

1999. — 66с.

3. *Ложачевська О.М.* Управління функціонуванням та розвитком транспортного комплексу регіону: Монографія. / Олена Михайлівна Ложачевська. — К.: НАУ, 2002. — 248 с.

4. *Транспортна забезпеченість економічних районів України* / [Пашенко Ю.Є., Потапенко Л.Ю., Шестак О.І.]; за ред. С. І. Дорогунцова; НАН України. Рада по вивч. продукт. сил України. — К., 2002.

5. *Сич Є.М.* Інноваційно-інвестиційний розвиток залізничного транспорту / Є. М. Сич, В. П. Ільчук — К.: Логос, 2001. — 254, [1] с.

6. *Транспортне забезпечення розвитку сільських територій* / [І. М. Дума, О. С. Ігнатенко, О. В. Крищенко та ін.]; Укр. Акад. держ. упр. при Президентові України, Укр. НДІ продуктивності АПК. — К., 2003. — 69 с. — (Бібліотека сільського голови). — (Серія брошур).

7. *Шинкаренко В. Г.* Экономическая оценка нововведений на автомобильном транспорте: Учеб. пособие для студ. спец. 7.0502.01-Менеджмент организаций (автомобильного транспорта) / В. Г. Шинкаренко, О. М. Жарова - Харьковский гос. автомобильно-дорожный ун-т. — 2.изд., доп. и перераб. — К. : Форт, 1999. — 159с.

8. *Котлубай М.И.* Становление морского транспорта в рыночной среде / Михаил Иванович Котлубай. — Ин-т пробл. рынка и экон.-экол. исслед. НАН Украины. — Одесса, 2005. — 223 с.

Bousquet F., Fayard A. Road Infrastructure Concession Practice in Europe (September 2001). [Електронний ресурс] :World Bank Policy Research Working Paper No. 2675. — Режим доступу до журн. : http://econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64165259&theSitePK=469372&piPK=4165421&menuPK=64166093&entityID=000094946_0110030409435

10. *Winston C.* Government Failure in Urban Transportation (November 2000). [Електронний ресурс] : Aei-Brookings Joint Center For Reg. Studies Working Paper No. 00-8. — Режим доступу до журн. : http://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=271738

11. *Glaeser E.,Kohlhase J.* Cities, Regions and the Decline of Transport Costs (July 2003). [Електронний ресурс] : Harvard Institute of Economic Research Discussion Paper No. 2014. — Режим доступу до журн. : http://econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64165259&theSitePK=469372&piPK=64165421&menuPK=64166093&entityID=000094946_0110030409435

12. *Беларусь в цифрах.* Статистический справочник. — Мн.: Национальный статистический комитет республики Беларусь. — 2009. — 96 с.

13. *Россия в цифрах.* 2009: Крат.стат.сб./Росстат- М., 2009. - 525 с.

14. *Содружество Независимых Государств и Европейский союз.* Статистические сравнения: Стат. Сб. / Межгосударственный статистический комитет СНГ, 2008 — 208.

15. *Статистичний щорічник «Україна в цифрах - 2007».*

16. *EU energy and transport in figures 2009* . Luxembourg: Office for the Official Publications of the European communities. 2009 — 228 pp.

17. *Europe in figures* – Eurostat yearbook 2008. - Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. - 2008 — 566 pp.

18. *Panorama of Transport 1990-2006.* European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. — 2009 — 185 pp.

19. *Pocketbook on candidate and potential candidate countries — 2009 edition.* European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. — 2009 — 165 pp.

20. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>;

21. <http://www.belstat.gov.by>;

22. <http://www.statistica.md>;

23. <http://www.gks.ru>;

24. <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 330.322:338.45

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ

Боренков А.Ю.

Постановка проблеми. Менеджери будь-якої компанії протягом її існування приймають велику кількість стратегічних рішень, які визначають подальший розвиток компанії: рішення щодо

виведення нового продукту або ж ліквідації вже існуючого, поглинання меншої компанії або ж злиття із більшим конкурентом тощо. Однією з проблем, що постає перед акціонерами підприємства та його менеджерами, є вимірювання ефективності того чи іншого стратегічного рішення. Процес оцінки стратегічного рішення ускладнюється фактором часу, адже результат від певного стратегічного кроку може бути суттєво віддалений в часі від безпосереднього втілення окремого рішення. Окрім того, результат стратегічного рішення може не мати кількісного виміру та виступати певним плацдармом для розвитку підприємства. Подібні труднощі щодо оцінки ефективності стратегічних рішень ускладнюють і побудову системи мотивації менеджменту, який тим не менше повинен мати чітку мотивацію щодо прийняття рішень, які будуть безпосередньо впливати на подальший розвиток компанії.

