

відчувати таку увагу з боку банку до своїх потреб та свою значимість для нього. Звичайно, для здійснення даних заходів необхідна певна перепідготовка кадрів та регулярне інформування їх про можливі економічні умови надання послуг з метою визначення певних меж, за які не можуть переходити працівники при підписанні договору з клієнтами. Не менш важливим є підтримання приязних стосунків з постійними клієнтами через засоби прямого маркетингу, такі як вітання з Днем народження, певні сувенірні подарунки на свята тощо.

Отже сьогодні функціонування банківських установ та їх комплекс маркетингу мають бути суттєво переглянуті. Все більш важливого значення набувають методи непрямого впливу на клієнтів, такі засоби комунікацій як паблік рілейшнз та стимулювання збуту. Однак не можна відкидати і такий прямий фактор впливу як реклама, оскільки і він повинен відігравати свою роль у просуванні банківських продуктів. Також суттєву увагу слід звернути на розвиток особистого продажу у банку, як елемента, який забезпечить більшу зацікавленість потенційних клієнтів у співпраці з банком.

О.М. Урікова

Національний університет “Львівська політехніка”

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИХ ГРУП

О. Урікова О.М., 2011

На економічний розвиток промислово-фінансових груп (ПФГ) чинять значний вплив інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), інформація, знання, процеси інформатизації, а також агрегована інтенсифікація національного і міжнародного бізнесу. Відбувається модернізація старих форм бізнесу, з'являються його нові форми, нові методи, інструменти і стратегії управління. Новий якісний стан розвитку фіксується як результат “проростання” індустріального суспільства в постіндустріальне, яке, у свою чергу, все більш і більш чітко оформляється як інформаційне суспільство, набуваючи нові, властиві тільки йому параметри і характеристики. Кардинальна трансформація економіки є наслідком широкого використання інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ), інформаційних систем (ІС), в тому числі мережі Інтернет.

У діяльності промислово-фінансових груп з'явився новий елемент продуктивних сил у вигляді ІКТ. Інформація в сукупності з ІКТ і знаннями стає одним з найважливіших чинників успішного функціонування будь-якої економічної системи бізнесу та виробництва.

У зв'язку з впровадженням електронної комерції і електронного бізнесу в практику фірм, корпорацій і банків відбулися зміни в характері проведення комерційних і фінансових транзакцій, взаємин з партнерами і клієнтами, розробки і впровадження ділових стратегій, і, зокрема, у конкуренції. Всі ці відносно нові явища говорять про актуальність теоретичного дослідження такою складною, багатоплановою і недостатньо дослідженою областю, як виявлення ролі ІКТ в розвитку промислово-фінансових груп.

Об'єднання мереж різних типів і масштабів та побудова глобальної інформаційно-комунікаційної системи у вигляді мережі Інтернет привели, зокрема, до створення принципово нового середовища бізнесу, до появи чисто мережних/віртуальних компаній, в яких здійснюється сучасне високотехнологічне управління на базі електронної інфраструктури.

Проте, при всіх позитивних рисах використання ІКТ в економічній і господарській діяльності сучасного суспільства виникають певні дисбаланси і суперечності. Так, існуюча соціально-економічна нерівність між розвиненими країнами, що розвиваються, є причиною так званої

“цифрової нерівності” і, отже, різних можливостей для прискорення економічного розвитку, отримання якісних інформаційних послуг і підвищення добробуту населення.

Достатньо обгрунтованою є точка зору деяких учених, що людство в даний час переживає перехід до “інформаційної епохи”, головною рисою якої стають мережі, що зв'язують між собою людей, інститути і держави, у зв'язку з чим посилюється інтеграція як людей, так і різних процесів, де все залежить від швидкості відповіді на запити глобального ринку і адаптивності. Фактично спостерігається “перетворення корпорацій в мережі” [1].

Таким чином, використання ІКТ в бізнесі ПФГ підвищує ефективність внутрішніх і зовнішніх операцій компаній, забезпечуючи більш оперативну взаємодію постачальників і клієнтів, а також оптимізує синтез попиту і пропозиції. Більшість розвинених країн прийняли концепцію інформаційного суспільства, в них розвивається інформаційна економіка і мають місце відповідні зміни як в економіці, так і в технологіях, культурі, соціально-економічних відносинах.

Створення нових елементів продуктивних сил у вигляді ІКТ привело до появи нових, раніше не існуючих форм міжнародного бізнесу.

Необхідно відзначити, що існує необхідність розглядати найрізноманітніші характеристики і властивості інформації, зокрема економічної. Безумовно, для інформації, що відноситься до економічної, особливо важливі такі характеристики, як коректність, точність і достовірність. Найбільшою значущістю володіє аналітична інформація, яка містить поточні відомості, а також сфокусована на оцінці перспектив і рекомендаціях про можливі варіанти вкладення капіталу. Показано, що інформаційні потоки разом з фінансовими пронизують багатосторонню діяльність компаній, яка на сучасному рівні характеризується як дуже складна з кількох причин: внаслідок постійно зростаючої конкуренції, внаслідок філіальної розподіленості компаній і глобалізації економіки, внаслідок комп'ютеризації і цифровізації економіки [2]. Ринкові структури, інститути і зв'язки між ними переважно визначаються конфігурацією інформаційних потоків, яка має форму мережі в умовах глобалізації, тому ринки формують мережні структури.

