

ДІАГНОСТИКА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА І РОЛЬ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЩОДО ЗАПОБІГАННЯ ТА ПРОТИДІЇ КОРУПЦІЇ У СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ

© 2016 ВІЗНЯК Ю. Я., СКРИНЬКОВСЬКИЙ Р. М., ПРОЦЮК Т. Б.

УДК 65.01

Візняк Ю. Я., Скриньковський Р. М., Процюк Т. Б. Діагностика бізнес-середовища підприємства і роль неурядових організацій щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування

У статті розкрито сутність діагностики бізнес-середовища підприємства, під якою слід розуміти процес оцінювання стану бізнес-середовища на основі встановлення впливу його факторів на діяльність підприємства, визначення тенденцій зміни цього стану під впливом зміни факторів та окреслення майбутніх перспектив з метою прийняття результативних та ефективних управлінських рішень у системі економіки та управління підприємством. Сформовано систему діагностики бізнес-середовища підприємства. Встановлено, що ключовими індикаторами діагностики бізнес-середовища підприємства є індикатори рівня взаємовідносин із: споживачами; конкурентами; постачальниками; посередниками; контактними аудиторіями. З'ясовано, що неурядові організації як один із підвидів контактних аудиторій (як ключового фактора бізнес-середовища підприємства) виконують важливу роль щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування.

Ключові слова: підприємство, бізнес-середовище, діагностика, індикатори, неурядові організації, корупція у сфері оподаткування.

Рис.: 1. **Формул:** 3. **Бібл.:** 18.

Візняк Юрій Ярославович – кандидат економічних наук, завідувач кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій, Львівський університет бізнесу та права (вул. Кульпарківська, 99, Львів, 79021, Україна)

E-mail: lviv-university@ukr.net

Скриньковський Руслан Миколайович – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій, Львівський університет бізнесу та права (вул. Кульпарківська, 99, Львів, 79021, Україна)

E-mail: uan_lviv@ukr.net

Процюк Тетяна Богданівна – кандидат економічних наук, доцент, член-кореспондент Української академії наук (вул. Семашка, 13, Київ, 03142, Україна)

E-mail: agat-lviv@ukr.net

УДК 65.01

UDC 65.01

Візняк Ю. Я., Скриньковський Р. М., Процюк Т. Б. Діагностика бізнес-середовища підприємства і роль неправительственных организаций по предотвращению и противодействию коррупции в сфере налогообложения

В статье раскрыта сущность диагностики бизнес-среды предприятия, под которой следует понимать процесс оценки состояния бизнес-среды на основе установления влияния ее факторов на деятельность предприятия; определение тенденций изменения этого состояния под влиянием изменения факторов и определение будущих перспектив с целью принятия результативных и эффективных управленческих решений в системе экономики и управления предприятием. Сформирована система диагностики бизнес-среды предприятия. Установлено, что ключевыми индикаторами диагностики бизнес-среды предприятия являются индикаторы уровня взаимоотношений с: потребителями; конкурентами; поставщиками; посредниками; контактными аудиториями. Выяснено, что неправительственные организации как один из подвидов контактных аудиторий (как ключевого фактора бизнес-среды предприятия) выполняют важную роль по предотвращению и противодействию коррупции в сфере налогообложения.

Ключевые слова: предприятие, бизнес-среда, диагностика, индикаторы, неправительственные организации, коррупция в сфере налогообложения.

Рис.: 1. **Формул:** 3. **Библ.:** 18.

Візняк Юрій Ярославович – кандидат экономических наук, заведующий кафедрой экономики предприятий и информационных технологий, Львовский университет бизнеса и права (ул. Кульпарковская, 99, Львов, 79021, Украина)

E-mail: lviv-university@ukr.net

Скриньковський Руслан Николаевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий и информационных технологий, Львовский университет бизнеса и права (ул. Кульпарковская, 99, Львов, 79021, Украина)

E-mail: uan_lviv@ukr.net

Процюк Татьяна Богдановна – кандидат экономических наук, доцент, член-корреспондент Украинской академии наук (ул. Семашко, 13, Киев, 03142, Украина)

E-mail: agat-lviv@ukr.net

Vizniak Yu. Ya., Skrynkovskyy R. M., Protsiuk T. B. Diagnostics of Business Environment of Enterprise and the Role of Non-Governmental Organizations for the Prevention and Countering Corruption in the Field of Taxation

