

Список використаних джерел:

1. Програма EGAP <https://egap.in.ua/proekty/page/4/>
2. Законодавство України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/56-2019-%D0%BF#Text>
3. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України <https://thedigital.gov.ua/news/mihajlo-fedorov-cifrovizaciya-ekonomiki-dozvolit-dosyagti-minimum-4-dodatkovogo-zrostannya-vvp-na-rik>
4. Куліш Т.В. Маркетингові цифрові технології в просуванні крафтової продукції підприємств. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development: Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU".* – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. с.239-242.
5. Legeza D., Esengazieva S. Crucial challenges of digital marketing in companies of ag engineering industry. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development: Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU".* – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. p.207-212.
6. Sokil Ya. S., Sokil O. H Digital communication tools for online business. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development: Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU".* – Mariupol : PSTU, 2021. P.15-17.
7. Куліш Т.В. Роль маркетингових досліджень в прийнятті управлінських рішень. *Актуальні проблеми розвитку малого та середнього підприємництва: матеріали регіональної науково-практичної конференції*, 12 грудня 2017 р. Мелітополь. 2017. С. 60-62.

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІНИ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Матвієнко Г.А., к.е.н., доцент

Таврійський національний університет імені В.І.Вєрнадського

Криза, спричинена пандемією COVID-19 прискорила тенденції до діджиталізації економіки і збільшила увагу до податкових викликів, що виникають внаслідок оцифрування. Після кризи зростає тиск на державні фінанси та невдоволення громадськості податковим плануванням. Уряд та бізнес усвідомили необхідність переосмислення кожного аспекту повсякденного життя в нову епоху та необхідність розробки заходів адаптації до нових реалій. В перші роки пандемії уряди реагували на кризу значним збільшенням витрат на охорону здоров'я та наданням безпрецедентних рівнів фінансової підтримки, як бізнесу так і громадянам, для пом'якшення наслідків економічної кризи. Однак, вже настає час,

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

коли уряди повинні зосередитись на поверненні своїх фінансових систем на стійкі основи. Розвиток сучасних технологій ставить ряд складних питань для податкової політики: як оподатковувати транснаціональний бізнес; як компенсувати можливе зменшення доходів від податку на працю в результаті автоматизації, як оподатковувати цифрову економіку. Технологічний прогрес також сприяв виникненню нових форм в економіці, розширенню економіки спільного споживання (sharing economy), гіг економіки (gig economy), які значно змінили схему зайнятості та спричинили необхідність змін традиційних податкових систем, розроблених в більшості для постійних, штатних працівників. Через тривалу економічну невизначеність багато податкових органів розглядають обережні заходи адаптації до нових вимог [1, с. 2-4].

В даний час на світовому рівні гостро стоїть питання розробки методів оподаткування цифрової економіки. Вперше податкові виклики у цифрову епоху були визначені як одні з основних у Проекті ОЕСР/G20 щодо «Протидії розмиванню оподаткованої бази й виведення прибутку з-під оподаткування» (BEPS) в 2015 році. У березні 2018 року Робоча група з питань цифрової економіки (TFDE) визначила податкові виклики, що виникають внаслідок діджиталізації та зазначила необхідність глобального рішення цього питання. Податковий комітет ООН оприлюднив проект-пропозицію щодо оподаткування автоматизованих цифрових послуг. Автоматизованими цифровими послугами є: інтернет-послуги з реклами; послуги інтернет-посередницької платформи; послуги соціальних медіа; послуги цифрового контенту; послуги хмарних обчислень; продаж або інше відчуження даних користувачів; стандартизовані послуги викладання в Інтернеті. ООН і надалі працює над удосконаленням положень цифрового податкового договору [2, с.6-9].

По мірі появи нових технологій, одержаних в результаті розвитку цифрової економіки, постають нові податкові проблеми, на які також слід звернути увагу. Одним з основних сучасних викликів є регулювання обертання, обліку кріптовалют, оподаткування та розрахунки цифровими валютами (кріптовалютами). У цьому відношенні Інклюзивна система OECD / G20 прийняла у жовтні 2020 р. Звіт «Оподаткування віртуальних валют: огляд податкового режиму та нових питань податкової політики». Україна також активно впроваджує світові практики оподаткування цифрової економіки, було складено План дій BEPS та розроблена «Дорожня карта реалізації плану дій BEPS» і Законопроект «Про внесення змін до Податкового кодексу України з метою імплементації Плану протидії розмиванню бази оподаткування та виведенню прибутку з-під оподаткування». Зараз також розглядаються і інші зміни до Податкового Кодексу, які стосуються оподаткування цифрових послуг [3, с. 5-6].

Вимагає змін і сам податковий орган, який в майбутньому може стати абсолютно невидимим. Це є один із можливих сценаріїв, який може розвинутися із підтримки та повсякденним впровадженням безготівкових розрахунків, електронних касових апаратів та інструментів цифрового виставлення рахунків, які

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ГДАТУ](#)

будуть пов'язані безпосередньо до бухгалтерського програмного забезпечення та цифрових податкових реєстрів. Підприємства в подальшому зможуть замінити бухгалтерів на хмарне бухгалтерське програмне забезпечення з автоматичною функцією нарахування та сплати податків. В майбутньому практично у всіх бізнес-операціях буде приймати участь розширена аналітика і штучний інтелект. І так як дані будуть швидко і постійно змінюватись, податковим органам необхідно буде мати високоякісне обладнання, програмні засоби та збільшувати штат програмістів і впроваджувати нові технології швидше, ніж будь-коли раніше.

Таким чином, реалії цифрової економіки визначають потребу в широкому міжнародному співробітництві щодо запобігання уникненню податків та сприяння прозорості оподаткування, розробки нових підходів та програмного забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Adapting Tax Collection for Uncertain Times. McKinsey. URL:<https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/adapting-tax-collection-for-uncertain-times>. [Accessed 1 September 2021]

2. Toolkit on Tax Treaty Negotiations. OECD. URL:<https://www.oecd.org/ctp/treaties/toolkit-on-tax-treaty-negotiations.htm>[Accessed 2 September 2021]

3. Дорожня карта реалізації Плану дій BEPS. Міністерство фінансів України. URL:<https://mof.gov.ua/uk/beps-440>

СУСПІЛЬНА ЦІННІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Мних О.Б., д.е.н., професор

Камілевська О.В., магістр

НУ «Львівська політехніка»

Брицький Р.Р., магістр *Національного авіаційного університету*

Виклики глобального бізнесу і виклики, дотичні до цілей і процесів забезпечення цілей сталого розвитку, ставлять маркетинговий менеджмент та ринкові структури перед необхідністю ідентифікації нових джерел і чинників створення суспільної цінності, адже принципово змінюється співвідношення факторів розвитку макро-і мікроекономіки, впливу на зовнішні і внутрішні маркетингові, логістичні та екологічні витрати, тощо. Зміна звичок покупців, великі дані, що з'являються в 21ст., передова аналітика та персоналізована активація споживачів, жорсткі вимоги до безпечності товарів і послуг та обмеження екологічного характеру - всі ці явища призводять до необхідності більш глибокого дослідження факторів успіху і причин невдач ринкових агентів у різних сферах забезпечення життєдіяльності теперішнього і майбутнього покоління.

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)