

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ  
VIII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ  
МОДЕЛІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ  
ВІДНОСИН: ВИКЛИКИ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ  
АСПЕКТИ»**



**1 ГРУДНЯ 2023 РОКУ  
М. УЖГОРОД**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Ужгородський національний університет  
Кафедра фінансів і банківської справи  
Департамент фінансів Закарпатської обласної військової адміністрації  
Закарпатський регіональний Центр СЕ і ГД НАН України  
Львівський торговельно-економічний університет  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
Мукачівський державний університет  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

**ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ  
ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН:  
ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**Збірник матеріалів  
VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(1 грудня 2023 р., м. Ужгород)**

*До 60-річчя заснування економічного факультету  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

**Ужгород - 2023**

*Затверджено  
Вченою радою економічного факультету  
Ужгородського національного університету,  
протокол № 6 від 30.11.2023 року*

**Редакційна колегія:**

**Варцаба В. І.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «УжНУ»

**Чубарь О. Г.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «УжНУ»

**Огородник В. О.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «УжНУ»

**Заславська О. І.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «УжНУ»

**Кампо Г. М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «УжНУ»

**Мінкович В. Т.** – ст. викладач кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «УжНУ»

- Т 65** Трансформація національної моделі фінансово-кредитних відносин: виклики глобалізації та регіональні аспекти: збірник матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Ужгород, 1 грудня 2023 р.). – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2023. – 315 с.

Збірник укладено за матеріалами VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформація національної моделі фінансово-кредитних відносин: виклики глобалізації та регіональні аспекти», яка відбулася 1 грудня 2023 р. у ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з метою обміну інформацією, досвідом та результатами наукових досліджень з питань модифікації підходів щодо фінансово-кредитного забезпечення розвитку національної та регіональної економіки в реаліях війни та післявоєнного відновлення. Матеріали авторів містять різні точки зору з теоретичних та прикладних засад розвитку фінансової системи держави і регіонів та охоплюють проблемні питання соціально-економічного розвитку України в умовах децентралізації та євроінтеграції, впливу глобальних трансформаційних процесів на фінансову систему країни та функціонування суб'єктів фінансового ринку, модифікації бюджетної та податкової політики в умовах воєнного стану, актуальні аспекти формування зовнішньоекономічної та митної політики держави в реаліях часу, необхідність і перспективи розвитку оціночної діяльності та особливості фінансового менеджменту в період війни та відновлення національної економіки.

*Матеріали друкуються в авторській редакції. Редакція не завжди поділяє думку та погляди авторів. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.*

<b>Дьордяй Аліна</b> Повернення довоєнних правил оподаткування: фіскалізація доходів суб'єктів господарювання за допомогою РРО	<b>155</b>
<b>Златьсва Валерія</b> Аналіз видаткової частини бюджету курортно-рекреаційних територій	<b>158</b>
<b>Ківшик Олександр</b> Бюджетне фінансування стратегічно важливих підприємств в умовах війни	<b>160</b>
<b>Клочок Олександр</b> Особливості та проблеми оподаткування сфери віртуальних активів в Україні	<b>162</b>
<b>Кулик Вікторія, Соколенко Тетяна</b> Облікова політика бюджетної установи щодо основних засобів	<b>164</b>
<b>Лазар Петро, Траньович Юлія</b> Вплив воєнного стану на бюджети територіальних громад Закарпатської області	<b>166</b>
<b>Моленда Андрій</b> Трансфертне ціноутворення в Україні в період воєнного стану	<b>167</b>
<b>Сембер Степан</b> Вплив бюджетного потенціалу на резильєнтність територіальних громад	<b>169</b>
<b>Семиволос Денис</b> Тенденції бюджетної політики України на сучасному етапі	<b>171</b>
<b>Синиця Марина</b> Методи планування доходів місцевих бюджетів	<b>172</b>
<b>Слободянюк Наталя</b> Вплив податкової політики підприємства на фінансові результати	<b>174</b>
<b>Сочка Катерина</b> Чинники впливу на формування доходів місцевих бюджетів України в умовах військових дій	<b>176</b>

