. Зарубіжний досвід податкового стимулювання підприємництва. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Випуск 3. С. 265-269.
2. Фурман В. Стимулювання розвитку економіки: досвід Туреччини і українські реалії. URL: https://dt.ua/macrolevel/stimulyvannya-rozvitku-ekonomiki-dosvid-turechchini-i-ukrayinski-realiyi-278201_.html.



*Олександр Шерстюк,
доктор економічних наук, доцент,
провідний науковий співробітник відділу обліку та оподаткування,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»,
м. Київ, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗАВДАНЬ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Обставини, що виникли в Україні внаслідок російської агресії та оголошення режиму воєнного стану істотним чином вплинули на функціонування інституту незалежного аудиту. Серед іншого, зазнали змін характеристики завдань, що виконує зазначений суспільний інститут, виходячи з його функцій та змін, що відбулися в економічному середовищі.

Серед функцій незалежного аудиту, які визначають зміст його завдань, на нашу думку, можуть бути визначені інформаційна, захисна, та біхевіористична.

Інформаційна функція полягає у задоволенні запитів зацікавлених осіб стосовно змістовних, якісних та кількісних характеристик даних, що використовуються для прийняття рішень.

Зміст захисної функції визначається необхідністю вжиття заходів, спрямованих на попередження, виявлення та усунення негативних відхилень в діяльності суб'єкта господарювання та в інформації щодо неї.

Біхевіористична характеризується впливом на поведінку економічних суб'єктів на етапах формування, обґрунтування, реалізації та оцінювання результатів рішень, прийнятих на основі результатів роботи аудиторів.

До обставин режиму воєнного стану, що впливають на завдання аудиту, можна віднести зміну умов функціонування клієнтів (суб'єктів господарювання), зміни інформаційних потоків, що генеруються та використовуються під впливом фінансово-господарської діяльності, а також зміни в очікуваннях користувачів результатів роботи аудиторів.

Зміни умов функціонування суб'єктів господарювання стосуються нормативно-правового регулювання, функціонування окремих галузей економіки та діяльності окремого підприємства.

До змін інформаційних потоків можуть бути віднесені трансформація якісних характеристик інформації, її обсягу та інформаційних потреб стейкхолдерів.

Зміни в очікуваннях користувачів результатів роботи аудиторів враховують переміщення уваги на питання збереження майнових та фінансових прав, зростання запитів на визначення розмірів збитків та визначення механізмів їх відшкодування і зацікавленість в оптимізації процесів формування інформації та її використання в управлінні діяльністю економічних суб'єктів.

Зважаючи на викладені обставини, результати проведеного дослідження дали можливість ідентифікувати низку напрямів трансформації завдань незалежного аудиту в умовах воєнного стану. Найбільш істотними серед них, на

наше переконання, мають бути визнані удосконалення методики оцінювання перспектив безперервності діяльності економічного суб'єкта, перегляд підстав для визначення обґрунтованості вибору та застосування концептуальних основ підготовки інформації, модифікація підходів щодо оцінювання ефективності функціонування системи внутрішнього контролю економічного суб'єкта, а також врахування впливу режиму воєнного стану на результати роботи аудитора.

Зокрема, оцінювання перспектив безперервності діяльності економічного суб'єкта має включати перегляд критеріїв оцінювання, оптимізацію процедур отримання та обробки інформації та співставлення власних оцінок з оцінками управлінського персоналу.

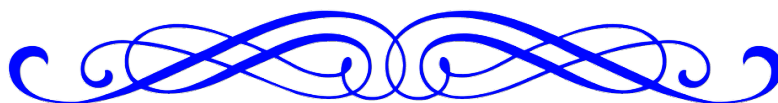
Натомість, з метою оцінювання обґрунтованості застосування концептуальної основи формування інформації, необхідно враховувати аспекти визначення її відповідності зміненим умовам функціонування економічного суб'єкта, перегляд переліку застосованих елементів концептуальної основи, а також результати оцінювання процедур застосування елементів концептуальної основи економічним суб'єктом.

Як свідчать результати проведеного дослідження, важливими параметрами оцінювання ефективності функціонування системи внутрішнього контролю економічного суб'єкта можуть бути визначені перегляд ризиків, вплив яких має бути попереджений, виявлений та усунутий системою внутрішнього контролю, оцінювання адекватності змін у функціонуванні інформаційної системи економічного суб'єкта, визначення необхідності та обґрунтованості прийнятих на підприємстві політик контролю, а також оцінювання результативності процедур контролю.

Окремо серед напрямів трансформації завдань незалежного аудиту вважаємо за доцільне відзначити наступні аспекти:

- оцінка обґрунтованості висловлення немодифікованої думки;
- перегляд обставин, які спричиняють висловлення думки, яка не є безумовно позитивною (тобто є думкою із застереженнями);
- перегляд обставин, які мають бути доведені до управлінського персоналу економічного суб'єкта;
- перегляд обставин, які мають бути доведені до зовнішніх користувачів інформації щодо діяльності економічного суб'єкта.

Таким чином, умови воєнного стану в Україні мають безпосередній вплив на основні завдання незалежного аудиту, що обумовлює їх змістовну трансформацію.



Алла Яшина

*викладач ВСП «Кам'янець-Подільський фаховий коледж»
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»
м Кам'янець-Подільський, Україна*

Вікторія Вишневська

*магістрант з
публічного управління та адміністрування
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»*

ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

Основною передумовою для проведення післявоєнної відбудови економіки є отримання Україною надійних гарантій безпеки з неможливістю відновлення бойових дій на нашій території.

Після припинення бойових дій Україна зможе розпочати масштабну післявоєнну відбудову економіки, що повинна здійснюватися на основі плану, розробленого українським урядом та підтримуваного міжнародними донорами.