The article discloses the substance of diagnostics of business environment of enterprise, which is understood as the process of assessing the status of business environment by establishing the influence of its factors on the activity of the enterprise; identification of trends in this status under the influence of change of the factors, and determining the future prospects with a view to the adoption of efficient and effective managerial decisions in the system of both economy and administration of enterprise. A system for diagnostics of the business environment of enterprise has been developed. It has been determined that key indicators for the diagnostics of business environment of enterprise are the level indicators of relationships with: consumers; competitors; suppliers; mediators; contact audiences. It is found that non-governmental organizations as one of the subtypes of contact audiences (as a key factor of the business environment of enterprise) play an important role in preventing and countering corruption in the field of taxation.

Keywords: enterprise, business environment, diagnostics, indicators, non-governmental organizations, corruption in the field of taxation.

Fig.: 1. **Formulae:** 3. **Bibl.:** 18.

Vizniak Yurii Ya. – PhD (Economics), Head of the Department of Business Economy and Information Technology, Lviv University of Business and Law (99 Kulparkivska Str., Lviv, 79021, Ukraine)

E-mail: lviv-university@ukr.net

Skrynkovskyy Ruslan M. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Business Economy and Information Technology, Lviv University of Business and Law (99 Kulparkivska Str., Lviv, 79021, Ukraine)

E-mail: uan_lviv@ukr.net

Protsiuk Tetiana B. – PhD (Economics), Associate Professor, Corresponding Member of the Ukrainian Academy of Sciences (13 Semashko Str., Kyiv, 03142, Ukraine)

E-mail: agat-lviv@ukr.net

У даний час нестабільна економічна ситуація в Україні, особливо через рівень корупції в українському державному секторі, негативно впливає на діяльність багатьох підприємств. «Корупція в Україні є не меншою загрозою, ніж військова агресія з боку Російської Федерації», – заявив віце-президент США Джо Байден (*Joe Biden*), виступаючи 08.12.2015 р. у Верховній Раді України.

У контексті цього виникає гостра потреба у проведенні ґрунтовного оцінювання середовища функціонування підприємства з метою виявлення та попередження негативних наслідків діяльності. Усе це обумовило вибір теми, мету та актуальність наукової роботи.

Дослідження економічних і правових загально-теоретичних і практичних аспектів середовища функціонування підприємства відображено у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як Демиденко С. А., Дзюби С. Г., Котлера Ф., Кузьміна О. Є., Мандражи З. Р., Мельник М. І., Портера М., Сененко І. А., Щепак В. В., Серебренникова Г. Г., Фроленко О. М., Янковської Л. А. та ін. [1–10].

Водночас, як свідчить аналіз наукових праць [1–10] та діючої практики функціонування підприємств, не до кінця вивченими залишаються питання щодо формування (побудови) системи діагностики бізнес-середовища підприємства.

Мета статті полягає у вирішенні таких завдань:

- 1) представлення взаємозв'язку факторів бізнес-середовища підприємства (Візняк Ю. Я., Скриньковський Р. М.);
- 2) формування системи діагностики бізнес-середовища підприємства на засадах індикаторів (Скриньковський Р. М.);
- 3) визначення ролі неурядових організацій щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування (Процюк Т. Б., Візняк Ю. Я.).

У контексті цього ґрунтовний аналіз наукових праць як зарубіжних, так і вітчизняних учених-економістів показав, що на сьогодні не сформовано чіткого та комплексного підходу до тлумачення сутності діагностики бізнес-середовища підприємства.

Так, з позиції Мельник М. І. [1], бізнес-середовище тлумачиться як цілісна сукупність самостійних суб'єктів економіки, їх взаємозв'язків та взаємовідносин із факторами зовнішнього середовища, які створюють на них суттєвий вплив [1, с. 63]. Своєю чергою, проф. Вищої школи менеджменту Дж. А. Келлога при Північно-Західному університеті (*Kellogg School of Management, Northwestern University*) Ф. Котлер (*Philip Kotler*) [2] стверджує, що бізнес-середовище повсякчас розвивається за рахунок появи нових конкурентів, а також їх товарів, виникнення все нових і нових потреб споживачів, впровадження новітніх технологій, розширення ринкових можливостей та настання різноманітних загроз [2].

