

забезпечує клієнтам вищу споживчу цінність засобами, які підтримують чи навіть поліпшують благополуччя клієнтів і суспільства.

Кожна компанія повинна знайти свій стиль роботи, щонайкраще враховує специфіку умов, можливостей, цілей і ресурсів. Усім компаніям необхідно думати про майбутнє і розробляти довгострокові стратегії, що дозволили б оперативно реагувати на мінливі умови ринку. Маркетинг відіграє важливу роль у стратегічному плануванні. Стратегічний план створюється для того, щоб допомогти компанії використовувати у своїх інтересах можливості в постійно змінному середовищі. Це процес встановлення і збереження стратегічної відповідності між цілями і можливостями компанії, з одного боку, і мінливими можливостями ринку - з іншої [3, с. 96].

Стратегічне планування є фундаментом для інших видів планування в компанії. Воно починається з визначення глобальних цілей і місії компанії. Потім устанавлюються більш конкретні цілі.

Процес управління маркетинговою діяльністю на підприємстві починається з визначення концепції управління маркетингом, що є обов'язковим складовим елементом місії компанії. В остаточному підсумку, успіху доможуться ті компанії, що раніш інших зрозуміють необхідність і важливість маркетингового підходу в організації власної діяльності.

Список використаної літератури

1. Азарян О.М., Маркетинг: принципи та функції: Навч. посіб. для студ. вищ. навч закл. - 2. вид., перероб. і доп. / О.М. Азарян. - К.: НМЦВО МОІН України. – 280 с.
2. Алексунин В. А. Маркетинг в галузях і сферах діяльності. – Підручник / В.А. Алексунин. - М. : Видавничо-книготорговий центр "Маркетинг", 2001. - 390 с.
3. Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник. - К. : Атіка, 2007. - 300 с.

Кузема Анастасія Володимирівна,

студентка спеціальності 5.03050401 «Економіка підприємства»

Кам'янець-Подільського коледжу харчової промисловості

Національного університету харчових технологій

Науковий керівник: к.е.н., зав. економічного відділення Толстопятова Д.Г.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Процедура створення Інтернет-магазину набагато простіша, ніж звичайного магазину. Для цього не потрібні різні дозволи, його не перевіряють пожежники та санепідеміологічна служба. Офіційно в Україні працюють 3 тисячі віртуальних магазинів. Нелегально - мінімум утричі більше. Податківці підрахували, що обіг ринку он-лайн торгівлі за минулий рік склав майже 1 мільярд доларів. Експерти прогнозують, що у цьому році приблизно 7,5% обсягу української роздрібною торгівлі припаде на покупки в світовій павутині. Особливо, якщо ціни там залишаться нижчі, ніж у звичайних магазинах.

З прийняттям нового Податкового Кодексу в Україні було прийнято рішення, що Інтернет-магазини в Україні звільняються від єдиного податку, і повинні перейти на загальну систему оподаткування. Але це так і не було втілено у життя. Звісно, не всі підприємці були готовими до такої новини. Єдиний податок дозволяє займатися комерцією навіть магазинам з невеликими прибутками.

Інтернет-торгівля України представлена переважно великою кількістю маленьких магазинів, говорять фахівці. Адже магазин – це просто сайт, тобто, невеличка програма, яка не вимагає великих людських ресурсів чи фінансування. За цим сайтом, як правило, стоїть мікробізнес - одна, дві або три людини. Тож ці зміни вдарили б саме по великій кількості малих підприємців, зазначали представники Інтернет Асоціації України. А це, в свою чергу, створило б умови для монополізації ринку, тобто захоплення його кількома великими гравцями.

Одна з головних переваг Інтернет-магазинів – відносно дешева ціна товару і його широкий асортимент. Якщо перевести Інтернет-торгівлю на

загальну систему оподаткування, навряд чи це наповнить державний бюджет, але неодмінно призведе до підвищення цін. Якщо і нині Інтернет-торговці, які перебувають на спрощеній системі, податки платять квола, то на загальній системі взагалі цього робити не будуть. Будуть намагатися просто приховати свою діяльність, обсяги реалізації впадуть.

Інтернет - магазини, більшість з яких є суб'єктами малого підприємництва, згідно нового ПК можуть обирати між загальною системою оподаткування (без реєстрації платником ПДВ або із такою реєстрацією) та спрощеною системою оподаткування (без реєстрації платником ПДВ або із такою реєстрацією) [1].

