

УДК 658:336.221 *Аспірт. О.С. Лемішовська – НУ "Львівська політехніка"*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ "ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА" НА ПІДПРИЄМСТВІ

Формування податкової політики на підприємстві дає змогу збільшити його фінансові ресурси для прискорення темпів розвитку операційної діяльності та можливість пошуку шляхів оптимізації оподаткування, що є важливим у процесі діяльності підприємства.

Ключові слова: податкова політика, фінансова стратегія, підприємство.

Doctorate O.S. Lemishovs'ka – NU "Lvivska Politekhnik"

Organizational and legal maintenance of concept "tax policy" on an enterprise

The formation tax politics on enterprise give the possibilities to increase its financial resources for acceleration of development of operative activities and possibilities for searching of optimizations way of tax. This is important thing in activities process of enterprise.

Keywords: policy tax, financial strategy, enterprise.

Для визначення суті та організаційно-правового змісту поняття "податкова політика" необхідно почати дослідження з визначення його місця у фінансовій стратегії, що є основою стратегічного управління підприємством.

Запровадження стратегічного підходу до управління підприємством почалося у першій половині ХХ ст., а елементи стратегічного управління було описано в наукових працях Г. Емерсоном, Ф. Тейлором, А. Файолем. У цей період домінувало довгострокове планування і стратегічний підхід до управління підприємством використовувався не системно. Оскільки у середовищі підприємства постійно відбувалися зміни, у керівництва виникали оперативні питання використання потенціалу нової стратегічної позиції. Тому було піддано сумніву доцільність використання методів довгострокового планування і у 1965 р. запропоновано модель стратегічного планування, яке передбачало постійну переоцінку і переробку початково розроблених концепцій розвитку підприємства з урахуванням зовнішніх "сигналів".

У науці та практиці управління поняття "стратегія" використовується з 50-х років ХХ ст. Концепцію стратегії вперше було розроблено у 60-ті роки А. Чандлером, К. Ендрюсом, І. Ансоффом. Розгляд існуючих концепцій стратегії дав змогу виділити три підходи до визначення змісту поняття "стратегія".

Перший підхід визначає поняття стратегії як засіб досягнення цілей підприємства, що є класичним визначенням терміну. Цей підхід аргументований тим, що формулювання стратегічних цілей підприємства невід'ємно пов'язане з розробкою шляхів їх досягнення.

Другий підхід до визначення терміну "стратегія" базується на розгляді стратегії як набору правил прийняття рішень щодо поведінки організації.

При визначенні стратегії також застосовується комплексний підхід. Відповідно до якого стратегія – це не тільки засіб досягнення цілей і здійснення місії, це програма функціонування підприємства у зовнішньому середовищі, взаємодії з конкурентами, задоволення клієнтів, реалізації інтересів акціонерів, зміцнення конкурентних позицій підприємства.

Узагальнюючи вище наведені визначення вважаємо, що у процесі управління стратегію потрібно розглядати як результат сукупності прийняття рішень, що визначають пріоритетні напрямки використання ресурсів підприємства для досягнення поставлених цілей.

Вперше поняття "політика" сформулював давньогрецький мислитель Аристотель в I ст. до н.е. і визначив її як сферу загальних, публічних, загальнозначимих інтересів різних груп людей, як засіб вирішення задач управління загальними справами.

До XIX ст. політика традиційно розглядалась як вчення про державу, з часом уявлення про неї значно розширилось і вона стала предметом різних тлумачень. Найбільш точне визначення "політики", на нашу думку, дав М. Вебер, визначивши її як поняття широкого змісту, яке охоплює всі види діяльності з самостійного керівництва [1]. Інші визначають її як загальне керівництво для дій і прийняття рішень, яке полегшує досягнення цілей [2], як систему чітко сформульованих, незалежних від часу принципів, під впливом яких діяльність підприємства набуває того чи іншого напрямку [3].

Враховуючи аналіз наукових поглядів щодо визначення політики, вважаємо, що дану категорію можна визначити як розподіл обов'язків та повноважень у цілісному суспільному організмі на основі сформованих принципів з метою формування правил, що сприяють досягненню цілей.