Що стосується аналізу середовища підприємства, то він являє собою процес визначення головних складових зовнішнього (макро- і мікросередовища) та внутрішнього середовища, які становлять значний вплив на досягнення мети підприємства [3]. У монографії [1] зазначено, що діяльність підприємства взаємопов'язана із

факторами зовнішнього і внутрішнього середовищ, однак внутрішнє середовище підприємства тісно залежить від впливу зовнішнього, як визначального [1, с. 63].

Стосовно класифікації, то середовище підприємства поділяється на внутрішнє середовище та зовнішнє бізнес-середовище. Своєю чергою, зовнішнє бізнес-середовище формується з мікро- та макросередовища [4, с. 1158].

Натомість науковець Мельник М. І. [1] класифікує бізнес-середовище за рівнем агрегації, який позначає рівень діяльності підприємства, на мікросередовище чи внутрішнє бізнес-середовище [1, с. 72].

З огляду на зазначене, у зовнішньому середовищі підприємства функціонують суб'єкти, що знаходяться поза межами підприємства, зокрема ті, з якими встановлено безпосередній зв'язок (споживачі, конкуренти, постачальники, партнери та ринок робочої сили), а також ті, які несуть непряму дію на діяльність підприємства (економічні, соціальні, ринкові, політичні, міжнародні та технологічні фактори). Водночас внутрішнє середовище підприємства характеризується фінансовими, виробничими, маркетинговими, кадровими факторами, а також факторами організаційної культури [3].

Як стверджує проф. Дзюба С. Г. [5], основними елементами мікросередовища підприємства, які його формують, є суб'єкти ринкових відносин, а саме: споживачі, постачальники, посередники, конкуренти та контактні аудиторії. Водночас факторами формування макросередовища підприємства виступають економічні, демографічні, соціально-культурні, природно-географічні, екологічні, міжнародні, політико-правові та науково-технологічні фактори [5, с. 148].

Автор наукової праці [6] також поділяє середовище функціонування підприємства на внутрішнє та зовнішнє [6, с. 253]. Однак до факторів внутрішнього середовища підприємства належать виробничі, фінансові, кадрові, маркетингові та організаційні фактори [6, с. 255]. А серед факторів зовнішнього середовища виділено постачальників, маркетингових посередників, споживачів, конкурентів, контактні аудиторії та законодавство у сфері податкової політики і зовнішньоекономічної діяльності [6, с. 254].

У джерелі [7] представлено взаємозв'язок різних середовищ, які впливають на діяльність підприємства. Водночас саме до факторів бізнес-середовища науковці Сененко І. А. та Щепак В. В. [7] відносять інвесторів, постачальників, посередників, конкурентів та споживачів [7, с. 268].

На противагу цьому, у науковому дослідженні [8] зазначено, що факторами бізнес-середовища підприємства виступають економічні, політичні, технологічні, соціально-демографічні, екологічні та культурні фактори [8].

У процесі оцінювання бізнес-середовища підприємства слід дотримуватись такої послідовності [8]:

- 1) визначити кореляційні коефіцієнти вагомості кожної із груп факторів;
- 2) визначити коефіцієнти вагомості кожного чинника, що входить у конкретну групу факторів;

3) оцінити кожен чинник певної групи факторів на основі бальної шкали, що знаходиться у межах від «-10» до «10»;

4) оцінити кожен чинник певної групи факторів на основі бонусної шкали, яка також знаходиться у межах від «-10» до «10»;

5) провести комплексне оцінювання бізнес-середовища підприємства, яке відображає сумарний бал та прогноз його майбутнього стану (отримане значення від «-20» до «0» свідчить про вороже бізнес-середовище підприємства; від «1» до «9» – наявні можливості та загрози у бізнес-середовищі підприємства; від «10» до «20» – бізнес-середовище підприємства є сприятливим).

За результатами дослідження інформації в науковій праці [9], серед основних методичних підходів до оцінювання середовища підприємства, доцільно виділити такі [9, с. 146–149]:

- ✦ *методи оцінювання зовнішнього середовища підприємства:* 1) PEST-аналіз (передбачає оцінювання середовища підприємства за політичними, економічними, соціальними та технологічними факторами); 2) SLEPT-аналіз (оцінювання проводиться за соціальними, юридичними, економічними, політичними та технологічними факторами); 3) STEEPLE-аналіз (оцінювання середовища доцільно здійснювати за соціально-культурними, інноваційно-технологічними, економічними, навчально-освітніми, політичними, юридичними факторами та факторами охорони навколишнього середовища); 4) ETOM-аналіз (досліджуються можливості та загрози середовища підприємства); 5) QUEST-аналіз (досліджуються ймовірності виникнення зміни факторів та розробляються програмні дії стосовно впливу бізнес-середовища на діяльність підприємства);
- ✦ *метод оцінювання бізнес-середовища підприємства – SWOT-аналіз*, за яким оцінюються сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози.