Мета даної статті – дослідження підходів до оцінки якості стратегічних рішень, визначення переваг і недоліків кожного з підходів, а також характеристика напрямків практичного застосування розглянутих прийомів та методів оцінки.

Розглянуті в статті проблеми аналізу якості стратегічних рішень активно досліджуються як закордонними (М. Менке, Б. Полсон, Г. Томас та інші) так і вітчизняними (Р. Фатхутдінов, Є. Попов, В. Ханжина та інші) вченими і є особливо актуальними в умовах сучасної економічної кризи.

Загалом можна виділити три основні підходи до оцінки якості стратегічних рішень:

- Оцінка на основі фінансових та операційних показників
- Оцінка на основі нефінансових показників
- Оцінка на основі критерію вартості.

1. Оцінка якості стратегічних рішень на основі фінансових та операційних показників

Один із найбільш популярних підходів до оцінки якості управлінських рішень полягає у визначенні впливу окремого кроку на фінансові та операційні показники підприємства. Серед таких показників варто виділити наступні:

- Рівень продажів (як в кількісному, так і в грошовому вимірі)
- Чистий прибуток підприємства, або інший показник, який відображає фінансові результати діяльності підприємства (ЕБІТ, ЕБІТДА, ЕБІТДАР, Operational Income тощо)
- Рентабельність діяльності підприємства (рентабельність виробництва або продажу, рентабельність власного капіталу, рентабельність активів тощо).
- Рентабельність інвестицій в підприємство (Return on Investments. ROI) [1].

Варто зазначити, що вибір того чи іншого операційного показника в якості критерію оцінки стратегічного рішення має бути зумовлений як специфікою діяльності підприємства, так і етапом його розвитку.

Наприклад, під час активного захоплення ринку цільовим показником має стати рівень продажів, в той час як для зрілого підприємства на повністю сформованому ринку більш важливим буде рівень прибутку та рентабельності. Аналогічно для промислового підприємства має бути важливим показник ЕБІТДА (як показник фінансових результатів без урахування структури капіталу та неіснуючого від'ємного потоку – амортизації), в той час як для авіакомпанії, що орендує літаки, більш важливим буде показник ЕБІТДАР (який порівняно з ЕБІТДА також не враховує і витрати на рентні платежі, а отже – дозволяє оцінити фінансові результати без урахування того, у чий власності знаходяться основні фонди підприємства). [2]

Серед переваг використання операційних показників варто виділити наступні:

- Простота та зрозумілість оцінки, адже зростання продажів або чистого прибутку легко фіксується безпосередньо підприємством, а також легко аналізується на предмет факторів впливу (базового інструментарію економічного аналізу цілком достатньо для визначення ступеню впливу кожного з факторів на результуючий показник);
- Чіткість встановлення орієнтирів в процесі планування (наприклад, задачею менеджера може бути збільшення чистого прибутку підприємства на 10% протягом 5 років)
- Відносна наближеність результату до моменту безпосереднього прийняття рішення.

Серед недоліків застосування системи операційних показників в якості критерію оцінки якості стратегічних рішень можна виділити відсутність реальної можливості коректного врахування фактору часу, коли зростання доходів (прибутку тощо) відбувається значно пізніше того моменту, коли були зроблені інвестиції. Саме через цей факт, використання операційних показників не дозволяє коректно оцінити стратегічний ефект від впровадження певного рішення, адже крок, який дозволив суттєво збільшити прибуток протягом першого року, може призвести в перспективі до скорочення ринкової частки підприємства та подальшого зниження рівня ефективності господарської

діяльності компанії. Таким чином, оцінка якості стратегічного рішення на основі лише операційних показників не дозволяє визначити комплексний ефект від певних стратегічних дій, а отже використання даного підходу в рамках поставленої задачі в більшості випадків є концептуально некоректним.