Огляд наукових публікацій з питання визначення взаємозв'язку політики і стратегії підприємства дає змогу зробити висновок про існування різних тлумачень щодо цього визначення. У різних наукових виданнях обґрунтовується домінуюча позиція одного з цих термінів, або акцентується увага на взаємопроникненні стратегії і політики підприємства. Так, у наукових працях німецьких авторів стратегія підприємства розглядається як частина політики підприємства, проте в американських авторів, навпаки, стратегія підприємства є основою управління [4].

Обґрунтовані позиції науковців щодо понять співвідношення політики і стратегії дозволило вважати вірною позицію такого змісту: "після проголошення стратегії визначається політика, яка перетворює розроблену стратегію на відкриту і докладну декларацію основних напрямків діяльності підприємства" [5, с. 123]. Виходячи зі зазначеного вище вважаємо, що стратегія визначає напрямки використання ресурсів, а політика є сукупністю дій її суб'єктів щодо реалізації цих напрямків.

Основою реалізації стратегії підприємства є фінансова стратегія, яка передбачає формування й ефективне використання фінансових ресурсів. Важливість фінансової стратегії полягає в тому, що саме у фінансах йде відображення всіх видів діяльності підприємства, і виникає балансування функціональних цілей.

Фінансова стратегія підприємства – це сформована система довгострокових цілей фінансової діяльності і найбільш ефективних шляхів їх досягнення, які визначаються фінансовою ідеологією [6]. Своєю чергою, фінансова ідеологія підприємства – це система основоположних принципів здійснення фінансової діяльності підприємства, що визначаються його місією (голов-

ною ціллю функціонування) і фінансовим менталітетом його засновників та менеджерів. Фінансова ідеологія реалізується через фінансову політику за окремими аспектами фінансової діяльності [6].

Важливість фінансової стратегії на підприємстві зумовлена двома основними причинами, які, своєю чергою, пов'язані з проблемами: перша – забезпечення ефективності діяльності підприємства та досягнення ним динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, друга – пошук шляхів виживання в умовах ринку та нових факторів успіху підприємства у конкурентному середовищі, що обумовлює формування політики підприємства за окремими напрямками його діяльності.

Процес формування фінансової стратегії здійснюється за такими основними етапами:

- визначення загального періоду формування фінансової стратегії.
- формування стратегічних цілей фінансової діяльності.
- розробка фінансової політики в окремих аспектах фінансової діяльності;
- конкретизація показників фінансової стратегії по періодах її реалізації.
- оцінка розроблюваної фінансової стратегії [6].

Роль фінансової стратегії як частини загальної стратегії економічного розвитку підприємства обумовила увагу вчених щодо дослідження проблеми реалізації фінансової політики на підприємстві, що є третім етапом процесу формування фінансової стратегії. На відміну від фінансової стратегії загалом, фінансова політика формується за окремими напрямками фінансової діяльності підприємства, які потребують найбільш ефективного управління для досягнення основних стратегічних цілей.

Фінансова політика – це форма реалізації фінансової ідеології та фінансової стратегії підприємства в розрізі окремих аспектів його фінансової діяльності, які потребують найбільш ефективного управління для досягнення головної стратегічної цілі діяльності [6].

Формування фінансової політики по окремих аспектах фінансової діяльності носить багаторівневий характер. Так, в рамках політики формування фінансових ресурсів виділяється політика формування власних фінансових ресурсів та політика залучення позикового капіталу, своєю чергою, політика формування власних фінансових ресурсів охоплює податкову, дивідендну, емісійну та амортизаційну політики.

Роль податкової політики у діяльності підприємств привернула увагу вчених до дослідження її формування. Результати цих досліджень знайшли відображення у працях вітчизняних та зарубіжних вчених [6-10].

Податкова політика підприємства – це складова частина фінансової стратегії підприємства, яка полягає у виборі найбільш ефективних варіантів здійснення податкових платежів за наявності альтернативних варіантів його господарської діяльності [6, 9], основна ланка мінімізації податкових платежів підприємства [7, 10].

На нашу думку, таке визначення обмежує її суть та значення. Мінімізація оподаткування справді є важливою функцією податкової політики, але, окрім того, податкова політика повинна стати регулятором процесу управління підприємством, оскільки мінімізація та оптимізація оподаткування не зав-

жди відповідає стратегічним потребам підприємства (іноді витрати по мінімізації оподаткування перевищують доходи від неї). Відмова від мінімізації оподаткування у деяких випадках не повинна означати відмову від формування податкової політики, на підприємстві незалежно від мети податкової політики повинні відслідковуватись зміни у податковому законодавстві, проводитись податкові розрахунки та ін.