На підставі існуючих поглядів науковців [1–9] щодо факторів бізнес-середовища підприємства, слід виділити такі, які найповніше його характеризують та прямо впливають на його розвиток і функціонування, зокрема споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, контактні аудиторії.

Стосовно постачальників, як одного із ключових факторів бізнес-середовища підприємства, то їх доцільно поділяти на [3]: 1) постачальників сировини; 2) постачальників напівфабрикатів; 3) постачальників інформації; 4) постачальників енергії; 5) постачальників фінансових коштів.

Аналізуючи конкурентів підприємства, як фактор бізнес-середовища, згідно з моделлю п'яти сил конкуренції, розробленою проф. Гарвардської школи бізнесу (Harvard Business School) М. Портером (Michael Porter) [10], їх поділяють на [10, с. 38]: 1) існуючі конкуренти-виробники; 2) нові конкуренти-виробники; 3) конкурен-

ти спроможності постачальників; 4) конкурентні спроможності споживачів; 5) конкуренти товаро-замінники.

У процесі дослідження також встановлено, що до контактних аудиторій належать [5, с. 151–152]:

- ✦ суб'єкти фінансової сфери, що забезпечують підприємство грошовими коштами, до яких відносять банківські установи та організації, брокерські компанії, інвестиційні компанії, фондові біржі, різних акціонерів, кредиторів та дебіторів, фінансових радників та консультантів;
- ✦ суб'єкти державного сектора, що несуть прямий чи опосередкований вплив на діяльність підприємства, зокрема працівники державних установ та організацій (працівники податкової служби, працівники служби статистики, працівники реєстраційної служби, працівники пожежної інспекції та санітарно-епідеміологічного контролю);
- ✦ засоби масової інформації, що надають інформацію про діяльність підприємства та певною мірою формують його імідж (преса, інтернет, радіо, телебачення тощо);
- ✦ громадські організації (неурядові організації, споживачькі організації, організації захисту навколишнього середовища, представники інтересів національних меншин);
- ✦ місцева громадськість (місцеві ради ветеранів, мешканці прилеглих районів до місця розташування підприємства, організації, що знаходяться поряд із підприємством);
- ✦ внутрішні контактні аудиторії, що утворюються зі штатних і нештатних працівників, основною метою яких є формування позитивного ставлення до підприємства перед іншими контактними аудиторіями задля забезпечення його ефективного функціонування, стабільності змін та стрімкого розвитку.

Враховуючи вищезазначене, під діагностикою бізнес-середовища підприємства слід розуміти процес оцінювання стану бізнес-середовища на основі встановлення впливу його факторів (споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, контактних аудиторій) на діяльність підприємства, визначення тенденцій зміни цього стану під впливом зміни факторів та окреслення майбутніх перспектив з метою прийняття результативних та ефективних управлінських рішень в системі економіки та управління підприємством.

На основі узагальнення інформації, отриманої за рахунок проведеного аналізу наукових праць [1–10], а також враховуючи результати досліджень [11], можна стверджувати, що між факторами бізнес-середовища та підприємством існує тісний взаємозв'язок, і вплив кожного з факторів цього середовища певною мірою відображається на діяльності самого підприємства (рис. 1).

З огляду на рис. 1 і відповідно до мети наукової роботи (2-го завдання) встановлено, що ключовими індикаторами діагностики бізнес-середовища підприємства є:

- 1) індикатор рівня взаємовідносин із споживачами (I_C);