2. Оцінка якості стратегічних рішень на основі нефінансових критеріїв

Певні стратегічні рішення, що їх приймають менеджери підприємства, можуть бути спрямовані не тільки на покращення операційних показників, але й на покращення якості роботи підприємства, спрощення виходу на нові ринки або ж на зниження вартості залученого капіталу. Певні показники даної групи можна вимірити (а отже – використовувати як безпосередній критерій якості стратегічного рішення), інші ж відносяться до категорії невимірних, та можуть бути оцінені додатково або ж використовуються в якості характеристики щодо прийнятого управлінського рішення.

- Частка ринку. Даний показник належить до групи вимірюваних і зазвичай розраховується, як частка сукупного обсягу реалізації на певному ринку, що відповідає окремому підприємству. Зазвичай в якості проксі обсягу реалізації виступає або сукупна виручка, або ж товарна кількість реалізованої продукції (наприклад, у тонах). Оскільки частка ринку безпосередньо пов'язана із обсягом реалізації, то використання даного показника певною мірою подібне до оцінювання одного із операційних показників – виручки, проте в даному випадку зростання виручки коригується на сукупний темп зростання ринку в цілому (адже навіть за суттєвого зростання виручки від реалізації частка ринку може скоротитися). Частка ринку фактично демонструє не тільки фізичні обсяги реалізації, але й відображає певні конкурентні переваги підприємства на ринку.

- Ринкова позиція – даний показник враховує не лише частку ринку, але й темпи зростання виручки (прибутку або іншого показника) компанії. Дуже наочно ринкова позиція може бути продемонстрована за допомогою BCG-матриці, де будь-яке підприємство може бути віднесено до одного з чотирьох сегментів (зірки, собаки, корови та знаки питання) відповідно до того, якими є частка ринку та темпи зростання виручки підприємства по відношенню до середньоринкових. Стратегічні рішення здатні пересувати підприємство з одного сегменту до іншого (наприклад, з сегменту знаків питання до сегменту зірок), а отже можуть бути оцінені за допомогою зміни ринкової позиції компанії [3].

- Імідж підприємства – зазвичай даний показник вимірюють за допомогою вивчення суспільної думки про компанію, її продукцію та бренди. Однією з варіацій такого дослідження є відслідковування всіх згадувань про компанію в пресі та оцінка таких відгуків (позитивний чи негативний). Імідж підприємства безпосередньо впливає на майбутній рівень продажів, умови роботи із інвесторами та кредиторами тощо.

- Вартість капіталу. Одним із результатів покращення іміджу компанії та зростання рівня її надійності в очах інвесторів стає зниження вартості залученого капіталу. Даний показник може бути вимірний за допомогою середньозваженої ставки за кредитами та борговими цінними паперами підприємства.

- Ефективність внутрішніх процесів – дана група показників за своєю природою відноситься до класу невимірних, проте за допомогою введення умовних рейтингів можна отримати оцінку кожного з показників, а отже – інтегральну оцінку всієї системи в цілому.

Використання нефінансових показників для оцінки якості стратегічних рішень може бути достатньо складною задачею, оскільки часто такі показники важко (або неможливо) виміряти, а отже – й оцінити вплив конкретного рішення на прогрес компанії. Тим не менше, керівництву підприємства потрібно обов'язково враховувати нефінансові критерії в процесі прийняття рішень, адже саме ці критерії можуть виявлятися відправною точкою для встановлення стратегічних цілей, та вказувати на те, якою мірою підприємство наближається до поставленої стратегічної задачі.

Оцінка якості стратегічних рішень на основі критерію вартості

Одним із найбільш прогресивних критеріїв щодо оцінки якості стратегічних рішень є критерій вартості, який іноді ототожнюють із загальним багатством акціонерів. У найбільш загальному вигляді розрізняють три основних підходи до визначення вартості бізнесу:

- Ринковий підхід (market approach) - загальний метод визначення вартості підприємства та його власного капіталу, в межах якого використовується один або більше методів, заснованих на порівнянні даного підприємства з аналогами, вартість яких вже була визначена ринком (даний підхід регламентується міжнародним стандартом BSV-VI). Ринковий підхід базується на принципі заміщення, його застосування можливе лише за умови розвиненості ринку на якому функціонує оцінюване підприємство.