У сучасній літературі існує поняття "Корпоративний податковий менеджмент". Суть поняття полягає у передбаченні розробки управлінських рішень, спрямованих на формування фінансового потенціалу і підвищення його ефективності. Його основна мета полягає в активному впливі на максимізацію чистого прибутку при заданих параметрах податкового середовища і ринкової кон'юнктури [11]. Для визначення закономірностей категорій "податкова політика" і "податковий менеджмент", вважаємо за доцільне розглянути поняття податкового менеджменту через загальну сутність менеджменту і звернутись до основоположних визначень цього поняття.

Менеджмент – це цілеспрямований вплив на колектив працівників або окремих виконавців з метою виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей, це влада та мистецтво керівництва, це вміння та адміністративні навички організовувати ефективну роботу апарату (служб працівників), це спосіб та манера спілкування з людьми [2].

Враховуючи наведені вище визначення вважаємо, що податковий менеджмент є складовою податкової політики підприємства, інструментом досягнення її цілей та завдань, саме тому він повинен розглядатися тільки в рамках існуючої податкової політики з метою своєчасного та повного виконання її завдань.

Варто зазначити, що деякі вчені взагалі не виділяють податкову політику як окремий напрям фінансової політики підприємства. Натомість, вони виділяють податкове планування як напрямок оптимізації системи оподаткування, яке розглядають як цілеспрямовані дії платника податків спрямовані на зниження розміру податкових відрахувань та як частину фінансово-господарської діяльності [12]. Така позиція, на нашу думку, заслуговує на критичний аналіз, оскільки податкова політика відіграє важливу роль у політиці формування власних фінансових ресурсів і не може ототожнюватись з податковим плануванням, через відмінність цілей, завдань, своєю чергою, податкове планування потрібно розглядати як один з етапів процесу податкової політики, про що йтиметься у наступних підрозділах.

Аналіз наведених вище визначень авторів праць стосовно суті податкової політики підприємств дає нам право стверджувати, що більшість існуючих поглядів, концепцій, точок зору, які прямо чи опосередковано стосуються поняття досліджуваної категорії, зводяться тільки до визначення цілей, завдань та засобів реалізації податкової політики підприємства (що в основному зводиться до мінімізації податкових платежів). Що ж до комплексного та системного визначення податкової політики як правової категорії, то, на нашу думку, воно не знайшло повного та чіткого відображення в жодному із запропонованих варіантів.

Для більш глибокого і точного визначення поняття "податкова політика підприємства", вважаємо за доцільне пояснити самостійні категорії, що входять у дане поняття, насамперед, це: "політика", "оподаткування підприємства".

Між собою поняття "політика" та "оподаткування" співвідносяться як об'єктивне та суб'єктивне. За діалектичним підходом оподаткування у кінцевому підсумку зумовлює політику, проявляючись в ній через поняття "інтереси". Усвідомлені інтереси керівництва задля їх реалізації потребують політико-правової підтримки, на ґрунті якої формуються політичні інтереси. Інтересом власників фінансових ресурсів є оптимальність оподаткування, що обумовлює формування податкової політики на підприємстві шляхом захисту існуючих відносин від намагань їх змін або сприяння останнім, якщо це диктується інтересами політики держави.

Роблячи висновок зі сказаного вище ми можемо сформулювати поняття податкова політика підприємства. На нашу думку, це: постійна, організована, системна, цілеспрямована діяльність керівництва щодо розподілу обов'язків та повноважень між структурними підрозділами підприємства, що займаються оподаткуванням на основі сформованих принципів з метою формування процедур і правил, які визначають для підприємства оптимальний режим оподаткування. Водночас під правилами треба розуміти визнання господарських операцій, їх трактування та оцінка для цілей оподаткування.