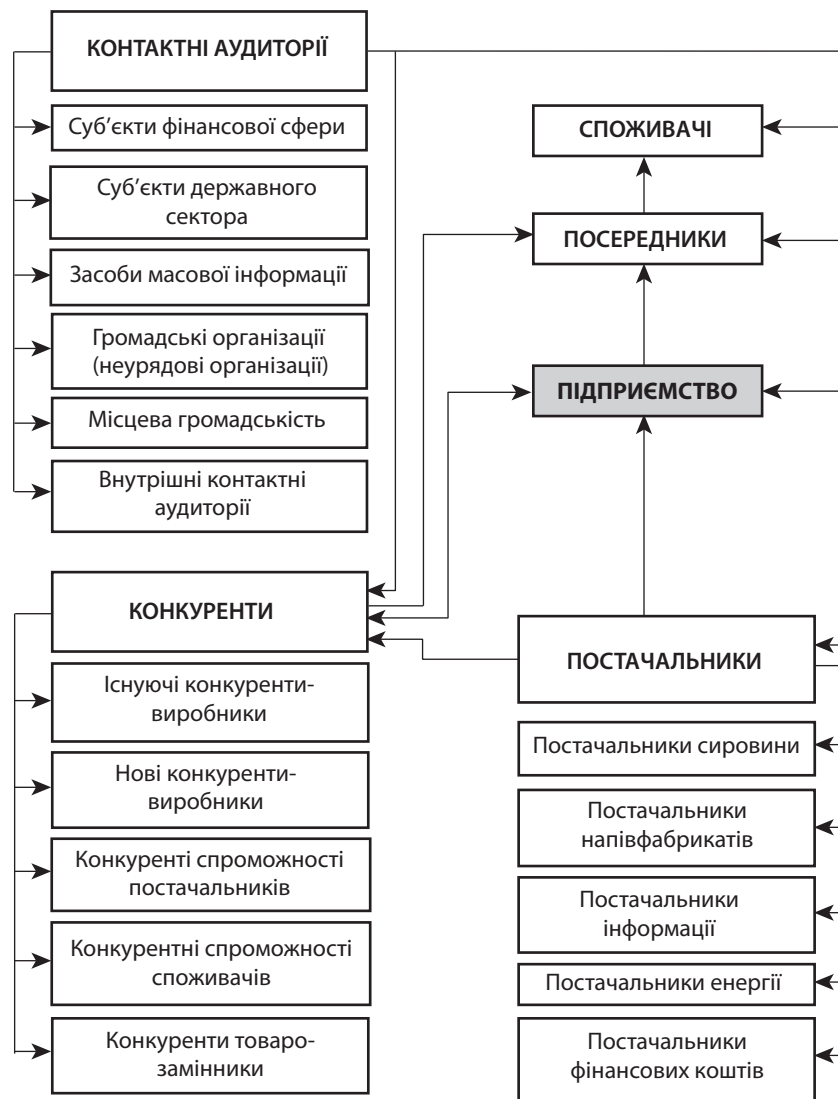


Рис. 1. Механізм взаємозв'язку факторів бізнес-середовища підприємства

Джерело: на основі [11] з урахуванням [1–10] (удосконалений підхід Ф. Котлера) – Скриньковський Р. М.

- 2) індикатор рівня взаємовідносин із конкурентами (I_K);
- 3) індикатор рівня взаємовідносин із постачальниками ($I_{ПСТ}$);
- 4) індикатор рівня взаємовідносин із посередниками ($I_{ПСП}$);
- 5) індикатор рівня взаємовідносин із контактними аудиторіями ($I_{КА}$).

Індикатор рівня взаємовідносин із конкурентами (I_K), враховуючи позицію М. Портера (!), обчислюється за формулою (1):

$$I_K = f(K_1; K_2; K_3; K_4; K_5), \quad (1)$$

де K_1 – рівень взаємовідносин із існуючими конкурентами-виробниками; K_2 – рівень взаємовідносин із новими конкурентами-виробниками; K_3 – рівень взаємовідносин із конкурентними спроможностями постачальників; K_4 – рівень взаємовідносин із конкурентними спроможностями споживачів; K_5 – рівень взаємовідносин із конкурентами товаро-замінниками.

Індикатор рівня взаємовідносин із постачальниками ($I_{ПСТ}$) розраховується за формулою (2):

$$I_{ПСТ} = f(ПСТ_1; ПСТ_2; ПСТ_3; ПСТ_4; ПСТ_5), \quad (2)$$

де $ПСТ_1$ – рівень взаємовідносин із постачальниками сировини; $ПСТ_2$ – рівень взаємовідносин із постачальниками напівфабрикатів; $ПСТ_3$ – рівень взаємовідносин із постачальниками інформації; $ПСТ_4$ – рівень взаємовідносин із постачальниками енергії; $ПСТ_5$ – рівень взаємовідносин із постачальниками фінансових коштів.

