

технологічної модернізації економіки, що посилює її гнучкість щодо реагування на зміни умов глобальної конкуренції.

Тому забезпечення конкурентоспроможності економіки України через інновації має стати метою національної економічної політики.

Луцук А.І.
м.Тернопіль

Тернопільський національний економічний університет

ОПОДАТКУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: ПРАГМАТИКА ВЗАЄМОЗАЛЕЖНОСТІ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Ефективне функціонування держави та її соціально-економічний розвиток неможливі без налагодженої податкової системи та узгодження її складових елементів. Загалом, податкова система в кожній країні забезпечує фінансову базу держави та виступає головним інструментом реалізації її економічної доктрини.

Метою дослідження є виявлення недоліків функціонування податкової системи та пошук шляхів її вдосконалення заради покращення соціально-економічного розвитку.

Характеризуючи здійснення податкової політики сучасної України можна відзначити окремі позитивні моменти чинної системи оподаткування: абсолютне зростання податкових надходжень; покращення виконання планових показників податкових надходжень; стимулювання розвитку малого бізнесу через запровадження спрощеної системи оподаткування.

В 2006 році до Державного бюджету України надійшло 94811,5 млн. грн. податкових надходжень, що на 20 335,1 млн. грн. або на 27,3 %, більше відповідного показника 2005 року. За дванадцять місяців 2006 року фактичні податкові надходження склали 103,7 % річного плану, що на 4,2 % більше рівня виконання державного бюджету за аналогічний період 2005 року.

В той же час податки чинять зворотний вплив на розвиток виробництва. Вилучення у формі податків певної частини доходів платників призводить до зменшення їх інвестиційних можливостей, що негативно позначається на

розвитку виробництва. В 2005 році відбулося збільшення частки перерозподілу ВВП через зведений бюджет. У 2005 році цей показник становив 32,0 %, що на 5,2% більше відповідного показника минулого року.

Існують і інші проблемні питання, які віддаляють податкову систему від її ідеалу (нагромадження та розширення податкових пільг, систематичне порушення принципу стабільності в оподаткуванні, превалювання фіскальних методів роботи податкових органів над контролюючими та ін.). Нормативно-правова база оподаткування в Україні залишається доволі неоднорідною, окремі законодавчі норми є недостатньо узгодженими, а інколи й суперечливими.

Всі ці проблеми вказують на недосконалість та неефективність чинної податкової системи, на те, що вона сприяє поглибленню економічної кризи. Виникає необхідність проведення податкової реформи та створення єдиного систематизованого законодавчого акту прямої дії, який охоплюватиме всі без виключення питання податкового права та відповідатиме адекватним засадам податкової політики держави.

Для покращення соціально-економічного стану в Україні за рахунок системи оподаткування слід: скасувати неефективні (затратні) податки і збори; запровадити податок на нерухоме майно; поступово зменшити частки податку на прибуток підприємств та збільшити частку податку з доходів фізичних осіб в структурі податкових надходжень; збільшити частку місцевих податків і зборів в структурі доходів місцевих бюджетів; встановити, що кошти, які залишаються у суб'єктів господарювання у зв'язку із отриманням податкових пільг надаватимуться на певний строк і на визначені потреби або надаватимуться на поворотній основі; диференціювання ставок податків (зборів) з одночасним розширенням податкової бази.

Після врахування зазначених пропозицій слід законодавчо закріпити такий важливий науковий принци як "стабільність" у формі прийняття Податкового кодексу України з одночасним запровадженням мораторію на внесенням змін до податкового законодавства.

Зміни в податковій системі повинні бути направлені на створення

раціональної податкової системи, яка забезпечить збалансованість загальнодержавних і приватних інтересів, буде сприяти розвитку підприємництва та нарощуванню національного багатства України.

Любовицька М.П.

м.Бережани

ВСП НАУ Бережанський агротехнічний інститут

НАПРЯМИ РОЗШИРЕННЯ СЕГМЕНТУ РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ ВАТ «БЕРЕЖАНСЬКИЙ СКЛОЗАВОД»)

Виходячи з товаром на будь-який ринок – споживчий, індустріальний – виробник повинен розуміти, що він не може обслуговувати всіх його покупців навіть за умови достатньої виробничої потужності. Адже покупці по-різному використовують цей товар, а головне – купують його, керуючись різними мотивами. Тому звичайною справою є розбивка покупців (сегментація) за цими мотивами та іншими ознаками і лише потім – пропозиція товару, виробленого з максимальним урахуванням цих ознак. Розробляючи плани маркетингової діяльності необхідно дуже ретельно розібратися в структурі споживчого ринку, де головною дійовою особою виступає конкретна особистість. Спонукальними мотивами маркетингу при цьому є: товар, ціна, методи розповсюдження, стимулювання збуту. На споживача впливають також економічні, науково-технічні, політичні, культурні, соціальні подразники. Успіх фірми залежить від того, наскільки вдало вона знайде свою нішу, свій сегмент.

Сегментація ринку дозволяє акумулювати засоби підприємства в певному напрямі свого бізнесу.

Під час планування маркетингової діяльності підприємству належить виділити своїх цільових споживачів та визначити, як у них відбувається процес прийняття рішення про купівлю. Основними етапами цього процесу є, як правило, усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінка варіантів, прийняття рішення про купівлю, реакція на покупку. Особливої ретельності потребує вихід на ринок з товаром-новинкою.