

Податкові пільги надаються суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності експорт яких перевищує імпорт за фінансовий рік, обсяг експорту становить не менше 5 % від обсягу реалізованих за фінансовий рік товарів або тих, які стабільно експортують наукові, наукомісткі товари, а також товари, у вартості яких частка доданої вартості становить не менше 30 %.

При формуванні бізнес-плану дуже важливо подати повну і достовірну інформацію про систему оподаткування підприємства з повним описом того, які податки і за якими ставками воно сплачує, як часто; які форми адміністрування наведених видів податків. Обов'язково зазначається необхідність для здійснення запланованої діяльності ліцензії, наявність її у підприємства, термін її дії [2].

При характеристиці особливостей оподаткування в бізнес-плані суб'єкта ЗЕД доцільно відобразити специфіку здійснення митних операцій, ставки митних зборів щодо продукції підприємства.

В цій частині бізнес-плану важливо показати всі можливі податкові витрати підприємства та інвестора. Відтак, доцільно окремо висвітлити питання оподаткування дивідендів, оскільки інвестора в першу чергу будуть цікавити його особисті інтереси та їх розміри після оподаткування. Нажаль, в Україні оподаткування дивідендів є темою постійних суперечок бізнесменів та законотворців. Фактично, сплачуючи податок з дивідендів, підприємець вдруге платить податок із того самого прибутку, з якого вже сплачено податок на прибуток. Виникає подвійне оподаткування. Це не є та інформація, яка б могла привабити інвестора. Проте, тут важливо викласти повну інформацію, що позитивно охарактеризує самого підприємця.

Підсумовуючи характеристику оподаткування в бізнес-плані суб'єкта ЗЕД, доцільно визначити податкове навантаження запланованого обсягу реалізації продукції шляхом співставлення загального розміру податкового зобов'язання підприємства з його оборотом. Такий показник є досить інформативним і досить високим в нашій країні. Проте, він не повинен бути визначальним при прийнятті інвестором рішення. Це тільки інформація про витрати на фоні блискучої бізнес-ідеї та професійного підходу до її реалізації.

Література.

1. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / М.І. Дітківський. - К.: Знання, 2006.- 462 с.
2. Македон В.В. Бізнес-планування: навч. посіб. / В.В. Македон. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 236с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

Вовк І. С., студентка

Науковий керівник: Калинець К. С., к.е.н., доцент

Львівський інститут банківської справи УБС НБУ (м. Київ)

Постановка проблеми. В сучасних умовах загострення конкуренції на ринку банківських послуг філософія роботи банків має бути орієнтована на

клієнтів, що вимагає від них наявності кваліфікованих та компетентних співробітників, ефективних зовнішніх та внутрішніх комунікацій, якісної системи управління. Орієнтація банків на клієнтів вимагає також забезпечення відповідного рівня обслуговування, що значною мірою обумовлене рівнем професіоналізму та компетенції його працівників. Їхній зовнішній вигляд і позитивний настрій прямо передаються клієнтові й складають довіре й позитивне відношення до банку. Все це обумовлює необхідність формування високої корпоративної культури банку, яка здатна забезпечити відповідну систему мотивації роботи персоналу банку.

Корпоративна культура українських банків – відносно нове й недостатньо досліджене явище, яке останнім часом привертає дедалі більшу увагу теоретиків і практиків управління. Ця сфера потребує певної систематизації, стандартизації, здійснення комплексу заходів для забезпечення якісно нового підходу до впровадження корпоративних стандартів на практиці.

З огляду на це, мета даної роботи - здійснити аналіз теоретичних аспектів корпоративної культури та встановити ступінь важливості її формування в банківських установах.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна культура (далі – КК) – це «живе» середовище всього бізнесу [4]. Якщо схилитися до визначення КК функціонального характеру, тоді доцільно буде подати його так: «КК – це певний фон діяльності організації, що особливо виявляється при динамічних змінах структури або роду діяльності, який сприяє посиленню вектора результативності в залежності від ступеня керованості усвідомлених цінностей організації» [2]. Систематизовані визначення категорії «корпоративна культура» подано у таблиці 1.