**СЕКЦІЯ 4  
РОЛЬ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПЕРІОД ВІЙНИ  
ТА ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ**

<b>Poyda-Nosyk Nina, Vacho Robert</b> Financial position of the automotive industry companies in the Transcarpathian region	<b>178</b>
<b>Баранова Олександра</b> Цінова політика підприємства як фактори формування його доходів від реалізації продукції	<b>180</b>
<b>Бірдус Станіслав, Клим Іван</b> Ефективність відтворення та використання основних засобів на підприємстві	<b>181</b>
<b>Булах Ірина</b> Управління підприємством в умовах післявоєнної відбудови національної економіки	<b>183</b>
<b>Глушко Аліна, Пиріг Яна</b> Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства в системі заходів стабілізації фінансового стану підприємства	<b>184</b>
<b>Грозян Олександра</b> Фактори формування вартості підприємства	<b>186</b>
<b>Далекорей Антон</b> Фактори впливу на фінансові результати діяльності підприємства	<b>188</b>
<b>Данча Ольга</b> Діагностика фінансово-економічного стану підприємства та шляхи його покращення	<b>190</b>
<b>Дворецька Анастасія</b> Управління фінансовими ресурсами санаторно-курортного закладу в умовах війни	<b>191</b>

2. Шевелюк, М.М. (2021). Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. Питання культурології, (38), 226-235. URL: <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/245956/243496>
3. Гоблик В.В. Перспективи розвитку туризму в малих історичних містах. Міжнародний науковий журнал «ОСВІТА І НАУКА». Випуск 24(1), 2018.

*Єлизавета Мірошниченко, студентка 2 курсу*

*Віталіна Груба, студентка 2 курсу*

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава*

*Науковий керівник: Глушко А. Д., к.е.н., доцент*

## **ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ**

Стабільне функціонування бізнесу є базисом розвитку економіки будь-якої країни. Сьогодні суб'єкти господарювання в Україні провадять діяльність у безпрецедентно кризових умовах, спричинених воєнним станом. Повне чи часткове знищення виробничих потужностей у зоні активних бойових дій, вимушена релокація, порушення логістичних ланцюгів, втрата кадрового потенціалу, економічна нестабільність в країні – це ті основні загрози, з якими зіткнувся український бізнес [1]. В таких умовах забезпечення успішної адаптації до реалій сьогодення було неможливим без державної підтримки та допомоги з боку міжнародних партнерів.

В цілому, саме завдяки своєчасним та ефективним регуляторним заходам підтримки бізнесу в Україні, суб'єкти господарювання змогли відновити діяльність в умовах війни [2]. Офіційний центр розвитку інновацій разом з Офісом з розвитку підприємства та проектом Дія.Бізнес провели масштабне дослідження, в якому відслідковується позитивний розвиток бізнес індустрії. Уже через 6 місяців після початку повномасштабної війни реєстрація нового бізнесу демонструвала позитивну динаміку: кількість відкритих суб'єктів господарювання у 2 рази перевищила кількість тих, що припинили діяльність.

Комплексне оцінювання стану та проблем розвитку бізнесу було проведено компанією Gradus Research 27 вересня – 5 жовтня 2023 року на основі вибіркового спостереження з використанням методу анкетування.

Результати опитування щодо ключових викликів бізнесу під час війни в Україні засвідчили наступне. Головною проблемою, з якою зіткнулися суб'єкти господарювання, визначено складність збереження оплати праці співробітникам – її відмітили 44% респондентів. На другому місці учасники анкетування виділили збереження ринків збуту та клієнтів та функціонування в умовах відключень електроенергії (41%). Також викликами стали збереження кадрового потенціалу (39%); пошук нових ринків збуту/клієнтів (32%); забезпечення безпеки працівників (28%) [3]. Слід відмітити, що одним із головних ризиків для забезпечення функціонування бізнесу є також мобілізація працівників, яка поряд з посиленням зовнішніх міграційних процесів через повномасштабне вторгненням РФ в Україну актуалізує проблему дефіциту кадрів як одного з ключових ризиків у майбутньому.