Загальна система оподаткування дає право займатися будь-яким видом діяльності, не забороненим законодавством, мати необмежену суму доходу і кількість найнятих робітників. Загальна система оподаткування передбачає сплату усіх видів податків і зборів, передбачених податковим законодавством України, залежно від наявності певних об'єктів оподаткування. Загальна система оподаткування прибутку Інтернет - магазинів в Україні передбачає сплату податку на прибуток підприємства, що складає з 1 січня 2013 року по 31 грудня 2013 року включно – 19%. Також Інтернет-магазин реєструється платником ПДВ у разі:

- якщо обсяг оподатковуваних операцій за останні 12 місяців перевищує 300 тис. грн. (обов'язкова реєстрація).

- підприємство може добровільно зареєструватися платником ПДВ.

Основними недоліками загальної системи оподаткування є складна щомісячна, щоквартальна та річна податкова та фінансова звітність, з якої випливає необхідність утримання штатного бухгалтера. Спрощена система оподаткування містить деякі обмеження у видах діяльності, чисельності працівників і доходах суб'єктів підприємництва. Перевагами цієї системи є фіксована ставка податку, проста щоквартальна бухгалтерська звітність та спрощений облік (ведення книги доходів та видатків), а відповідно – порівняно «безболісне» проходження перевірок контролюючих органів .

Платники єдиного податку тепер поділяються на чотири групи. Інтернет - магазини відносяться до 2-3 груп:

- Друга група. Можливість використання найманих працівників не більше 10 осіб одночасно. Податковий звітний період календарний квартал. Строки подання декларації 40 календарних днів наступних за звітним періодом. Граничний обсяг доходу за рік - 1 000 000,00 грн. Ставка єдиного податку від 2 до 20 відсотків розміру мінімальної заробітної плати. Порядок сплати єдиного податку: авансові внески не пізніше 20 числа (включно) поточного місяця. Можна сплатити авансом за весь рік. Право на свідоцтво платника ПДВ відсутнє. Ведення книги обліку доходів, яка затверджується Міністерством Фінансів.

- Третя група. Можливість використання найманих працівників не більше 20 осіб одночасно. Податковий звітний період календарний квартал. Строки подання декларації 40 календарних днів наступних за звітним періодом. Граничний обсяг доходу за рік - 3 000 000,00 грн. Ставка єдиного податку: для платників ПДВ – 3% від доходу; для неплатників ПДВ — 5% від доходу. Порядок сплати єдиного податку протягом десяти календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал. Мають право на свідоцтво платника ПДВ у разі обрання ставки 3% та якщо відповідають критеріям п.181.1 ПКУ. Ведення обліку для неплатників ПДВ — книга обліку доходів, яка затверджується Міністерством фінансів; для платників ПДВ – облік доходів та витрат за формою та в порядку, встановленому Міністерством фінансів. (Може зареєструватися платником ПДВ тільки у разі коли обсяг оподатковуваних операцій за останні 12 календарних місяців повинен бути не менше 300 000,00 грн.) [2]

Аналіз опрацьованої інформації дає можливість виділити наступні проблеми, щодо оподаткування доходів Інтернет - магазинів:

- робота значної частини Інтернет - магазинів нелегально;
- надання неправдивої інформації Інтернет - магазинами про кількість найманих працівників і обсягах одержаного доходу;

- завезення товарів за заниженими цінами і подальший їх продаж. Інтернет - комерція у країнах Європейського Союзу оподатковується так само, як і традиційна торгівля. Її особливості полягають хіба що в тому, що, скажімо, товари чи послуги Інтернет - магазину, базованого у Люксембурзі, будуть дешевші за аналогічні речі у Бельгії чи Нідерландах. Причина - у податку на додану вартість: у Люксембурзі він складає 15 відсотків, у Франції – 19,6, а у Бельгії – 21%. При цьому, цей податок сплачується не за нормами держави, де мешкає покупець, а за законами країни, де зареєстрований Інтернет – магазин [3, с. 121].

Отже, Інтернет-магазин — найсучасніший метод торгівлі на відстані. Він дозволяє значно знизити накладні витрати і, відповідно, збільшити прибуток підприємства. По своїй суті, це розміщений в мережі Інтернет Web-сайт, на якому приймаються замовлення та рекламуються товари та послуги, пропонуються різні варіанти оплати замовлених товарів. Можлива миттєва оплата «електронними» грошима, оформлення банківського кредиту. Такий магазин працює цілодобово, відсутні обмеження на віртуальну площу і кількість розташованих на ній товарів.

Список використаних джерел

1. Про податок на додану вартість : Закон України від 03.04.97 р. № 168/97 – ВР.
2. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР.
3. Бадида М.П. Україні потрібна ефективна система оподаткування / М. П. Бадида // Фінанси України, 1999, №8, с.120-124.

Савченко Іванна Олександрівна,