Свою чергою, розрахунок інтегрального індикатора рівня взаємовідносин підприємства із бізнес-середовищем ($I_{БС}$) здійснюється за формулою (3):

$$I_{БС} = f(I_C; I_K; I_{ПСТ}; I_{ПСП}; I_{КА}). \quad (3)$$

Стосовно методу проведення діагностики бізнес-середовища підприємства, то її доцільно здійснювати за допомогою факторного аналізу, використовуючи метод ланцюгових підстановок, завдяки якому (методу) можна визначити вплив зміни кожного фактора на стан бізнес-середовища підприємства.

Значення $I_{БС}$ повинно перебувати в межах від «0» до «10». Якщо: 1) $I_{БС} \geq 3$, то рівень взаємовідносин підприємства з бізнес-середовищем є низьким; 2) якщо $I_{БС} \in [3, 7]$, то рівень взаємовідносин підприємства з бізнес-

середовищем є середнім; 3) при $I_{BC} < 7$ рівень взаємовідносин підприємства з бізнес-середовищем є високим.

Виходячи з мети дослідження (відповідно до 3-го завдання), для встановлення ролі неурядових організацій щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування, перш за все, слід розкрити сутність поняття «неурядова організація».

Так, неурядова організація – це добровільне об'єднання фізичних осіб (у певних випадках і юридичних), що не знаходиться у підпорядкуванні органів державної влади, провадить некомерційну діяльність і головною метою його діяльності виступає досягнення інтересів та потреб партнерських груп (бізнесу, громадськості та органів влади) [12, с. 76].

Згідно з метою свого функціонування неурядові організації поділяються на [12, с. 77]: 1) організації по взаємодопомозі та соціальній спрямованості; 2) організації по захисту спільних інтересів та прав громадян; 3) організації по захисту навколишнього середовища та охорони здоров'я; 4) організації по нагляду за діяльністю органів влади; 5) організації, що позитивно сприяють діяльності інших організацій.

Стосовно рівня діяльності неурядові організації класифікують на [12, с. 78]: 1) громадські неурядові організації, які діють на рівні окремої місцевої спільноти; 2) загальноміські неурядові організації, які діють на рівні окремої території, зокрема промислові та торгові палати, коаліції бізнесу, різноманітні навчальні групи, об'єднання декількох громадських неурядових організацій; 3) національні неурядові організації, які діють на рівні країни та надають допомогу місцевим неурядовим організаціям; 4) міжнародні неурядові організації, які діють на глобальному рівні та фінансують місцеві неурядові організації.

Установлено, що громадські об'єднання, до числа яких входять неурядові організації, беруть активну участь у протидії корупції. На сьогодні в Україні існує близько 40 громадських об'єднань, у статуті яких передбачено положення протидії з корупцією. Серед них можна виділити такі основні, як Всеукраїнська громадська організація «Суспільство проти корупції», громадська організація (далі – ГО) «Комітет протидії корупції та організованій злочинності», ГО «За місцеве самоврядування без корупції», ГО «Молодь проти корупції», ГО «Асоціація сприяння боротьбі з корупцією» та ін. [13, с. 10].

У свою чергу, корупція несе значний негативний вплив на бізнес-середовище як на національному і регіональному рівнях, так і на рівні окремого підприємства. Її негативні наслідки призводять до розширення тіньової економіки, порушення ринкових конкурентних механізмів, неефективності використання бюджетних коштів, зростання цін на основі виникнення корупційних накладних витрат, внаслідок чого потерпають споживачі, погіршення інвестиційного клімату, сповільнення темпів економічного зростання, недосконалості структури міжнародної торгівлі, зниження ефективності діяльності недержавних установ за рахунок поширення у цих структурах корупції [14, с. 85–86].

Що стосується корупції у сфері оподаткування, то, як стверджує науковий співробітник Міжвідомчого науково-дослідного центру з проблем боротьби з організованою злочинністю при Раді національної безпеки і оборони України Машковська І. Л. [15], найчастіше її прояв спостерігається тоді, коли працівники податкових органів, здійснюючи контрольну перевірку, застосовують невідповідні фінансові санкції в разі виявлення порушень, що суперечать вимогам податкового законодавства [15, с. 106].

Окрім того, пропонуються такі шляхи запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування [15, с. 107; 16]:

1) ґрунтовне удосконалення податкового законодавства, в основі якого лежить Антикорупційна стратегія України;

2) посилення відповідальності працівників податкових органів у сфері корупційних правопорушень;

3) удосконалення взаємовідносин між усіма структурними підрозділами податкових органів.

