

випадку підприємство виробляє продукцію спеціально для конкретних споживачів. Концентроване виробництво продукції пов'язано з тим, що або задовольняється якась незвична потреба певного споживача, або ж створюється специфічна система доступу до продукції (система продажу і доставки тощо).

Проводячи стратегію концентрованого створення конкурентних переваг, фірма може користуватися одночасно ціновим залученням споживачів, так і диференціацією.

В ході організації системи управління маркетингом, наприклад, на ринку зерна виникає ряд проблем [4-6]. Однією з таких проблем може стати старіння існуючої продукції, тобто поява на ринку зернової продукції з кращими якісними характеристиками (вирощеної з поліпшених сортів, за поліпшеною технологією і т.п.), що з часом може викликати спадання споживчого попиту на вже існуюче зерно. Тому, наступними є проблеми широти, насиченості, глибини і гармонійності номенклатури продукції. Вельми велика різноманітність номенклатури зернової продукції не завжди сприяє успіху, а навіть навпаки - може викликати розпорошення зусиль підприємства - виробника, привести до широкої конкуренції з іншими виробниками, яке, в свою чергу, призведе до виникнення складності в збутовій діяльності. Тому товаровиробникам необхідно враховувати і своєчасно вирішувати проблеми, які перед ними виникають з метою досягнення результату маркетингової діяльності підприємства - отримання максимально можливого прибутку з одночасним задоволенням потреб споживачів.

Література.

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: [Підручник] / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», ноябрь 1995. - 702 с.
4. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.
5. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 162. – Харків : ХНТУСГ, 2015. – С. 229-234.
6. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
7. Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
8. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 623 с.



ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Кастерна І.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., доцент Накісько О.В.

Оподаткування прибутку є важливим елементом системи прямих податків, яке дозволяє регулювати доходи суб'єктів господарювання та формувати надходження до бюджету. Податок на прибуток підприємств є однією з основних статей доходу бюджетів.

Податок на прибуток підприємств – це прямий податок, сплачуваний підприємствами з прибутку, одержаного від реалізації продукції (робіт, послуг), основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних

цінностей, а також із прибутку від орендних операцій, роялті та від позареалізаційних операцій [1].

На мою думку, дане визначення повністю розкриває сутність поняття, і дає широкі можливості для регулювання і стимулювання підприємницької діяльності.

Підприємство є платником податку на прибуток, так як воно здійснює діяльність, яка спрямована на отримання прибутку. Оподаткування прибутку підприємств спричиняє серйозний вплив на розвиток підприємництва, оскільки воно може як стимулювати так і дестимулювати його розвиток [2].

За допомогою податку на прибуток можна регулювати напрями розподілу прибутку (накопичення чи споживання), методи фінансування інвестицій (самофінансування, залучені чи позичкові засоби), розподіл трудових і матеріальних ресурсів між окремими сферами господарської діяльності, розподіл і перерозподіл ВВП, темпи економічного зростання на макрорівні [3].

Справляння податку на прибуток підприємств має чимало проблем, і українська влада намагалася вирішити частину з них за допомогою введення в дію нового Податкового Кодексу. Наведемо найголовніші проблеми справляння податку на прибуток підприємств, які існували до запровадження Податкового Кодексу:

1. Наявність двох обліків - бухгалтерського та податкового. Тут головна проблема полягала в тому, що дані види обліку регламентувалися різними нормативно-правовими актами, що призводило до виникнення різноманітних суперечностей.

2. Безсистемне надання економічно необґрунтованих пільг по податку на прибуток. Такі пільги не можна назвати ефективними стимулами чи регуляторами підприємницької діяльності. Досвід розвинутих країн свідчить, що поширення форми підтримки підприємства через пільги на податок з прибутків, не є перспективною [4].

Для України дуже важливим на сьогодні є вдосконалення податку на прибуток підприємств. Одним з етапів такого вдосконалення було прийняття Податкового Кодексу. Проте він не вирішив всіх проблем даного податку, тому наступним кроком ми вбачаємо прийняття поступових змін до Кодексу, які будуть передбачати: скасування податкового обліку і використання бухгалтерського; запровадження інвестиційного податкового кредиту з податку на прибуток підприємств для суб'єктів господарювання які інвестують кошти в суспільно важливі сфери економіки; підвищення стабільності і прозорості податкового законодавства; постійний моніторинг податкових ризиків та факторів ризику; активне введення в дію системи електронної звітності [5].

Поступове запровадження зазначених заходів дозволить вирішити зазначені проблеми та значно вдосконалити систему оподаткування прибутку в Україні.

Література.

1. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI зі змінами від 19.01.2012 на підставі 4220-17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Плугатар О.А., Кравченко Т.О. Проблеми та шляхи реформування податку на прибуток // Економічний простір. – 2009. – №12. – С. 138-143.
3. Державна казначейська служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ibser.org.ua/>
4. Онегіна В.М; Накісько О.В; Руденко С.В ; Податкова система: навч. Посібник (видання друге)/ В.М.Онегіна; О.В.Накісько; С.В.Руденко –Харків.: «Апостроф» 2012.- 426с.
- 5.Накісько О.В; Руденко С.В; «Аналіз податкової реформи 2015р»/ О.В. Накісько, С.В.Руденко матеріали VI міжнародної науково-практичної інтернет конференції – Харків: ХНТУСГ, 2015,- 354с. 268-271.