- Витратний підхід (cost approach) еволюціонує з трудової теорії вартості, тому вартість бізнесу за цим методом визначається шляхом переоцінки ресурсів, витрачених на створення бізнесу.
- Доходний підхід (income approach) - загальний спосіб визначення вартості підприємства або його власного капіталу, у межах якого використовується один або більше методів, заснованих на дисконтуванні очікуваних доходів (підхід регламентується стандартом BSV-VII). Доходний підхід базується на принципі граничної корисності, який полягає у виборі інвестором найбільш прийняттого співвідношення прибутковості та ризику. Прибутковість в даному контексті виражено дисконтованими майбутніми надходженнями, а ризик включено у ставку дисконтування [4].

Кожний із зазначених підходів включає певний перелік методів.

Перша група розуміє підприємство як фірму, що має на балансі власне майно, яке може бути використане у вигляді реальних матеріальних і нематеріальних активів і здатне приносити дохід своєму власнику.

Друга група методів виходить із розуміння підприємства як сукупності бізнес-потоків (підкріплених контрактними правами і правами власності на збутові, закупівельні лінії і технології), спроможних генерувати відповідний потік доходів (тобто грошові потоки).

В разі оцінки якості стратегічного рішення варто розглядати підприємство саме в контексті сукупності бізнес-процесів, які здатні генерувати грошові потоки для власників бізнесу. Це пов'язано із тим, що будь-яке стратегічне рішення може змінювати структуру підприємства, напрямки його діяльності та перелік активів, проте всі ці рішення в першу чергу спрямовані на удосконалення процесу генерації прибутків для акціонерів. Враховуючи дане припущення, найбільш доречним є оцінка вартості бізнесу на основі доходного підходу, що спирається на моделі дисконтованих прогнозних грошових потоків підприємства (Discounted Cash Flow, DCF).

Варто зазначити, що DCF – лише один із інструментів оцінки вартості компанії в межах доходного підходу, проте багато вчених вважають його концептуально правильним, оскільки за допомогою даного інструменту може бути оцінений фактично будь-який грошовий потік. Окрім того, в моделі DCF можуть бути враховані будь-які припущення та прогнози, які мають відбиватися на величині грошового потоку в період n та на ставці дисконтування. DCF є фундаментом для багатьох інших інструментів та моделей, що відносяться до доходного підходу (наприклад, EVA, який також спирається на дисконтування майбутніх грошових потоків).

Відповідно до DCF-моделі вартість підприємства (Enterprise Value, EV) складається з двох компонентів DPV (приведена вартість грошових потоків прогнозного періоду) та TV (Terminal Value, приведена вартість грошових потоків постпрогнозного періоду):

$$DPV = \sum_{t=1}^n \frac{FV_t}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

де DPV – дисконтована приведена вартість (discounted present value), n – кількість періодів, на які розробляється прогноз, FV_t – відповідний грошовий потік, що отримає підприємство в період t , i – ставка дисконтування

$$TV = \frac{FV_n * (1+g)}{(i-g) * (1+i)^n}, \quad (2)$$

де TV – terminal value, FV_n – грошовий потік в останній прогнозний період, g – сталий темп приросту грошового потоку, i – ставка дисконтування. Оскільки нескінченний ануїтет буде отриманий після останнього прогнозного періоду n , от він має бути приведений до теперішнього часу за рахунок дисконтування на $(1+i)^n$ [5].

Вибір ставки дисконтування та грошового потоку залежить від об'єкту оцінки. Так, для оцінки акціонерного капіталу використовується грошовий потік акціонеру (Equity Cash Flow) та вартість акціонерного капіталу, в той час як для оцінки вартості підприємства (Enterprise Value) використовуються вільний грошовий потік (Free Cash Flow) та середньозважена вартість капіталу (Weighted Average Cost of Capital, WACC) [6].

