

СЕКЦІЯ 2
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, НАУКИ,
ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

УДК 336.1:352

Бурий Тарас
студент групи БАМ-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Кужда Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАТЕРІАЛЬНОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ
ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ**

Матеріальна та фінансова основа діяльності місцевих органів влади є важливими елементами для забезпечення їх спроможності реалізовувати власні та делеговані повноваження. В Україні ці питання регулюються системою законодавчих та підзаконних актів, які встановлюють принципи, джерела, повноваження і механізми управління фінансовими ресурсами органів місцевого самоврядування.

Відповідно до Конституції України матеріальною та фінансовою основою місцевого самоврядування є рухоме і нерухоме майно; доходи місцевих бюджетів; інші кошти, земля, природні ресурси, що є у власності територіальних громад. Конституційні основи визначають, що органи місцевого самоврядування мають право володіти, користуватись і розпоряджатися комунальним майном, отримувати доходи та самостійно планувати використання фінансів.

Головним документом, який регулює формування та використання фінансових ресурсів місцевого самоврядування є Бюджетний кодекс України, яким визначено структуру місцевих бюджетів (обласні, районні, бюджети територіальних громад); встановлено порядок формування дохідної та видаткової частини; визначено механізми міжбюджетних трансфертів (субвенції, дотації, реверсна дотація), повноваження органів місцевої влади у сфері фінансового управління.

Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні” визначає повноваження місцевих рад у сфері управління майном та фінансами, а саме: затвердження місцевого бюджету та звіту про його виконання; встановлення місцевих податків і зборів у межах, визначених законом; управління комунальною власністю; затвердження програм соціально-економічного розвитку; залучення інвестицій, кредитів, участь у проєктах державно-приватного партнерства; контроль за використанням бюджетних коштів, включаючи створення відповідних постійних комісій та залучення громадськості [1].

Закони України “Про податок на доходи фізичних осіб”, “Про місцеві податки і збори”, а також Податковий кодекс України визначають джерела доходів місцевих бюджетів: податок на доходи фізичних осіб, який є головним джерелом доходу громад; єдиний податок для ФОПів; плата за землю; акцизний податок з роздрібного продажу підакцизних товарів; туристичний збір та інші місцеві податки. Органи місцевого самоврядування мають право встановлювати ставки податків у межах, дозволених державою, що дає змогу формувати власну податкову політику [2].

Закон України “Про управління об’єктами державної і комунальної власності”, а також Цивільний та Господарський кодекси України визначають правовий режим майна, що належить територіальним громадам. Органи місцевого самоврядування мають право володіти і розпоряджатися об’єктами комунальної власності; передавати майно в оренду, концесію, приватизовувати відповідно до закону; створювати комунальні підприємства,

установи, організації; управляти земельними ресурсами (згідно із Земельним кодексом України) [3].

З прийняттям змін до Бюджетного та Податкового кодексів у 2014-2015 рр. в Україні реалізується фінансова децентралізація, яка забезпечила: зростання частки власних доходів у місцевих бюджетах; зміцнення матеріально-фінансової бази територіальних громад; підвищення відповідальності місцевої влади за управління фінансами; створення стимулів для розвитку економічної активності на місцях [4].

Нормативні зміни, що відбулися у сфері матеріального та фінансового забезпечення органів місцевого самоврядування, в цілому мають позитивний вплив, оскільки зросла фінансова самостійність, з'явилася можливість розвитку. Проте для повноцінного функціонування громадам необхідні підтримка держави, підвищення професійного рівня кадрів, удосконалення управління активами та вирівнювання умов для різних типів громад.

Перелік використаних джерел:

1. Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 24.09.2025)
2. Левицький Д., Погорелова В. Нормативно-правові акти місцевого самоврядування. Інститут місцевого розвитку. URL: <https://www.mdi.org.ua/images/2024/03.24/19-03/19-03-24-presentation-OGS-P3-VPohorielova-Dlevytskyu.pdf> (дата звернення: 25.09.2025).
3. Закон України “Про управління об’єктами державної власності”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185-16#Text> (дата звернення: 25.09.2025).
4. Новий Бюджетний кодекс: продовження бюджетної реформи. URL: https://budget.rada.gov.ua/news/main_news/73881.html (дата звернення: 25.09.2025).

УДК 658.5

Маряш Микола

студент групи ППм-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Науковий керівник: Мариненко Наталія

доктор економічних наук, професор

професор кафедри економіки на фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЗВИТОК ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК БАЗОВА ПОТРЕБА РИНКУ

Сучасний ринок розвивається все швидше – на споживача та виробника впливають безліч факторів, серед яких економічні, соціальні, технічні, психологічні, військові, політичні. На даному етапі функціонування суб’єкти господарювання розуміють, наскільки важливо пропонувати програми лояльності, адже тепер вони стали «базою» для виживання та захоплення більшої частки ринку, особливо враховуючи темпи цифровізації усіх аспектів сьогоденного життя.

Активну роботу із програмами лояльності спостерігаємо на західних ринках. За даними, у Сполучених Штатах Америки майже 80% усіх домогосподарств мають хоча б одну картку лояльності в супермаркеті, а в Канаді цей показник становить навіть 90% [1]. Варто відзначити, що найбільші вітчизняні ритейл компанії вже активно розвивають програми лояльності та нічим не поступаються у якості. Дану інформацію можна прослідкувати за кількістю користувачів та впливом на них за допомогою програми лояльності. Зараз в Україні ми бачимо такі результати впливу: понад 70% українців приєднуються до програми лояльності насамперед заради моментальної вигоди – можливості отримати знижку чи бонус під час покупки. Однак цей перший стимул не перетворюється на сталу звичку. Хоча 56% опитаних визнають, що бодай раз змінювали свої купівельні сценарії під впливом бонусів,