Ураховуючи вищезазначене, слід відмітити, що неурядові організації виконують важливу роль щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування. Оскільки неурядові організації є недержавними об'єднаннями, то, перш за все, однією з цілей їх діяльності є досягнення відкритості та прозорості діяльності органів державної влади, у тому числі, і податкових органів. Для реалізації цього ними, за участю громадськості, ретельно проводиться моніторинг діяльності органів державної влади, аналізуються корупційні правопорушення з метою їх подальшого запобігання та протидії.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного аналізу наукових праць [1–10] та враховуючи результати досліджень [11], встановлено, що ключовими індикаторами діагностики бізнес-середовища підприємства, які в сукупності визначають інтегральний індикатор рівня взаємовідносин підприємства із бізнес-середовищем, є:

- ✦ індикатор рівня взаємовідносин із споживачами;
- ✦ індикатор рівня взаємовідносин із конкурентами;
- ✦ індикатор рівня взаємовідносин із постачальниками;
- ✦ індикатор рівня взаємовідносин із посередниками;
- ✦ індикатор рівня взаємовідносин із контактними аудиторіями.

Результати аналізу літературних джерел [12–18] та діючої практики засвідчили, що неурядові організації, як один із підвидів контактних аудиторій (як ключового фактора бізнес-середовища підприємства), сьогодні виконують важливу роль у формуванні дієвого механізму щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування.

Перспективи подальших досліджень та розробок у цьому напрямі полягають у побудові (формуванні) системи цілей діагностики діяльності підприємства з урахуванням діагностики бізнес-середовища підприємства (як часткової діагностичної цілі) і ролі неурядових організацій щодо запобігання та протидії корупції у сфері оподаткування. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельник М. І. Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій: монографія / М. І. Мельник. – Львів: ІРД НАН України, 2012. – 568 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер / Пер. с англ. / Под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с.
3. Демиденко С. Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства / С. Л. Демиденко // Ефективна економіка. – 2015. – № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
4. Серебренников Г. Г. Структурный анализ бизнес-среды организаций / Г. Г. Серебренников // Вестник ТГТУ. – 2004. – Т. 10, № 4Б. – С. 1158–1168.
5. Дзюба С. Г. Загальна характеристика зовнішнього середовища функціонування підприємств / С. Г. Дзюба, І. Ю. Гайдай // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 1 (127). – С. 144–156.
6. Мандражи З. Р. Інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємством / З. Р. Мандражи // Економічний аналіз: зб. наук. праць ТНЕУ. – 2015. – Т. 20. – С. 251–256.
7. Сененко І. А. Влияние факторов среды на формирование системы управления предприятием / И. А. Сененко, В. В. Щепак // Бизнес Информ. – 2015. – № 3. – С. 265–270.
8. Тесленок І. М. Управління підприємством на основі стратегічного аналізу зовнішнього середовища: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / І. М. Тесленок; Приазовський державний техн. ун-т. – Маріуполь, 2009. – 21 с.
9. Фроленко О. М. Бізнес-середовище підприємства: методичні підходи до його стратегічного аналізу / О. М. Фроленко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 9. – С. 145–150.
10. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
11. Скриньковський Р. М. PS-маркетинг: соціальні основи та система управління / Р. М. Скриньковський, Т. Б. Процюк // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 8/1. – С. 12–26.
12. Котенко Н. В. Неурядові організації: поняття, види та джерела фінансування в умовах сталого розвитку / Н. В. Котенко, С. Г. Карпенко // Вісник Сумського державного ун-ту. Серія: Економіка. – 2014. – № 3. – С. 71–81.
13. Грищенко М. В. Участь недержавного сектора у протидії корупції / М. В. Грищенко // Право і Безпека. – 2009. – № 4. – С. 9–13.
14. Волошенко А. В. Вплив корупції на бізнес-середовище / А. В. Волошенко // Європейські перспективи. – 2014. – № 1. – С. 83–87.
15. Машковська І. Л. Окремі питання протидії корупції в органах Державної податкової служби України / І. Л. Машковська // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). – 2010. – Вип. 22. – С. 103–108.
16. Рудой К. М. Запобігання корупції як напрямок забезпечення міжнародної безпеки / К. М. Рудой // Правова держава. – 2015. – № 19. – С. 69–73.
17. Шайхалієва Ю. А. Корупція як політико-правове явище / Ю. А. Шайхалієва // Гілея: наук. вісник. – 2015. – Вип. 102. – С. 393–398 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya_2015_102_105.pdf
18. Бречко О. В. Ризикологія подолання конфлікту інтересів в оподаткуванні / О. В. Бречко // Наука й економіка. – 2014. – Вип. 4. – С. 9–15.