Відновленню економіки передують політичне рішення, що базується на геополітичній доцільності та національному патріотизмі щодо визначення моделі розвитку. Парламент України для успішної економічної реконструкції в травні 2022 року, презентував план економічного відновлення України після війни. Профільний комітет Ради підтримав і розробку цього плану, і його основні принципи.

Дев'ять принципів, на яких базується план відновлення:

- Повний доступ до ринків ЄС та «Великої сімки» – це допоможе виробникам інтегруватися у світові торгові ланцюги та збільшити експорт.
- Набуття статусу кандидата, а потім повноправного члена Євросоюзу.
- Побудова економіки за принципами дерегуляції та лібералізації.
- Налаштування логістичних маршрутів у західному напрямку.
- Перехід від експорту сировини до переробки у галузях, що дають найбільшу експортну виручку.
- Розвиток вітчизняного військово-промислового комплексу. Йдеться не лише про закупівлю зброї, а й про її виробництво, зокрема за рахунок трансферу військових технологій.
- Збільшення видобутку власного газу та розвиток атомної енергетики. Зазначається, що за 3-5 років Україна може набути енергонезалежності.
- Кліматична модернізація.
- Локалізація українського виробництва на рівні мінімум 60%. Це дасть поштовх економіці, створить нові робочі місця, пожвавить підприємницьку активність. [1]

Національний план відновлення, який український уряд представив на конференції в Лугано 4-5 липня 2022 року, загалом можна охарактеризувати як всеохопний і детальний документ, який відображає основні напрями відновлення зруйнованої після війни економіки, чітко розділяє кожний напрямок та комплекс

ініціатив по ньому і містить супроводжувальні заходи, включно із законодавчими змінами.

План відновлення України закладає основи для майбутньої відбудови національної економіки та покликаний створити механізми самопідтримуючого економічного розвитку. [2]

Післявоєнна відбудова України відкриває виняткові можливості радикальної модернізації економіки країни та проведення структурних реформ.

При цьому курс структурних трансформацій та економічної реконструкції має задаватися європерспективою України та наближати країну до повноправного членства у Європейському Союзі. [3]

Організація системи отримання та розподілу міжнародної допомоги для відновлення економіки потребує налагодження чіткої системи комунікацій, підпорядкування та відповідальності.

Уряд України разом з міжнародними партнерами має брати безпосередню участь у розподілі та використанні міжнародної допомоги. Це дозволить підвищити ефективність комунікацій та сприятиме інституційному зміцненню державного сектора.

Тому Офіс президента України підготував проєкт Фонду відновлення України як фінансового інструменту для повоєнної відбудови.

Діяльність Фонду базуватиметься на принципах "повної відкритості для донорів та громадян України, чіткого та ефективного контролю над використанням коштів із залученням міжнародних партнерів".

Першочергового фінансування потребуватимуть питання гуманітарного та інфраструктурного характеру. В середньостроковій перспективі важливо зосередити зусилля на відновленні та створенні робочих місць, а також завершенні структурних реформ.

Відновлення та технологічне оновлення виробничого потенціалу України повинне стати ключовим середньостроковим завданням програми відбудови. Відновлення виробничих секторів з високою доданою вартістю створить надійну основу для стабільного розвитку економіки та сприятиме підвищенню рівня національних заощаджень і внутрішніх інвестицій.

Структурні реформи не варто відкладати, але їх слід проводити із достатнім рівнем видатків на фінансування реструктурованих секторів економіки. Пріоритетом має бути збереження або перепрофілювання робочих місць, а не їх стихійне вивільнення на розсуд ринкових сил. Відновлення або створення нового виробничого потенціалу економіки, як і формування сприятливого ділового клімату, дозволять залучати інвестиції та підтримувати економічне зростання в майбутньому в умовах скорочення офіційної міжнародної допомоги. [4]

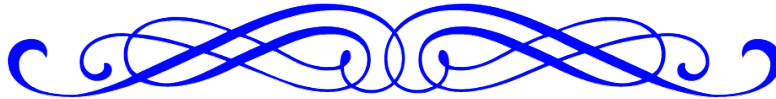
Відновлення нового виробничого потенціалу економіки, як і формування сприятливого ділового клімату, дозволять залучати інвестиції та підтримувати економічне зростання в майбутньому в умовах скорочення офіційної міжнародної допомоги.

Інструментами відновлення після війни України є: лібералізація економіки, створення великої кількості робочих місць державою, орієнтація економіки експорту і значне вливання зовнішніх фінансових ресурсів. Але навіть маючи у

своєму розпорядженні всі інструменти зростання економіки, важливо ефективно їх використовувати.

Література:

1. Економічне відновлення України після війни: у Раді презентували план. <https://www.slovoidilo.ua/2022/05/02/novyna/ekonomika/ekonomichne-vidnovlennya-ukrayiny-pislya-vijny-radi-prezentuvaly-plan>
2. Тетяна Богдан. План відновлення України: сильні та слабкі сторони. https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan
3. Олена Снігова. Як організувати відновлення України з прицілом на ЄС. <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/3/686566/>
4. Богдан Данилишин. Як відновлювати економіку після війни. Програмна відбудова Боснії та Герцеговини: уроки для України. https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/510994_yak_vidnovlyuvati_ekonomiku_pislya.html
5. Ukraïner – Як відбудувати країну після війни. Володимир Зеленський. Режим доступу: <https://ukraïner.net/vidbudova/>



ЕЛЕКТРОННЕ ВИДАННЯ

*Фінансово-економічна діяльність
суб'єктів господарювання в умовах
воєнного стану*

Міжнародний науково-практичний форум

20-21 жовтня 2022 р