Відповідно до наведених формул, стратегічне рішення може впливати на вартість підприємства за декількома основними напрямками:

1. Збільшувати вільний грошовий потік в прогнозованому періоді (збільшення DPV)

2. Збільшувати щорічний темп зростання вільного грошового потоку (збільшення як DPV, так і TV)

3. Зменшувати середньозважену вартість капіталу (збільшення як DPV, так і TV)

Вплив будь якого стратегічного рішення на вартість компанії може бути оцінений кількісно за рахунок введення нових даних до моделі дисконтованих грошових потоків, або ж коригування введених до моделі прогнозів. При цьому фактично буде враховано як зміну операційних показників, так і покращення умов роботи підприємства, його іміджу, внутрішніх процесів тощо, адже всі ці зміни будуть мати своїм результатом зміну величини грошового потоку, темпу зростання грошового потоку, або ж розміру ставки дисконтування. Наприклад, покращення іміджу підприємства може призвести до скорочення вартості позикового капіталу, або ж поглинання одного з конкурентів може призвести до стрімкого зростання вільного грошового потоку.

Оцінка якості стратегічних рішень на основі критерію вартості має ряд беззаперечних переваг:

- Оцінка дисконтованого грошового потоку дозволяє коректно враховувати фактор часу в тому випадку, коли результат від певного рішення настає значно пізніше, ніж будуть зроблені певні стратегічні кроки.

- Постійна внутрішня оцінка вартості компанії дозволяє краще усвідомити процеси, що відбуваються в компанії та прослідкувати всі етапи створення вартості. Це, в свою чергу, дозволяє розробити чітку градацію стратегічних цілей та зосередитися на найбільш важливих для компанії напрямках.

Незважаючи на наведені переваги, слід враховувати наступні недоліки, які можуть суттєво впливати на якість оцінки стратегічного рішення за допомогою критерію вартості:

- Оцінка вартості підприємства завжди є достатньо суб'єктивним процесом, який заснований на певних прогнозах, які здаються найбільш імовірними суб'єкту оцінки. Таким чином, оцінена вартість компанії буде в першу чергу залежати від якості прогнозів, що закладено до моделі оцінки. В тому випадку, коли за справедливую вартість акціонерного капіталу компанії приймається біржова вартість акцій підприємства, то існує високий ризик неадекватності ринкової оцінки через низьку ліквідність цінних паперів компанії або ж через несприятливу ринкову кон'юнктуру.

- Оцінка вартості підприємства на основі дисконтування грошових потоків має достатньо високу імовірність помилки через те, що зазвичай до моделі закладаються довгострокові прогнози (7-10 років), а також приведена вартість всіх грошових потоків пост прогнозного періоду (або ж ліквідаційної вартості, якщо підприємство має визначений термін існування). Таким чином, суттєво зростає ризик зміни ситуації (а відтак – і вартості) протягом прогнозного періоду, навіть якщо якість прогнозу, що побудований з урахуванням поточних даних, є достатньо високою.

- Зміна вартості підприємства протягом певного періоду може бути результатом як ендогенних (стратегічні рішення менеджменту), так і екзогенних складових (зміна ринкової кон'юнктури, зміна законодавства, дії конкурентів). Таким чином, іноді може бути важко виділити безпосередній ефект від конкретних рішень на вартість бізнесу.

- Вартість підприємства, що була отримана в результаті фундаментальної оцінки на основі об'єктивних факторів не завжди відображає рівень багатства акціонерів компанії, адже сума, що може бути отримана в результаті продажу акцій на вільному ринку буде в першу чергу залежати від реальної ринкової ситуації та кінцевої цінності підприємства для покупця. Іншими словами, вартість для власника підприємства та потенційного покупця може суттєво відрізнятись, а отже приріст вартості лише для однієї зі сторін може давати хибне уявлення про ефективність впровадженого стратегічного рішення.

- Неринкова (внутрішня) оцінка підприємства може суттєво викривлятися безпосередньо суб'єктом оцінки в тому випадку, якщо результат роботи менеджменту визначається на основі зростання вартості компанії.