REFERENCES

- Brechko, O. V. "Ryzykologhiia podolannia konfliktu interesiv v opodatkovanni" [Riskology overcome conflicts of interest in taxation]. *Nauka i ekonomika*, no. 4 (2014): 9-15.
- Demydenko, S. L. "Osoblyvosti stratehichnoho analizu sere-dovyshcha pidpriemstva" [Features strategic analysis of the enterprise environment]. <http://www.economy.nayka.com.ua>
- Dziuba, S. H., and Haidai, I. Yu. "Zahalna kharakterystyka zovnishnoho sere-dovyshcha funktsionuvannia pidpriemstv" [General characteristics of the environment functioning enterprises]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 1 (127) (2012): 144-156.
- Frolenko, O. M. "Biznes-sere-dovyshche pidpriemstva: metodychni pidkhody do yoho stratehichnoho analizu" [Business environment Enterprise: methodical approaches to its strategic analysis]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 9 (2012): 145-150.
- Hryshchenko, M. V. "Uchast nederzhavnoho sektora u proty-dii koruptsii" [Participation of the private sector in fighting corruption]. *Pravo i Bezpeka*, no. 4 (2009): 9-13.
- Kotenko, N. V., and Karpenko, S. H. "Neuriadovi orhanizatsii: poniattia, vydy ta dzherela finansuvannia v umovakh staloho rozvytku" [Non-governmental organizations: concept, types and sources of funding in terms of sustainable development]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho un-tu. Seriiia "Ekonomika"*, no. 3 (2014): 71-81.
- Kotler, F. *Marketing menedzhment* [Marketing Management]. St. Petersburg: Piter, 2001.
- Mandrazhy, Z. R. "Informatsiine zabezpechennia stratehich-noho upravlinnia pidpriemstvom" [Information support of strategic management]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 20 (2015): 251-256.
- Mashkovska, I. L. "Okremi pytannia proty-dii koruptsii v orhanakh Derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy" [Some issues of combating corruption in the State Tax Service of Ukraine]. *Borotba z orhanizovanoiu zlochynnistiu i koruptsiieiu (teoriia i praktyka)*, no. 22 (2010): 103-108.
- Melnyk, M. I. *Formuvannia biznes-sere-dovyshcha Ukrainy v umovakh instytutsiinykh transformatsii* [Formation of the business environment in Ukraine in terms of institutional transformation]. Lviv: IRD NAN Ukraine, 2012.
- Porter, E. M. *Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otras-ley i konkurentov* [Competitive strategy: Methodology Analyzing Industries and Competitors]. Moscow: Alpina Biznes Buks, 2005.
- Rudoj, K. M. "Zapobihannia koruptsii yak napriamok zabez-pechennia mizhnarodnoi bezpeky" [Prevention of corruption as a way of ensuring international security]. *Pravova derzhava*, no. 19 (2015): 69-73.
- Senenko, I. A., and Shchepak, V. V. "Vliyaniye faktorov sredey na formirovaniye sistemy upravleniya predpriyatyyem" [Influence of environmental factors on the formation of the enterprise management system]. *Biznes Inform*, no. 3 (2015): 265-270.
- Serebrennikov, G. G. "Strukturnyy analiz biznes-sredey organiza-tsiy" [Structural analysis of the business environment organiza-tions]. *Vestnik TGTU*, vol. 10, no. 4B (2004): 1158-1168.
- Shaikhaliieva, Yu. A. "Koruptsiia yak polityko-pravove yav-yshche" [Corruption as a political and legal phenomenon]. http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya_2015_102_105.pdf
- Skrynkovskiy, R. M., and Protsiuk, T. B. "PS-marketynh: sotsialni osnovy ta systema upravlinnia" [PS-marketing: social base and management system]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 8/1 (2013): 12-26.
- Teslenok, I. M. "Upravlinnia pidpriemstvom na osnovi stratehichnoho analizu zovnishnoho sere-dovyshcha" [Company management based on strategic analysis of the environment]. *Avto-ref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04*, 2009.
- Voloshenko, A. V. "Vplyv koruptsii na biznes-sere-dovyshche" [The impact of corruption on the business environment]. *Yevro-peiski perspektyvy*, no. 1 (2014): 83-87.