Слід відмітити, що результати діяльності організацій, корпорацій, компаній і банків, а також фінансових і грошових фондів все у більшій мірі визначаються рівнем і якістю їх інформованості та здатністю ефективно використовувати інформацію, що у них є. У зв'язку з тим, що ростуть об'єми інформації, а можливості по її сприйняттю, відбору і переробці обмежені, потрібно створити соціально-економічні і науково-технічні умови для інформатизації, тобто оптимальні умови для задоволення інформаційних потреб ПФГ, що можливо тільки на основі формування власних інформаційних ресурсів та використання інформаційних технологій і мережі Інтернет, засобів ІКТ.

Висновки:

1. Інформація в постіндустріальному суспільстві перетворилася на значущий для розвитку суспільства ресурс. І якщо енергетичні ресурси виснажуються, то інформаційні навпроти збільшуються, сприяючи ефективнішому використанню решти всіх ресурсів.

2. Для багатьох великих компаній та ПФГ саме доопрацювання вже існуючої інфраструктури є єдино можливим вибором шляху розвитку. У такому разі найскладнішою проблемою залишається інтеграція старих і нових елементів інфраструктури. Іншою проблемою є побудова єдиної інфраструктури на базі розподілених застосувань. Ще одна проблема полягає в тому, щоб знати, коли слід зупинитися в нарощуванні старої системи і коли потрібно починати створення інформаційної системи наново.

3. Простежуючи розвиток Інтернет-трейдингу в світовому аспекті, можна прийти до висновку, що його бурхливий розвиток, який розпочався в США і продовжився в інших розвинених країнах, відбувся з розвитком нових ІКТ і усвідомленням інвесторами ідеї про отримання значних переваг від торгівлі цінними паперами в режимі реального часу. Еволюція ролі банків і їх інфраструктури в сучасних умовах виявляється в зміні парадигми відносин з клієнтом системи створення і розподілу послуг, а також у русі до on-line банкінгу на світовій арені. Одним з важливих аспектів використання Інтернету у фінансовій сфері є подальший розвиток тенденції до глобальної мобільності і ліквідності капіталу для всіх категорій клієнтів. На практиці ця тенденція виразилася в появі Інтернет-банкінгу та Інтернет-магазинів.

4. У конкурентній боротьбі з новими учасниками ринку, що працюють в Інтернет, традиційні банки та інші структури ПФГ вимушені адаптуватися, надаючи клієнтові вичерпний набір послуг та товарів не тільки в банках і їх філіях, але і в Інтернет-мережі як за допомогою своїх власних систем (Proprietary Dealer Systems), так і за допомогою формування загальних порталів, що надають доступ до різноманітних видів фінансових послуг. Формування партнерств і спільна діяльність (Net Sourcing) – необхідний ключ до успіху в жорстких умовах конкуренції, що є стратегією, яка використовує концентрацію діяльності на спільній роботі у формі стратегічних альянсів і партнерств: сьогодні фінансовий ринок еволюціонує у бік феномена “сумісного суперництва” (co-opetition) де якість позиції компанії залежить від вдалого вибору так званого “партнера-конкурента”.

1. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. – М.: ЦЕУ, 2000. – С.115. 2. Стриженко А.А. *Воздействие информации, информационных технологий и информатизации на организации в условиях “новой экономики”*. – Новосибирск: Изд-во “Наука”, 2005.

Н.І. Фецишин

Національний університет “Львівська політехніка”

МЕТОДИ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

© Фецишин Н.І., 2011

Під методами податкового планування суб’єктів господарювання ми розуміємо прийоми та способи, що застосовують в процесі мінімізації та оптимізації податкових та інших зобов’язань підприємства перед бюджетами різних рівнів та позабюджетними фондами.

У джерелах [1, с. 47-50; 2, с. 21-22] до методів податкового планування суб’єктів господарювання відносять схеми оптимізації та мінімізації податкових платежів підприємства, а також використання пільг. Однак, схеми податкового планування та пільги – це інструменти реалізації концепції податкового планування на підприємстві, а поняття методу є більш широким. Крім того, у [3, с. 53-64] методи податкового планування класифіковано на загальні та спеціальні. До загальних методів податкового планування відносять розрахунково-аналітичний, нормативний, мікробалансів, графоаналітичних залежностей, матрично-балансовий, статистичні, економіко-математичного моделювання. Варто зауважити, що такі методи використовують для реалізації всіх функцій управління господарсько-фінансовою діяльністю підприємства. Тому, на нашу думку, вищевказані методи стосуються податкового планування суб’єкта господарювання досить опосередковано, отже не варто розподіляти методи податкового планування на загальні та спеціальні, а виходячи з основного призначення податкового планування, зосередитись на тих, які використовують для мінімізації податкового навантаження на підприємство.

Аналіз літературних джерел [1, с. 61-63; 3, с. 30; 4, с. 33:] свідчить про те, що до методів податкового планування на підприємстві можна віднести такі методи: зниження бази оподаткування, перенесення бази оподаткування (або делегування податків структурі-сателіту), заміни форми господарських відносин, поділу господарських відносин, відтермінування податкового платежу, використання територій пільгового оподаткування, використання нормативних положень облікової політики.

Сутність методу зниження бази оподаткування полягає у використанні інструментів податкового планування таким чином, щоб зменшити базу оподаткування, на яку нараховується