Щодо рівня використання виробничих потужностей, то лише чверть респондентів завантажені на 100%, більше 50% - використовують лише половину своєї потужності. Це звичайно призводить до зниження рівня доходності бізнесу.

Таким чином, в реаліях сьогодення бізнес в Україні продовжує функціонувати в умовах значних ризиків і загроз. Тому необхідним є продовження впровадження заходів державної підтримки суб'єктів підприємництва, зокрема через розширення кредитних та грантових програм.

**Список використаних джерел:**

1. Глушко А.Д. Деретуляція бізнес-середовища в Україні в умовах воєнного стану. Економічна безпека: держава, регіон, підприємство: Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 29 вересня 2022 р. Полтава: НУПП, 2022. С. 24–27 (215 с.)
2. Onyshchenko S., Hlushko A. Regulatory levers and tools to support business in Ukraine under martial law. Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання: праці XXII Міжнар. наук. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (2 груд. 2022 р., м. Вінниця). Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2022. Т. 1. С. 237–239.
3. Gradus Research. Як міграційні процеси впливають на бізнес? 2023. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/how-do-migration-processes-affect-business/>

*Аліна Оніщук, студентка 5 курсу*

*Іван Плєскач, студент 5 курсу*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород*

*Науковий керівник: Молнар О. С., к.е.н., доцент*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ**

Побудова логістичної системи діяльності господарюючого суб'єкта тісно переплітається з окремими сферами, видами економічної діяльності. Найбільше взаємозумовлення сфера логістики має з маркетингом, оскільки окреслення асортименту товару, продукції, послуги є завданням маркетингової служби або ж маркетингового підрозділу підприємства, що тісно співпрацює з логістичними підрозділами у процесі реалізації зазначеної продукції, чи надаваної послуги.

В такому тандемі доцільним є зауважити, що маркетингово-логістична діяльність має взаємозумовленість щодо сутнісного розуміння зазначених процесів. Так, у науковій літературі існує багатогранність тлумачень маркетингу, як процесу «планування, управління розробкою, просуванням товарів до покупців і збутом, щоб досягнута таким чином різноманітність благ призводила до задоволення потреб, як окремих осіб, так і організацій» [1, с.23]. Водночас процес маркетингу окреслюється прогнозуванням споживчих потреб, їх задоволенням з наданням маркетингово-логістичних пропозицій щодо формування асортименту продукції, можливостей розширення надаваних послуг. Незалежно від обраних підходів до формування маркетингово-логістичної системи діяльності організації, основна її мета зводиться до спрямування всього комплексу заходів для задоволення потреб клієнтів. Поряд з відміченим, доцільно зазначити, що пріоритетом у здійсненні маркетингово-логістичних операцій завдання постає стосовно збільшення попиту споживачів, збалансування потреб і можливостей надання пропозицій, а також реалізації товару з його відповідною своєчасною доставкою, перевезенням вантажів і пасажирів.

Трактування поняття маркетингу зумовлюється впливом зовнішнього середовища, зокрема умов ринкового господарювання, організаційно-управлінської діяльності у напрямі забезпечення ефективності реалізації маркетингово-логістичної концепції розвитку і функціонування підприємства, його цільовим стратегічним спрямуванням.

Успішне здійснення зазначеної діяльності, досягнення високих результатів зумовлюється необхідністю постійного моніторингу ринку, вивчення конкурентної ситуації в межах ринкового середовища, грамотним вибором цільових ринків збуту. Сутнісне розуміння маркетингу окреслюється як «система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб споживачів і отримання прибутку на основі прогнозування ринку,