В рамках доходного підходу потрібно окремо виділити ринковий метод оцінки вартості підприємства. Зазвичай використання даного методу передбачає оцінку вартості підприємства за допомогою порівняння з іншими компаніями, вартість яких вже визначена ринком (наприклад, якщо їх акції обертаються на ринку, або ж є відомості щодо вартості нещодавно укладеної угоди з продажу бізнесу). Ринковий метод добре підходить для проведення первинної наближеної оцінки бізнесу, але не дає відповіді на питання, яким чином окреме рішення вплинуло на вартість компанії (адже в будь-якому разі база порівняння лишається незмінною). В тому випадку, якщо акції підприємства обертаються на біржі, то їх зміна їх вартості може вказувати на ринкову оцінку ефективності

управлінських рішень, проте в разі використання біржового курсу в якості критерію оцінки стратегічних рішень варто пам'ятати про наступні проблеми:

- Зазвичай учасники біржової торгівлі мають відносно обмежену інформацію щодо діяльності компанії та не в змозі комплексно оцінити ефект прийнятого рішення.

- На біржовий курс акцій суттєво впливає ринкова кон'юнктура та загальна ліквідність: достатньо часто ціна може зростати чи падати лише за рахунок чисто спекулятивних факторів, що не залежать від рівня ефективності менеджменту. Окрім того, якщо акції підприємства є неліквідними, їх ціна може бути стабільною протягом тривалого періоду без урахування дій менеджменту та інших факторів.

- Зміна біржового курсу – це завжди реакція на певні дії, тому за допомогою ринкового методу неможливо спрогнозувати зміну вартості підприємства до прийняття важливого стратегічного рішення.

Таким чином, використання лише біржового курсу для оцінки якості стратегічного рішення є некоректним, тому що окрім фундаментальних факторів до ринкової оцінки включаються чисто спекулятивні мотиви, що не дають коректно визначити вплив стратегічного рішення на вартість підприємства.

Підводячи підсумки варто зробити ряд висновків. Одним із найбільш популярних підходів щодо оцінки ефективності стратегічних рішень є використання фінансових та операційних показників. Головною перевагою такого підходу є простота й наочність, а також чіткість критерію оцінки (адже зазвичай такі показники можна вимірити в числовому вигляді). Однак найбільшим недоліком даного підходу є орієнтація на коротко та середньострокову перспективу та відсутність можливості врахування фактору часу, що робить підхід непридатним до оцінки фундаментальних стратегічних рішень.

Інший підхід, заснований на оцінці нефінансових та якісних показників (частка ринку, імідж тощо), концептуально є більш коректним, адже враховує такі фундаментальні показники як статус компанії та її конкурентоспроможність, проте часто не здатен кількісно вимірити отриманий від стратегічного рішення ефект.

Останній підхід заснований на оцінці якості стратегічних рішень за допомогою категорії вартості. В межах даного підходу найбільш перспективним ми вважаємо використання методу дисконтованих грошових потоків (або ж похідних від нього методів). Найбільшою перевагою цього методу ми вважаємо можливість коректного врахування фактору часу (чим більш віддаленим від поточного моменту є грошовий потік, тим менше він буде впливати на результат), а також можливість включення до моделі всіх наведених вище факторів в тому випадку, якщо можна зробити припущення їх впливу на грошові потоки підприємства або ставку дисконту. Наприклад, покращення іміджу підприємства може позитивно впливати на вартість позикового капіталу, а також на обсяги продажів (виручку компанії). За допомогою якісної моделі можна чітко оцінити ефект конкретного стратегічного рішення, вільно розробляти сценарії та робити прогнози. Основними недоліками застосування моделі дисконтованих грошових потоків для оцінки якості стратегічного рішення є значний рівень суб'єктивності прогнозів та зазвичай значна тривалість прогнозного періоду, що закладається до моделі (а отже – висока імовірність помилки).

Тим не менше, ми вважаємо оцінку ефективності рішень на основі критерію вартості найбільш коректним саме через комплексність застосовуваних моделей та можливості врахування будь-яких факторів. При цьому періодична оцінка вартості компанією дозволить власникам та менеджерам підприємства краще зрозуміти джерела утворення вартості, та спрямовувати свої зусилля лише у стратегічно правильних напрямках.