На підтвердження оптимальності такого трактування податкової політики підприємства виділимо такі її характерні ознаки:

- податкова політика підприємства – постійна, організована, системна, цілеспрямована діяльність керівництва щодо досягнення заздалегідь визначеної мети;
- податкова політика підприємства – це діяльність щодо розподілу обов'язків на основі сформованих принципів;
- процедури податкової політики – це опис дій, які необхідно застосовувати у конкретній ситуації;
- правила податкової політики полягають у точному визначенні того, що має бути зроблене у конкретній ситуації;
- правила і процедури податкової політики виконують такі функції: вказують працівникам напрямок дій, виключають повтори, формують зміст діяльності, дають змогу передбачати події, сприяють порівнянню з минулим, аналогом тощо.

Література

1. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Феникс, 1990. – С. 644.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
3. Рюли Э. Политика предприятия// Проблемы теории и практики управления. – 1997, № 4. – С. 99-103.
4. Богатирьова Л.Д. Стратегічний менеджмент: Навч. пос. – Одеса: ОНАЗ, 2004. – 148 с.
5. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебн.-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 248 с.
6. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера. – К.: "Ника-Центр", 1998. – 480 с.
7. Завгородний В.П. Налоги и налоговый контроль в Украине. – К.: Изд-во АСК, 2003. – 639 с.
8. Іванов Ю.Б. Система оподаткування в схемах і таблицях. Частина 2. Оподаткування фізичних осіб. Частина 3. Податковий менеджмент: Навч. посібник. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 304 с.

9. Чернякова Т.М. Формування економіко-організаційного процесу оподаткування підприємств України: Монографія: – Луганськ: вид-во Східноукр. нац. ун-та ім. В. Даля, 2003. – 188 с.

10. Чернелевський Л.М., Редзюк Т.Ю. податковий облік і контроль: Навч. пос. – К.: Пектораль, 2004. – 328 с.

11. Крисоватий А.І., Кізима А.Я. Податковий менеджмент: Навч. пос. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 304 с.

12. Лысенко Ю.Г., Макаров К.Г., Жерлицын Д.М., Рябцев А.В., Узбек П.И. Управление налогообложением прибыли предприятий: Учебное пособие/ Под ред. Д-ра экон. Наук, проф., Ю.Г. Лысенко. – Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2003. – 172 с.

УДК 339.71:004

Здобувач С.В. Мелесик¹ – Київський національний економічний університет

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Розглянуто стан та перспективи поширення електронної комерції в банківському секторі (Е-банкінгу). Проаналізовано загальні позитивні та негативні тенденції запровадження електронної комерції загалом та специфіку їх прояву у банківській діяльності, визначено доцільні межі їх застосування.

Competitor S.V. Melesuk – Kiev national economic university

Modern Information Technologies in Banking Practice in Conditions of Globalization

The article reveals present situation and prospects of e-banking. Positive and negative tendencies of implementing new high-tech technologies in general and particularly in banking sector are considered. Appropriate scope of e-banking implementing is determined.

Фінансова глобалізація, поряд з інтенсивним розвитком інформаційних технологій та стрімким поширенням мережі Інтернет, відкривають нові можливості у діяльності фінансових установ. Високий рівень сервісу і зручності пропонують своїм клієнтам саме ті установи, що займаються електронною комерцією (Е-commerce), тобто виробництвом, рекламою, продажем і поширенням товарів з використанням телекомунікаційних мереж (за визначенням СОТ). При цьому застосовується інтерактивний режим без використання паперових документів, які замінюються електронними записами, а мережа Інтернету виступає як засіб доставки інформації та здійснення розрахунків. У розвитку сучасних Інтернет-технологій, за даними ЮНКТАД, домінує Північна Америка (65,3 % усіх інтернет-адрес), друге місце посідає Західна Європа (22,4 %), за нею слідує Австралія, Японія та Нова Зеландія (6,4 %). Таким чином, на решту світу припадає менше 6 % інтернет-адрес [1, с.74]. Проте дослідження свідчать, що майже половина компаній з таких країн як Китай, Мексика, Південна Африка, Колумбія, Йорданія тощо теж активно використовують Інтернет у своїй діяльності. Відтак і наша держава не повинна і не може залишатись осторонь цього процесу.

Проблеми запровадження сучасних Інтернет-технологій у банківській системі уже розглядалось у вітчизняній економічній літературі (див., зокрема

¹ Контакт: 8-097-8-62-42-62. E-mail: osukhy@ukr.net