

4. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 144 с
5. Аньшин В.М. Инвестиционный анализ: Учеб- практ. пособие. — М.: Дело, 2000. — 280 с

СЕКЦІЯ 3.ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ, ТОРГІВЕЛЬНОЇ, БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

Замула О. В.

*кандидат економічних наук
доцент кафедри менеджменту та оподаткування*

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

м. Харків, Україна

Замула О. О.

*кандидат технічних наук
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та експертизи товарів*

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

м. Харків, Україна

Ерешева Наргіза

магістрантка кафедри менеджменту та оподаткування

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

Туркменістан

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГРОМАД ЧЕРЕЗ РЕАЛІЗАЦІЮ ЗАСАДНИЧИХ ПРИНЦИПІВ ЕФЕКТИВНОГО ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Існує багато теоретичних досліджень про те, як отримувати від оподаткування підприємницької діяльності оптимальні результати для максимізації суспільного добробуту з урахуванням наявних обмежень, сформованих під дією внутрішньодержавних та міжнародних факторів. В науковому та політичному колах українського суспільства існує багато різних поглядів на те, які саме блага і в якій кількості держава повинна надавати громадянам та, відповідно, скільки податків для фінансування видатків вона має збирати. Разом з цим потрібно враховувати інтереси підприємців, оскільки податки впливають на поведінку економічних агентів, зменшуючи їх можливості інвестування коштів у розширення бізнесу. Отже, оптимальна система оподаткування має мінімізувати негативні наслідки для теперішнього та майбутнього рівнів економічної ефективності платників податків.

Для побудови надійної моделі взаємодії між платниками податків і державою потрібно забезпечити дотримання ключових принципів у сфері оподаткування, чому сприятиме реалізація наступних заходів:

- застосування прогресивного підходу до встановлення ставок податків і зборів у сфері підприємницької діяльності;
- покладення обов'язку з донесення інформації про зміни в законодавстві щодо оподаткування на контролюючі органи;
- розміщення соціальної реклами на телебаченні і в Інтернеті щодо важливості своєчасної і повної сплати податків;
- налагодження інформаційного обміну між регуляторами фінансового сектору, банками та Державною податковою службою України.

В цілому зазначені заходи мають сприяти реалізації інвестиційної, інноваційної та соціальної спрямованості оподаткування, що є запорукою забезпечення сталого розвитку громад і територій.

Клепікова С.В.

кандидат економічних наук

доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

Яцина М. Г.

магістрантка кафедри міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія ЗЕД підприємства є однією зі складових загальної стратегії підприємства і є планом розвитку підприємства стосовно діяльності пов'язаної з виходом на зовнішній ринок, завоюванням бажаної частки ринку, розширення та підтримання своїх позицій. А також це комплекс управлінських рішень, які звужують всю множину можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей сформульованих у загальній стратегії. При формуванні такого комплексу рішень мають враховуватися можливі дії та протидії інших учасників ринкових відносин. Для досягнення цієї мети необхідна насамперед ефективна стратегія ведення ЗЕД, яка повинна розроблятися лише у комплексі із загальним стратегічним планом розвитку та функціонування підприємства.

Стратегічне управління ЗЕД починається з визначення місії підприємства, в якій розкриваються мета, пріоритетні цінності та напрями діяльності. Головним призначенням функціональних стратегій є забезпечення розроблення і досягнення довгострокових цілей кожною функціональною службою з дотриманням принципів корпоративної і конкурентної стратегій підприємства. Визначальними й обмежувачими чинниками при цьому є фінанси та інвестиції, людські ресурси, виробництво, інновації та маркетинг.