

обласного бюджету Тернопільської області за підсумками 2016 року.
Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2017. – 32 с.

Сохор Христина Романівна

ст. гр. ФМ-22, ТНЕУ

Науковий керівник – к.е.н. Петрушка О. В.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЦЕНТРАЛІЗОВАНОЇ МОДЕЛІ ВИКОНАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТІВ ОРГАНАМИ ДКСУ

Ефективно діюча платіжна система виконання бюджетів є необхідною передумовою та запорукою успішного функціонування всього господарського механізму держави. Як зазначають автори навчального посібника «Казначейська система виконання бюджету» В. Русін та В. Стоян однією з найважливіших ознак платіжної системи, що характеризує рівень її ефективності, є швидкість розрахунків. Оперативно діюча платіжна система сприяє зменшенню обсягів коштів у розрахунках, зводить до мінімуму затримки платежів. Платіжна система повинна бути також зручною у користуванні для всіх учасників угоди як при здійсненні операцій з готівковими коштами, так і при безготівкових розрахунках [1, с.93].

Впродовж останніх років органи Державної казначейської служби України значну увагу приділяють саме вдосконаленню технологічного процесу виконання бюджетів. У схваленій Урядом Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2017–2020 роки одним із основних напрямів розвитку системи управління державними фінансами визначено забезпечення ефективного виконання бюджету [2]. Саме тому, з метою оптимізації процесу управління державними фінансами в органах казначейства пріоритетними напрямками діяльності Державної казначейської служби України на 2017–2018 роки було визначено запровадження централізованої моделі виконання дохідної частини бюджетів.

Казначейство розпочало реалізацію масштабного проекту централізації всіх дохідних рахунків держави на єдиному технологічному майданчику. Реалізація зазначеного проекту передбачала два підготовчі етапи:

I етап – розроблення та затвердження нормативно-правової бази;

II етап – забезпечення платіжної системи казначейства технологічною спроможністю реалізації проекту.

На I етапі внесено зміни до ряду наказів Міністерства фінансів України, а саме: №43 «Про затвердження Порядку казначейського обслуговування доходів та інших надходжень державного бюджету» від 29 січня 2013 року; №938 «Про затвердження Порядку казначейського обслуговування місцевих бюджетів» від 23 серпня 2012 року; №217 «Про затвердження Порядку відкриття аналітичних рахунків для обліку операцій в системі Державної казначейської служби України» від 27 грудня 2013 року [3; 4; 5]. В результаті суттєвих змін зазнав порядок відкриття аналітичних рахунків для обліку операцій по виконанню бюджетів в системі Державної казначейської служби України та змінився механізм їх функціонування. На II етапі вдосконалено серверне обладнання та доопрацьовано програмне забезпечення. Після реалізації цих підготовчих етапів тестові випробування відбулись на стенді Національного банку України.

Успішно проведені тестові випробування дали можливість 1 липня 2018 року рахунки для зарахування доходів до державного та місцевих бюджетів відкрити на балансі центрального апарату Державної казначейської служби України (МФО 899998) в розрізі кодів класифікації доходів бюджету та бюджетів. Із 2 липня 2018 року Казначейство переходить на повноцінне функціонування централізованої моделі обслуговування бюджетів за доходами. Перерозподілу зазнали і технологічні процеси в системі казначейства із їх централізацією у центральному апараті.

Впровадження централізованої моделі обслуговування бюджетів за доходами характеризується рядом переваг, а саме:

- забезпечено можливість у режимі реального часу слідкувати за станом державних фінансів, що дасть можливість ухвалювати оперативні управлінські рішення;
- зменшено кількість учасників системи електронних платежів Національного банку України від органів Казначейства з 27 до 2;
- оптимізовано процеси обліку та проходження платежів;
- зменшено витрати на підтримку територіальних майданчиків обробки інформації в територіальних органах казначейства;
- посилено захист інформації у внутрішній платіжній системі Казначейства.

Вважаємо, що досягнувши вище зазначених результатів органи Державної казначейської служби вдосконалили процес казначейського виконання бюджетів за доходами. Однак, в силу розвитку інформаційних технологій, Казначейство на повинно зупинятись на досягнутому.

Література:

1. Русін В., Стоян В. Казначейська система виконання бюджету: навч. посіб. Тернопіль: Астон. 2015. 271 с.

2. Про схвалення Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2017-2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 лютого 2017 р. № 142-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-%D1%80#n9>.

3. Про затвердження Порядку казначейського обслуговування доходів та інших надходжень державного бюджету: Наказ Міністерства фінансів України №43 від 29.01.2013 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0291-13>.

4. Про затвердження Порядку казначейського обслуговування місцевих бюджетів: Наказ Міністерства фінансів України №938 від 23.08.2012 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1569-12>.

5. Про затвердження Порядку відкриття аналітичних рахунків для обліку операцій в системі Державної казначейської служби України: Наказ Міністерства фінансів України № 217 від 27.05.2013 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/v0217840-13>.

Стебельська Роксолана Орестівна
ст. гр. МЕВМАМ-11, ТНЕУ
Науковий керівник – к.ф.н., доцент Вергун Л. І.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОВУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Останні роки розвитку людства та його технологічної діяльності характеризуються динамічним розвитком міжнародного онлайн-бізнесу. Використання нових технологій, залучення штучного інтелекту у процес аналізу великої кількості даних і добровільне внесення користувачами персональної інформації у соцмережі, геолокації, реєстрації на сайтах із допомогою тих самих соцмереж, допомагають корпораціям заробляти мільярди використовуючи інструменти інтернет-маркетингу. З кожним роком кількість користувачів зростає, що і обумовлює зосередження діяльності компаній на використанні нових інструментів маркетингу в глобальній мережі Інтернет.

За останні 2-3 роки інтернет-маркетинг помітно змінився на краще: остаточно помінялися пріоритети у джерелах трафіку; контекстна реклама пішла на задній план для більшості ніш, а таргінг в соцмережах набрав ще більше популярності. Для розсилок, прямої комунікації з клієнтами і навіть побудови воронки використовуються Telegram, Viber і Facebook Messenger. Онлайн-підприємці розраховують на клієнт-сервіс, намагаючись повністю задовольнити потреби реальних покупців. Ці теми жваво обговорювалися в травні минулого року на Лабораторії Онлайн