Література

1. Аверчев І., *Эффективность работы компании*, http://www.iteam.ru/publications/finances/section_29/article_2941/
2. Karrigan Errin Prinn, *The Power of Leverage*, Dealer-Magazine.com, June 2008, p.29
3. Beam, Henry H., *Using a strategic planning matrix to improve a firm's competitive position*, Journal of Accountancy, Jul 1993)
4. Патрікі Н.П., *Методичні підходи до оцінки вартості бізнесу*, Національний університет "Львівська політехніка", кафедра обліку та аналізу, http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Menegment/2009_647/29.pdf
5. Damodaran, Aswath, *Value Creation and Enhancement: Back to the Future* (1999). NYU Working Paper No. FIN-99-018, SSRN-1297053

УДК 336.225.673

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ СУПЕРЕЧНОСТЕЙ У СФЕРІ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗ ПРИЧИН, ЯКІ ЇХ ПОРОДЖУЮТЬ, ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ БАЗИСІВ СТВОРЕННЯ МОДЕЛІ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ

*Боровик Н.А., кандидат технічних наук
Гаєвська О.М.*

Постановка проблеми. Економічна та політична нестабільність, фінансові проблеми потребують створення умов для забезпечення ефективних, раціональних та оптимальних податкових відносин господарських суб'єктів та держави, які б створювали підвалини для вдалого функціонування соціально-орієнтованої економіки та успішного виконання державою своїх функцій. Саме тому систематизація суперечностей, що накопичились у сфері податкового контролю, аналіз причин, які їх породжують та створення моделі оптимальної системи податкового контролю, як одного із способів не тільки виявлення, а й попередження та мінімізації податкових злочинів та забезпечення дотримання податкової дисципліни в умовах транзитивної економіки є дуже доречними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на гостру необхідність реформування податкового контролю, деякі його аспекти розглядалися у роботах багатьох науковців і практиків: С.Гуржія, О.Василика, В. Завгородного, А.Крисоватого, В.Онищенка, І.Вакуліча тощо. Проте вітчизняна економічна література зміст податкового контролю зводить виключно до проведення перевірок дотримання платниками законодавства про оподаткування та підприємницьку діяльність і незважаючи на значні напрацювання фахівців у дослідженні цього питання, проблема ефективності податкового контролю потребує подальшого вивчення і теоретичного осмислення.

Метою роботи є аналіз існуючої системи податкового контролю в Україні, систематизація суперечностей, що накопичились у сфері податкового контролю, аналіз причин, які їх породжують, обґрунтування необхідності реформування системи податкового контролю України, як одного із методів мінімізації податкових правопорушень та злочинів.

Основна частина. Саме завдяки контрольній діяльності податкових органів держава отримує суттєві надходження платежів. Це підтверджує щорічне збільшення доходів зведеного, державного та місцевих бюджетів України, що контролює Державна податкова адміністрація України. Так, у 2006 році до зведеного бюджету надійшло 96,1 млрд.грн., що на 20,3 млрд.грн. або на 26,8% більше, ніж надходження в 2005 році. У 2007 році ці надходження збільшились на 25,3 % і становили 120,5 млрд.грн. З них до місцевих бюджетів надійшло 45,6 млрд.грн., що на 14,1 млрд.грн. або на 44,8 % перевищує надходження 2006 року, та 75,0 млрд.грн. до державного бюджету, що на 10,3 млрд.грн. або на 15,9 % більше, ніж надходження 2006-го року.

Ринкові трансформації економіки України вимагають створення нової моделі податкового контролю, що має забезпечити найвищий можливий рівень виявлення та запобігання порушенням податкового законодавства. Однак досягнення цієї мети ускладнюється наявністю певних розбіжностей між нормативно-правовими положеннями та реаліями контрольної діяльності податкових органів. Це стосується насамперед застосування у податковій практиці поряд із терміном “податковий контроль” поняття “податковий аудит” і відсутністю законодавчого регулювання основ функціонування останнього.

У жодному з чинних законів та нормативних актів немає визначення суті та функцій податкового аудиту, а фігурує лише поняття “податкова перевірка”. Зазначена проблема негативно впливає на стан справ у податковій діяльності. Аудиторська Палата України неодноразово звертала увагу на те, що Закон України “Про аудиторську діяльність” від 22 квітня 1993 року не передбачає такого виду аудиторської діяльності, як податковий аудит. До того ж, Постановою Верховної Ради України від 14 березня 1995 року №90а/95-ВР затверджено: “Заборонити вживання термінів “аудит” та “аудиторська діяльність” для назв організацій, підприємств та їх структурних підрозділів, діяльність яких не відповідає вимогам Закону України Про аудиторську діяльність”.