- куратор програми
- організації, що консультують

2. Зміст програми
- 1етап
- 2 етап
- 3етап
- 4 етап

3. Інформаційне забезпечення
- показники, які характеризують об’єкт і предмет програми
- порядок збирання інформації і її оброблення
- матеріальне забезпечення

4. Особливі умови здійснення програми
- зміни в діяльності підприємства на час здійснення програми
- права, обов’язки консультуючих органів

5.Терміни здійснення програми
- тривалість програми

6.Дані про санкціонування програми
- дозвіл керівництва на здійснення програми.

Застосування програми допомагає з’ясувати та оцінити рівень розвитку підприємства, його стан, досягнення та актуальні проблеми, побудувати і описати моделі бажаного майбутнього стану підприємства, визначити зміст і розробку плану стратегії і плану реалізації заходів, необхідних і достатніх для переведення підприємства з фактичного стану в бажаний та досягнення конкурентних переваг.

УДК 336.221

МУСТИЯНОВИЧ А.Ю., ГРИШИНА Э.В., доц.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Каким образом при максимальных доходах добиться минимальных налогов беспокоит любого руководителя предприятия. Но ошибки в этом деле нередко приводят к достаточно серьезным проблемам для организации. Важно разграничивать налоговое планирование, оптимизацию налогообложения и уклонение от уплаты налогов. А правильная политика в области оптимизации налогообложения приносит значительный экономический эффект, несоизмеримо превышающий размер затрат, произведенных для ее реализации.

Постановка схемы налоговой оптимизации в компании помогает укреплению стабильного положения предприятия, позволяет избежать крупных убытков. Для бизнеса со средней рентабельностью полная налоговая нагруз-

ка зачастую бывает тяжела. В этом случае легальная оптимизация налогообложения просто необходима.

Оптимизация налогообложения предполагает: минимизацию налоговых выплат (в долгосрочном и краткосрочном периоде при любом объеме деятельности) и недопущение штрафных санкций со стороны фискальных органов. Это достигается правильностью начисления и своевременностью уплаты налогов. Цель минимизации налогов – не уменьшение какого-нибудь налога как такового, а увеличение всех финансовых ресурсов предприятия. Оптимизация налоговой политики предприятия позволяет избежать переплаты налогов в каждый данный момент времени. В условиях высоких налоговых ставок неправильный или недостаточный учет налогового фактора может привести к весьма неблагоприятным последствиям, в том числе и само банкротство предприятия.

Может показаться, что сокращение налоговых выплат ведет к увеличению размера прибыли предприятия. Но, отнюдь. Возможно, сокращение одних налогов приведет к увеличению других, а также к финансовым санкциям со стороны контролирующих органов. Наиболее эффективным способом увеличения прибыльности является не механическое сокращение налогов, а построение эффективной системы управления предприятием.

Государство предоставляет множество возможностей для снижения налоговых выплат. Это обусловлено и предусмотренными в законодательстве налоговыми льготами, и наличием различных ставок налогообложения и существованием неясностей в законодательстве, ввиду невозможности учета всех обстоятельств, возникающих при исчислении и уплате налогов.

Существующие методы оптимизации складываются в оптимизационные схемы. Лишь составленная грамотно и с учетом всех особенностей схема, позволяет достичь поставленной цели.

Рассмотрим некоторые критерии оптимизационных схем: эффективность – оптимальность использования в схеме всех возможностей минимизации налогов; соответствие требованиям закона – учет всех возможных правовых последствий использования схемы, продуманность механизмов реагирования на изменение действующего законодательства или на действия налоговых органов; автономность – схема рассматривается с точки зрения сложности в управлении, подконтрольности в применении и сложности в реализации; надежность – это устойчивость схемы к изменению внешних и внутренних факторов, в том числе к действиям партнеров по бизнесу.

Возможные оптимизационные подходы: наиболее распространенным подходом является выбор в качестве критерия оптимизации минимума налоговых платежей в течение налогового периода; минимум налоговой нагрузки (соотношение: сумма налоговых обязательств по всем налогам и сборам к валовому доходу или бухгалтерской прибыли предприятия); обеспечение равномерности формирования налоговых обязательств в соответствии с имеющимися финансовыми ресурсами при обеспечении запланированного уровня прибыли.

При осуществлении налоговой оптимизации возможен вариант использования упрощенного режима налогообложения в целях налогового планирования. При использовании упрощенного режима налогообложения, единого налога, минимизация происходит, как правило, по следующим направлениям:

1. Компания дробит свой бизнес, чтобы каждое подразделение соответствовало определению малого предприятия и платило налоги по упрощенной системе .

2.Холдинг создает предприятия, работающие по упрощенной системе, для выполнения сервисных функций (уборка офисов, погрузочно-разгрузочные работы, техническое обслуживание оборудования).

3.Предприятие реализует продукцию через предпринимателя – единщика, продавая ему продукцию с минимальной наценкой, чтобы перевести налоговую нагрузку на физическое лицо на упрощенном режиме налогообложения.

Список литературы: **1.** *Закон Украины* «О налогообложении прибыли предприятий». **2.** *Закон Украины* «О системе налогообложения». **3.** *В. Базилевич, І. Мазур* Методичні аспекти оцінки масштабів тіньової економіки // Економіка України.-2004. **4.** *В.Корнус* Щодо податкового навантаження в економіці України // Економіст. – 2006. -№7. **5.** *Паєнтко Т.В.* Гармонізація прибуткового оподаткування // Фінанси України. – 2006. -№3.

УДК 659.182

НАГІНА О.Ю., ***ЛАРКА М.І.,*** канд. екон. наук

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК НЕОБХІДНИЙ ФАКТОР ПІДТРИМАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

З тим, що сьогодні Україна вдало «приміряє» досвід європейських країн, а український споживач стає більш вимогливим і його потреби та смаки вже не так просто задовольнити, комунікаційна політика стає найважливішим елементом сучасної концепції управління маркетингом на ринку країни. В умовах жорсткої конкуренції, що присутня в усіх сферах комерційної діяльності, вже недостатньо просто виготовити та продати товар чи послугу. Сьогодні потрібно проінформувати максимальну кількість потенційних споживачів, створити позитивний імідж товару, вказати на його переваги над іншими подібними товарами. Тому, навіть маючи високоякісний товар, слід професійно та зважено підійти до вибору комплексу комунікаційної політики, адже цей вибір та спланована маркетингова програма вплинуть на подальший стан конкурентоспроможності товару на ринку. Також потрібно визначити, які елементи комплексу маркетингових комунікацій слід поєднати, де і за яких обставин їх використовувати, який прийом застосувати залежно