Розглянувши визначення КК, доцільно зазначити, що КК банківської установи формується від моменту створення банку, проте подальше формування і розвиток високої КК є важливим чинником загального розвитку організації у майбутньому.

Таблиця 1 - Систематизовані визначення корпоративної культури

№	Автори	Визначення
1.	Р. Кричевський (психологічне визначення)	Корпоративна культура охоплює велику частину явищ духовного і матеріального життя колективу: домінуючі в ньому моральні норми і цінності, прийнятий кодекс поведінки й укорінені ритуали, манеру персоналу одягатися і встановлені стандарти якості продукту, що випускається і т.д.
2.	А. В. Карпов (описове визначення)	Корпоративна культура - сукупність норм, правил, звичаїв і традицій, які підтримуються суб'єктом організаційної влади і задають загальні рамки поведінки працівників, що узгоджуються із стратегією організації
3.	В. Співак (історико-генетичне визначення)	Корпоративна культура - дуже складне, багат шарове, динамічне явище, що включає і матеріальне, і духовне в поведінці організації по відношенню до суб'єктів зовнішнього середовища і до власних співробітників.

№	Автори	Визначення
4.	З. Румянцева (нормативне визначення)	Корпоративна культура - це спільні цінності, що виробляються організацією; соціальні норми, установки поведінки, яка регламентує дії особи.

Джерело: складено автором на основі [1]

Основні риси корпоративної культури ефективного банку – здоровий консерватизм у поведінці в поєднанні з максимальним заохоченням проявів ділової ініціативи з націленістю на кінцевий результат. Особливу увагу слід приділяти дотриманню професійної банківської етики. Кожен співробітник на будь-якому рівні мусить бути підготовлений професійно, знати технологію, розуміти, до яких наслідків можуть призвести його дії. Співробітники мають бути мотивовані не лише заробітною платою, хоча остання є однією з найважливіших складових всієї внутрішньої корпоративної культури банку. Кожен працівник повинен не просто механічно виконувати покладені на нього обов'язки, а й діяти, націлившись на кінцевий результат, який виражається для нього особисто не тільки в отриманні певної додаткової матеріальної винагороди, а й в усвідомленні причетності до процесу зростання банку, в чому задіяні всі без винятку члени колективу [3].

Залишаючись представниками банку, навіть поза стінами своєї установи, банківські працівники повинні сприяти формуванню її позитивного іміджу і залученню клієнтів. Філософія банку – орієнтир на клієнта, має передбачати насамперед наявність лояльних і компетентних співробітників, якісну систему управління, ефективні зовнішні і внутрішні комунікації. Саме Кодекс корпоративної етики є втіленням філософії банку, його стратегії і тактики поведінки у бізнес-середовищі [4].

Висновки. Орієнтована на клієнта корпоративна культура є базисом, що охоплює і стратегію розвитку, і тактику управління, які спрямовані на переосмислення необхідних змін і конкретних результатів. Розвиток потужної корпоративної культури в сучасних банківських установах є важливим чинником їх ефективного функціонування.

Література.

1. Корпоративне управління (конспект лекцій) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: : <http://pidruchniki.com/>
2. Воронкова В.Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади / В.Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, О.М. Попов та ін. - К. : ВД «Професіонал», 2006. – 576с.
3. Ізюмцева Н., Кац Д. Вплив корпоративної культури на діяльність банківської установи: наукове дослідження / Ізюмцева Н., Кац Д. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: : file:///C:/Users/1/Downloads/Vnbu_2012_10_14.pdf
4. О.А. Розкошна, А.Ф. Бондаренко Корпоративна культура в банку: наукова стаття / О.А. Розкошна, А.Ф. Бондаренко - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: : <http://dspace.uabs.edu.ua/>