

- Маркетингове планування та аналіз дозволяють оптимізувати витрати та ресурси, спрямовуючи їх на найбільш важливі, ефективні проекти та ініціативи, що в свою чергу підвищує ефективність управління загалом.

Отже, впровадження маркетингових стратегій в публічне управління має величезний потенціал для покращення якості та ефективності державного управління. Через адаптацію сучасних маркетингових інструментів і підходів, державні органи можуть не тільки підвищити рівень задоволення громадян від наданих послуг, але й зміцнити загальну довіру до публічної влади.

### Список використаних джерел

1. Гончаренко К. І. Особливості застосування державного маркетингу в управлінській діяльності. Публічне управління та митне адміністрування. 2018. № 1(18). С. 48-52
2. Процишин Ю. Т. Стратегічний маркетинг. Тернопіль: ЗУНУ, 2022, С. 4 - 5
3. Ромат Є. В., Гаврилечко Ю. В. Маркетинг в публічному управлінні. Київський національний торговельно-економічний університет. Київ 2018. С. 100-250
4. Угоднікова О. І. Цифровий публічний маркетинг як елемент інформаційної політики держави, ХНУМГ, 2022, С. 93-96

**Марчук З. П.,**

*здобувачка вищої освіти ступеня «магістр»,  
спеціальність «071 Облік і оподаткування»;*

*Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ*

## **АНТИКРИЗОВА УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ**

За оцінкою експертів Київської школи економіки (Kyiv School of Economics, KSE) [1] сума збитків, нанесених внаслідок воєнних дій в Україні, сягнула більше \$ 154 млрд. Зруйновані виробничі потужності, логістичні ланцюги та багато об'єктів інфраструктури. В таких умовах необхідна гнучкість управлінських рішень для забезпечення ефективного функціонування та недопущення нових кризових явищ. Все це потребує розробки нових підходів, адаптації інструментів управління персоналом до непередбачуваних умов воєнного часу. Оскільки досвіду управління персоналом в українських компаніях в умовах стану війни немає, це породжує нові виклики для науковців у галузі менеджменту та адміністрування.

Основна мета системи антикризового управління підприємством у період воєнних дій полягає в зниженні негативних економічних та соціальних наслідків конфлікту на діяльність підприємства. З урахуванням того, що в умовах воєнної

кризи час для реагування та терміни подолання кризи доволі обмежені, основне завдання антикризового управління полягає в оперативному прийнятті рішень. Затягування цих процесів може коштувати дуже дорого, оскільки ситуація динамічно змінюється. Дії керівництва повинні сприяти досягненню бажаних результатів з мінімальними додатковими зусиллями та мінімізувати негативні наслідки. На початку війни основним бажаним результатом є забезпечення безперебійної роботи підприємства та збереження життя працівників. З плином часу це має включати адаптацію та оптимізацію функціонування підприємства саме в умовах війни [2].

Для прискорення процесу ухвалення антикризових рішень в умовах війни відбувається скорочення рівнів управління та встановлення ліміту на погодження рішень. Цей ліміт визначає межі, в яких можна приймати рішення без попереднього затвердження вищого керівництва. Також може мати місце децентралізація, яка передбачає, що рішення приймаються не лише зверху вниз, але й на різних рівнях управління для швидкого вирішення поточних проблем.

В даній роботі розглядаються рекомендації щодо регулярного моніторингу діяльності підприємства і на основі отриманих даних пропонується сформувати антикризову програму та управлінську стратегію. Методи антикризового управління в період війни можна класифікувати за трьома основними групами: оперативні, тактичні і стратегічні. Найбільш дієвими є тактичні методи. Зокрема даунсайзинг, аутсорсинг, регуляризація, бенчмаркінг, модернізація, диверсифікація, злиття та реінжиніринг [3].

Деякі підприємства змушені заморожувати певні напрямки роботи, скорочувати обсяги виробництва і відправляти працівників у неоплачувані відпустки, тощо.

Отже, антикризове управління підприємством поділяється на декілька фаз, в залежності від стадії війни. Перша, шокова фаза, обумовлена швидким прийняттям управлінських рішень. Друга, адаптивна фаза, полягає в оптимізації всіх можливих виробничих процесів. Третій, найдовший період, полягає у поверненні підприємства на довоєнний рівень функціонування. Четверта і остання фаза – пост-воєнний, період після завершення воєнного стану. Основною метою кризового управління четвертої фази є зменшення негативних економічних та соціальних наслідків, спричинених війною для функціонування підприємства, а також запобігання появі нових кризових ситуацій. Завдання діагностики полягає у постійному моніторингу, виявленні відхилень в діяльності підприємства та оцінці розміру збитків через війну. В пост-воєнний період важливо залучати нових інвесторів, переглянути бізнес-моделі для підвищення фінансової стійкості підприємства [3].

За підсумками проведеного дослідження можна зробити висновок, що основне завдання антикризової управлінської діяльності в період воєнного стану – це налагодження безперебійного процесу виробництва та оптимізація усіх господарських процесів. Розроблені теоретико-методологічні та практичні основи механізму антикризового управління підприємством не лише допоможуть налаштувати та адаптувати бізнес до воєнних умов, але й сформулюють систему виявлення та запобігання новим локальним кризовим

ситуаціям. Успішне реагування та адаптація бізнесу до сучасних викликів визначають майбутнє не лише конкретного підприємства, а й всієї економіки в цілому. Тому важливо активно застосовувати зазначені підходи для забезпечення стабільності та життєздатності бізнесу в умовах війни.

### **Список використаних джерел**

1. <https://forbes.ua/news/rosiya-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukraini-mayzhe-na-155-mlrd-kse-12022024-19149>
2. О. О. Пшик-Ковальська, О. І. Ковальський Національний університет “Львівська політехніка” ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/dec/29509/220972maket-92-97.pdf>
3. Ватченко Б.С. Шаранов Р.С. Університет митної справи та фінансів АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/9860/1/Vatchenko.pdf>

**Міньковська А. В.,**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку, оподаткування  
та управління фінансово-економічною безпекою;  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

### **ВИКОРИСТАННЯ ПОДАТКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В РОЗРАХУНКАХ З БЮДЖЕТОМ**

Роль інформаційного забезпечення різко змінилася в сучасному середовищі, оскільки нові часи вимагають нових знань, умінь і навичок швидко реагувати та визначатися із наслідками будь-яких змін в оточенні суб'єктів господарювання. Вирішення завдань для досягнення цілей господарюючих суб'єктів і отримання позитивного результату є залежним від своєчасно одержаної, оперативної, достовірної та оптимальної інформації. Будь-яку діяльність підприємців пов'язано із нарахуваннями та сплатою відповідних податків та зборів, відповідно, діяльність працівників фіскальної служби передбачає збір, пошук, перевірку інформації, передачу цієї інформації третім особам, її захист та захист персональної інформації платників податків або іншої конфіденційної інформації тощо.

Необхідність бухгалтерського обліку в податковій системі залежить від державних норм щодо умов здійснення суб'єктами господарювання контролю за дотриманням вимог податкового законодавства.

Одним із обов'язків платника податків є забезпечення відповідного бухгалтерського обліку формування доходів, витрат, формування та подання в установленому порядку звітності про нарахований податок та сплачений